

**PEDRO DE ALMEIDA E SOUZA**

**História em rede: o uso do YouTube como estratégia de ensino na  
disciplina de História numa sociedade midiática**

**Taubaté – SP**

**2019**

**PEDRO DE ALMEIDA E SOUZA**

**História em rede: o uso do YouTube como estratégia de ensino na  
disciplina de História numa sociedade midiática**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais e Letras da Universidade de Taubaté, como trabalho de conclusão do curso de História, sob orientação da Profa. Dra Rachel Duarte Abdala.

**Taubaté – SP**

**2019**

**Pedro de Almeida e Souza**

**História em rede: o uso do YouTube como estratégia de ensino na disciplina de História numa sociedade midiática**

**UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ**

**Departamento de Ciências Sociais e Letras – Curso de História**

**Taubaté, \_\_\_ de dezembro de 2019**

**Resultado: \_\_\_\_\_**

**BANCA EXAMINADORA**

**Orientadora:     **Profª. Dra. Rachel Duarte Abdala****

\_\_\_\_\_

**1º Membro:       **Profª. Dra. Maria do Carmo Souza de Almeida****

\_\_\_\_\_

**2º Membro:       **Prof. Dr. Moacir José dos Santos****

\_\_\_\_\_

**Aos agentes que constroem uma  
Educação atenta às competências e  
exigências contemporâneas.**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus pelo dom da vida.

Agradeço à minha família e aos profissionais da área de Educação e Comunicação que, ao longo desse período, colaboraram para a conclusão desta etapa acadêmica. O apoio e compreensão de vocês foram essenciais.

À minha professora e orientadora, Dra. Rachel Duarte Abdala, agradeço pelos conhecimentos transmitidos ao longo da trajetória do curso. Levarei o exemplo e a motivação em ensinar.

## RESUMO

O avanço da tecnologia na passagem do século XX para o XXI impactou a sociedade como um todo. O ambiente escolar, especialmente, viu novas formas de aprender e transmitir conhecimento sendo utilizadas pelos alunos. É nesse contexto que a presente monografia de conclusão de curso de História se propôs estudar, buscando compreender o uso do YouTube, que é um site de compartilhamento de vídeos enviados pelos usuários na internet, como estratégia de ensino na disciplina de História. Metodologicamente, a pesquisa foi baseada em análise documental de três canais no YouTube sobre História, tendo como critérios a audiência, a formação dos autores, a periodicidade e o conteúdo. O *corpus* documental foi formado, principalmente, por três canais do YouTube que versam sobre a produção e divulgação de conhecimento histórico, sendo: “Se liga nessa História”, “Buenas Ideias”, “YouTube.Edu”, além de revisão bibliográfica de teóricos das áreas de Comunicação, Educação e Cultura de Massa. Concluiu-se que, ao analisarmos os conteúdos disponíveis nesses canais, o YouTube apresenta potencialidade para ser usado como estratégia de ensino da disciplina de História, preservando o protagonismo docente em sala de aula e a possibilitando a autonomia do estudante em produzir conhecimento histórico.

**Palavras chave: YouTube, Ferramenta de ensino, Novas tecnologias, Didática de Ensino de História.**

## Sumário

INTRODUÇÃO.....	08
CAPÍTULO 1: COMUNICAÇÃO DE MASSA.....	12
1.1. COMUNICAÇÃO DE MASSA: ORIGENS E IMPACTOS.....	12
1.2. TRANSFORMAÇÕES: DINAMISMO E CONTEXTO SOCIAL.....	17
1.3. COMUNICAÇÃO DE MASSA COMO SUPORTE PARA O ENSINO.....	22
CAPÍTULO 2: INTERNET: DA COMUNICAÇÃO À EDUCAÇÃO.....	25
2.1. INTERNET: UMA NOVA FORMA DE COMUNICAÇÃO.....	25
2.2. INTERNET E COMUNICAÇÃO DE MASSA: INTERAÇÕES.....	28
2.3. MÍDIAS DIGITAIS: UMA SOCIEDADE PRODUZIDA EM REDE.....	34
2.4. NOVAS LINGUAGENS NO ENSINO: COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO...	37
CAPÍTULO 3: O ENSINO DE HISTÓRIA NAS REDES SOCIAIS.....	44
3.1. YOUTUBE: O AUDIOVISUAL TRANSMITINDO CONHECIMENTO.....	44
3.2. O USO DO YOUTUBE NO ENSINO.....	49
3.3. YOUTUBE NO ENSINO DE HISTÓRIA: REFLEXÃO E PROPOSTA.....	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59

## **Introdução**

A revolução tecnológica desencadeada na transição do século XIX para o XX resultou em mudanças na humanidade. Aspectos sociais, econômicos e culturais passaram por transformações. Bens, produtos e experiências culturais que antes eram restritos a uma parcela da sociedade, com os primeiros anos de 1900, tornaram-se acessíveis e impactaram as relações e o convívio social.

O tema da pesquisa que se pretendeu realizar foi o uso da plataforma de vídeo YouTube como estratégia de ensino na disciplina de História. Para analisar a usabilidade dessa ferramenta, foram feitos estudos bibliográficos e levantamento de material audiovisual que contenha conteúdo didáticos sobre História no site de compartilhamento YouTube.

O audiovisual surgiu na década de 1920, com a sincronização da imagem com o som nas telas do cinema norte-americano, no filme “O Cantor de Jazz”, de Alan Crosland, em 1927. Conforme expõem Domingues (2017), o filme anunciava uma nova etapa comercial para a produção audiovisual e o fim do cinema mudo. Desde então, as Tecnologias da Comunicação apresentaram constantes modificações na forma de criar, produzir e consumir produtos audiovisuais, pois seus efeitos foram reverberados na sociedade e impactaram a ação humana.

No Brasil, o cinema também foi o meio inicial que uniu o som e a imagem de forma sincronizada, caso do filme “Acabaram-se os Otários”, de Luiz de Barros, em 1929. Entretanto, a produção e o consumo do audiovisual foram impulsionados no ano de 1950, por meio de Assis Chateaubriand, que fundou a primeira estação de televisão, a TV TUPI.

Ao final do século XX, a criação da internet possibilitou um salto comunicativo, ampliando a divulgação de conteúdos audiovisuais e abrindo caminhos para novas experiências comunicativas.

Já nos primeiros anos do século XXI, em 2005, Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim criaram o YouTube. O site de compartilhamento de vídeos online modificou a forma de produzir e consumir produção audiovisual, tornando o processo integrador e com usabilidade para diversas áreas do conhecimento.

A Educação é uma das áreas que se apropriou dos recursos audiovisuais, pois os tem transformado em ferramentas pedagógicas. Para a disciplina de História, especialmente, filmes, novelas, reportagens e canais de vídeos no YouTube mostraram-se aliados do professor que deseja ampliar o leque de conteúdo e se aproximar da geração de alunos cada vez mais tecnológica e multiletrada.

Apesar desse cenário positivo para o uso do YouTube como estratégia de ensino, ainda há escassez de dissertações e teses que revelam a pouca produção acadêmica relacionada ao assunto, tornando esta pesquisa um material que contribua para a maior instrumentalização dessas tecnologias dentro da sala de aula, especialmente o YouTube. Ademais, a literatura referente ao tema YouTube disponível no momento da produção desta pesquisa era internacional, exigindo tradução livre.

Assim, o objetivo geral nesta pesquisa foi compreender o uso do YouTube como ferramenta de ensino na disciplina de História. Buscou também identificar os principais produtores de conteúdo didático sobre História, investigar sobre o impacto do audiovisual na Educação por meio das plataformas digitais de vídeo e propor caminhos para a aplicabilidade da YouTube no ensino de história.

É inegável a presença do audiovisual na rotina de uma sala de aula no século XXI. Independentemente do aparelho utilizado para sua exibição, a combinação de som e imagem abriu caminhos para o ensino, para a possibilidade de aprender fora do ambiente escolar tradicional. As dimensões das ferramentas audiovisuais para o aprendizado de um conteúdo ainda encontram barreiras estruturais, pedagógicas e até profissionalizantes.

Mas, se no século XXI o audiovisual tornou-se tão acessível e gerou impactos para a Educação, como foi sendo utilizado o material disponível na internet, especialmente, em sites de compartilhamento de vídeo como o YouTube?

A justificativa desta pesquisa foi a potencial usabilidade dos vídeos on-line para o ensino da disciplina de História, que se torna ferramenta pedagógica para os docentes e de auxílio nos estudos para os estudantes.

Em seguida, justificou-se também a investigação da produção de conteúdo audiovisual educativo e as estratégias visuais e discursivas empregadas nas temáticas históricas.

Nota-se, portanto, que a relevância desse trabalho esteve na compreensão do como uma ferramenta, oriunda da cultura de massa, passou a ser utilizada e investida para o ensino e à serviço da Educação. Nota-se que esse diálogo entre as grandes áreas do conhecimento, Comunicação e Educação, vem sendo observado pelo autor dessa pesquisa, em virtude da sua experiência profissional em produção audiovisual com conteúdos educativos e sua formação em Jornalismo.

O *corpus* documental foi formado, principalmente, por três canais do YouTube que versam sobre a produção e divulgação de conhecimento histórico, sendo: “Se liga nessa História”, “Buenas Ideias”, “YouTube.Edu”, além de revisão bibliográfica de teóricos das áreas de Comunicação, Educação e Cultura de Massa.

Compõe como objetivo de análise documental três canais no YouTube sobre História, sendo: “Se liga nessa História”, “Buenas Ideias” e “YouTube.Edu”, por apresentarem o maior número de inscritos, produzidos por historiadores e/ou pesquisadores, serem atualizados com periodicidade, além de conteúdos relacionados à grade curricular do ensino de História.

O referencial teórico neste trabalho baseou-se em autores da área da Comunicação, Educação e da História. Ressalta-se que, em virtude da pouca pesquisa realizada na área, o referencial teórico foi um dos primeiros obstáculos a serem superados no desenvolvimento dessa monografia. Para referência na História, as obras *História da vida privada*, de Nicolau Sevcenko (1998) e *A Era dos Extremos*, de Eric Hobsbawm (1995) auxiliam no entendimento da relação do audiovisual com as mudanças sociais e econômicas entre os anos finais de 1800 e o início de 1900. Soma-se a contribuição da obra de Briggs e Burke (2016) (2016), em *Uma História social da mídia: de Gutenberg à Internet*, que explana sobre as alterações ao longo dos anos na perspectiva histórica, envolvendo Meios de Comunicação, sociedade e cultura. Já nos aspectos ligados à Comunicação, Manuel Castells (2003), estudioso sobre os impactos sociais e a cultura da informação contribui com uma abordagem sobre os efeitos gerados com a Comunicação eletrônica em *A Galáxia da Internet*. Também somam-se as obras *Cibercultura*, de Pierre Lévy (2010) e *Teoria das Mídias Digitais*, de Martino (2015). Para a perspectiva didática, integram as obras *Novas tecnologias e mediação pedagógica*, de José Manuel Moran et al. (2000), *História: Que ensino é esse?*, de Marcos Silva et al. (2013) e *Ensino de História: fundamentos e métodos*, de Circe Bittencourt (2011), cuja contribuição está no alinhamento entre ferramenta e ensino.

Em relação à divisão da pesquisa, ela foi desenvolvida em três partes que incluíram análise bibliográfica, levantamento de produções audiovisuais disponíveis no YouTube e proposições didáticas.

A monografia foi estruturada em três capítulos apresentados a seguir

No capítulo I, buscou-se apresentar o conceito dos Meios de Comunicação de Massa, abordando a passagem do século XIX para XX do ponto de vista dos impactos comunicacionais e reflexos na dinâmica da vida sociedade nas primeiras décadas de 1900.

Em seguida, no Capítulo II foi abordado o advento da internet, com foco para a primeira década do século XXI, evidenciando as alterações de consumo de produto audiovisual, conectividade e o surgimento e fortalecimento das mídias sociais, possibilitando autonomia e protagonismo aos usuários.

O Capítulo III explanou sobre o surgimento e a apropriação da ferramenta YouTube como instrumento didático em sala de aula para a disciplina de História, analisando o uso da linguagem usada nos vídeos e culminando nos impactos pedagógicos dessa relação entre Comunicação de Massa e Educação.

# Capítulo I - Comunicação de Massa

## 1.1 - Comunicação de Massa: origem e impactos

A revolução tecnológica desencadeada na transição do século XIX para o XX resultou em mudanças na humanidade. Aspectos sociais, econômicos e culturais passaram por transformações. Bens, produtos e experiências culturais que antes eram restritos a uma parcela da sociedade, com os primeiros anos de 1900, tornaram-se acessíveis e impactaram as relações e o convívio social.

Dentre essas mudanças, as inovações como luz elétrica, telégrafo, telefone, gramofone, cinema, automóveis, deram origem a novos hábitos cotidianos. A esse respeito, discorre Sevcenko (1998):

Estimuladas sobretudo por um novo dinamismo no contexto da economia internacional, essas mudanças irão afetar desde a ordem e as hierarquias sociais até as noções de tempo e espaço das pessoas, seus modos de perceber os objetos ao seu redor, de reagir aos estímulos luminosos, a maneira de organizar suas afeições e de sentir a proximidade ou o alheamento de outros seres humanos. (SEVCENKO, 1998, p. 7).

No campo cultural, as transformações oriundas desse contexto histórico são inúmeras. Em *A Era dos Extremos* (1995), Eric Hobsbawm torna evidente como o avanço da economia capitalista impactou os aspectos culturais. Para o historiador, as migrações para as áreas urbanas proporcionaram o surgimento de um mercado lucrativo para o lazer e para os espetáculos. Esses fatores deram origem a uma ‘indústria de diversão comercializada’.

As forças que dominaram as artes populares foram assim basicamente tecnológicas e industriais: imprensa, câmera, cinema, disco e rádio. Contudo, desde o fim do século XIX, uma verdadeira fonte de inovação criativa autônoma vinha se acumulando nos setores populares e de diversão de algumas grandes cidades. Estava longe de exaurida, e a revolução nas comunicações levou seus produtos muito além de seus ambientes originais. (HOBSBAWM, 1995, p. 196).

Nesse contexto, as propagações de ideias, informações e pensamentos ganharam uma nova fonte: os Meios de Comunicação de Massa (MCM).

[...] entendemos como comunicação de massa, o processo industrializado de produção e distribuição oportuna de mensagens culturais em códigos de acesso e domínio coletivo, por meio de veículos mecânicos (elétrico/eletrônico), aos vastos públicos que constituem a massa social, visando a informá-la, educá-la, entretê-la ou persuadi-la, desse modo promovendo a integração individual e coletiva na realização do bem-estar da comunidade. (BELTRÃO; QUIRINO, 1986, p. 57).

