

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

HELIOMAR BAZILIO DE OLIVEIRA

REDE SOCIAL *YOUTUBE*:

O uso da plataforma por alunos em fase de preparação para o ENEM – um estudo de caso.

BELO HORIZONTE – MG

2020

HELIOMAR BAZILIO DE OLIVEIRA

REDE SOCIAL *YOUTUBE*:

O uso da plataforma por alunos em fase de preparação para o ENEM – um estudo de caso.

Monografia apresentada ao programa de Especialização do Núcleo de Informação Tecnológica e Gerencial – NITEG, no curso Gestão Estratégica da Informação da Escola de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito para a obtenção do certificado de especialista em Gestão Estratégica da Informação.

Linha de Pesquisa: Gestão e Organização do Conhecimento.

Orientador: Claudio Paixão Anastácio de Paula.

BELO HORIZONTE - MG

2020

O48r

Oliveira, Heliomar Bazilio.

Rede social Youtube [recurso eletrônico]: o uso da plataforma por alunos em fase de preparação para o ENEM – um estudo de caso / Heliomar Bazilio Oliveira. - 2020.

1 recurso online (48 f. : il., color.) : pdf.

Orientador: Cláudio Paixão Anastácio de Paula
Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.

Referências: f. 43-45.

Apêndices: f. 46-49.

Exigências do sistema: Adobe Acrobat Reader.

1. Ciência da informação. 2. Redes de relações sociais. 3. Ciberespaço. 4. Ensino médio. I. Título. II. Paula, Cláudio Paixão Anastácio de. III. Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.

CDU: 316.472.4

Ficha catalográfica: Maianna Giselle de Paula Duarte CRB: 2642

Biblioteca Profª Etelvina Lima, Escola de Ciência da Informação da UFMG.



Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Núcleo de Informação Tecnológica e Gerencial

Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização em Gestão Estratégica da Informação, intitulado “**REDE SOCIAL YOUTUBE: o uso da plataforma por alunos em fase de preparação para o ENEM – um estudo de caso**” autoria de **Heliomar Bazilio de Oliveira** aprovado pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Cláudio Paixão Anastácio de Paula
Curso Gestão Estratégica da Informação
Escola de Ciência da Informação – UFMG
Orientador

Profa. Dra. Elisangela Cristina Aganette
Curso Gestão Estratégica da Informação
Escola de Ciência da Informação – UFMG

Data da aprovação: Belo Horizonte, 30 de junho de 2020

RESUMO:

O *YouTube* tem se destacado como o segundo maior buscador de informações do mundo. A plataforma busca possibilitar um espaço no qual o usuário pode criar e compartilhar vídeos sobre diversos assuntos, e de forma gratuita, para quem quiser acessar de qualquer lugar, desde que tenha um dispositivo que possibilite o acesso à *internet*. De dentro das periferias, alunos das escolas públicas buscam se preparar para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), com uso da plataforma, que disponibiliza conteúdos gratuitos de professores e empresas na área da educação em canais hospedados nela. Essa aproximação entre o ciberespaço e a educação tradicional em regiões periféricas é o objeto desta pesquisa. Por meio da aplicação de um questionário semiestruturado que foi preenchido em sala de aula para alunos que iriam prestar o ENEM e utilizavam conteúdos da plataforma *YouTube* como recurso didático, foi possível compreender as motivações, as percepções, as metodologias utilizadas por eles nessa relação. Foi possível, também, em decorrência disso, inferir para além da necessidade da democratização da *internet* e do acesso à informação, as potencialidades que a oferta livre desse insumo descortinariam para os estudantes de tais comunidades. A pesquisa traz dados que apontam para a necessidade de uma urgente ação do Estado no que diz respeito à educação que ainda se mantém estruturada sob a forma de um modelo por demais convencional e que, hoje, se mostra inadequado para responder às necessidades dos estudantes que são cercados por tecnologias, mesmo que não tenham acesso à *internet* em casa, como apontam os dados da pesquisa.

Palavras-chave: *YouTube*. Rede Social. Escola. ENEM. Conhecimento. Questionário. Ciberespaço. *Internet*. Ensino Médio. Autoeducação.

ABSTRACT:

YouTube has stood out as the second largest search engine for information in the world. The platform seeks to provide a space in which the user can create and share videos on various subjects, and free of charge, for anyone who wants to access from anywhere, as long as they have a device that allows access to the internet. From the outskirts, students from public schools seek to prepare for the National High School Exam (ENEM), using the platform, which provides free content from teachers and companies in the education area on channels hosted on it. This approach between cyberspace and traditional education in peripheral regions is the object of this research. Through the application of a semi-structured questionnaire that was completed in the classroom for students who were going to take the ENEM and used content from the YouTube platform as a didactic resource, it was possible to understand the motivations, perceptions, and methodologies used by them in this relationship. It was also possible, as a result, to infer beyond the need for the democratization of the internet and access to information, the potentialities that the free offer of this input would reveal to students from such communities. The research brings data that point to the need for an urgent action by the State with regard to education that still remains structured in the form of a model that is too conventional and that today is inadequate to meet the needs of students who they are surrounded by technologies, even if they do not have access to the internet at home, as shown by the survey data.

Keywords: YouTube. Social network. School. ENEM. Knowledge. Quiz. Cyberspace. Internet. High school. Self-education.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1

Figura 2

Figura 3

Figura 4

Figura 5

Figura 6

Figura 7

Figura 8

Figura 9

Figura 10

Figura 11

Figura 12

Figura 13

Figura 15

Figura 16

Figura 17

Figura 18

Figura 19

Figura 20

Figura 21

Figura 22

Figura 23

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
1.1 PROBLEMA E JUSTIFICATIVA.....	11
1.2 Objetivos.....	12
1.2.1 Objetivo Geral.....	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 A educação e o ciberespaço.....	13
2.2 A rede social <i>YouTube</i>	16
3. METODOLOGIA.....	17
4. RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS.....	19
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42
7. APÊNDICE:QUESTIONÁRIO.....	45

1. INTRODUÇÃO

O *YouTube* está entre as maiores redes sociais de compartilhamento de vídeos do mundo, é o segundo maior *site* mais acessado globalmente e ficando atrás do Google, a quem a plataforma pertence (Global Digital Report, 2020). Seu crescimento e utilização tem sido grande, tanto no Brasil, quanto no mundo. A plataforma que, atualmente, é gratuita, é utilizada para compartilhar e acessar os mais variados conteúdos em diversos dispositivos, como celulares, computadores, *notebooks* e *tablets*. A plataforma foi fundada em fevereiro de 2005, por Jawed Karim, Steve Chen e Chad Hurley.

A plataforma tem mais de dois bilhões de usuários no mundo. Diariamente, são assistidas, por meio dela, bilhões de horas de vídeo, com bilhões de visualizações. A plataforma, atualmente, pode ser acessada em até oitenta idiomas diferentes. Segundo o *YouTube* Imprensa (*YOUTUBE*, 2020), setenta por cento do seu conteúdo é reproduzido em dispositivos *mobile*. Em 2018, os brasileiros passaram mais de três horas por dia ao celular. Esse uso da plataforma colocou o Brasil em quinto lugar na posição global de tempo de uso, (AGÊNCIA BRASIL, 2019).

Hoje, o território digital cria uma zona dentro de outros territórios onde é possível acessar, produzir e distribuir informação, de maneira autônoma, estabelecendo redes colaborativas e processos comunicativos mais complexos. Assim, qualquer indivíduo pode fazer fotos ou um vídeo pelo celular e rapidamente enviar para sua comunidade no *YouTube*, *Orkut* ou *blog*. Essa gestão do fluxo da informação é incontrolável (a priori) pelo território físico onde se dá a conexão. (Lemos, 2009, p.45)

A plataforma tem sido usada para múltiplas funções, dentre elas a de compartilhar informação com alunos que a acessam para aperfeiçoar e aumentar seus conhecimentos para se destacarem no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Faz-se necessário compreender como os estudantes fazem uso dessa rede social por meio do território digital.

Segundo Sorj (2003):

Ao colocar boa parte do conhecimento humano no espaço virtual, facilitar o intercâmbio e expressão de ideias em tempo real e ao desenvolver cursos *on-line*, a *internet* permite romper uma das barreiras que limitavam e cercavam o acesso e a transmissão de informação. A luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação, (Sorj, 2003, p.37).

Com o acesso mais democrático da *internet*, os canais do *YouTube* os quais produzem conteúdo para quem irá fazer o ENEM têm sido utilizados por alunos que sentem a necessidade de melhora dos seus conhecimentos para a realização do exame. Com base em uma observação empírica no qual se nota o recorrente uso da plataforma, pode-se concluir que os alunos se utilizam de diferentes estratégias para encontrar a informação necessitada, mas, como tais procedimentos permanecem no campo do conhecimento tácito, seria importante compreender quais são esses caminhos.

Uma das vantagens de as aulas estarem no ciberespaço é a informação estar sempre à disposição do estudante, e o aluno retornar na parte que não compreendeu quantas vezes quiser, fato esse que, em sala de aula, muitas vezes não é possível, pois o professor precisa finalizar o conteúdo proposto em um ritmo pré-estabelecido, e isso não permite que algumas dúvidas sejam sanadas.

Mas a interação pelas redes informáticas "pode funcionar melhor do que na sala de aula", acrescenta a mesma especialista, "já que o aluno tem a possibilidade de discutir individualmente - e repetidamente - com o professor sobre o conteúdo trabalhado". (Sibilia, 2012, p.194).