Seja no jornal, cinema, rádio ou na televisão, que são identificados como os principais Meios de Comunicação segundo Tyler *apud* Netto (1972), a mensagem reproduzida de forma idêntica e inúmera é a principal característica de um Meio de Comunicação de Massa.

A nomeação de Comunicação de Massa (CM) surgiu nos Estados Unidos, por volta da década de 1940, devida à intensificação dos estudos sobre o tema. Segundo Lima (2000), historicamente, só há Comunicação de Massa, a partir da sociedade de consumo<sup>1</sup>, fundamentada pelo desenvolvimento tecnológico prévio e pela produção em escala.

Entretanto, há pesquisadores que afirmam que a origem do termo foi na Europa. Por exemplo, Netto (1972) indica que a pesquisa sobre Comunicação de Massa, defendida pelos norte-americanos, é uma variante da linha de pesquisa europeia a respeito da sociedade de massa.

Já Beltrão e Quirino (1986) vão além e analisa que a Comunicação de Massa remonta ao século XVIII, na Inglaterra. O estudioso observa que a classe média, em ascensão, passou a financiar escritores da época, uma prática até então comum entre os aristocratas. Em virtude disso, o acesso à leitura e ao produto impresso deixou de ser privilégio dos eruditos, pois os escritores começaram também a escrever por encomenda conforme demanda da população em geral. Esse fato permitiu uma rápida expansão do comércio de livros, dinamizando aspectos sociais e a literatura popular. Com o decorrer dessa prática cultural, os periódicos passaram a trazer conteúdos diversos e incrementos à publicidade, o que gerou estranhamento por parte dos eruditos e escritores financiados pela elite social.

Netto (1972) afirma que os MCM descendem dos espetáculos, arte e recreações populares, tais como festas, danças e ritos. Já em relação à função, o pesquisador destaca que os MCM desenvolvem da seguinte forma:

---

<sup>1</sup> [...] sistema social que envolve um conjunto de novos valores e atitudes culturais responsáveis pela produção contínuo de 'necessidades', que passam a ser constituídas como uma exigência constante de diferenciação social. (RETONDAR, 2007, p. 30)

A primeira [função] diz respeito à difusão da notícia, relatos e comentários, etc sobre a realidade, acompanhada, ou não, de interpretações ou explicações. A segunda função atende à procura de distração, de evasão, de divertimento, por parte do público. Uma terceira função é persuadir o indivíduo - convencê-lo a adquirir certo produto, a votar em certo candidato, a se comportar de acordo com os desejos de um anunciante. A quarta função - ensinar - é realizada de modo indireto ou direto, intencional ou não, por meio de material que contribui para a formação do indivíduo ou para ampliar seu acervo de conhecimentos, planos, destrezas, etc. (NETTO, 1972, p. 38).

Nesse sentido, observa-se que o sistema de Comunicação de Massa é universal; ganhou forma nos EUA, em um contexto na qual intensificou-se a propagação de ideias e de comportamentos norte-americanos baseados no consumo e padrões sociais, modelo de vida conhecido com *way of life*<sup>2</sup>. Tal conceito expandiu-se para o ocidente e os padrões estéticos, por exemplo, difundiram-se, penetrando em sociedades com diferenças econômicas. Onde houve desenvolvimento técnico e industrial, criou-se uma nova condição de vida, que privilegiava a felicidade e o bem-estar.

As necessidades de bem-estar e de felicidade, na medida em que se universalizam no século XX, permitem, a universalização da cultura de massa. Reciprocamente, a cultura de massa universaliza essas necessidades. Isso significa que a difusão da cultura de massa não resulta apenas a mundialização de uma civilização nova, ela desenvolve essa mundialização. Despertar as necessidades humanas subdesenvolvidas, mas em toda parte virtuais, contribui para a expansão da nova civilização. (MORIN, 1967, p. 166).

No Brasil, por exemplo, as transformações de consumo foram observadas em ações publicitárias, nas publicações em revistas, na música e no cinema. Sobre isso, Sevcenko (1998) discorre:

Esse período abrangeria grosso modo de 1900 a 1920 e assinala a introdução no país de novos padrões de consumo, instigados por uma nascente mas agressiva onda publicitária, além de extraordinário dinamismo cultural representado pela interação entre as modernas revistas ilustradas, a difusão das práticas desportivas, a criação do mercado fonográfico voltado para as músicas ritmadas e danças sensuais e , por último, mas não menos importante, a popularização do cinema. (SEVCENKO, 1998, p. 37).

Para esse novo processo vivenciado pela humanidade, a partir de meados do século XX, que foi impactado pela industrialização e mudanças tecnológicas, Adorno e Horkheimer (2000) conceberam o conceito de Indústria Cultural, pois, ao adotar máquinas como mediadoras da Comunicação, estruturava-se a interpretação de que o processo de

---

<sup>2</sup> [...] este modelo colaborou também na consolidação – e na formação – de estilos de vida ao longo do mundo sobre a constituição de um cotidiano desejado, ambicionado, fulgurante, recompensador e idealizado, tangibilizado pela boa vida daqueles que dele usufruem – na medida de seu poder de compra e dos bens adquiridos e exibidos a seus pares. (CUNHA, 2017, p. 18)

Comunicação de Massa tornava-se um processo industrial, contemporâneo ao processo econômico do período.

Não é por acaso que o sistema da Indústria Cultural surgiu nos países industriais mais liberais, assim como ter sido aí que triunfaram todos os seus meios característicos: o cinema, o rádio, o jazz e as revistas. É verdade que seu desenvolvimento progressivo fluía necessariamente das leis gerais do capital [...] o restante foi feito pela dependência econômica europeia nos EUA, depois da Primeira Guerra Mundial e pela inflação.” (ADORNO; HORKHEIMER, 2000, p. 180).

Assim, entende-se que a Indústria Cultural, também pode ser identificada como Indústria da Comunicação, como por exemplo:

A indústria da comunicação, como qualquer outra, só tem existência assegurada onde há disponibilidade de matéria-prima e uma infra-estrutura que lhe permitam passar da fase artesanal à produção maciça. Por isso, adota a divisão do trabalho, destinada a atender à demanda sempre crescente das ideias, informações e entretenimento (principais produtos fabricados nas editoras e estúdios) com a especialização do agente. (BELTRÃO; QUIRINO, 1986, p. 65).

Ainda de acordo com Beltrão e Quirino (1986), a Comunicação de Massa contém quatro características: a industrialização, por demandar recurso financeiro para seu funcionamento e operações; a intelectualização, para que a mensagem seja de fácil entendimento, o vocabulário precisa ser simples; a universalização, pois seu conteúdo é destinado a um público indefinido, ausente de uniformidade em gênero, escolaridade e idade; e por fim, a promoção, com o objetivo de proporcionar o bem-estar social por meio da Educação, Entretenimento e Informação.

[...] o produto da comunicação de massa é, portanto, padronizado, o que se justifica pelo fato de visar a atingir um mercado maciço, não sendo possível à empresa levar em conta os desejos de uma minoria, em oposição frontal aos seus públicos largos, de níveis culturais diversos, de gostos diversos, de necessidades circunstanciais diversas. (BELTRÃO; QUIRINO, 1986, p. 67).

A respeito do público a quem é destinado o produto da CM, Netto (1972) define que a audiência é formada por um “público atomizado, constituído de indivíduos anônimos, desarraigados, isolados, empobrecidos em suas relações interpessoais - presa fácil de MCM que a mistificam e a controlam.” (1972, p. 94).

E para atender a esse público, na indústria cultural há uma estrutura técnico-burocrática que despersonaliza a criação individual e original. Assim, a criação vai se tornando produção, segundo Morin (1967), pois torna-se padrão aquilo que foi sucesso, mas a produção original, que pode se tornar um novo sucesso, oscila entre o fadigar e o desagradar.

“quanto mais a indústria cultural se desenvolve, mais ela apela para a individualização, mas tende também padronizar essa individualização” (1967, p. 34).

Esse contínuo processo de produção e reinvenção se adequa conforme o dinamismo social, político e econômico. Baseando-se nos usos das tecnologias e da sua apropriação, Michel de Certeau (1990) exemplifica:

Como na literatura se podem diferenciar ‘estilos’ ou maneiras de escrever, também se podem distinguir ‘maneiras de fazer’ - de caminhar, ler, produzir, falar, etc. Esses estilos de ação intervêm num campo que os regula num primeiro nível (por exemplo, o sistema da indústria), mas introduzem aí uma maneira de tirar partido dele, que obedece a outras regras e constitui como que um segundo nível imbricado no primeiro [...] Assimiláveis a modos de emprego, essas ‘maneiras de fazer’ criam jogo mediante a estratificação de funcionamento diferentes e interferentes. (CERTEAU, 1990, p. 92).

Observa-se, assim, que a somatória dessas transformações levou a uma sociedade dinamizada, devido ao impacto dos MCM. As interferências da CM seriam ainda notadas no decorrer do século XX, especialmente em momentos históricos e pós-guerra.

## 1.2 Transformações: Dinamismo e Contexto Social

As transformações sociais, políticas e econômicas eram registradas e interpretadas por meio de som e imagem, criando mensagens e bens culturais que outrora estavam designadas apenas aos intelectuais do século XVIII. Essa demanda passou a ser feita de forma industrial, em larga escala.

[...] a tecnologia avançada do século XX, enfim, possibilitaria o desenvolvimento de condições novas e favoráveis ao sucessivo aparecimento e vulgarização da fotografia, da cinematografia, da fonografia, da radiotelegrafia, da teleradiodifusão e da gravação magnética do som e da imagem, com as quais se completaria o sistema de fornecimento dos produtos, bens e serviços culturais do homem-massa. (BELTRÃO; QUIRINO, 1986, p. 60).

Ao se industrializar, a Comunicação inaugurou uma nova cultura que, segundo Edgar Morin *apud* Beltrão e Quirino (1986), adquire aspectos como “um corpo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções”. Nesse sentido, a apropriação da Comunicação de Massa se deu para diversas finalidades, conforme mencionada na literatura, Beltrão e Quirino (1986), Netto (1972).

Com os novos padrões de vida, decorrentes das revoluções tecnológicas, tanto no campo quando na cidade, as massas populares ingressaram, paulatinamente, em um contexto que buscava-se o bem-estar, o lazer, o consumo, padrões e experiências que outrora ficará restritas ao núcleo burguês. Um novo tipo de vida embutindo uma nova cultura foi ofertado ao ser humano.

[...] e não era só uma questão da variedade de novos equipamentos, produtos e processos que entravam para o cotidiano, mas o mais perturbador era o ritmo com que essas inovações invadiram o dia-a-dia das pessoas, principalmente no contexto desse outro fenômeno derivado da revolução, as grandes metrópoles urbanas. (SEVCENKO, 1998, p. 10).

Dentre essa oferta, observam-se as alterações e impactos no âmbito político, por exemplo. Intensificou-se o uso de panfletos (impressos) distribuídos por ativistas políticos/estudantes/operário; a propaganda política e a doutrinação da massa utilizadas por Hitler, por exemplo, ganhou estrutura como a criação de um Instituto para fins de criação de propaganda do governo alemão, durante a primeira guerra mundial.

A cultura de massa se constitui em função das necessidades individuais que emergem. Ela vai fornecer à vida privada as imagens e os modelos que dão forma a suas aspirações. [...] Nesse caso, a cultura resgata uma evasão por procuração em direção a um universo onde reinam a aventura, o movimento, a ação sem freio, a liberdade, não a liberdade no sentido político do termo, mas a liberdade no sentido individual, afetivo, íntimo, da realização das necessidades ou instintos inibidos ou proibidos. (MORIN, 1967, p. 94).

Morin (1967) acredita que o imaginário envolveu as produções nas mídias de massa nos primeiros anos do século XX, e tal arrebatamento foi observado em diferentes meios: na imprensa periódica, produções de conteúdo romanesco; no cinema, obras com aspectos de espetáculo; nos rádios e, posteriormente, na televisão, divulgação de músicas e entretenimento.

A partir da década de 30, o novo curso da cultura de massa introduz no meio do setor informativo, com insistência cada vez maior, determinados esquemas e temas que ele faz triunfar no imaginário. Em outras palavras, a cultura de massa extravasa o imaginário e ganha a informação. (MORIN, 1967, p. 103).

Entre 1930 e 1940, o cinema americano, por exemplo, fez essa aproximação entre o imaginário e o real, possibilitando cenários, roteiros e personagens com características próximas a da vida real, buscando semelhança e simpatia com o público. “Um gigantesco impulso do imaginário em direção ao real tende a propor mitos de auto-realização, heróis modelos, uma ideologia e receitas práticas para a vida privada.” (MORIN, 1967, p. 94).

O mundo inteiro passou pelo crivo da Indústria Cultural. A velha experiência do espectador cinematográfico para quem a rua lá de fora parece a continuação do espetáculo acabado de ver - pois que este quer precisamente reproduzir de modo exato o mundo perceptivo de todo dia - tornou-se o critério de produção. Quanto mais densa e integral a duplicação dos objetos empíricos por parte de suas técnicas, tanto mais fácil fazer crer que se acaba de ver no cinema. (ADORNO; HORKHEIMER, 2000, p. 175).

Ao desenvolver o imaginário e, ao mesmo tempo, buscar semelhanças com a vida privada do espectador, outros Meios de Comunicação buscaram formas de mediações, como por exemplo: os meios impressos passaram a adotar cartas para conselhos amorosos; nas rádio, locutores utilizaram da conversação para se aproximar e criar amizade com o ouvinte; na televisão, o que era belo, simpático e sorridente ganhou visibilidade.

Com o advento do século XX, as técnicas de reprodução atingiram tal nível que, em decorrência, ficaram em condições não apenas de se dedicar a todas as obras de arte do passado e de modificar de modo bem profundo os seus meios de influência, mas de elas próprias se imporem, como formas originais de arte. Com respeito a isso, nada é mais esclarecedor do que o critério pelo qual duas de suas manifestações diferentes - a reprodução da obra de arte e a arte cinematográfica - reagiram sobre as formas tradicionais de arte. (BENJAMIN, 1996, p. 167).

De acordo com Morin (1967), essas adaptações provocadas pela Cultura Massa, contribuíram para a construção de maior familiaridade e proximidade entre quem produzia e quem consumia. Entretanto, o referido processo enfrentou resistência por parte de estudiosos e intelectuais. Em relação ao cinema e ao que ele desperta no espectador, por exemplo, o francês Duhamel fez objeções:

Trata-se de uma divisão de párias, um passatempo para analfabetos, de pessoas miseráveis, aturdidas por seu trabalho e suas preocupações. Um espetáculo que não requer nenhum esforço, que não pressupõem nenhuma implicação de idéias, não levanta nenhuma indagação, que não aborda seriamente qualquer problema, não ilumina paixão alguma, não desperta nenhuma luz no fundo dos corações, que não exercita qualquer esperança a não ser aquela, ridícula de um dia virar *star* em Los Angeles. (DUHAMEL *apud* BENJAMIN, 1996, p. 33).

Os MCM também foram usados pela política com o intuito de propagar ideias, sentidos e despertar emoções. No período entre guerras, especialmente entre 1930 e 1940, os discursos em rádios, campanhas publicitárias e os registros cinematográficos davam a dimensão da apropriação política na Comunicação.

No Brasil, por exemplo, Getúlio Vargas foi um dos políticos que mais se apropriou da oratória em rádio e, conseqüentemente, dos MCM para aproximação com o público, conforme expõem Sevcenko (1998):

Nos anos de 30 e 40, vividos predominantemente sob a tutela Varguista (1930-45), a orientação autoritária do governo pretendeu compor doses complementares de repressão e doutrinação a fim de construir sua base social de sustentação política. Haurindo ensinamentos dos regimes repressivos que se multiplicaram na Europa nesse período, as autoridades federais procurariam tirar o máximo proveito das técnicas de propaganda e dos meios de comunicação social, muito especialmente do rádio. [...] o regime expunha a inclinação conformista de suas formas de consumo e sua particular adequação como recursos de gestão social. (SEVCENKO, 1998, p. 38).

Já o período pós-guerra, a partir de 1945, serviu para estudos a respeito das aplicações e impactos dos Meios de Comunicação de Massa. O impacto da ciência e da tecnologia, despertou a atenção para o processo de controle da Comunicação.

Os anos que se seguiram à II Guerra Mundial trouxeram muita reflexão acerca do desempenho e dos efeitos dos meios de comunicação de massa, dos resultados de suas mensagens, rapidamente difundidas, e das condições em que operava cada elemento do processo comunicacional. (BELTRÃO; QUIRINO, 1986, p. 185).

Segundo Morin (1967), a Cultura de Massa e a publicidade apadrinham-se. Financeiramente, uma retorna com investimentos para a outra, seja na criação de novos programas nos Meios de Comunicação ou nos produtos divulgados pela publicidade que enaltecem a vida desejada pelo público.

Um dos exemplos que ilustra essa relação, é o caso dos produtos usados pelos adolescentes tanto da América do Norte, URSS, Suécia, Polônia, Inglaterra, França e como dos de Marrocos. Cultura de Massa e Publicidade fornecem elementos para que seja seguida uma tendência comportamental em comum.

Por volta da metade do século XX, todas essas tendências esparsas individuais, tomaram uma consistência sociológica: a constituição de uma classe adolescente ocorre não só na civilização ocidental, mas em escala mundial. [...] vemos uma tendência comum aos grupos adolescentes a afirmar sua própria moral, aprovar seu uniforme (blue jeans, blusões, suéteres), a seguir sua própria moda, a reconhecer-se nos heróis, uns exibidos pelo cinema (James Deam, Belmondo), outros oriundos de fatos diversos; ao mesmo tempo, uma sensibilidade adolescente se infiltra na cultura de massa (filmes, nouvelle vague, romances de Sagam). (MORIN, 1967, p. 161).

Os efeitos da dinâmica social proporcionada pela Comunicação de Massa abriram caminhos para pesquisas e estudos vastos e intensos. Segundo Beltrão e Quirino (1986), considerar o receptor como inteiramente passivo diante aos Meios de Comunicação de Massa é uma interpretação que não se sustenta.

O estudo dos efeitos da comunicação de massa é um campo extremamente vasto e complexo, onde não há mais lugar para posição inicial que considerava o receptor como inteiramente passivo diante da onipotência dos meios [...] também não há mais lugar para conclusões simplistas, segundo as quais os meios de comunicação de massa seriam a causa única e eficiente de mudanças de atitudes e comportamentos. (BELTRÃO; QUIRINO, 1986, p. 191).

Acrescenta-se a essa discussão, a contribuição de Certeau (1990) sobre a apropriação e sobre o uso do produto oriundo dos MCM e sua relação com o consumidor:

Seja como for, o consumidor não poderia ser identificado ou qualificado conforme os produtos jornalísticos ou comerciais que assimila: entre eles (que deles se serve) e esses produtos (indícios da ‘ordem’ que lhe é imposta), existe o distanciamento mais ou menos grande do uso que faz deles. (CERTEAU, 1990, p. 95).

Katz e Lazarsfeld *apud* Netto (1972) acrescentam outras concepções como “as ligações sociais do membro da audiência com outras pessoas, e o caráter das opiniões e atividades que compartilha com elas, influenciam suas respostas aos MCM.” Nesse sentido, as reações diversas perante os meios são influenciadas por fatores como exposição, o tipo do meio, conteúdo e comportamento do receptor.

Netto (1972) também aponta outras abordagens para a compreensão das relações dos Meios de Comunicação de Massa com o público e, conseqüentemente, seus efeitos, embasando-se em que cada membro da audiência faz com os MCM e não o que os MCM fazem com o público. ‘Essa nova abordagem parte do pressuposto de que a mensagem mais cuidadosamente elaborada do mais poderoso MCM não é capaz de influenciar um indivíduo que não tenha um ‘uso’ para ela, no contexto psicológico e social em que vive.’ Nesse sentido, o autor define que as pessoas ‘modelam seletivamente o que vêem e ouvem a partir de seus interesses e papéis sociais’. (1972, p. 26).

Não obstante para tal discussão, a Cultura de Massa também é identificada por ‘terceira cultura’ e conflita com a tradicional (nacional, religiosa) e com a cultura humanística, que é caracterizada pelo desenvolver do saber, da teorização.

De acordo com Morin (1967), com a Cultura de Massa, decorrente dos Meios de Comunicação de Massa, nasceu-se um “folclore cosmopolita”, ou seja, uma nova linguagem universal, com características imagéticas, dando forma a projeção e à identificação.

O cosmopolitismo da cultura de massa é também, e ao mesmo tempo, a promoção de um homem moderno que se universaliza, o homem que aspira a uma vida melhor, o homem que procura sua felicidade pessoal e que afirma os valores da nova civilização. A cultura de massa une intimamente em si os dois universos, universal da afetividade elementar e o universal da modernidade. Esses dois universais apoiam-se um sobre o outro e nesse duplo movimento acentuam-se a força de difusão mundial da cultura de massa. (MORIN, 1967, p. 168).

Tal cultura não se limitou aos campos sociais, interferindo no comportamento e experiências individuais e coletivas, seus efeitos também foram sentidos na Educação.

### 1.3 Comunicação de Massa como suporte para o Ensino

Dadas as transformações que a sociedade sofreu no processo tecnológico do século XX, a concepção do acesso à cultura e à informação foi alterada. Conforme expõe Hobsbawm (1995), a universalização da cultura abriu espaço para a circulação de ideias, pensamentos e a construção de conhecimento.

Em termos gerais, o fato decisivo da cultura do século XX, o surgimento de uma revolucionária indústria de diversão popular voltada para o mercado de massa, reduziu as formas tradicionais de grandes artes a guetos da elite, e de meados do século em diante seus habitantes eram essencialmente pessoas com educação superior. [...] a cultura comum de qualquer país urbanizado de fins do século XX se baseava na indústria da diversão de massa - cinema, rádio, televisão, música popular .. (HOBBSAWM, 1995, p. 492).

Nesse contexto, segundo Morin (1967), nas sociedades ocidentais, a mentalidade foi transformada pelas alterações econômicas e industriais, enquanto nas nações denominadas como terceiro mundo, a propagação da cultura audiovisual e aos Meios de Comunicação foram os responsáveis pela construção da mentalidade.

O elevado índice de analfabetismo, já existente nessas nações, contribuiu para que aos Meios de Comunicação de Massa adquirissem o papel de multiplicadores de conhecimento, ideias e mudanças. Essa função foi reconhecida pela ONU, em 1962, como menciona Netto (1972, p.29)

[...] os MCM tem importante papel a desempenhar na educação e no progresso econômico e social em geral e as novas técnicas de comunicação oferecem oportunidades especiais para a aceleração do processo de educação. (NETTO, 1972, p. 29).

Segundo Crosland (1962), há uma relação entre a qualidade dos Meios de Comunicação de Massa e a Educação da Massa.

Os MCM seriam, assim, uma espécie de espelho a refletir a qualidade da educação de um povo. Se o nível desta é baixo, se esta não beneficia senão uma parte exígua da população, se o tempo de permanência nas escolas - em horas diárias e em anos - é muito limitado para a maioria das pessoas, e se as escolas de nível pré-primário, elementar e médio não ensinam os jovens a discriminar padrões de excelência e bom gosto, nem os ensinam a melhorar a qualidade de suas vidas diárias, dificilmente os MCM desse povo poderão oferecer algo melhor do que trivialidades, sordidez, violência, mau gosto. (CROSLAND *apud* NETTO, 1972, p. 34).

No Brasil, por exemplo, o cinema foi uma ferramenta da Comunicação de Massa que serviu ao Sistema educacional, a partir de 1929. Em 13 de janeiro de 1937, com a

reorganização do Ministério de Educação e Saúde Pública e, conforme a lei 378, o Instituto Nacional de Cinema Educativo, INCE, foi criado com intuito de oferecer uma Educação que reescrevesse aspectos variados e desconhecidos da cultura brasileira para a sociedade de massa.

Sob a tutela do Ministério da Educação, liderado por Gustavo Capanema, o INCE teve como primeiro coordenador o antropólogo Roquette-Pinto. Entre 1930 e 1945, o INCE acumulava cerca de 250 títulos produzidos e uma filmoteca com mais de 500 filmes.

O uso dos recursos de som e imagem no ambiente escolar intensificou-se como objeto de pesquisa a partir de 1940. Enquanto o professor utilizava-se da oratória, quadro-negro e leitura, os estudantes eram rodeados de estímulos audiovisuais, passavam a conviver com um fluxo de informações impressas, sonoras, televisivas e cinematográficas no ambiente extra-classe.

Ondas que invadiram a quase totalidade das zonas urbanas e ganham, invencíveis, as zonas rurais. A criança, na verdade, não é cercada somente pela imagem, mas por um conjunto de estimulações auditivas e, segundo um vocabulário doravante admitido, audiovisuais. O que sabemos atualmente sobre este completo mostra, contudo, que o cinema e a televisão são os principais alimentos da ‘escola paralela’ (as palavras foram sugeridas por um professor), muito mais competitivas e perigosa para a escola oficial porque se apresenta com todas as sedições do lazer e da função imediata. (FRIEDMANN *apud* NETTO, 1972, p. 49).

Com o advento da internet e da sua popularização nas últimas décadas do século XX, aconteceu um salto tecnológico: as tecnologias da informação integraram-se a rotina da sala de aula. Bittencourt (2004) ressalta que a relação entre escola e as novas tecnologias da informação (imprensa, televisão, vídeo, computador, por exemplo), tem sido contraditória, uma vez que causa estranheza e, ao mesmo tempo, traz novas experiências para as estratégias de ensino.

[...] até o momento atual os professores têm tido acesso a um conjunto de meios de caráter diversificado, de uma forma geral utilizados isoladamente - os livros, o gravador de vídeo, o gravador de áudio, o retroprojetor, o projetor de diapositivos, o computador. o termo *multimedia* aparece normalmente associado à utilização, num mesmo projeto de trabalho, de diferentes tipos de *media*. Se pensarmos na etimologia da palavra, ela é, à partida, repetitiva. Se o term *media* é, em latim, o plural de *medium*, acrescentar-lhe *multi* é dizer duas vezes a mesma coisa [...] Nos anos 80 o termo *multimedia* era normalmente utilizado para definir uma coleção de diferentes *media* [...] para descrever um *package* de informação transmitida sob diferentes formas: texto, cassete, áudio, vídeo, etc. [...] Nos anos 90, com o aparecimento de computadores pessoais que permitem acender e gerir informação áudio e vídeo, o termo *multimedia* passa a ter um novo significado. Os avanços tecnológicos possibilitam agora armazenar diferentes elementos, provenientes de fontes diversificadas, num único *medium*. (SOUZA, apud BITTENCOURT, 2004, p. 63).

Com essa transformação, resultante da inserção das novas ferramentas, os benefícios sociais proporcionados pelos Meios de Comunicação de Massa estão atrelados ao ampliar do conhecimento e ao permitir o acesso de conteúdo e de informação para a maioria da população. Consequentemente, esse processo criou um entrelaçamento com as práticas didáticas.

Ao longo de toda sua História, a comunicação de massa têm demonstrado sua eficiência no combate ao privilégio. O significado do desenvolvimento da imprensa não foi somente o de alterar o equilíbrio de longos séculos de comunicação direta falada, favorecendo a comunicação indireta e visual em larga escala, mas também, o que é mais importante estender o conhecimento, limitado a uns poucos privilegiados, a um número incomparavelmente maior de pessoas. (SCHARAMM *apud* NETTO, 1972, p. 35).

Nesse sentido, por fim, observa-se que, nas décadas finais do século XX, especialmente quando a presença da internet se tornou uma ferramenta à serviço do ensino e passou a dialogar com a rotina escolar, o emprego dos Meios de Comunicação de Massa em sala de aula e suas potencialidades pedagógicas abriram um novo nicho de estudo e pesquisa em Educação, expondo a necessidade de adaptações na prática docente e a busca por novas estratégias de ensino.

## Capítulo II - Internet: da Comunicação à Educação

### 2.1 - Internet: uma nova forma de Comunicação

Na segunda metade do século XX, especialmente após a Segunda Guerra Mundial (1938-1945), o mundo vivenciou os impactos da Guerra Fria (1950-1989), um conflito militar, político, ideológico, cultural e econômico que dividiu os países em pró-capitalistas, tendo como representante os Estados Unidos, ou pró-socialistas, tendo como representante a União Soviética.

Foi neste contexto, frente aos avanços tecnológicos soviéticos e em uma corrida armamentista, que estudiosos, pesquisadores e engenheiros norte-americanos se uniram em prol do progresso tecnológico que contribuíssem para a segurança nacional norte-americana.

A Guerra Fria forneceu um contexto em que havia forte apoio popular e governamental para o investimento em ciência e tecnologia de ponta, particularmente depois que o desafio do programa espacial soviético tornou-se uma ameaça à segurança nacional dos EUA. Nesse sentido, a Internet não é um especial na história da inovação tecnológica, um processo que geralmente está associado à Guerra: o esforço científico e de engenharia feito em torno da Segunda Guerra Mundial constituiu a matriz para as tecnologias da revolução da microeletrônica, e a corrida armamentista durante a Guerra Fria facilitou seu desenvolvimento. (CASTELLS, 2003, p. 22).