O debate de ideias é muito importante para o aprendizado, o que, dentro da plataforma, é possível ao utilizar livremente os comentários ou fóruns, situação que, novamente, nem sempre são possíveis numa sala de aula convencional, pois, muitas vezes, o professor, pressionado pelo tempo, se vê impedido de efetuar interrupções em sua dinâmica de classe, porque precisa terminar de ministrar o conteúdo programado.

"...a modalidade virtual permite uma sustentação do vínculo pedagógico que hoje a modalidade presencial não tem". Isso em vários sentidos, inclusive no mais básico de todos: nos cursos universitários, os grupos presenciais costumam se encontrar uma ou duas vezes por semana, enquanto a interação *on-line* é muito mais frequente, pois a ubiquidade do dispositivo permite que cada um se conecte quando está em condições de participar, o que nem sempre acontece nas salas de aula comuns. Portanto, essa flexibilidade pode constituir "uma grande vantagem com relação à institucionalidade da aprendizagem presencial, que fixa um horário e um lugar, uma distância real que é preciso percorrer". (Sibilia, 2012, p.195).

Uma das maneiras de lançar luz sobre o assunto é investigar o uso atual que os alunos fazem dessa plataforma e dos recursos nela disponíveis. Nas palavras de Sibilia (2012): "... é muito pouco o que se sabe até agora nesse terreno ainda

experimental, sobretudo no caso da educação de crianças e adolescentes embora se trate, sem dúvida, de um caminho a ser explorado”. (Sibilia, 2012, p.196).

Diante desse cenário, inúmeras alternativas seriam possíveis para desenvolver um estudo que pretendesse lançar luz sobre interações dessa ordem com a plataforma *YouTube*. De modo semelhante, inúmeros grupos de estudantes que utilizam essa alternativa de estudo poderiam se tornar sujeitos de um estudo desse tipo. O desafio que se configura é tentar encontrar o terreno ideal para alcançar a melhor compreensão das nuances da interação dos estudantes com essa plataforma e o desenvolvimento desse processo de autoeducação. É nessa direção que o presente trabalho se encaminha. Para tanto, procurou-se escolher, como espaço e contexto para investigação, uma região e uma população em que as diferenças entre os indivíduos que se utilizaram dessas estratégias tecnológicas e aprendizado e os que não as utilizaram fossem o mais visíveis possível. Ainda que não se pretenda, com âmbito deste trabalho, fazer uma comparação entre as duas populações, acredita-se que a escolha desse caminho permita evidenciar, de forma muito mais nítida, as consequências de tal escolha.

A partir da experiência pessoal do autor. Ele próprio foi um usuário dessa estratégia de estudo e o desdobramento natural foi escolher, como sujeitos da investigação, alunos do nível médio de ensino que fossem provenientes de camadas populares de baixa renda.

Essa opção e os argumentos desenvolvidos ao longo desta introdução conduziram, naturalmente, à proposição da pergunta de pesquisa e aos objetivos que dela decorrem e buscam responder a ela.

1.1 PROBLEMA E JUSTIFICATIVA

Com a entrada cada vez mais forte das tecnologias da comunicação no mundo globalizado, é necessário que as pessoas se articulem e se adaptem para aproveitar o potencial dessas novas fontes de informação. Nas escolas de regiões periféricas aos centros urbanos, onde os alunos não têm estrutura e suporte para competir em igualdade de condições com estudantes de escolas particulares na disputa por oportunidades de aprendizagem, a criatividade na busca e adaptação de recursos fora de sala de aula torna-se essencial como uma alternativa para estudar e complementar seus estudos. Esse é o caso da utilização da plataforma *YouTube* por estudantes que pretendem realizar o Exame Nacional de Ensino Médio (ENEM). Esses alunos, além de não terem um repertório acumulado de conteúdos formais que, em tese, lhes permita obterem altas notas no ENEM, enfrentam outras situações que os deixam prejudicados na busca do acesso a uma universidade pública ou uma bolsa em uma universidade particular. Dentre estas, pode-se citar: o acesso à internet (tanto em termos de disponibilidade de conexão quanto em termos de qualidade); a posse ou a disponibilidade do uso de dispositivos para o acesso à plataforma; o acesso pago, que permite o uso ilimitado dos recursos às funções da plataforma sem as propagandas que interrompem a aula repentinamente; e algoritmos que possam criar um *loop* dentro de um determinado assunto. Fora esses problemas que são específicos quanto ao acesso e uso da plataforma, os estudantes dessas regiões vivem em constante alerta por estarem em um território onde existem diversos conflitos entre grupos de traficantes rivais, além de lidar com o acesso limitado de recursos como água e energia elétrica que, em alguns casos, é constantemente cortada pela empresa que fornece energia por falta de pagamento. Todos esses fatores têm um impacto direto na realização das expectativas dos alunos que buscam na escola alternativas de acesso a uma melhor qualidade de vida. A plataforma *YouTube* consegue, ainda que dentro do cenário de dificuldades listadas, entrar nesses lugares e disponibilizar conteúdo relevante e educativo para aqueles que, mesmo diante de tais barreiras, querem e podem estudar.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar como a plataforma de compartilhamento de vídeos *YouTube* é utilizada por alunos do nível médio de ensino escolar, provenientes de camadas sociais de baixa renda, que irão prestar o ENEM, como fonte complementar de informações para a aprendizagem e aquisição do conhecimento.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Investigar as formas e as alternativas de acesso dos sujeitos da pesquisa aos conteúdos da plataforma;
2. investigar a dinâmica de interação dos estudantes com os conteúdos da plataforma;
3. investigar as metodologias de estudo e aprendizado que os sujeitos da pesquisa utilizam em suas interações com a plataforma;
4. investigar as motivações dos entrevistados para optarem por essa modalidade de estudo;
5. investigar quais são os critérios utilizados pelos estudantes para selecionar os canais e conteúdos acessados, bem como as preferências estabelecidas a partir dessa seleção;
6. descrever como os estudantes percebem a influência da forma como os conteúdos disponíveis são produzidos e compartilhados em sua vida.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A educação e o ciberespaço

Segundo Sorj (2003, p. 35), a “Sociedade da Informação” é o termo mais indicado para apontar as consequências e os impactos causados pelas TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) na sociedade. Esses impactos que atingem, de forma totalitária, todas as regiões, estejam elas preparadas ou não para essas consequências.

As TICs existem dentro do ciberespaço, que, nas palavras de SOUZA & COSTA:

O ciberespaço é uma virtualização, a atualização em um lugar, de dados registrados em outro lugar, interconectados por redes, e que, por suas características técnicas de programação, permite a mediação da comunicação entre seres humanos, e com a própria cultura por eles produzida, principalmente, se considerarmos que os dados que aparecem na tela do meu computador em um site podem estar hospedados em um lugar físico do outro lado do mundo. (SOUZA & COSTA, 2005, p.108)

Nesse território digital, chamado assim por LEMOS (2009, p. 45), as pessoas podem, de qualquer lugar em que haja conexão com a internet, produzir conteúdos e publicar em redes colaborativas de diversas formas, como fotografias, textos e vídeos para, depois, compartilhar com todos em uma rede social.

Esse território já se tornou um espaço naturalizado para a maioria das pessoas. Segundo CARPES (2011, p. 199), por exemplo, as redes sociais representam, no imaginário das pessoas, a interatividade e a facilidade de compartilhar informações em sentido bidirecional entre os atores das redes sociais.

Complementarmente SORG (2003) irá concluir:

A Internet é, portanto, uma rede de computadores, comunicados entre si em tempo real, que permite que qualquer informação, em qualquer parte do planeta, esteja quase instantaneamente disponível em qualquer outro lugar. Assim, a informação e a comunicação deixaram de estar espacialmente localizadas, isto é, foram transferidas para o “espaço virtual” (denominado de ciberespaço), possibilitando o contato simultâneo de inúmeras pessoas entre si e com a memória do conjunto dos computadores participantes da rede, independentemente de sua localização no espaço. SORG (2003, p.36).

Já para SAAD (2009, p.48), a comunicação de grupos e a troca de informações nos territórios digitais se posicionam como dominantes no ciberespaço.

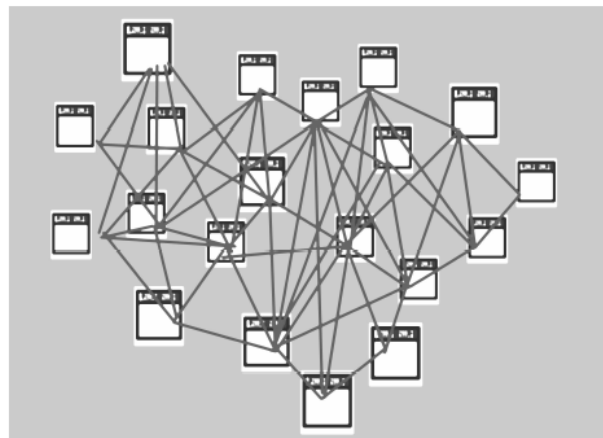
Os dispositivos para acessar e navegar pelo ciberespaço são variados, mas o celular tem ganhado notoriedade, o *YouTube* relata que setenta por cento do seu conteúdo são reproduzidos em dispositivos móveis. O telefone celular, segundo dados de uma pesquisa da Agência Brasil, publicada em 2019, o Brasil, é quinto país no *ranking* de uso diário de celulares no mundo, e os usuários de *smartphones*, em média três horas por dia usaram aplicativos móveis (AGÊNCIA BRASIL, 2019). Com esse dispositivo a informação veiculada por meio de redes sociais, como *YouTube*, chega a alunos moradores de regiões periféricas, acena para o ideal democrático do franco acesso à informação e viabiliza o acesso a conteúdos educacionais.