Para chegar à origem da Internet, o autor remonta às décadas de 1950 e 1960, nos Estados Unidos, país que originou uma rede de computadores chamada ARPANET, montada pela *Advanced Research Projects Agency* (ARPA):

A ARPA foi formada em 1958 pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos com a missão de mobilizar recursos de pesquisa, particularmente do mundo universitário, com o objetivo de alcançar superioridade tecnológica militar em relação à União Soviética na esteira do lançamento do primeiro Sputnik, em 1957. A Arpanet não passava de um pequeno programa que surgiu de um dos departamentos da ARPA [...] o objetivo era estimular a pesquisa em computação interativa. O passo seguinte foi tornar possível a conexão da Arpanet com outras redes de computadores a começar pelas redes de comunicação que a ARPA estava administrando: a PRNET e a SATNET. Isso introduziu um novo conceito: uma rede de redes. (CASTELLS, 2003, p. 14).

Inicialmente, o uso da Internet era destinado ao serviço militar e as Universidades. Ao longo da década de 1970, desdobramentos foram feitos a fim de atender às exigências militares para segurança, criando-se uma rede independente, denominada de MILNET, e outra com exclusividade para a pesquisa, nomeada de ARPA-INTERNET.

Segundo Castells (2003), com essa nova divisão, o governo norte-americano passou a administração da Internet para a *National Science Foundation* (NSF), que, aproveitando da desregulamentação sobre telecomunicações da época, tratou de privatizar essa tecnologia, permitindo abrangência mundial e novas definições para seu uso.

O que permitiu à Internet abarcar o mundo todo foi o desenvolvimento da *WWW*. Esta é uma aplicação de compartilhamento de informação desenvolvida em 1990, por um programador inglês, Tim Bernes-Lee, que trabalhava no CERN, o Laboratório Europeu para a Física de Partículas, em Genebra. [...] Ele definiu e implementou o software que permitia obter e acrescentar informação de e para qualquer computador conectado através da Internet: http, mhtml, uri (mais tarde chamada de url). [...] Bernes-Lee construiu um programa navegador/editor em dezembro de 1990, e chamou esse sistema de hipertexto de *World Wide Web*, a rede mundial. O software do navegador da *Web* foi lançado na net pelo CERN em agosto de 1991. (CASTELLS, 2003, p. 18).

O caminho aberto por LEE permitiu o surgimento de software para navegação, tais como: *Mosaic*, de Marc Andreessen e Eric Bina, que possibilitou avanços nas capacidades gráficas, podendo distribuir imagens pela Internet, ação pioneira da Universidade de Illinois, nos Estados Unidos, além da entrada da Microsoft, em 1995, com o *Windows 95* e o navegador *Internet Explorer*.

Segundo Castells (2003), devido à popularização desse software de navegação, foi a partir de 1995 que a maioria das pessoas - sociedade em geral - tendem a datar como o surgimento da Internet, apesar de ter oficialmente surgida décadas antes, como resumem Asa Briggs e Peter Burke (2016):

[...] a internet, ‘mais um fenômeno que um fato’, desenvolveu uma psicologia própria, como havia feito o ‘desbravamento da fronteira’ no século XIX, e, juntamente com a psicologia, o que veio a ser chamado de sua ‘ecologia’. [...] contudo, suas origens estavam na física do Estado em 1968-69, com o indispensável apoio financeiro do governo norte-americano, como uma rede limitada (ARPANET), compartilhando a informação entre universidades ‘*high-tech*’ e outros institutos de pesquisas. (BRIGGS; BURKE, 2016, p. 336).

Pierre Lévy (2010) auxilia na compreensão da diferença entre Internet e Web (WWW). Para o autor, o conjunto de todas as redes e gateways que usam protocolos TCP/IP é

denominado Internet, por outro lado, a WEB é identificada por ser “apenas um dos diversos serviços disponíveis através da Internet. Nesse sentido, também se observa que a compreensão da Internet faz referência a uma nova forma de pensar e de agir.

Em relação à presença da Internet no cenário brasileiro, segundo Williams (2007), o final da década de 1980 foi que a Internet chegou. Um discurso político de fazer o Brasil acompanhar as modernidades dos países do primeiro mundo, o então presidente Collor, que governou entre 15/03/1990 a 29/12/1992, era um político que fazia um discurso pela adesão ao ingresso dessa tecnologia, a favor da abertura comercial e facilitação do acesso de todos ao consumo.

A Internet chegou no Brasil em 1988, quando o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC) e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) fizeram funcionar uma rede universitária conectada à BITNET, então uma rede que interligava computadores de universidades e de grandes empresas estadunidenses e de outros países. (WILLIAMS, 2007, p. 433).

Os desdobramentos causados pela Internet e pelo *World Wide Web*, a partir da década de 1990, foram observados em diversas áreas: econômicas, sociais, políticas e culturais. Estar fora dessa mudança é, segundo Castells (2003), a forma mais danosa de exclusão social, cultural e econômica.

As pessoas, as instituições, as companhias e a sociedade em geral transformam a tecnologia, qualquer tecnologia, apropriando-a, modificando-a. Esta é a lição fundamental que a história social da tecnologia ensina, e isso é ainda mais verdadeiro no caso da internet, uma tecnologia da comunicação. A comunicação consciente (linguagem humana) é o que faz a especificidade biológica da espécie humana. Como nossa prática é baseada na comunicação, e a internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. Por outro lado, ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria internet. Um novo padrão sociotécnico emerge dessa interação. (CASTELLS, 2003, p. 10).

Tais interações proporcionadas pela Internet também foram observadas pelos Meios de Comunicação de Massa, que viram o dinamismo de suas atividades sendo impactadas na transição do século XX para o XXI. Entretanto, faz-se necessário saber que no Brasil, até 2018, de cada 10 brasileiros, 3 não possuíam acesso à internet, segundo dados TIC Domicílios (2018).

## 2.2 - Internet e Comunicação de Massa: interações

No desenvolvimento da Sociedade, novos conceitos e definições surgem para explicar o que aconteceu. Com os Meios de Comunicação isso também foi observado. A própria definição de Comunicação sofreu alterações ao longo dos anos conforme o entendimento do homem. Sobre esse processo, Briggs e Burke (2016) observam:

As definições de dicionário da palavra ‘comunicação’, no singular e sem prefixo ‘tele’, têm mudado substancialmente nos últimos 25 anos. Em 1955, o *Oxford English Dictionary* a definia como: ‘1. A ação de comunicar, agora raramente se referindo a coisas materiais. 2. Compartilhamento, transmissão ou troca de ideias, conhecimentos, seja por meio da fala, da escrita ou de sinais.’ Em 1972, lançou-se um suplemento desse dicionário em que a palavra comunicação era definida como ‘a ciência ou processo de transmissão de informações, em especial por meio de técnicas eletrônicas ou mecânicas’ (BRIGGS; BURKE, 2016, p. 302).

A necessidade de adaptar o conceito de uma palavra para que essa seja melhor compreendida revela a transformação que a sociedade vem vivenciando. O historiador Marc Bloch (2001) já enfatizava esse processo do uso de termos que ora aproximam ora distanciam da realidade da sociedade para compreensão de impactos, modificações, processos, novos caminhos. Por exemplo, os autores comparam os impactos das locomotivas no século XIX na Grã-Bretanha, com os computadores para os EUA no século XX, sendo esses uma “mola principal de toda uma gama de atividades de mídia” (BRIGGS; BURKE, 2016, p. 310).

Também no objetivo de auxiliar na dimensão das modificações ocorridas na Comunicação, Castells (2003), compara a Internet e seus impactos com a chegada da Eletricidade e o motor elétrico.

A Internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. [...] a Internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede (CASTELLS, 2003, p. 7).

Com a popularização da Internet, um processo de mudança na forma de consumir informação e também de produzi-la começa a ser iniciado nos anos finais do século XX, conforme observa Castells (2003):

Durante toda a década de 1990, futurólogos, tecnólogos e magnatas da mídia perseguiram o sonho da convergência entre computadores, a Internet e a mídia. A palavra-chave era ‘multimídia’ e sua materialização era a caixa mágica que se materializaria na sala de estar e poderia, a nosso comando, abrir uma janela global para infinitas possibilidades de comunicação interativa em formato de vídeo, áudio e texto. (CASTELLS, 2003, p. 155).

Em relação ao consumo da informação, o autor menciona que entre os anos de 1985 e 2000, foi observada uma migração do público jovem norte-americano da televisão para a internet. Os primeiros dados trazidos por Castells (2003) apontam que de cada 10 jovens com menos de 18 anos, 2 já passava mais tempo na frente do computador ao invés de assistir a televisão.

Se a forma de consumo estava mudando, a maneira de produzir Comunicação também, obrigando os tradicionais Meios de Comunicação de Massa se adaptarem e dinamizarem seus trabalhos. “a Internet é o resultado da apropriação social de sua tecnologia por seus usuários/produtores. Uma história semelhante pode estar se desenvolvendo na interação entre a mídia e a Internet.” (CASTELLS, 2003, p. 160).

O autor menciona que, em relação à rádio, a Internet foi uma forma menos onerosa e acessível para divulgação de música, permitindo alcançar grupos específicos de ouvintes. No jornais, com intuito de manter-se atualizados com os fatos instantâneos, as notícias começaram a ser publicadas em versões *on-line*, acessíveis a qualquer momento. Já com os livros, a Internet impactou desde a concepção, publicação e impressão e serviu de grande ferramenta de propaganda e marketing para divulgar as obras.

A internet é um meio de comunicação com lógica própria e linguagem própria [...] É usada para a divulgação de mensagens políticas, para a comunicação por e-mail com as redes da vida, para a transmissão de ideias e a busca de informação. É comunicação, mas não entretenimento, pelo menos predominante. E como as mídias audiovisuais, e particularmente a televisão, tornaram-se dominadas pela lógica do entretenimento, inclusive em programas que misturam notícias e entretenimento, a Internet interpreta essa lógica como um fracasso da comunicação, e passa ao largo dela. O tipo de comunicação que prospera na Internet está relacionada à livre expressão em todas as suas formas, mais ou menos desejável segundo o gosto de cada pessoa. (CASTELLS, 2003, p. 165).

A dinâmica da Comunicação foi alterada com a chegada e, conseqüentemente, com o crescimento do acesso a Internet. Um reflexo desse novo modo de Comunicação foi a transformação cultural. Segundo Jordan e Parcker (2003), novos aspectos culturais tornaram apreciados pela sociedade contemporânea, sendo esses aspectos: integração, interatividade, hipermídia, imersão, narratividade.

Integração é a combinação das formas artísticas e da tecnologia numa forma híbrida de expressão. Interatividade é a capacidade do usuário de manipular e afetar diretamente a experiência da mídia e de se comunicar com outros através dela. Hiperídia é a realização de elementos separados da mídia uns com os outros para criar uma trilha de associação pessoal. Imersão é a experiência de ingressar na simulação de um ambiente tridimensional. Narratividade são as estratégias estéticas e formais que derivam dos conceitos acima e que resultam em formas não lineares de história de apresentação da mídia. (JORDAN; PARCKER *apud* CASTELLS, 2003, p. 165).

Com os avanços permitidos pela internet a partir dos anos de 1990, Briggs e Burke (2016) apresentam que estudiosos geraram um alarde e euforia devido às incertezas em relação ao uso por parte do indivíduo, principalmente nas conotações de ‘massa’

Quanto mais usuários da internet houvesse, mais terreno inútil existiria. Alguns afirmavam que a Internet iria ‘poluir o espírito humano’, enquanto Neil Postman, nos Estados Unidos, cunhou o termo ‘tecnopólio’, em 1993, para descrever o que chamou de ‘rendição da cultura diante da tecnologia’ [...] A maioria dos primeiros provedores de software considerava que a Internet liberava e dava poder aos indivíduos, oferecendo vantagens sem precedentes a sociedade. (BRIGGS; BURKE, 2016, p. 338).

Seus impactos ao longo da década do ano 2000 geraram manchetes em jornais europeus que sugeriram mudanças cerebrais causadas pela Internet. Uma migração do pública da TV para a WEB também começa a ser observada. Outros veículos de Meios de Comunicação de Massa também foram afetados criando formatos digitais, reduzindo tiragens, ampliando conteúdo na WEB.

Nos Estados Unidos a Internet foi atacada como responsável pelo declínio das páginas literárias dos jornais sobreviventes, e criou-se um círculo nacional de críticos literários com a finalidade de preservar as resenhas [...] os críticos davam lugar aos blogueiros. (BRIGGS; BURKE, 2016, p. 380).

Pierre Lévy (2010) faz referência ao processo de digitalização que iniciou com a chegada da Internet, afetando os Meios de Comunicação de Massa e exigindo adaptações.

A principal tendência neste domínio é a digitalização, que atinge todas as técnicas de comunicação e de processamento de informação. Ao progredir, a digitalização conecta no centro de um mesmo tecido eletrônico o cinema, a radiodifusão, o jornalismo, a edição, a música, as telecomunicações e a informática. As diferentes categorias profissionais envolvidas enfrentavam os problemas de apresentação e contextualização de acordo com as tradições próprias, com a especificidade de seus suportes materiais (LÉVY, 2010, p. 103).

Outro pesquisador que contribui para refletir sobre as mudanças causadas pela Internet, Meios de Comunicação e Sociedade é Libâneo (2002), que afirma que o mundo

contemporâneo está marcado pelos avanços na Comunicação e na informática com transformações técnicas e científicas, tudo isso intervindo na vida social, com mudanças econômicas, políticas e culturais.

Dentre essas intervenções, Martino (2015) observa as interferências promovidas pelos Meios de Comunicação, que causam na sensibilidade humana modificações na forma como aprendemos. Para explorar esse pensamento, o autor faz uso conceito defendido por McLuhan, que afirma que nossos sentidos e a maneira como percebemos a realidade ao nosso redor são impactados pelos MC.

Na aldeia global, a alfabetização pelos signos da escrita é substituída pela preparação audiovisual para os meios eletrônicos. O fluxo de imagens e sons de certa maneira marca um retorno da narrativa oral, agora mediada pela eletrônica e tornada audiovisual e sensorial. A sensibilidade humana desloca-se novamente para os ouvidos e para os olhos, bem como para a voz. A leitura perde espaço diante da imagem e o signo escrito perde espaço para os signos audiovisuais (MARTINO, 2015, p. 195).

Mas há claras relações entre Internet e Meios de Comunicação de Massa, entretanto Martino (2015) discorre de suas diferenças, principalmente quando comparada aos Meios tradicionais de Comunicação, tais como: televisão, cinema e rádio. Para o autor, a internet é considerado o primeiro Meio de Comunicação de Massa uma vez que o indivíduo possui plena autonomia e acessibilidade para se comunicar com a sociedade em geral, com a massa, de forma rápida e de grande difusão.

[...] a internet é o primeiro meio de comunicação de massa. Não se trata, evidentemente, de uma forma de 'comunicação de massa' como eram a televisão, o cinema e o rádio. Ao permitir que qualquer pessoa, provida de equipamentos relativamente simples e baratos como câmera e gravadores de áudio, crie e publique seu próprio conteúdo e levando em conta que isso é feito por milhões de pessoas todos os dias, pela primeira vez chega-se a uma produção em massa, com um grau de difusão além de qualquer delírio capitalista das grandes corporações de mídia. (MARTINO, 2015, p. 128).

Martino (2015) explora a possibilidade que a internet permitiu para os Meios de Comunicações, mas, especialmente, para os indivíduos que, de forma única, passam a serem também produtores de conteúdos e não mais consumidores. Para tanto, o autor faz referência à Cultura da Convergência, do pesquisador Henry Jenkins:

Uma das premissas mais importantes do conceito de cultura da convergência diz respeito à possibilidade de cada indivíduo ser potencialmente um produtor de mensagens. Neste ponto, o fato das tecnologias digitais estarem presentes no cotidiano facilita o trabalho de criação (ou recriação) por indivíduos fora do circuito da Indústria Cultural. Esses produtos assumem uma enorme quantidade de formas, desde a criação de um trecho de algum filme *hollywoodiano* com outra trilha sonora, até a criação autônoma de vídeos, áudios e textos. (MARTINO, 2015, p. 37).

Santaella (2003) contribui esclarecendo que nas passagens culturais da sociedade nascem outras formas de cultura. No contexto digital, nasce a cultura das mídias, conceito oriundo de um período transitório do processo comunicativo que possuem diferentes linguagens.

Ela não se confunde nem com a cultura de massas, de um lado, nem com a cultura virtual ou cibercultura de outro. É, isto sim, uma cultura intermediária, situada entre ambas. Quer dizer, a cultura virtual não brotou diretamente da cultura de massas, mas foi sendo semeada por processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais a que chamo de “cultura das mídias”. Esses processos são distintos da lógica massiva e vieram fertilizando gradativamente o terreno sociocultural para o surgimento da cultura virtual ora em curso. (SANTAELLA, 2003, p. 24).

Sobre as respostas rápidas geradas pelos Meios de Comunicação de Massa, os pesquisadores Moran et al. (2000) definem que na sociedade urbana o conhecimento é multimidiático, ou seja, se torna menos profundo e mais generalista. Um dos meios exemplificado pelo autor, é a televisão. “O ritmo alucinante da televisão, utilizando vários canais sensoriais e linguagens simultâneas, favorece esse tipo de conhecimento de assimilação imediato.” (MORAN et al., 2000, p. 20).

Nesse sentido, a internet intensifica esse processo do imediato: a fração do tempo, o agora, é um fator apreciado e valorizado na difusão do conhecimento. A Comunicação por meio da Internet tem pressa.

Essa adaptação do tempo, meios de mensagens e Comunicação é facilmente compreendida por Martino (2015), que explica como cada sociedade, dentro do seu tempo e espaço, faz uso das Tecnologias de Comunicação para transmitir conhecimento e informações. Identificar esses meios e relacioná-los com o período histórico é um caminho para compreender cada sociedade em seus diversos aspectos.

A ideia central é que o meio de comunicação principal usado em cada período da história por uma sociedade está diretamente vinculado ao modo como essa sociedade se organizava em termos políticos, econômicos e culturais. Essa afirmação parte de uma premissa relativamente simples: os meios de comunicação são responsáveis pela organização, gestão e disseminação do conhecimento nas sociedades. [...] Portanto, os meios usados para disseminar as informações são responsáveis pela forma de distribuição do conhecimento na vida social, em particular, pela formação de monopólios ou oligopólios de informações. Cada meio, no singular, tem suas próprias características que, por sua vez, relacionam-se com a organização das informações em cada sociedade. (MARTINO, 2015, p. 189).

Dentre essas formas de organização da informação, a que foi ganhando escopo e predomínio no início do século XXI, são as nomeadas Mídias Digitais. Nelas, a forma de transmissão de informação e produção do conhecimento ganha nova roupagem e dinamiza a sociedade, abrindo caminhos para a cibercultura, como define Lévy Pierre (2010), e que será abordado com mais detalhe no item seguinte.

### 2.3 - Mídias Digitais: uma sociedade produzida em rede

O desenrolar das tecnologias, desde o surgimento das mídias físicas e do advento da internet, conforme já expostos, fez surgir novas formas de Comunicação e ferramentas de divulgação e produção do conhecimento. Nesse processo comunicacional multimidiático do século XXI, oriundo da internet, outro suporte de transmissão de mensagem ganhou espaço: Mídia Digitais, que podem ser definidas da seguinte forma:

[...] em uma mídia digital, todos os dados, sejam eles sons, imagens, letras ou qualquer outro elemento são, na verdade, sequências de números. Essa característica permite o compartilhamento, armazenamento e conversão de dados. (MARTINO, 2015, p. 11).

Martino (2015) afirma que a partir dos primeiros anos da década de 1990, tanto a internet quando as Mídias Digitais estavam cada vez mais presentes no cotidiano dos indivíduos. A sociedade caminhava para, em poucos anos, estar conectada por meio de celulares e aparelhos eletrônicos com acesso à Internet.

O impacto social das Mídias Digitais pode ser observado na formação de comunidades virtuais, cujo propósito está na troca de conhecimento, interação e formação de identidade, conforme observa Castells (2003):

Comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um senso de integração e identidade social. Naturalmente, a questão decisiva aqui é o deslocamento da comunidade para a rede como a forma central de organizar a interação. [...] As redes são montadas pelas escolhas e estratégias de atores sociais, sejam indivíduos, famílias ou grupos sociais. (CASTELLS, 2003, p. 107).

Nesse sentido, Castells (2003) apresenta uma das funções da Internet, por meio das Mídias Digitais, que é a de permitir a possibilidade de criação coletiva, aproximando pessoas distantes, para que componham e realizam juntas. Por meio da interação e da contradição, nasce um conhecimento compartilhado virtualmente.

Para Lévy (2010), esse processo denominou-se ‘inteligência coletiva’, sendo “o vínculo entre diversas competências, ideias e conhecimentos, articulado na interação virtual entre indivíduos no ciberespaço.” (LÉVY, 2010, p. 31).

Dessa maneira, o início dos anos 2000 trouxe a possibilidade da sociedade interagir em rede, produzindo, articulando-se, criando Redes Sociais.

Redes Sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes. Apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais. Entre outros elementos, redes são definidas por seu caráter horizontal, desprovido de uma hierarquia rígida. (MARTINO, 2015, p. 55).

Diante da realidade das comunidades existentes no ciberespaço, Martino (2015) reforça que o conhecimento que circula nas Redes Sociais é modificado, recriado e alterado de acordo com as situações pertinentes do momento.

O estudioso acrescenta ainda que, esse conhecimento não perdeu sua inteligência, pois todos, de forma em potencial, tendiam a contribuir, criando um conjunto de saberes coletivos, disponíveis para serem usados e transformados a qualquer momento nas Redes Sociais.

A dinâmica entre seus participantes refere-se à forma de interação entre eles. Pode ser entendida como o movimento existente em uma rede, como a quantidade e os tipos de conexões estabelecidas entre os participantes, por exemplo, ou o fluxo de pessoas que entra e deixa a rede. [...] a noção de flexibilidade das redes sociais refere-se a essa característica dos laços existentes em uma rede - os vínculos criados podem ser transformados a qualquer momento, de acordo com sua dinâmica e com as características dos participantes. (MARTINO, 2015, p. 56).

O resultado desse processo foi a produção colaborativa, oriunda da expansão das Redes Sociais. Nesse contexto, surgiu o termo Web 2.0, que é “uma plataforma dinâmica, em constante transformação gerada pelas interações entre usuários. As redes sociais, o Google e as produções colaborativas seriam exemplos desse cenário” (Tim O’Reilly *apud* Martino, 2015, p. 13).

Nota-se, assim, que essas alterações foram e ainda são formadas pela ação do homem perante a tecnologia de seu tempo. Cada geração se apropria de uma mídia. Foi assim com a fotografia, o cinema, o rádio, a televisão. É assim com a Internet e com suas inúmeras ferramentas. A transmissão da mensagem sempre ocorreu. A diferença apresenta-se na forma de interação.

As Mídias Digitais, integradas ao cotidiano, foram apropriadas pelas pessoas, grupos, comunidades e sociedades como parte de suas atividades, de seus relacionamentos, suas vidas. Ligadas ao mundo profissional, ao trabalho, à diversão e mesmo à vida afetiva e íntima, muitas vezes alterando o que eram as barreiras e fronteiras entre esses espaços. (MARTINO, 2015, p. 271).

Uma dessas consequências está no uso dessas tecnologias na Educação. A apropriação e o uso das novas Tecnologias de Comunicação e informação por parte da sociedade despertou a atenção de estudiosos, uma vez que elas configuraram-se como potenciais ferramentas educacionais.

Por exemplo, Libâneo (2002) alerta para os interesses dos Meios de Comunicação em prol da Educação. Para o autor, o profissional que trabalha com a transmissão e assimilação de saber é também identificado como um pedagogo.

[...] é necessário que a escola propicie não só o domínio de linguagens para busca de informação. Ou seja, utilizando a linguagem comunicacional, à escola caberá não só sintetizar reordenando e reestruturando as diversas mensagens, como terá que articular, também, suas capacidades receptivas com suas possibilidades emissoras. Tais tarefas em função de uma nova funcionalidade da escola requerem uma nova atitude dos educadores para as NTIC. (LIBÂNEO, 2002, p. 66).

Nesse sentido, o autor defende que a integração entre os MC e a Educação é uma forma de contribuir para a democratização dos saberes socialmente significativos, favorecendo as estratégias de aprendizagem, análise e solução de problemas, a capacidade do pensamento crítico.

[...] possibilitar a todos oportunidades de aprender sobre mídias e multimídias e a interagir com elas. Ou seja, propiciar a construção de conteúdos referentes à comunicação cultural, às tecnologias da comunicação e informação, às habilidades no uso dessas tecnologias, às atitudes críticas perante a produção social da comunicação humana e o mundo tecnológico. (LIBÂNEO, 2002, p. 69).

O trabalho conjunto da Comunicação e da Educação tem se mostrado como caminho de proporcionar formas de conhecimento ao indivíduo, promover a socialização e, dentro do aspecto pedagógico, uma ferramenta didática utilizada para o ensino e aprendizagem.

## 2.4 - Novas Linguagens no Ensino: Comunicação e Educação

Desde a década de 1960, os impactos comunicacionais na sociedade despertaram atenções e estudos. As potencialidades e usos das ferramentas oriundas dos Meios de Comunicação de Massa afetaram a forma de produzir e propagar o conhecimento. “Os processos de aprender e ensinar seriam afetados mais profundamente pela nova disponibilidade de informação do que qualquer outra área da vida humana”. (DRUCKER *apud* BRIGGS; BURKE, 2016, p. 298).

Quer se aceite que não, a noção de ‘sociedade da informação’ e outras similares, é fato que a informação, sem suas múltiplas formas (científica, mercadológica, financeira, artística, etc), tornou-se, no capitalismo do século XXI, um fenômeno econômico, sendo objeto de negociações, disputas jurídicas, ganhos ou perdas financeiras, e ocupando grande parte da força de trabalho no seu processamento e comunicação. A internet está fazendo crescer todo um novo setor econômico e de trabalho sustentado quase exclusivamente na valorização da informação. (WILLIAMS, 2007, p. 418).

Com tais mudanças oriundas das Tecnologias e da Comunicação, a resistência ao mundo conectado em Rede mostrou-se como um desafio a ser enfrentado. Castells (2003), discorre sobre a capacidade intelectual que cada indivíduo tem, a todo o momento, de aprender a aprender.

Com as Novas Tecnologias de Comunicação e Informação, a necessidade de aprender não é alterada. Ao contrário, surgiu uma nova área do conhecimento a ser estudada. O processo foi o de obter a informação, de forma digital, armazená-la, recombina-la e produzir um novo conhecimento. “[...] precisamos de uma nova pedagogia, baseada na interatividade, na personalização e no desenvolvimento da capacidade autônoma de aprender a pensar” (CASTELLS, 2003, p. 227).

Nesse sentido, o processo de alfabetismo digital revelou-se fundamental a partir do momento em que a presença das mídias digitais no ambientes escolares esteve maior e mais comum. Alguns autores defendem a necessidade dessa Educação, desse letramento para as Mídias.

Por exemplo, Martino (2015), discorre que o entendimento dessa alfabetização está além de capacitar o indivíduo para que esse possa saber compreender uma mensagem oriunda dos Meios de Comunicação. Para o estudioso, o letramento para a mídia está “em uma postura redutora no sentido de preparar o indivíduo para lidar com os Meios de Comunicação

em um sentido instrumental, vendo-as como ferramentas a ser utilizada” (MARTINO, 2015, p. 231).

Para defender a necessidade da alfabetização para as Mídias, Pierre Lévy (2010), esclarece que as formas do saber se modificaram ao longo dos tempos. A sociedade iniciou a transmissão do conhecimento por meio da oralidade primária, passando pela escrita e chegando ao século XXI, com o processo informático e mediático.

Pela primeira vez na História da Humanidade, a maioria das competências adquiridas por uma pessoa no início do seu percurso profissional estarão obsoletas no final de sua carreira. A segunda constatação, fortemente ligada à primeira, diz respeito à nova natureza do trabalho, cuja parte de transação de conhecimentos não para de crescer. Trabalhar quer dizer, cada vez mais aprender, transmitir saberes e produzir conhecimentos. Terceira constatação: o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas: memória, imaginação, percepção, raciocínio. (LÉVY, 2010, p. 159).

Dessa maneira, o autor afirma que as novas formas de acesso à informação tem também proporcionado mudanças na transmissão do conhecimento, uma vez que escolas e universidades têm perdido o monopólio do saber, do fazer aprender e do transmitir o conteúdo. “[...] os sistemas públicos de educação podem, ao menos, tomar para si a nova missão de orientar os percursos individuais no saber e de contribuir para o reconhecimento dos conjuntos de saberes pertencentes às pessoas, incluídos os saberes não acadêmicos.” (LÉVY, 2010, p. 160).

Assim, as políticas educacionais, segundo o autor, deveriam levar em consideração que os novos suportes de informação exigem critérios inéditos de conhecimento e do saber, afinal de contas, novos atores são responsáveis pela produção e disseminação desses conteúdos nas redes.