Na sala de aula contemporânea, apesar de os alunos, em sua maioria, possuírem celulares, o ensino ainda permanece com o modelo tradicional e unidirecional. Conforme diz SILVA (2009 p.90), para os alunos, que, fora do ambiente escolar, vivem num mundo conectado onde a troca de informações é constante, se permanecer nesse modelo de ensino fica incoerente. Para o autor, a escola precisa deixar métodos antigos de ensino, como falar e ditar, e passar a se adaptar à nova realidade, em que a docência, por meio de hipertextos e interatividade, é mais funcional. Essa diferença é ilustrada na figura 1, abaixo.

Figura 1



Docência unidirecional (modelo um-todos)



Docência interativa (modelo todos-todos)

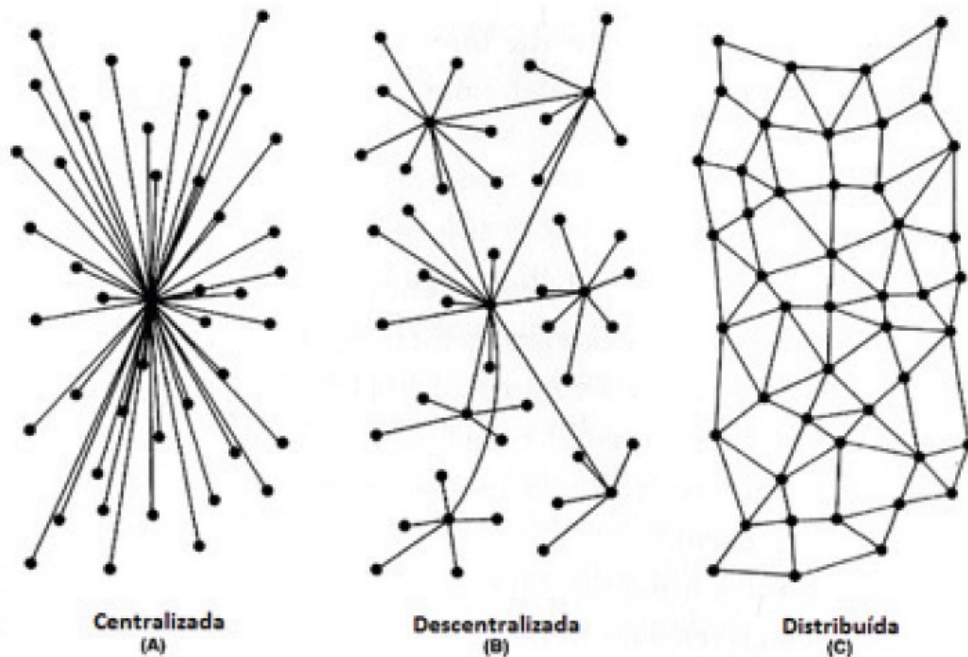
Fonte: educação presencial e *on-line*: sugestões de interatividade na cibercultura (Marco Silva, 2009 p.96).

Com base nesse ambiente, no qual não há limites para compartilhamento de informação de forma também gratuita, alguns professores buscam ajudar alunos que têm dificuldades em determinadas matérias, com produções de conteúdos que eles

não compreenderam ou mesmo aos quais nem tiveram acesso no ensino na escola. Para SORJ (2003, p.37), umas das maneiras de romper essas barreiras limitantes é justamente o uso da *internet* para compartilhar o conhecimento e propiciar a troca de ideias por meio de cursos *on-line*.

As imagens (A, B e C) da Figura 2, abaixo, podem ser utilizadas como uma ilustração de como a educação está funcionando e irá funcionar com o avanço da educação no ciberespaço. Na imagem (A), observa-se a existência de um ponto centralizado, um núcleo que representa o professor como detentor do conhecimento e onde vigora uma situação no qual os estudantes são dependentes dele para saber o que está certo ou errado. Com o avanço das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação), a informação passaria a ser distribuída e, em nuvem, poderia ser acessada em qualquer hora e lugar, desde que tenha um dispositivo que permita ao usuário ter acesso ao conteúdo por meio da *internet*.

Figura 2



Fonte: adaptação de Giglio; Souza; Spanhol (1964) da ilustração original de Paul Baran.

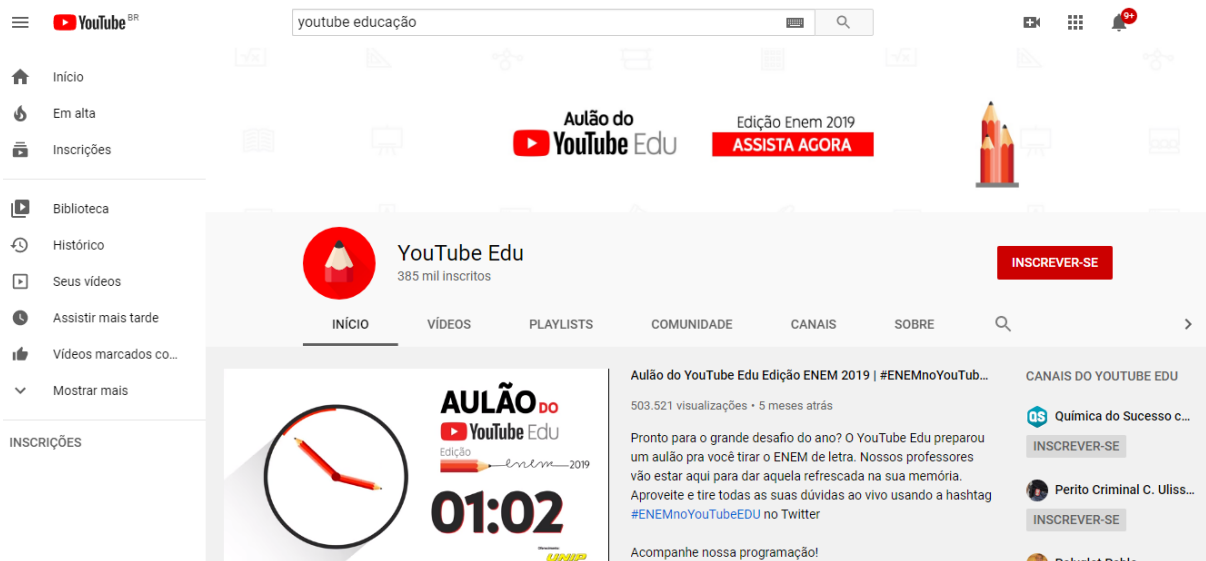
2.2 A rede social *YouTube*

No momento em que esta pesquisa é desenvolvida, o *YouTube* destaca-se, como já foi dito, como a segunda maior dentro do panorama de diversidade das redes sociais. O *YouTube* foi fundado em 2005 por três ex-funcionários da *PayPal* (GRAHAM, 2005, n.p) Com a utilização de seus conhecimentos prévios de *design* e ciência da computação, os criadores escolheram o nome *YouTube* a partir das palavras do inglês *you* (que significa você) e *tube* (que literalmente significa tubo – uma gíria utilizada frequentemente para designar a televisão). Em essência, se a gíria da expressão for modificada para ficar próxima do sentido original *You television*, significaria algo como "Você televisa" e teria o sentido aproximado de "o seu canal".

A plataforma é intuitiva e de fácil acesso, por computador, *tablet* ou celular. Nela, o compartilhamento de vídeos é gratuito, e o acesso a esse conteúdo também. Por meio dela, pessoas de idades e regiões diferentes acessam, compartilham e aprendem todos os dias. A plataforma usa programação de código avançada para direcionar sempre o conteúdo semelhante ao usuário, assim, a navegação uma janela para um mundo virtual e individual de cada pessoa.

Dentre os vários canais disponíveis no *YouTube*, existe uma miríade de canais voltados para a educação, que são avaliados pelos usuários da plataforma por meio de visualizações, *likes* e comentários. Como os *likes* (ou "curtidas") são uma forma de dizer que quem assistiu gostou do conteúdo, esse alto nível de aprovação motivou os criadores da plataforma a criar um canal chamado *YouTube* EDU, voltado cem por cento para a educação com ênfase no ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio), para ajudar aos alunos que buscam uma nota suficiente para ter uma bolsa estudantil em uma instituição de nível superior (Figura 3).

Figura 3 – Imagem capturada do canal *YouTube Edu*.



Fonte: imagem capturada pelo autor. Conteúdo acessado em 28 de março de 2020.

3. METODOLOGIA

Retomados os objetivos previamente apresentados, este trabalho busca investigar as percepções que os usuários da plataforma *YouTube* têm sobre o impacto dessa rede social em seu comportamento como estudantes. Para que esse objetivo pudesse ser alcançado, foi realizado um estudo de caso de cunho quali-quantitativo e, para efetuar o levantamento de dados, foi solicitado aos alunos que respondessem a questionários semiestruturados.