Como manter as práticas pedagógicas atualizadas com esses novos processos de transação do conhecimento? Não se trata aqui de usar as tecnologias a qualquer custo, mas sim de acompanhar conscientemente e deliberadamente uma mudança de civilização que questiona profundamente as formas institucionais, as mentalidades e a cultura dos sistemas educacionais tradicionais e sobretudo os papéis do professor e do aluno. (LÉVY, 2010, p. 174).

Colabora com essa abordagem, o autor Philippe Perrenoud (2000), que destaca as competências exigidas em uma cultura tecnológica. Para ele, o professor, por exemplo, precisa exercer uma atividade de vigília no campo cultural, pedagógico, social e didático, pois

assim poderá compreender do que será feita a escola do futuro e o que o seu público vai utilizar para obter o conhecimento.

[...] não se poderia pensar hoje uma pedagogia e uma didática do texto sem estar consciente das transformações a que a informática submete as práticas de leitura e de escrita. Do mesmo modo, não se deveria pensar uma pedagogia e uma didática da pesquisa documental sem avaliar a evolução dos recursos e dos modos de acesso. Todo professor, que se preocupa com a transferência, com o reinvestimento dos conhecimentos escolares na vida, teria interesse em adquirir uma cultura básica no domínio das tecnologias - quaisquer que sejam suas práticas pessoais - do mesmo modo que ela é necessária a qualquer um que pretenda lutar contra o fracasso escolar e a exclusão social. (PERRENOUD, 2000, p. 139).

Assim, o autor conclui que a escola não pode mais ignorar o que acontece no mundo, suas transformações tecnológicas e seus impactos culturais e sociais. As novas tecnologias transformam o ato de comunicar, de criar e transmitir o conhecimento, o que interfere no ato de pensar.

Com isso e ante aos avanços audiovisuais já expostos nos capítulos anteriores, notou-se a relação cada vez mais em conjunto entre as áreas da Comunicação e a Educação.

Sibilia (2012) reforça que, por mais que a cultura escrita seja mais praticada em outros momentos da História, na sociedade contemporânea, a cultura imagética está mais fortalecida. “De fato, depois de atravessar um século inteiro sob a luz deslumbrante do cinema e após várias décadas de intenso contato com a televisão, a cultura atual é fortemente marcada pelos Meios de Comunicação audiovisuais” (SIBILIA, 2012, p. 63).

Nesse sentido, Moran (2000) também contribui mostrando que o vídeo está ligado ao processo de lazer e entretenimento e que isso pode ser utilizado com atenção pelo docente.

O vídeo está umbilicalmente ligado à televisão e a um contexto de lazer, de entretenimento, que passa imperceptivelmente para a sala de aula. Vídeo, na cabeça dos alunos, significa descanso e não aula. O que modifica a postura, as expectativas em relação ao seu uso. Precisamos aproveitar essa expectativa positiva para atrair o aluno para os assuntos de nosso planejamento pedagógico. Mas, ao mesmo tempo, devemos saber que necessitamos prestar atenção para estabelecer novas pontes entre o vídeo e as outras dinâmicas da aula. (MORAN et al., 2000, p. 37).

Considerando as múltiplas atitudes perceptivas oriundas da linguagem audiovisual, tais como a imaginação, o autor cita que como forma de utilização do vídeo no ambiente escolar pode-se fazer uso de vídeos simples para iniciar temas mais complexos, para

introduzir novo assunto, para sensibilizar, ilustrar uma temática, ou até como conteúdo de ensino a ser explorado pelo docente.

Acompanhar as necessidades dos jovens contemporâneos e suas formas de Comunicação e transmissão de mensagens, obrigaram a escola a se adaptarem ao invés de se tornarem um “ambiente terrível e um calvário” para o aluno, segundo Sibilia (2012). O processo pode-se iniciar com a inserção de novas práticas pedagógicas oriundas com a Internet, mediante o preparo do docente.

[...] novas exigências educacionais pedem às Universidades e cursos de formação para o magistério um professor capaz de ajustar sua didática às novas realidades da sociedade, do conhecimento, do aluno, dos diversos universos culturais, dos meios de comunicação. O novo professor precisaria, no mínimo, de uma cultura geral mais ampliada, capacidade de aprender a aprender, competência para saber agir na sala de aula e articular as aulas com as mídias e multimídias. (LIBÂNEO, 2002, p. 10).

Frente às novas realidades educacionais impostas no mundo midiático contemporâneo, Libâneo (2002) enfatiza a necessária transformação da escola, assumindo como lugar de “análise crítica e produção da informação onde o conhecimento possibilita a atribuição de significado à informação” (LIBÂNEO, 2002, p. 27). Isso significa capacitar o estudante para que possa selecionar conteúdo e despertar a produção do conhecimento por meio dos instrumentos pertinentes ao seu tempo.

Estes alunos estão acostumados a aprender através dos sons, das cores, das imagens fixas das fotografias ou em movimento nos filmes e programas televisivos [...] O mundo desses alunos é polifônico e policrônico. É cheio de cores, imagens e sons, muito distante do espaço quase que exclusivamente monótono, monofônico e monocromático que a escola costuma lhes oferecer. (LIBÂNEO, 2002, p. 40).

Diante a pluralização da informação, o autor acredita que a escola precisa aproveitar os recursos para orientar as discussões e preencher aquilo que não foi aprendido, além de estabelecer senso crítico com o que é veiculado pelos MCM. E no sentido de alertar o docente para a sua atualização, menciona que, pedagogicamente, os MC oferecem conteúdos para várias disciplinas.

Sobre a mediação pedagógica e as novas tecnologias, Moran et al. (2000), afirmam que os recursos e as linguagens digitais colaboram para o processo de Educação eficiente e mais eficaz. Nesse desenrolar, o papel do docente torna-se fundamental com o planejamento, a organização e a orientação ao aluno de como se apropriar das novas tecnologias.

Essas novas tecnologias cooperam para o desenvolvimento da educação em sua forma presencial (fisicamente), uma vez que podemos usá-las para dinamizar nossas aulas em nossos cursos presenciais, tornando-os mais vivos, interessantes, participantes e mais vinculados com a nova realidade de estudo, de pesquisa e de contato com os conhecimentos produzidos. (MORAN et al., 2000, p. 154).

A presença e a influência das NTCI na sociedade contemporânea e na escola revelaram os desafios que a informática trouxe para o processo educacional, exigindo, atenção na sua empregabilidade em busca de pensar na lógica da adaptação aos contextos geracionais.

Assim, a aproximação da Comunicação com a Educação e, conseqüentemente, com o exercício pedagógico, Libâneo (2002), atribui duas razões para que esse vínculo seja fortalecido: os avanços tecnológicos da Comunicação e da Informática e o sistema de produção do conhecimento, envolvendo novas qualificações e exigências educacionais. A resultante disso, segundo o autor, é o impacto das novas Tecnologias da Comunicação e da Informação no modo de educar e ensinar.

Se durante as décadas de 1970, o foco do ensino foi tecnicista, gerando uma resistência por parte dos professores em relação às tecnologias, as novas ferramentas de Comunicação e informação no século XXI também acarretam em desafios ao docente. As mudanças proporcionadas pelas novas tecnologias provocam inquietações, dentre elas, Moran et al. (2000) citam:

[...] a questão da educação com qualidade, a construção do conhecimento na sociedade da informação, as novas concepções do processo de aprendizagem colaborativa, a revisão e atualização do papel e das funções do professor, a formação permanente deste profissional professor, a compreensão e atualização das novas tecnologias visando à aprendizagem dos nossos alunos e não apenas servindo para transmitir informações, a compreensão da mediação pedagógica como categoria presente tanto no uso das próprias técnicas como no processo de avaliação e, principalmente, no desempenho do papel do professor. (MORAN et al., 2000, p. 8).

Nesse sentido, Moran et al. (2000) afirmam que é necessária mudança do professor frente à tecnologia, uma vez que se faz importante educadores com possuem, segundo o autor, amadurecimento intelectual, emocional, comunicacional e ético. “Pessoas abertas, sensíveis, humanas, que valorizem mais a busca que o resultado pronto, o estímulo que a repreensão, o apoio que a crítica, capazes de estabelecer formas democráticas de pesquisa e de comunicação” (MORAN et al., 2000, p. 17).

O uso da informática na sala de aula do 1º e 2º graus e nos cursos universitários de História progride à medida que os programas ficam mais amigáveis. Tais iniciativas são ainda embrionárias e experimentais. A dimensão lúdica da multimídia, sem dúvida, oferece imensas possibilidades educativas no ensino básico, mas os preços ainda representam sérios obstáculos à sua disseminação. Talvez esse seja o campo em que hoje estejamos mais defasados. (VAINFAS, 1997, p. 431).

Diante essa busca de utilizar a informática nas aulas, o autor aponta uma tendência internacional, tanto norte-americana quanto europeia, da utilização da tecnologia da informação nas aulas de História, por exemplo. Discussões à respeito das práticas docentes, análises curriculares e estudos de casos auxiliam na compreensão e na prática de como o computador e a internet podem ser ferramentas úteis para o professor, aluno e contribuir para o processo de ensino.

Libâneo (2002) também explora seus estudos nesse sentido e defende que é preciso um trabalho maior na formação inicial e continuada do professor: seja por meio de integração com as ferramentas ou em práticas para desenvolver habilidades cognitivas e operativas, de modo que o educador construa uma atitude favorável ao empregar as inovações tecnológicas em sala de aula.

Diante da complexidade das relações comunicacionais no mundo contemporâneo, os educadores escolares precisam aprender a pensar e a praticar comunicações mediatizadas como requisito para a formação da cidadania. Não basta que os professores disponham na escola de meios de comunicação ou apenas saberem usá-los, é preciso que aprendam a elaborar e a intervir no processo comunicacional que se realiza entre professores e alunos por meio de mídias. (LIBÂNEO, 2002, p. 71).

Dado exposto, observam-se que as relações entre Comunicação e Educação são fortalecidas quando a escola se apropria das tecnologias comum ao jovem contemporâneo e as permite ser usada, por meio da prática e intervenção docente, para a construção do conhecimento, independentemente, da disciplina e/ou conteúdo.

Desse modo, os Parâmetros Curriculares Nacionais já refletem essa necessidade, uma vez que abordam sobre a aplicabilidade das tecnologias das Ciências Humanas e Sociais na escola, trabalho e em outros contextos relevantes para a vida. O trecho a seguir faz referência à aplicabilidade da tecnologia no Ensino Médio, por exemplo.

A presença de uma educação tecnológica no Ensino Médio com um todo e, em particular, na área de Ciências Humanas, propicia aos estudantes a construção e a apropriação de um significativo instrumental tanto na análise quanto de ação sobre os diversos aspectos da vida em sociedade. Os conhecimentos envolvidos na área, por seu caráter intrinsecamente humanista, agem no sentido de despir as novas tecnologias de sua aparente artificialidade e distanciamento diante do humano. (BRASIL. MEC, 1997, p. 17).

Com isso, observa-se que o caminho traçado pelo desenvolver da Tecnologia cruzou-se com o da Educação. Os resultados oriundos dessa relação incitam mudanças: sociais, comunicacionais e didáticas. Especialmente, as didáticas serão tratadas no capítulo seguinte.

## Capítulo III - O ensino de História nas redes sociais

### 3.1 - YouTube: o audiovisual transmitindo conhecimento

A sociedade contemporânea tem mostrado o quanto o desenvolvimento da tecnologia tem impactado as relações como um todo. As descobertas podem se tornar obsoletas e carentes de atualizações, refletindo no cotidiano das cidades, na vida das pessoas, nos processos de Comunicação. O tempo pós-moderno é instantâneo, e essa característica é possibilitada pela Internet, conforme já exposto no capítulo II.

O virtual ganha espaço, define regras e dita comportamentos. Na interação homem e máquina, o conceito de cyberspace defendido por Lévy (2010) define bem o processo de Comunicação que é vivenciado a partir dos anos finais do século XX.

Devemos construir novos modelos do espaço dos conhecimentos. No lugar de uma representação em escalas lineares e paralelas, em pirâmides estruturadas em “níveis”, organizadas pela noção de pré-requisitos e convergindo para saberes “superiores”, a partir de agora devemos preferir a imagem de espaços de conhecimentos emergentes, abertos, contínuos, em fluxo, não lineares, se reorganizando de acordo com os objetivos ou os contextos, nos quais cada um ocupa uma posição singular e evolutiva. (LÉVY, 2010, p. 160).

O autor defende que o contexto social suporta tecnologias que modificam o cognitivo humano. O crescimento cada vez mais rápido de descobertas científicas e técnicas impactam o cotidiano, o indivíduo. Ao se referir a novos espaços, o autor destaca que a sociedade vivencia uma nova forma de produzir e de se relacionar com o conhecimento já existente.

Frente a essa afirmação, o site de compartilhamento YouTube é um exemplo do quanto o homem pode navegar e alimentar o conhecimento por meio do universo digital. Lançado oficialmente em junho de 2005, o YouTube foi criado por Jawed Karim, Steve Chen e Chad Hurley, ex-funcionários de um site de comércio de vendas on-line.

O YouTube era um dos vários serviços concorrentes com o objetivo de remover as barreiras técnicas ao compartilhamento generalizado de vídeos on-line. O site oferecia uma interface muito simples e integrada, na qual os usuários podiam fazer upload, publicar e visualizar vídeos sem altos níveis de conhecimento técnico e dentro das restrições tecnológicas do software de navegador padrão e da largura de banda relativamente modesta. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 1, livre tradução).

Segundo Burgess e Green (2009), é mais fácil compreender o YouTube como uma empresa cuja criatividade individual e coletiva resulta em vídeos variados orientados para diversos públicos, com discursos e ideologias plurais. Ao invés de enquadrá-lo à limitação de uma empresa de mídia, busca-se compreender como uma plataforma de divulgação e compartilhamento de conteúdo criado por usuário.

O YouTube possui mais de um bilhão de usuários, maioria entre 18 e 34 anos. Segundo dados do próprio Google, a plataforma oferece conteúdo em mais de 80 idiomas e se faz presente em 91 países. Ao todo, as visualizações de vídeo por dia ultrapassam um bilhão de horas.

Para conhecer o site, basta uma conexão com a internet, abrir um navegador, digitar [www.youtube.com](http://www.youtube.com). A página automaticamente já exibe uma série de vídeos aleatórios, sendo esses os mais acessados ou comentados do momento. Há um espaço com o sinal de uma lupa para que o usuário faça sua pesquisa. Já aqueles que desejam compartilhar algum material audiovisual, é preciso fazer um cadastro com e-mail. Cada cadastro gera uma conta, que no caso é identificado como Canal. Nesse espaço, é possível publicar o vídeo e organizá-lo em forma de playlist, ou seja, agrupar por temas ou afinidades.

Cada vídeo publicado pode ser nomeado e receber uma descrição conforme o interesse do autor. As descrições servem como um espaço para apresentar mais detalhe do conteúdo do vídeo. Abaixo da descrição, é possível identificar o mural, que é o espaço destinado para os comentários e a interação entre usuários e o autor do vídeo.

Uma das facilidades que a plataforma oferece é um link que serve para um usuário compartilhar aquele vídeo com outros usuários sem a necessidade de acessar diretamente o YouTube e fazer a busca da etapa zero. Dessa maneira, o conhecimento torna-se mais acessível e é compartilhado em larga escala.

Por ser uma ferramenta recente, de 2005, há poucas pesquisas relacionadas ao assunto, limitando as referências e provocando a construção de um conhecimento propositivo e questionador em relação aos uso dessa ferramenta.

A plataforma de compartilhamento de vídeos é oriunda das mudanças propostas pelas Tecnologias de Comunicação no século XXI. Enquanto a televisão se caracteriza como um instrumento utilizado pela sociedade para um consumo passivo de conteúdo, o YouTube promove o protagonismo do indivíduo ao mostrar que esse pode ter acesso a conteúdo

audiovisual que melhor adequa ao seu interesse e não mais ficando limitado à programação imposta por uma emissora de televisão.

O acesso dessas ferramentas pelo usuário é a demonstração de que o público passou a ser ativo na produção e divulgação de conteúdos. O mecanismo de Comunicação criado no ciberespaço permitiu que a instantaneidade diminuísse a distância entre um fato e o público.

Como a tecnologia viaja ao longo de trajetórias inevitáveis para "Mais barato, mais rápido, melhor", coloca tecnologias de comunicação poderosas nas mãos de um número maior de pessoas. Uma nova forma de mídia está crescendo no ciberespaço, uma sala de redação global e um salão cultural onde os indivíduos criam e consomem simultaneamente notícias e informações, obscurecendo a distinção entre editor, repórter e leitor. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 11, livre tradução).

Um dos públicos prioritários no YouTube é a parcela jovem. Desde os nascidos a partir do final dos anos de 1980, que estão inseridos no universo digital e acompanharam a expansão da internet e a criação numerosa de sites, até os nativos digitais, nascidos a partir de 2000, geração que nasceu e cresceu quando as mídias digitais já existiam.

Portanto, atrair esse público para “fora do computador” é uma tarefa que exige diferentes estratégias se comparadas com as ações comunicacionais usadas para despertar a atenção das gerações antecedentes ao ano 2000. Por exemplo, segundo Burgess e Green (2009), para despertar o interesse pela prática esportiva nos jovens ingleses, o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido precisou criar conteúdos on-lines com vídeos produzidos por usuários com a finalidade de incentivar os jovens a se exercitarem com mais frequência.

Segundo os autores, além de promover um diálogo com os jovens, buscou-se fazer usos das mídias mais acessadas por esse público. Além da plataforma digital escolhida, outra ação positiva foi o fato da produção de conteúdo audiovisual feita por indivíduos da sociedade, por pessoas reais, no cotidiano de suas vidas.

Nesse sentido, atenta-se que o YouTube propõe a cultura participativa que pode ser compreendida como “um termo frequentemente usado para falar sobre a ligação aparente entre tecnologias digitais mais acessíveis, conteúdo criado pelo usuário e algum tipo de mudança nas relações de poder entre as indústrias de mídias e seus consumidores” (Jenkins *apud* Burgess; Green, 2009, p. 10, livre tradução).

Entretanto, os autores chamam atenção para uma limitação que a cultura participativa apresenta, que é a alfabetização digital.

A alfabetização digital é um dos problemas centrais da cultura participativa. Pelo menos nas sociedades mais tecnologizadas, as preocupações anteriores em torno da desigualdade de participação online focada na ideia de uma "divisão digital" - uma questão de acesso à tecnologia - deram lugar a questões sobre inclusão e participação digital. (WARSCHAUER *apud* BURGESS; GREEN, 2009, p. 70, livre tradução).

Assim, observa-se que, entre os anos de 1980 a 1990, a divisão era compreendida pelo acesso e falta de acesso à internet, pela presença ou ausência de um computador, o que representaria uma característica em ser ou não digital.

Entretanto, a partir do século XXI, com o acesso mais fácil à internet e a um computador, resultado do maior oferta e procura por produtos e serviços das empresas de tecnologia e informática, notou-se a falta de conhecimento instrumental com essa tecnologia, o que pode ser compreendido como ausência de alfabetização digital, o quanto o indivíduo está incluso e é participativo digitalmente.

Pierre Lévy (2010) chama atenção para o fato de que, com a cibercultura e, conseqüentemente, com as mídias digitais, o conhecimento já não se basta mais aos muros escolares, ou sistema acadêmico tradicional. A concepção de que aprender e transmitir conhecimento acontecem somente dentro da sala de aula tem sido alterada. A sociedade está aprendendo fora da escola.

A grande questão da cibercultura, tanto no plano de redução dos custos no do acesso de todos à educação, não é tanto a passagem do “presencial” à “distância”, nem do escrito e do oral tradicionais à “multimídia”. É a transição de uma educação e uma formação estritamente institucionalizadas (a escola, a universidade) para uma situação de troca generalizada dos saberes, o ensino da sociedade por ela mesma, de reconhecimento autogerenciado, móvel e contextual das competências. (LÉVY, 2010, p. 174).

Nesse sentido, com a pulverização do conhecimento pelas mídias digitais, as redes sociais e plataformas de compartilhamento de vídeo, caso do YouTube, ganham atenção entre educadores, mais acesso entre usuários e passam a ditar um novo horizonte de transmissão de saber entre os indivíduos.

Com as características e ferramentas comunicacionais do século XXI, Educação tem se mostrado cada vez mais usuária dos benefícios proporcionados pela Comunicação. Saber

unir e fazer uso dessas duas áreas do conhecimento, simultaneamente, mostra-se como uma habilidade indispensável para o educador na era digital.

### 3.2 - O uso do YouTube no Ensino

A Comunicação no século XXI, exemplificada pelas mídias digitais e redes sociais, requer do usuário instrução digital para seu uso. Tal grau de conhecimento vai além da habilidade de leitura e escrita. Ser alfabetizado digitalmente não é simplesmente saber criar e assimilar conteúdos em vídeos, por exemplo no YouTube. Ser alfabetizado no mundo digital é compreender o funcionamento das tecnologias que o permite se expressar e interagir com o mundo, por meio das redes.

Nesse sentido, Burgess e Green (2009) apresentam o YouTube como espaço para aprender o novo, compartilhar e adquirir conhecimento:

O YouTube é uma plataforma para aprendizado entre pares e compartilhamento de conhecimento sobre todos os tipos de coisas - violão, culinária, dança e jogos de computador. [...] as competências tecnológicas e culturais específicas que são necessárias para navegar, comunicar e inovar no YouTube como uma rede social, como demonstra o exemplo de Geriatric 1927, são coletivamente construídas, ensinadas e aprendidas como parte de como a rede social se desenvolve. Este processo também requer muita paciência e um certo grau de firmeza. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 73, livre tradução).

Ao longo do século XX, a sociedade conheceu e se adaptou com o conteúdo e o formato da televisão, do rádio e do jornal. É característica das mídias tradicionais a pouca abertura para a participação do público, a ponto de deixar que o usuário crie e interaja um com outro usuário. Diferentemente do tradicional, as redes sociais pauta pela interação, pela produção coletiva e pela relação em cada conteúdo. Uma proposta oposta ao que a sociedade estava habituada.

Com o YouTube, por exemplo, pode-se fazer a questão: o público que mostra o que aprendeu ou é o público que vê como se aprende? Tal provocação, oriunda dos autores Burgess e Green (2009), faz relação ao processo de transmissão de conhecimento do século XXI.

A discussão a respeito do aprender fora do ambiente da Educação formal, conforme já exposto por Lévy (2010) anteriormente nesta pesquisa, revela uma ruptura do conhecimento de cima para baixo. Ou seja, com a internet e com o desenvolvimento de espaços para compartilhamento de informações, o conhecimento não fica mais limitado e centralizado no papel do professor, no espaço escolar.

As mudanças na produção do conhecimento chegam à escola fundamental e ao público em geral não só pelos novos currículos, mas sobretudo pelo material de difusão, produto dos meios de comunicação de massa: livros didáticos e paradidáticos, jornais, revistas, programas de TV, filmes e outros. Assim, pensar o ensino de História implica refletir sobre as relações entre Indústria Cultural, Estado, Universidade e Ensino Fundamental. (FONSECA, 1993, p. 133).

A autora chama atenção para o fato de que nos últimos anos, novos agentes ganharam espaço na definição do que ensinar e como ensinar.

Pesquisas realizadas pela University Professional & Continuing Learning Association (UPCEA) e a *Beyond millennials: the next generation of learners* da Fundação Peason, publicadas no revista Ensino Superior em 2019, revelam que os jovens nascidos entre 1995 e 2005 tem uma maneira própria de se relacionarem com o conhecimento, uma vez que buscam a autonomia no ato de aprender e diálogo por meio das redes sociais. A geração Z, de nascidos depois de 2000, reflete as influências das Tecnologias na aprendizagem.

Os dados desta pesquisa apontam que de cada 10 jovens da geração Z, 9 deles usam a plataforma YouTube com regularidade e 6 fazem uso para aprender, demonstrando familiaridade com conteúdo oriundo dos meios digitais e a autonomia na aprendizagem não formal. Ressalta-se o alto índice observado que implica em mudanças no processo ensino-aprendizagem no ensino formal.

Como nasceram em plena era da informação, sentem-se confortáveis para usar a internet e os equipamentos eletrônicos como ferramenta de aprendizagem, em especial as plataformas de streaming e redes sociais. [...] Por isso, são abertos ao uso da tecnologia e à educação online. De acordo com a Pearson, 63% deles aceitam aprender em meios digitais. (AVANCINI, 2019, p. 27).

Mediante ao cenário de pulverização do conhecimento, como por exemplo, com os vídeos produzidos pelos usuários no YouTube, o próprio ato de categorizar o conteúdo é uma ferramenta de auxílio na pesquisa por conteúdos educacionais.

Assim, observa-se o YouTube como uma ferramenta a disposição do educador, ganhando aspectos de um material didático que, pelas definições de Bittencourt (2011, p. 296) é caracterizado como mediador “do processo de aquisição do conhecimento, bem como facilitadores da apreensão de conceitos, do domínio de informações e de uma linguagem específica da área de cada disciplina.”

Napolitano (2011), ao abordar sobre o uso da Televisão em sala de aula, reflete uma insegurança comum do docente que é por onde começar os trabalhos didáticos com o uso de novas linguagens, especialmente quando essas não são de domínio do educador. “Um professor de história, geografia, português, por mais que se interesse por cinema, televisão ou música, não é um especialista. [...] Mas se ele deseja otimizar seu trabalho, é importante pensar num plano básico de informação.” (NAPOLITANO, 2011, p. 43).

As opções para se apropriar dessa tecnologia são inúmeras conforme apresentam Burgess e Green (2009). Os autores provocam em pensar os novos Meios de Comunicação, como o YouTube, como instrumentos para aproximação do aluno com o conteúdo, facilitando sua adaptação com a matéria.

Moran et al. (2000) afirmam que o papel do professor está em transformar a informação em conhecimento, ajudando o aluno a desenvolver quanto o que está associado à estímulos múltiplos como que exige mais pesquisa e atenção. “Muitos dados, muita informação não significam necessariamente mais e melhor conhecimento. O conhecimento torna-se produtivo se o integramos em uma visão ética pessoal, transformando em sabedoria” (MORAN et al., 2000, p. 22).

Nesse sentido, o autor explana que o educador do século XXI, diante a tanto estímulos informativos, têm como papel ajudar o aluno a interpretar os dados, relacionando-os e contextualizando-os. Transformar informação em conhecimento. Para tanto, faz-se necessário uma mudança na postura da interação professor - aluno - tecnologia, por meio de metodologias ativas e colaborativas.

É preciso desenvolver estratégias de engajamento com eles (alunos), ou seja, estabelecer algum tipo de relacionamento. Eles também esperam que sejam oferecidos serviços e que suas demandas e dúvidas sejam atendidas rapidamente e de maneira eficaz. [...] Para retê-los, o caminho é um pouco diferente mas, ainda assim, apoiado na comunicação via internet. (AVANCINI, 2019, p. 32).

Apesar desse cenário positivo para o uso do YouTube como estratégia de ensino, pesquisa realizada nos meses de maio de 2019 a outubro de 2019, na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, usando o termo: “YouTube” resultou em 433 pesquisas elaboradas. Entretanto, aplicando termos mais específicos como: “YouTube”, “material didático” e “ensino de história”, obteve-se 9 pesquisas que versavam sobre: o uso do

YouTube entre diferentes gerações, uso para ensino de disciplinas de exatas, produção de vídeo aula, mas nenhuma menção ao que esta monografia se dedicou a investigar.

Já no Scielo - Scientific Eletronic Library Online também foram aplicados os mesmos termos, durante o mesmo período. O resultado gerado para o termo “YouTube” foi de 109 pesquisas. Refinando a busca com os termos “YouTube”, “material didático” e “ensino de história”, nenhum resultado foi encontrado.

Portanto, o contexto social reflete ao mesmo tempo, um avanço nas ferramentas educacionais e um distanciamento entre as habilidades tecnológicas de quem ensina e de quem aprende. Encurtar o caminho por meio das novas ferramentas de Comunicação apresenta-se como uma opção acessível ao educador e acolhida pelo estudante.

### **3.3 - O YouTube no ensino de História: reflexão e proposta**

O uso e a incorporação de diferentes linguagens, com destaque para os meios de comunicação têm revelado as inúmeras possibilidades de rompimento com a transmissão de conhecimento tradicional, ou seja, aquela cujo docente é o único detentor da informação.

Diante desse cenário, o ensino de História no Brasil ganha novas tendências, conforme expõe Schmidt (2004), ao apresentar a função do ensino de História:

Contribuição para a construção da cidadania. Desenvolvimento de raciocínios historicamente corretos. Aquisição da capacidade de análise da relação presente-passado. Apreensão da pluralidade de memórias, e não somente da memória nacional. Preocupação com as finalidades do ensino da História no mundo contemporâneo. (SCHMIDT, 2004, p. 15).

Nesse sentido, a presente pesquisa buscou identificar se o YouTube é uma potencial ferramenta comunicativa e de auxílio no ensino de História. Para tanto, quatro critérios iniciais foram levados em consideração: primeiro se o autor do canal era historiador ou com reconhecido no campo da Educação; em seguida, se o objetivo descrito na apresentação do canal era o de divulgar conhecimento histórico e/ou que sua descrição apresente o propósito de abordar sobre História; também utilizou-se do critério de periodicidade de publicação dos vídeos, verificando-se se o canal ele é atualizado e ativo, e por fim, a quantidade de inscrições com o objetivo de medir a relevância do canal.