Segundo Baptista e Cunha (2016, p.177), mesmo que normalmente sejam associados a estudos quantitativos, os questionários podem ser elaborados de forma a incluir questões abertas para coletar dados qualitativos. Assim, para a coleta dos dados aqui analisados, foi aplicado aos alunos um questionário semiestruturado impresso. As questões para compor todo o questionário tiveram como referência o livro *Metodologia de pesquisa: do planejamento à execução*, de Louis M. Rea e Richard A. Parker (REA; PARKER, 2000). Nele, existem diversos modelos e sugestões que exemplificam formas de como elaborar perguntas específicas com o objetivo de obter respostas precisas e de forma imparcial. Utilizá-lo como referência foi essencial para a estruturação do questionário desta pesquisa. O questionário teve dezessete questões: nove fechadas e oito abertas; dentre elas as questões treze e quatorze foram definidas como mecanismo de resposta escalonada. Esse

tipo de pergunta é conhecido como escala *Likert*¹, amplamente usada para medir posições e opiniões com mais definição do que uma simples resposta do usuário que seja "sim" ou "não".

O *locus* da pesquisa foi no Bairro São Mateus – situado na cidade de Contagem, MG. Em abril de 2010, o bairro São Mateus passou por um momento de grave tensão social, quando foi instituído um toque de recolher por imposição de traficantes. Após o fato, a região levou um longo tempo para se recuperar do impacto que, durante o toque de recolher, paralisou os comerciantes e tornou o serviço público inativo. O toque repercutiu negativamente nos bairros adjacentes, a ponto de levar a ONU (Organização das Nações Unidas) a iniciar um trabalho social intenso na região. Alguns dos projetos sociais criados pela ONU naquele ano ainda continuam em andamento, sempre com o propósito de inserir e reinserir crianças, jovens e adultos na sociedade, para afastar a população do tráfico, do crime e da ociosidade vista como facilitadora dessas situações de risco. Esse cenário e as condições sociais e econômicas às quais a população jovem do bairro está submetida tornam-no um ambiente propício para o estudo.

A amostra dos entrevistados para a pesquisa foi retirada da população composta por alunos da região do Bairro São Mateus que frequentam o ensino médio e pretendem fazer a prova do ENEM. Para tornar possível alcançar especificamente os alunos que iriam prestar o ENEM no ano de 2020, tornou-se necessário encontrar uma estratégia de recorte para essa população. Desse modo, optou-se por aplicar o instrumento aos alunos que estivessem em sala de aula nas turmas do terceiro ano do ensino médio escolar, em uma escola do Bairro São Mateus, no dia da visita do pesquisador. De modo a garantir que o questionário fosse aplicado especificamente para os alunos os quais irão prestar o ENEM e tenham acesso a pelo menos um dispositivo eletrônico que os permita acessar e estudar utilizando a plataforma *YouTube* fora do ambiente escolar, foram solicitados que somente os alunos os quais fossem fazer a prova do ENEM e usavam, e de alguma forma, o *YouTube* para estudar levantassem as mãos. Dos cento e dezenove alunos matriculados no turno da manhã e noite, somente vinte e três

¹ Escala *Likert*: É uma pergunta que usa uma escala de 5 ou 7 pontos, às vezes chamada de escala de satisfação, que varia de uma atitude extrema a outra. Normalmente, a pergunta de pesquisa da escala *Likert* de satisfação inclui uma opção moderada ou neutra. As escalas *Likert* (que têm o nome do criador, o cientista social estadunidense Rensis Likert) são populares por serem uma das formas mais confiáveis de medir opiniões, percepções e comportamentos.

mostraram interesse em responder ao questionário. Conseqüentemente, essa opção resultou numa amostra por acessibilidade composta por vinte e três alunos. O motivo que levou à opção pelo questionário impresso e não por uma versão *on-line* foi o sabido baixo índice de respostas obtidas por meio dessa última modalidade, bem como pela ausência de controle que o pesquisador tem sobre quem de fato responde a uma versão *on-line*. Ao utilizar um questionário impresso em sala de aula, a assertividade na amostra é exata, dado que o questionário é aplicado para um grupo que se encaixa no perfil da pesquisa.

Para a análise dos dados quantitativos, foi utilizado o método estatístico simples baseado em percentuais, e, para a interpretação dos dados qualitativos coletados pela parte aberta do questionário, foi utilizado o método da análise de conteúdo:

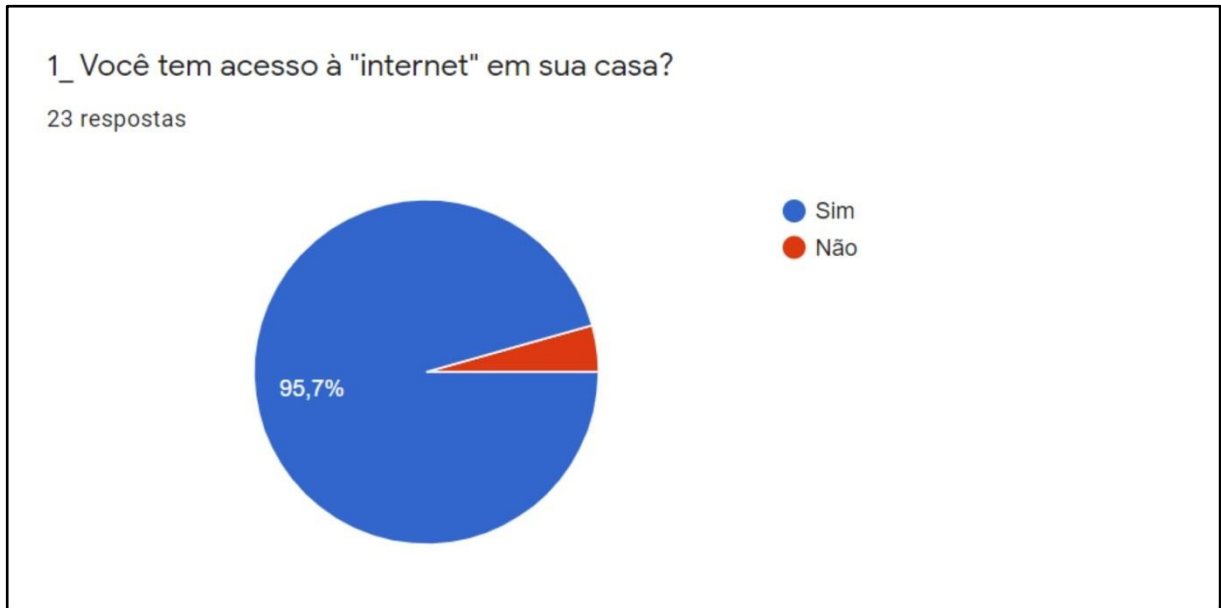
A análise de conteúdo é usada, desde os primórdios do século XX, para determinar a ênfase relativa ou a frequência de vários fenômenos da comunicação. Ela busca uma situação já definida *a priori*, utiliza um texto para demonstrar esta existência do embasamento teórico da situação analisada. Na coleta de dados, a sua fase inicial é quantitativa, com ênfase na tabulação das frequências dos termos contidos no texto. Em seguida, ela torna-se menos rígida, sendo possível a interpretação qualitativa dos dados. Baptista e Cunha (2016, p.181).

4. RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Como apresentado anteriormente, para a aplicação dos questionários, foram selecionadas somente as turmas do terceiro ano do ensino médio escolar e os alunos que tinham a intenção de fazer o ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio). As três salas tinham um total de cento e dezenove alunos regularmente matriculados, dos quais somente vinte e três aceitaram responder às questões do questionário. Nas páginas seguintes, são apresentados os resultados obtidos e as avaliações extraídas deles.

Formas e alternativas de acesso aos conteúdos da plataforma

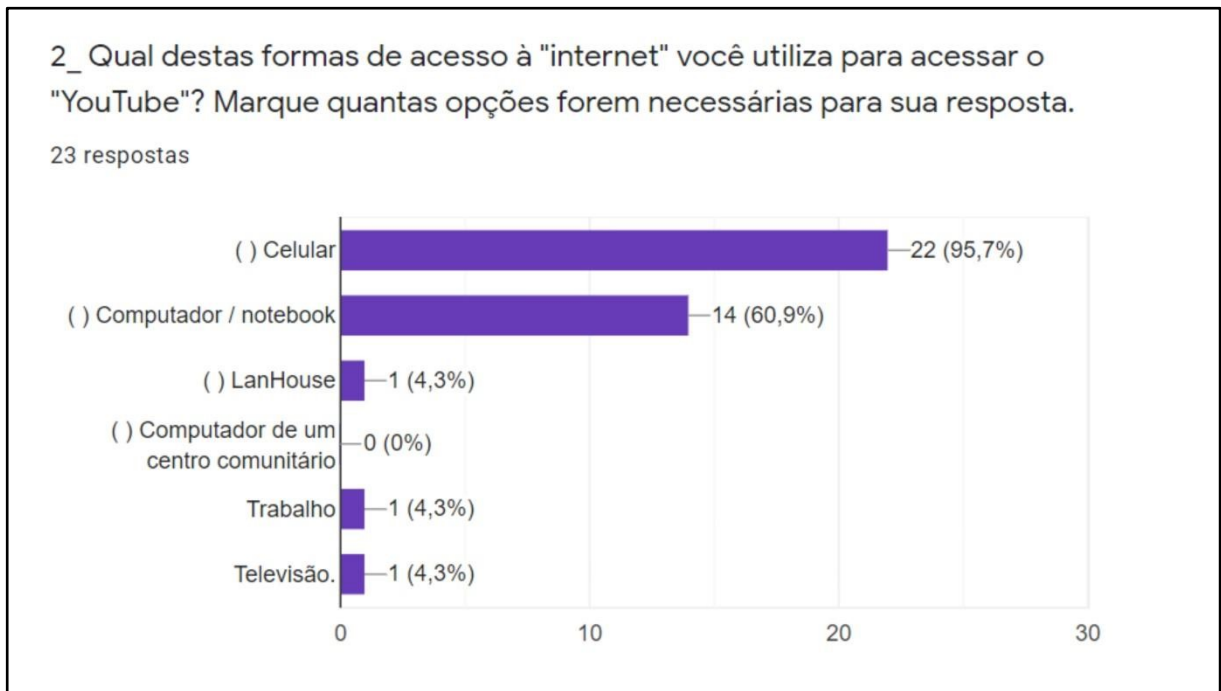
Quando questionados sobre a disponibilidade de acesso à *internet* em casa, a quase totalidade do pesquisados (95,7 %) responderam que sim, conforme figura 4.