Dentre os canais observados segundo os critérios acima, obteve-se três resultados: “Se liga nessa história”, “Buenas Ideias” e “YouTube Edu”. O maior número de inscritos verificou-se no canal “Se liga nessa história”, com mais de um milhão e trezentos mil inscritos até 31 de setembro de 2019.

Observando as descrições dos três canais, nota-se que buscam oferecer conteúdo para estudantes do ensino fundamental, médio e cursinhos por meio de uma linguagem informal e humorada. Tal característica facilita a identificação do usuário e a difusão do conhecimento.

Em relação aos conteúdos, eles são listados em playlist, ou seja, agrupados por temáticas, auxiliando na busca dos usuários por meio de assuntos específicos. Também é possível identificar que os vídeos são apresentados por Historiadores formados ou que, no caso do canal “Buenas Ideias”, pesquisador/escritor Eduardo Bueno que discorre e produz pesquisa histórica.

Ainda tomando como exemplo o canal “Buenas Ideias”, os vídeos encerram com sugestões de outros conteúdos digitais ou publicações relacionadas ao tema para ampliar o conhecimento. Deve-se considerar que esta é uma característica da própria internet, ou seja, abrir outras possibilidades, janelas, interações. Essa característica é manifestada no chamado *hiperlink*, ou seja, a possibilidade do usuário se conectar à outras informações, por meio da internet.

Já o canal “Se Liga nessa História”, apresenta um discurso informal e com vocabulário mais próximo do adolescente, aluno do Ensino Médio. Os vídeos, em sua maioria, possuem ambientes neutros e grande uso de palavras aparecendo no ídeos, reforçando a fala dos apresentador com números, dados, datas.

O conteúdo do canal “YouTube Edu” não apresenta uniformidade. São vários produtores de conteúdos que exploram os temas históricos. Há desde vídeos realizados em ambientes com pouca iluminação e qualidade até os mais elaborados, com uso de artes gráficas e recursos cenográficos. O discurso também diferente entre aqueles que optam por vocabulário mais acadêmico e os informais.

Dado o exposto, evidencia-se que o YouTube é uma ferramenta da Comunicação que pode ser utilizada na Educação para fazer e divulgar conteúdo. Nesse sentido, Perrenoud (2000, p. 125) destaca que “A escola não pode ignorar o que se passa no mundo. Ora, as novas tecnologias da informação e da comunicação transformam espetacularmente não só nossas maneiras de comunicar, mas também de trabalhar, de decidir e de pensar.”

O autor cita que, para ensinar no século XXI, algumas competências são exigidas: tanto para a formação do docente, quanto na prática docente, uma vez que, as novas tecnologias exigem a formação do senso crítico, o desenvolver da observação e da pesquisa, além da habilidade de leitura multimídia.

A formação dos professores deveria ser orientada para uma aprendizagem por problemas para que os estudantes se confrontassem com a experiência da sala de aula e trabalhassem a partir de suas observações, surpresas, sucessos e fracassos, medos e alegrias, bem como de suas dificuldades para controlar os processos de aprendizagem e as dinâmicas de grupos ou os comportamentos de alguns alunos. (PERRENOUD, 2002, p. 22).

Portanto, o ensinar no século XXI exige que o docente se reinvente, pois os novos desafios pedem mudanças pedagógicas, metodológicas e interpessoais. A revolução

tecnológica, a partir dos anos 2000, têm mostrado que os ambientes escolares precisam de preparo e que há a necessidade de políticas mais ambiciosas quanto as finalidades didáticas.

De acordo com Oliveira *apud* Ferreira (2006), as críticas ao modelo tradicional de Educação são cada vez maiores. O processo de mudança para novas práticas e métodos de ensinos que dialoguem com o século XXI é acompanhando por um novo paradigma educacional que visa ações diretas com crianças e adolescentes, rompendo com a transmissão conteudista de um assunto e incentivando novos modelos que ressaltam a capacidade de criar, construir e de harmonizar-se com as demandas tecnológicas contemporâneas.

Além de propiciar uma rápida difusão de material didático e de informações de interesse para pais, professores e alunos, as novas tecnologias permitem, entre outras possibilidades, a construção interdisciplinar de informações produzidas individualmente ou em grupo por parte dos alunos, o desenvolvimento colaborativo de projetos por parte de alunos geograficamente dispersos, bem como a troca de projetos didáticos entre educadores das mais diferentes regiões. (TAKAHASHI *apud* BARBOSA, 2003, p. 99).

Portanto, fazer usos dos conteúdos disponibilizados nas novas Tecnologias da Informação e da Comunicação é, segundo Barbosa (2003), uma forma de buscar melhores resultados em sala de aula quando esses não podem ser obtidos por outros meios educacionais.

Com isso, as novas exigências comunicativas da sociedade contemporânea ecoam dentro da sala de aula e fazem com que a formação do professor seja revista. Segundo Feldmann (2009, p. 75) “Pensar a formação de professor é sempre pensar a formação do humano e, nessa perspectiva, se vislumbra a construção de mudanças em qualquer que seja o seu espaço de ação.”

Entretanto, a presente pesquisa limita-se apenas a estudar o uso do YouTube como ferramenta em sala de aula para o ensino de História e ciente que o assunto abre caminhos para novas pesquisas, optou-se por não explorar a formação do professor diante do cenários da Comunicação do século XXI, uma vez que exigirá um embasamento teórico mais apropriado e cuja temática demanda uma trabalho de pesquisa mais detalhado.

Assim, a pesquisa analisa a potencialidade de uso do YouTube pelo professor de História como um material e recurso didático.

Espera-se do professor não somente o domínio de sua disciplina específica, mas também dos equipamentos e dos recursos tecnológicos. [...] Afinal, inserir a linguagem audiovisual sem uma discussão profunda sobre a escola atual ou ‘transportar’ materiais didáticos para os novos recursos tecnológicos são medidas geradoras de uma inserção inócua, um incluir como acessório, sem incorporar de fato. (SILVA et al., 2013, p. 155).

Para fazer uso do YouTube, o professor precisa conhecer a plataforma, como na utilização de qualquer outro recurso ou material didático. Desse modo, por meio do conhecimento do professor, a linguagem, recurso ou material didático, os seus alunos poderão conhecer e a utilizar como recurso para gerar conhecimento. Conforme apresentam Silva et al. (2013), a linguagem audiovisual aparece com menor frequência no ambiente escolar, na contramão do que o aluno está habituado em sua casa, por meio do computador e celular, por exemplo.

Em seguida, faz-se necessário o docente conhecer o conteúdo do vídeo e do canal que deseja usar em sala de aula. A visualização prévia auxilia apurar se o vocabulário, cenas, linguagem e conteúdo serão assimilados e facilmente identificados pelo aluno, conforme defende Bittencourt (2011).

Diante disso, o docente parte para a terceira etapa que é a adequação do vídeo escolhido com o conteúdo trabalhado em sala de aula, ficando livre para dialogar com outros materiais didáticos e paradidáticos.

E por fim, elaborar a estratégia de uso com base no recurso escolhido. Bittencourt (2011) aponta alguns fundamentos para o uso do audiovisual como o contexto social e político. O docente também pode fazer uso para discussões, promover debate e análises entre os alunos, ou utilizar o vídeo do YouTube como sensibilização, afim de iniciar ou encerrar uma temática, um recorte temporal ou um conteúdo curricular.

Desse modo, das contribuições do uso do YouTube como ferramenta de ensino de História observadas nesta pesquisa, ressaltam que: primeiramente, o YouTube possibilita um diálogo interdisciplinar, pois o usuário, ao realizar uma busca por um conteúdo do ensino de História está exposto também a outros campos do saber, ligando-se a disciplinas dos Estudos Sociais, uma vez que o mecanismo de busca do YouTube sugere vídeos relacionados com a temática buscada. Em segundo lugar, nota-se que as múltiplas leituras de um fato histórico contribuem para o combate de vieses heróicos e criação de mitos históricos, contribuindo para a compreensão do cenário político e socioeconômico de um fato e, por fim,

promove a construção do conhecimento permeado pela colaboração de mais de um ator social e não restrito ao ambiente escolar tradicional.

## Considerações Finais

O desdobrar da tecnologia na Comunicação permitiu à sociedade o contato com os meios digitais na passagem do século XX para o XXI. A vida foi incorporada e adaptada ao mundo virtual. O indivíduo acostumado com a passividade frente à informação e a produção do conhecimento, ganha protagonismo com a internet e as mídias sociais, sua voz e imagem são amplificadas.

A Educação não ficou à margem. Mesmo com cautela e certo grau de resistência perante as mudanças das Tecnologias da Comunicação e Informação, o que se viu foi a necessidade de se adaptar. Um novo perfil de aluno ocupava a escola formal e passou a confrontar o ensino tradicional. Esse cenário refletiu na mudança da postura do professor e no uso das novas ferramentas de ensino.

Conforme proposto no objetivo dessa pesquisa, o uso do YouTube mostrou-se como potencial ferramenta de ensino na disciplina de História e um aliado ao professor, que precisa exercer seu papel como filtro para transmissão do conhecimento, direcionando e otimizando a pesquisa temática, uma que constatou-se que inúmeros são os conteúdos identificados como material pertinente para uso no ensino da disciplina de História disponíveis nos canais analisados no YouTube e produzidos por historiadores e/ou pesquisadores.

A exemplo da conectividade permitida pela internet, esta pesquisa abriu janelas para produção de conhecimento que vai além do proposto no objetivo geral. Reflexões que envolvam a formação do professor, a atuação dos pais na Educação em uma sociedade midiática, as potencialidades e limites que as mídias digitais oferecem ao ensino são alguns dos pontos de partidas para novas discussões.

Portanto, conclui-se que as ferramentas oriundas das novas Tecnologias de Comunicação, o caso do YouTube, podem ser instrumentalizadas para o ensino da disciplina de história, evidenciando seu potencial auxílio pedagógico, a necessária atuação do professor frente a esse material, e o protagonismo do aluno na produção e difusão do conhecimento histórico.

## Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultura. In: **Teoria da Cultura de Massa**, 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

AVANCINI, Marta. O valor da educação para a geração Z. In: **Revista Ensino Superior**, São Paulo, n.236, p.26-32, jan. 2019.

BARBOSA, Raquel. **Formação de professores: desafios e perspectivas**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Newton de Oliveira. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica. Arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BITTENCOURT, Circe Maria Fernandes. **Ensino de história: fundamentos e métodos**. 4.ed. São Paulo: Cortez, 2011.

BITTENCOURT, Circe Maria Fernandes (Org.). **O saber histórico na sala de aula**. 9.ed. São Paulo: Contexto, 2004.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube: Online Video and Participatory Culture**. Cambridge: Polity Press, 2009.

CANAL Buenas ideias. Disponível em: <<https://www.youtube.com/buenasideias>>. Acesso continuado entre dezembro de 2018 a novembro de 2019.

CANAL Se liga nessa historia. Disponível em: <<https://www.youtube.com/seliganessahistoria>>. Acesso continuado entre dezembro de 2018 a novembro de 2019.

CANAL Youtube Edu. Disponível em: <[https://www.youtube.com/channel/UCs\\_n045yHUiC-CR2s8AjIwg](https://www.youtube.com/channel/UCs_n045yHUiC-CR2s8AjIwg)>. Acesso continuado entre dezembro de 2018 a novembro de 2019.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: arte de fazer**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1990.

CUNHA, Paulo Roberto Ferreira. **American way of life**. 2017. Tese (doutorado) - Escola Superior de Pesquisa e Marketing. Programa de Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo, São Paulo, 2017.

- DOMINGUES, Ester. **Lançado o primeiro filme falado.** Disponível em: <<https://ensinarhistoriajoelza.com.br/linha-do-tempo/lancado-o-primeiro-filme-falado/>>. Acesso em 13 de março de 2019.
- FELDMANN, Marina Graziela (Org.). **Formação de professores e escola na contemporaneidade.** São Paulo: Editora Senac, 2009.
- FERREIRA, Aridelson. **Twitter e Facebook em sala de aula.** 2013. Dissertação (mestrado) - Universidade de Taubaté. Mestrado em Linguística Aplicada, Taubaté-SP, 2013.
- FONSECA, Selva Guimarães. **Caminhos da história ensinada.** São Paulo: Papyrus, 1993.
- HOBSBAWM, Eric. **A era dos extremos: o breve século XX.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.** 2.ed. São Paulo: Editora 34, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Cibercultura.** 3.ed. São Paulo: Editora 34, 2010.
- LIBÂNEO, José Carlos. **Adeus professor, Adeus professora? Novas exigências educacionais e profissão docente.** São Paulo: Editora Cortez, 2002
- LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da Cultura de Massa.** 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes.** 2.ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2015.
- MELLO, Daniel. **Mais de um terço dos domicílios brasileiros não tem acesso à internet.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/mais-de-um-terco-dos-domicilios-brasileiros-nao-tem-acesso-internet>>. Acesso em 10 de outubro de 2019.
- MORAN, José Manuel et al. **Novas tecnologias e mediação pedagógica.** Campinas-SP: Papyrus, 2000.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX: o espírito do tempo.** Rio de Janeiro: Forense, 1967.
- NAPOLITANO, Marcos. **Como usar a televisão na sala de aula.** 8.ed. São Paulo: Contexto, 2011.
- NETTO, Samuel Pfromm. **Comunicação de Massa.** São Paulo: Pioneira, 1972.
- PERRENOUD, Philippe. **As competências para ensinar no século XXI: a formação dos professores e o desafio da avaliação.** Porto Alegre: Artmed Editora, 2002.
- \_\_\_\_\_. **Dez novas competências para ensinar.** Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

- RETONDAR, Anderson Moebus. **Sociedade de consumo, modernidade e globalização.** São Paulo: Annablume, 2007.
- SANTAELLA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura:** o advento do pós-humano. In: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n.22, p.23-32, 2003.
- SCHMIDT, Maria Auxiliadora. **Ensinar História.** São Paulo: Scipione, 2004.
- SIBILIA, Paula. **Redes ou paredes:** a escola em tempos de dispersão. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- SILVA, Marcos et al (Org.). **História: que ensino é esse?** São Paulo: Papirus, 2013
- SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da vida privada no Brasil República:** da Belle Époque à Era do rádio. São Paulo: Companhia da Letras, 1998.
- VAINFAS, Ronaldo (Org.). **Domínio da história:** ensaios de teorias e metodologia. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave:** um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007.