Figura 4 – Percentuais de acesso à *internet* domiciliar.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Nota-se, a partir desse dado preliminar, como é importante que, para qualquer iniciativa voltada para autoeducação, seja disponibilizado o acesso à *www*, em suas residências. Embora não tenha sido possível verificar o acesso à *internet* entre todos os cento e dezenove alunos matriculados no terceiro ano, poder-se-ia perguntar se, dentre esse grupo, vários possíveis alunos utilizadores da plataforma para o estudo e beneficiados pela alternativa de autoeducação não optaram por essa modalidade de estudo simplesmente porque não possuem acesso facilitado ao mundo digital, conforme figura 4.

Quando questionados sobre as formas de acesso ao *YouTube* ficou evidente a prevalência do celular como alternativa principal de acesso (95,7%).

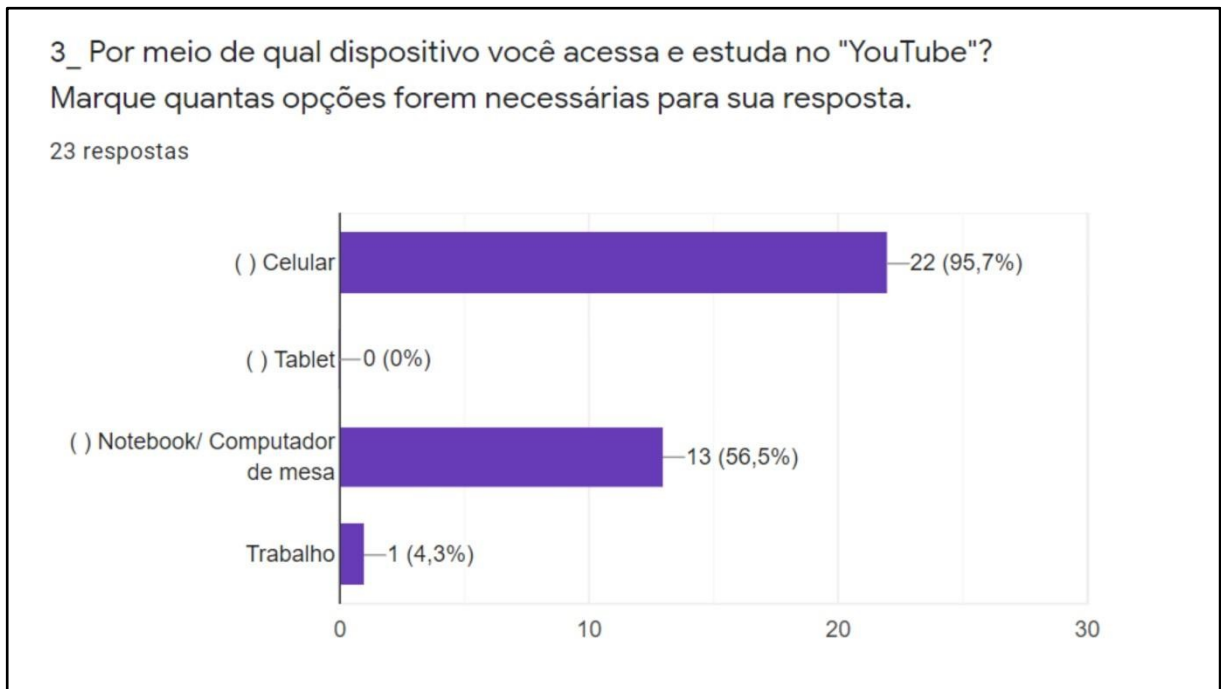
Figura 5 – Equipamentos utilizados para o acesso ao *YouTube*.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Isso sugere que, para a grande maioria dos respondentes, as outras alternativas (mesmo os computadores ou *notebooks*, com 60,9%) tem um papel complementar nessa relação. Embora fosse necessário aprofundar o estudo para confirmar a ideia, tal dado aponta para a confirmação de uma tendência nacional (VALENTE, 2018). Tal fato pode ser analisado com a perspectiva da agilidade e da facilidade de acesso que os telefones móveis oferecem. No entanto, o percentual bastante alto (60,9%) de utilização de *desktops* e *notebooks* parece sugerir que, quando existe a disponibilidade da utilização desses recursos, eles são utilizados, conforme figura 5.

Talvez, e se trata aqui de uma especulação que necessitaria de um estudo complementar para confirmar a proposição, essa modalidade mais “convencional” de acesso ofereça mais conforto no que diz respeito ao manejo das janelas de pesquisa no navegador, como o estudo fica mais fácil com múltiplas abas abertas simultaneamente. Uma aba com a janela do *YouTube* e as demais para pesquisa dos assuntos da aula.

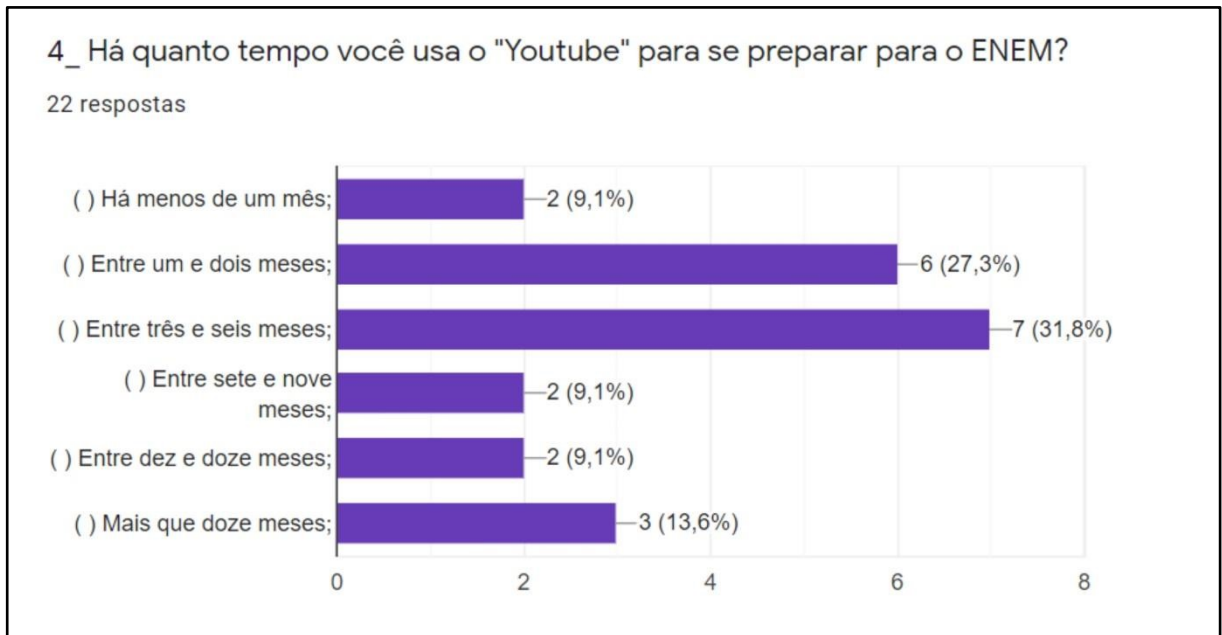
Essa proximidade entre o celular e usuário parece ser confirmada na pergunta seguinte, conforme figura 6.

Figura 6 - Equipamentos utilizados para o estudo utilizando o *YouTube*.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando perguntados sobre qual dispositivo utilizam para estudar no *YouTube* as proporções quase se repetem (95,7% para o Celular e 56,5% para computadores e *notebooks*). Isso parece reforçar a percepção anterior e acrescentar mais um dado: embora pequena, existe uma parcela de estudantes que utilizam os recursos de acesso do trabalho para o estudo. Esse dado parece sugerir que, caso existissem outras modalidades de acesso disponíveis, como computadores para livre acesso na escola, por exemplo, os alunos poderiam ter um recurso adicional para acesso mais confortável ao estudo pela *www*. Outro facilitador para o estudo poderia ser a disponibilização de *wi-fi* nas escolas. Dessa forma poderiam ser cobertas e exploradas as duas tendências dominantes. O conforto oferecido por equipamentos maiores (*desktops* e *notebooks*) e a agilidade possibilitada pelos celulares na facilitação do estudo, conforme figura 6.

Interação dos estudantes com os conteúdos da plataforma.

Figura 7 – Tempo de utilização do *YouTube* para preparação para o ENEM.

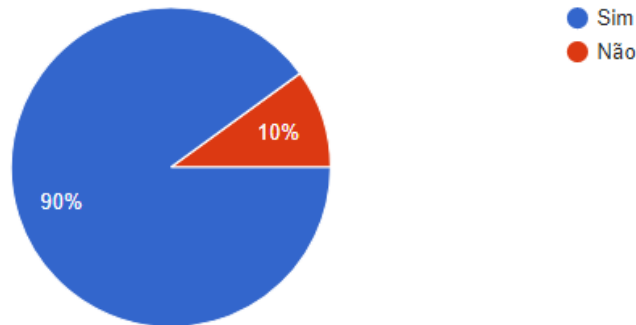
Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando questionados sobre o tempo que usam a plataforma para se prepararem para o ENEM; 31,8% responderam que usam entre três e seis meses. Dado o período da pesquisa e a mudança no cronograma do exame em função do distanciamento social desencadeado como forma de conter a pandemia de Covid-19, não foi possível observar o impacto que o tempo investido nessa modalidade de estudo teve nas notas do ENEM. A possibilidade de se obter esse dado ofereceria um olhar muito mais aprofundado sobre o impacto da utilização dessa metodologia, especialmente se essa informação fosse relacionada com os recursos para acesso à plataforma de cada aluno, conforme figura 7.

Figura 8 – Utilização de outros recursos na preparação para o exame.

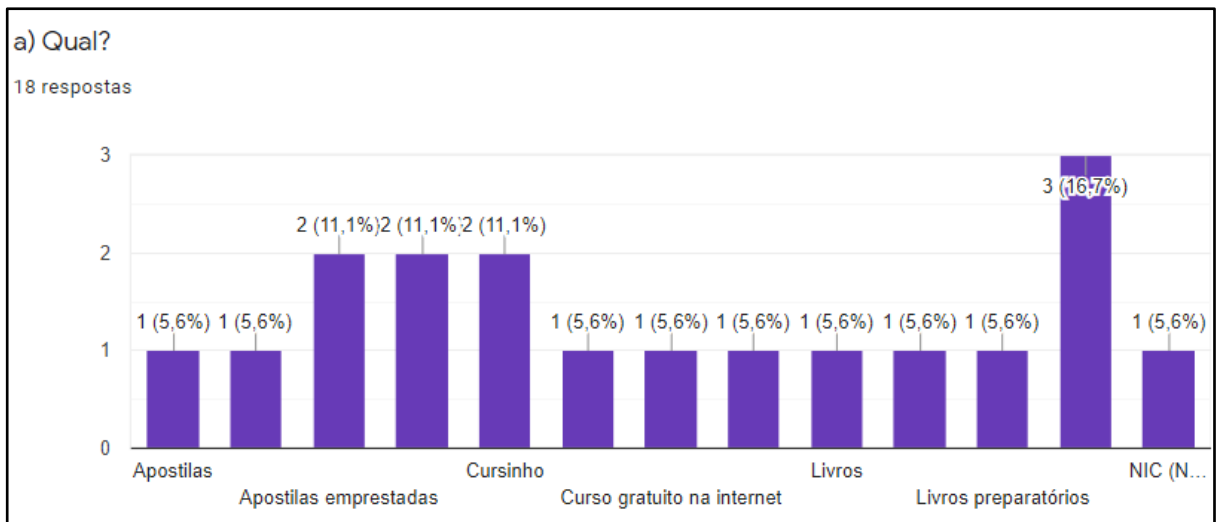
5_ Você já estudou ou tentou se preparar utilizando outro recurso (cursinho, apostilas emprestadas, material didático)?

20 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Figura 9 – Outros recursos utilizados na preparação.



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando questionados sobre se já utilizaram outras formas de preparação para o ENEM, 90% responderam que sim, já utilizaram outros meios para estudarem (Figura 8). A seguir eles citaram quais foram as formas que usaram para se preparar que estão a seguir, seguindo a ordem que as colunas seguem da esquerda para a direita: 5, 6% apostilas, 5, 6% apostilas de inglês do ENEM, 11, 1% apostilas emprestadas, 11, 1% apostilas preparatórias, 11, 1% cursinho, 5, 6% cursinho NIC²,

² O Núcleo de Incentivo à Cidadania - NIC é uma instituição sem fins lucrativos, fundada em 29 de outubro de 2003 e está localizada à Rua Juventino Dias, 297 - Bairro Balneário Ressaca em Contagem, Minas gerais. O NIC - Núcleo de Incentivo à Cidadania é uma entidade voltada para o atendimento social, cultural e educacional.

5, 6% curso gratuito na internet, 5, 6% livro: se prepare, 5, 6% livros, 5, 6% livros e provas antigas, 5, 6% livros preparatórios, 16,7% material didático, 5, 6% NIC. (Figura 9). O que parece indicar que – considerando-se que apenas 13% (o somatório dos alunos que utilizam alguma modalidade de cursinho, seja gratuito na internet, NIC ou cursos formais) puderam se valer da utilização de cursos preparatórios – o recurso da utilização dos vídeos postados no *YouTube* apareceu passou a contribuir com relevância para compor o rol das estratégias usadas pelos alunos pesquisados.

Metodologias de estudo e aprendizado

Figura 10 – Critérios utilizados na escolha de conteúdos para estudo.



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando questionados sobre as escolhas dos canais e vídeos para estudo 91,3% dos alunos informaram que fazem a busca do conteúdo específico que precisam aprender ou revisar. Este dado é muito interessante, pois demonstra que: 1) os alunos não se baseiam em elementos que poderiam sugerir algum numérico critério de qualidade (como o número de acessos); 2) Sugere que talvez o elemento que mova as suas buscas seja um critério de acessibilidade rápida às respostas; 3) os alunos parecem não utilizar os vídeos numa sequência programática como as utilizadas nas estratégias tradicionais de ensino, isso pode indicar que eles talvez tenham feito essa consulta por conteúdos específicos como uma forma de suplementar conteúdos do programa da avaliação que não são cobertos ou apresentados em sala de aula; 4) Embora não se tenha elementos para afirmar com

certeza, isso talvez possa sugerir ainda que eles não tenham apreendido de modo efetivo a matéria nos moldes como ela foi explicada em sala de aula e, por causa disso, busquem a repetição do conteúdo ou uma explicação de modo a torná-la de mais simples compreensão.

Notando-se que 47,8% dos alunos também usam das indicações dos amigos para serem assertivos nos conteúdos, isso parece denotar a percepção de que, já que na plataforma existem muitas aulas sobre o mesmo assunto, é importante para o aluno identificar em qual canal o assunto é abordado da melhor forma – e eles parecem utilizar uma rede de apoio mútuo como estratégia para minerar essas alternativas. 30,4% afirmam que usam da indicação de outros canais para estudar. Esta indicação pode acontecer por meio de um canal que indica diretamente outro que considera como referência, ou pode acontecer automaticamente, por meio de algoritmos. Por exemplo, pode ser que dentre os alunos que fazem a busca alguns deles não acessem a plataforma e sigam o que ela dita como o que o aluno deve estudar, pelo contrário, mesmo que o aluno não crie uma "playlist", a plataforma possui algoritmos avançados que criam uma sequência a ser exibida por meio do "IP" do computador ou conta logado no momento do acesso. Isso permite que a próxima vez que o estudante entre na plataforma ele verá indicado um vídeo diferente, mas relacionado com os conteúdos assistidos anteriormente.

Do total de respondentes, 26,1% usam da repercussão que a vídeo-aula tem, usando de dados oferecidos pelo YouTube. Estes dados informam quantas pessoas já visualizaram e quantas gostaram e quantas não gostaram do vídeo desde o dia da postagem. E, finalmente, apenas 4,3% usam o curso que estão fazendo como base para as pesquisas (Figura 10).

Critérios utilizados pelos estudantes para selecionar os canais e conteúdos acessados, bem como as preferências estabelecidas a partir dessa seleção.

7_ Cite, por ordem de importância, os canais que mais acessa para estudar. Não é preciso preencher todos os espaços.

16 respostas

Descomplica.

Descomplica

Não me lembro os nomes, não gravo.

1º Pablo Jamilk
2º Noslen

1º Me salva
2º Stoodi
3º Descomplica
4º O quadro

1º Descomplica
2º Youtube Edu

O curso que direciona, depende muito do tema.

Ferretto Matemática

1º Débora Aladim
2º Descomplica

Nostalgia

1º Vamos falar de História ?
2º Ferretto Matemática

1º Vamos falar de História?
2º Ferretto Matemática
3º Descomplica

Não me lembro. Porque pesquiso por nome didático da dúvida no momento.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando questionados sobre os canais que acessam para estudar, os alunos em sua maioria citaram canais que trabalham com diversas disciplinas dentro do canal. O canal Descomplica, apareceu em seis respostas das dezesseis. O canal é focado em preparar alunos para o ENEM e também oferece cursos de pós-graduação. Essa empresa, que trabalha com diversas temáticas, tem uma característica que parece apontar uma preferência por não apresentar as disciplinas

de forma monótona e buscar sempre prender a atenção do aluno atrelando ao conteúdo brincadeiras na edição e com os professores, durante as aulas. Esse perfil dos docentes, que buscam estar animados e passar um ambiente mais descontraído sem perder o compromisso com o ensino, também parece apontar para uma preferência e parece se configurar como necessário por causa do ambiente em que os recursos são disponibilizados: um lugar em que se os conhecimentos não forem embalados numa forma interessante o suficiente, disposta para prender a atenção do aluno, o vídeo do concorrente estará apenas a um clique de distância.

O uso dos canais para disciplinas específicas como: português, matemática, biologia, também tiveram aparecerem em respostas nas questões. Nestes, o desdobramento dos professores em fazerem que uma aula que supere as expectativas dos alunos torna-se sempre necessário já que eles trabalham somente com uma disciplina e, em sua maioria, sozinhos. Alguns convertem o conteúdo em música, como é o caso do professor Noslen, que tem 2.790.000 de inscritos em seu canal, e utiliza as mais variadas formas para se destacar nas buscas do *YouTube* e aparecer na primeira página de busca da plataforma.

Outros canais que trabalham de forma a ter várias disciplinas no *YouTube* foram citados como os canais: Stoodi, Me Salva e o O quadro, que durante está pesquisa não apareceu na busca feita da plataforma. O canal Nostalgia apareceu uma vez dentre as respostas. O proprietário do canal é o *YouTuber* e apresentador, Felipe Castanhari, 25 anos, criador do canal “Nostalgia”. Ele foi citado pela revista Forbes em 2016 por estar entre os 30 jovens mais promissores do Brasil, abaixo dos 30 anos de idade (*FORBES*, 2016). O canal tem até a data desta pesquisa mais de 13.000.000 de inscritos. (Figura 11).

Motivações para essa modalidade de estudo.

Figura 12 – Motivadores para o estudo utilizando a plataforma.

8_ O que mais te motiva a estudar no "YouTube"?

21 respostas

Tirar curiosidades

Videoaula ensina melhor e com mais conteúdos.

Creio que prende mais nossa atenção.

Ter um bom resultado.

Facilidade de acesso, além de possuir uma didática melhor.

Dúvidas.

A possibilidade de ingressar em uma faculdade.

São as maneiras diferentes de explicar que chamam a atenção.

É um recurso muito útil que deve ser utilizado.

Praticidade.

Tirar minhas dúvidas.

Fácil acessibilidade, posso retornar ao início facilmente.

Mais conteúdos.

Minha vontade de tirar uma boa nota, para ter acesso a um curso superior.

A duração curta das aulas, e fazer meu horário.

A rapidez e a facilidade.

A vontade de aprender melhor e sair-se bem nas provas.

Faço meu horário.

Tirar melhor as dúvidas. Geralmente com explicações.

Os professores ensinam melhor.

Porque tenho certeza de que o pessoal já fez e tem boas técnicas.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

A proposta de inquirir os pesquisados sobre o que os motiva a estudar na plataforma teve como objetivo buscar mais a subjetivamente conhecer a motivação

dos alunos para compreender como eles percebem a plataforma em relação à busca por obter um ótimo resultado no ENEM.

No que diz respeito às repostas para as motivações indicadas como responsáveis pela potencialização do uso da plataforma para estudar se distribuíram entre a motivação indicada como responsável pela potencialização do uso da plataforma para estudar foram: a facilidade de acesso (3 respostas); o fato do conteúdo prender mais a atenção; as maneiras diferentes de explicar o conteúdo (3 respostas); a praticidade (1 resposta), a possibilidade de retornar ao início da aula facilmente (1 resposta); a possibilidade de assistir em qualquer horário (2 respostas); e, a ideia de que os professores ensinam melhor (2 respostas). Nessa última resposta, é possível perceber a sugestão de uma possível insatisfação do aluno quanto às aulas que ele tem assistido na sala de aula convencional. Como no *YouTube* os alunos podem acessar o mesmo assunto ensinado por diferentes professores, com métodos lúdicos e recursos visuais variados. Isso torna possível a escolha tanto do professor por parte do aluno, quanto do método ou do canal que melhor supre sua necessidade. Situação que não é possível na escola regular, onde os professores são definidos pela instituição ou por meio de concursos que nem sempre traduzem a sua real capacidade didática e de comunicação, e nas quais os alunos não podem opinar sobre a contratação dos docentes. (Figura 12)

Figura 13 – Dificuldades percebidas ao utilizar a plataforma.



Fonte: dados da pesquisa (2020).

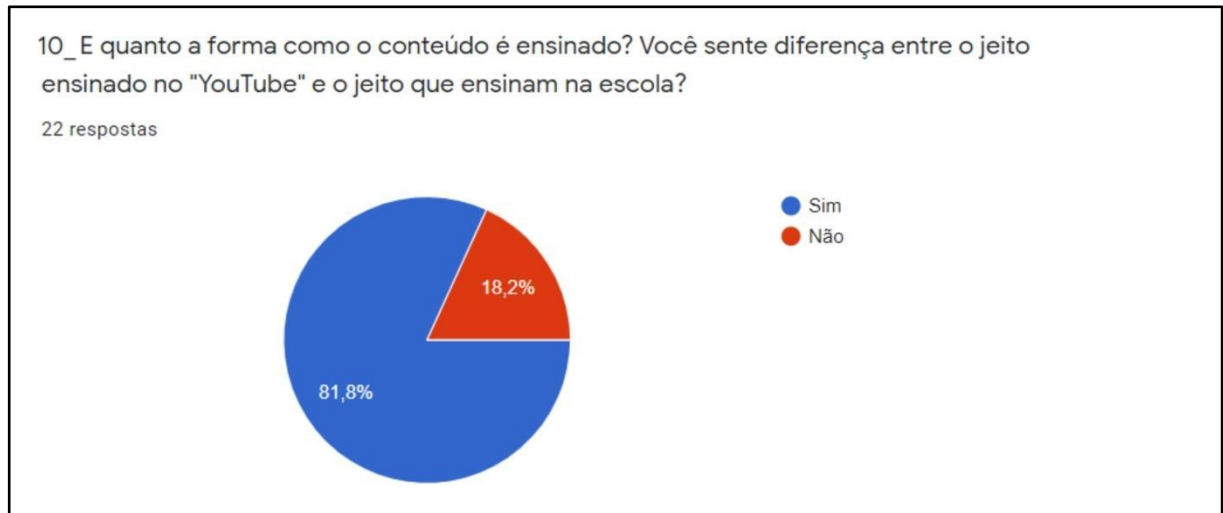
Quando questionados sobre as dificuldades que enfrentam para estudar pela plataforma, os alunos levantaram pontos como não poder ter um diálogo com o professor durante as aulas, o que na sala de aula pode acontecer de forma mais fácil, mesmo quando o professor precisa cumprir a carga horária de conteúdo. Na plataforma, se não é para responder a questões ao vivo, o conteúdo é passado de forma contínua. Isso acontece como uma alternativa que o professor não altere o assunto da aula de forma que, quando outro aluno for assistir a uma aula sobre determinado assunto, ele encontre assuntos que, em decorrência de explicações sucessivas, acabou se distanciando do título indicado na identificação do vídeo.

Os anúncios em vídeo ou banners que aparecem durante as aulas também foram citados como barreiras para o aprendizado no *YouTube*. Embora os anúncios possam ser removidos caso o aluno adquira uma assinatura *Premium* do *YouTube*, poucos deles tem recursos para tal. Estes anúncios, no início e no meio dos vídeos, são um meio que a plataforma tem de obter ganho financeiro uma vez que não é cobrado nenhum valor de quem posta o vídeo e nem de quem assiste.

O acesso a uma internet de qualidade também foi citado 3 vezes, além de ter aluno que dentro deste questionário citou como dificuldade de estudo na plataforma, o acesso à internet estar fora de casa. Isso aponta para uma realidade em que, caso se deseje que os alunos tenham um melhor aproveitamento na utilização de recursos gratuitos como os da plataforma, é preciso também promulgar políticas de democratização de acesso livre à conexões à *www* ou, na ausência deles, uma regulamentação e fiscalização do serviço de internet no Brasil, que, na ocasião as entregas do sinal, frequentemente não atendem ao que foi contratado. (Figura 13)

Como os estudantes percebem a influência da forma como os conteúdos disponíveis são produzidos e compartilhados em sua vida.

Figura 14 – Percepção de diferenças entre o estudo convencional e o uso da plataforma.



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando questionados sobre como percebem o conteúdo na plataforma e no ensino presencial 81,8% disseram que sentem diferença entre o estudo pelo *YouTube* se comparado ao da escola.

Quando foram perguntados o que percebem de diferente nessa oferta os alunos explicitaram o que sentem no ensino por meio da plataforma como: mais detalhes nas aulas, simplicidade, facilidade no entendimento, facilidade no acesso, tranquilidade, dinamismo e animação, formas lúdicas de ensino, paciência, melhores exemplos, novidades no conteúdo.

Como já dito anteriormente, isso provavelmente se dá pela vasta possibilidade de escolha que o aluno tem quando busca uma aula específica – uma oferta maior implica em resultados mais próximos às suas necessidades e expectativas individuais: quando o estudante não se identifica com a metodologia de ensino de determinado canal, ele pode trocar por outro canal ou professor, além de assistir quantas vezes forem necessárias para entender a matéria.

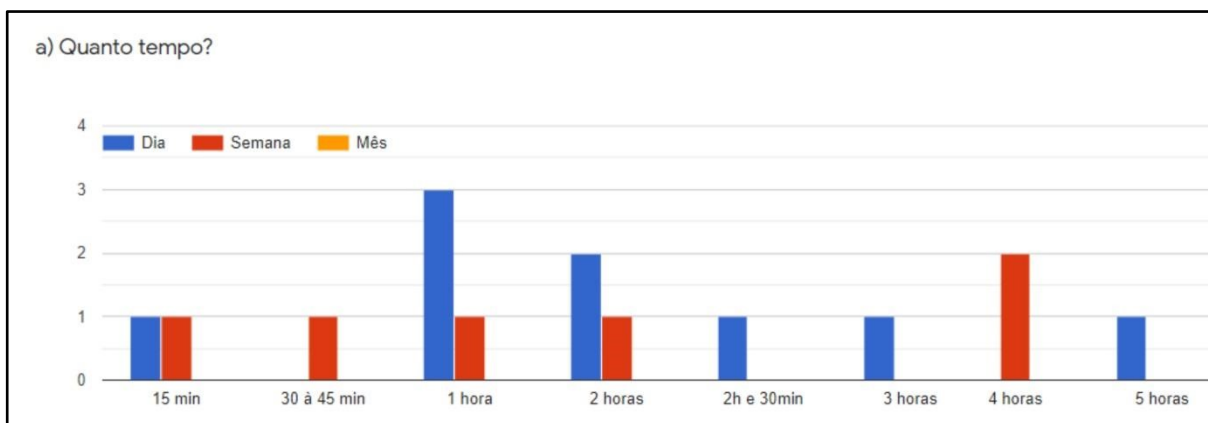
O uso de recursos multimídias usados nas aulas na plataforma potencializam a fixação da atenção do aluno e torna o conteúdo mais fácil de ser compreendido. Usar imagens, vídeos e vários exemplos de uma mesma explicação ajuda o estudante a aprender o conteúdo, já que há uma variedade maior de exemplos. (Figura 14)

Figura 15 – Capacidade de aferição do tempo utilizado em estudos baseados na plataforma.



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Figura 16 – Tempo dedicado aos estudos na plataforma.



Fonte: dados da pesquisa (2020).

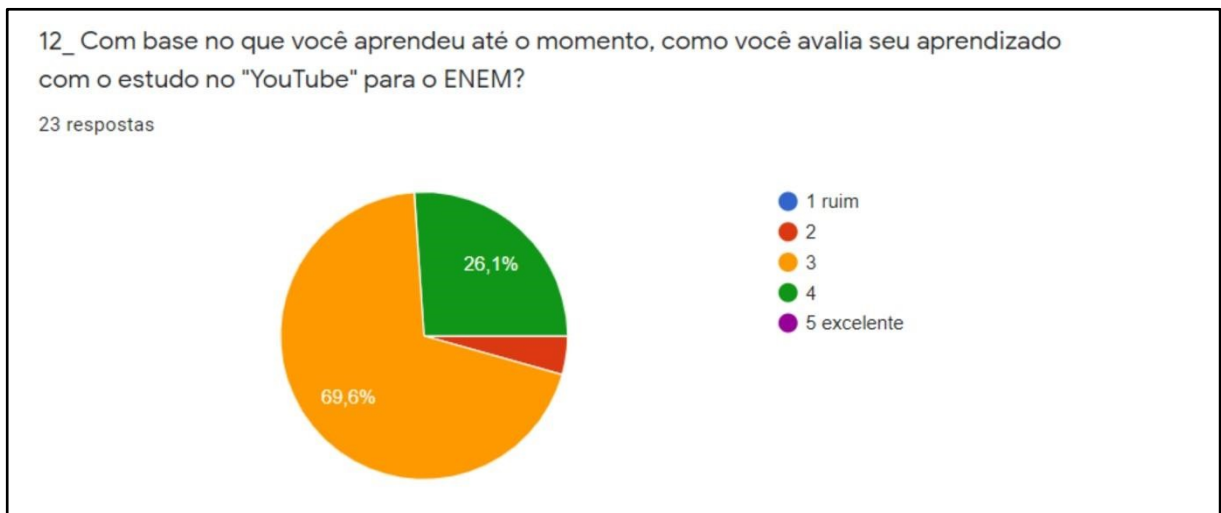
Quando questionados sobre o tempo que usam a plataforma para estudar, 88,2% responderam que conseguem fazer este cálculo. A maioria disse que estuda em média 1 hora por dia.

Os dados também apontam para um grupo de alunos que estudam de 2h à 3h por dia. Com base em estudos futuros poder-se-ia investigar se os alunos que conseguem utilizar a plataforma por um tempo maior, mesmo após cumprirem o horário escolar e conseguem se manter focados durante este período, tem como origem desse comportamento um nível maior de motivação e os motivos que os levam a desenvolver essa capacidade de manter o foco. Outra investigação possível

seria no sentido de investigar se os alunos que tem internet estável em casa e melhores dispositivos para acessar traduzem essa vantagem em maior motivação.

Existe uma pequena porcentagem que estuda em média 15 minutos por dia e 15 minutos por semana. Sobre esse grupo pode-se especular que esses alunos estão em um segmento em que o acesso a plataforma é uma grande barreira ainda, ou, ainda, se existem outros fatores que não foram questionados durante esta pesquisa. Toda a leitura destes dados e interpretações poderiam ser aprofundados a a partir da busca por informações mais detalhadas com um estudo mais aprofundado de cada caso. (Figura 16)

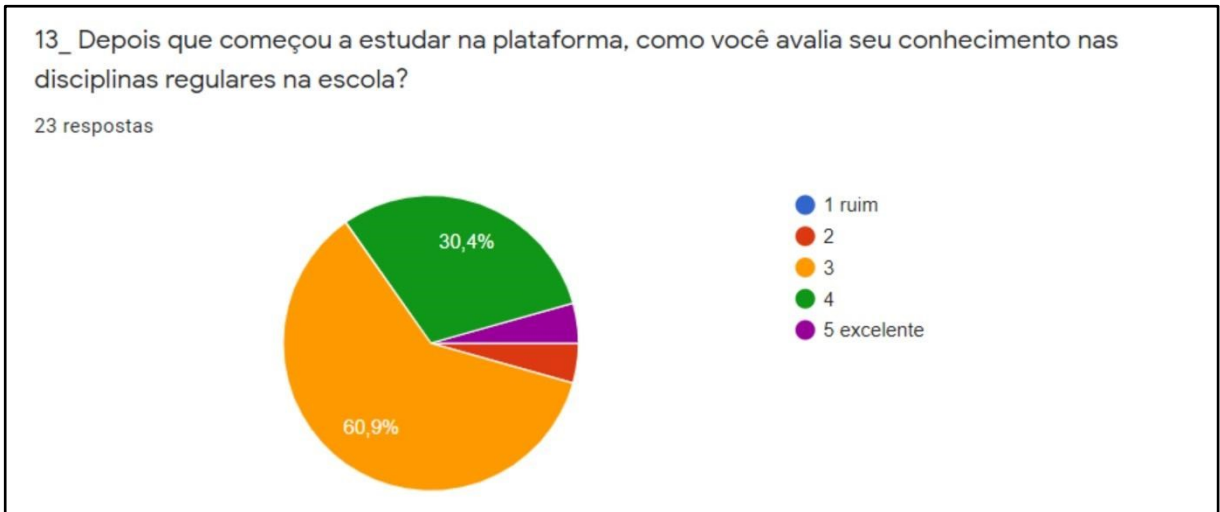
Figura 17 – Percepção da qualidade do aprendizado adquirido com o uso da plataforma.



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Segundo 69,6% avaliam como mediano o aprendizado que tem adquirido por meio da plataforma. 26,1% responderam que tem tido um ótimo aproveitamento nos estudos. Essas respostas se tornam importantes por tornarem possível visualizar, segundo o ponto de vista do próprio aluno, o impacto que utilizar o *YouTube* para estudar traz ao estudante e o quanto eles percebem que essa utilização torna a apreensão do conhecimento mais consistente. (Figura 17)

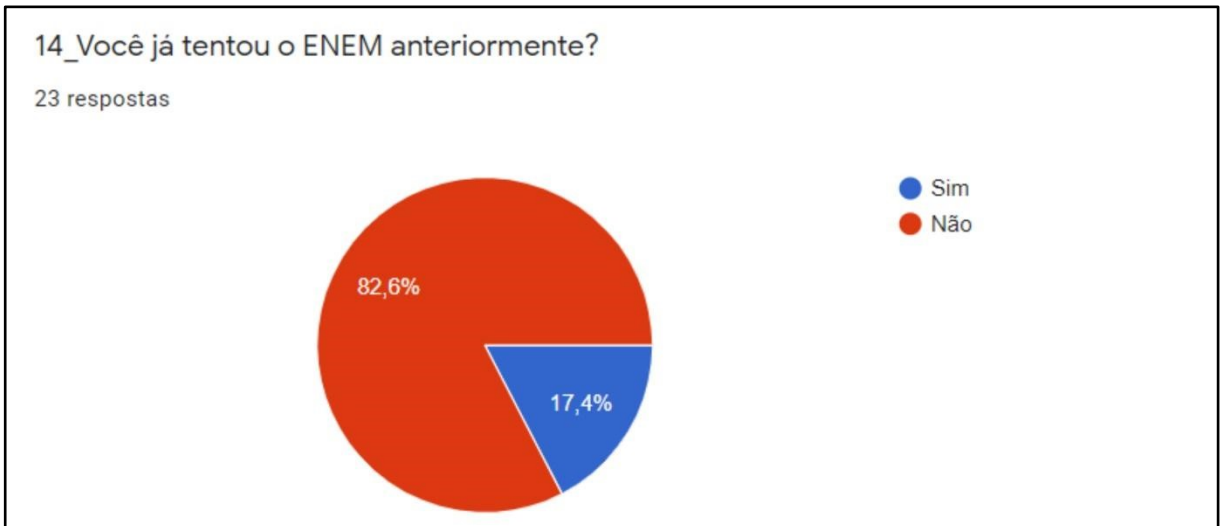
Figura 18 – Percepção quanto aos resultados dos estudos na plataforma nas disciplinas regulares



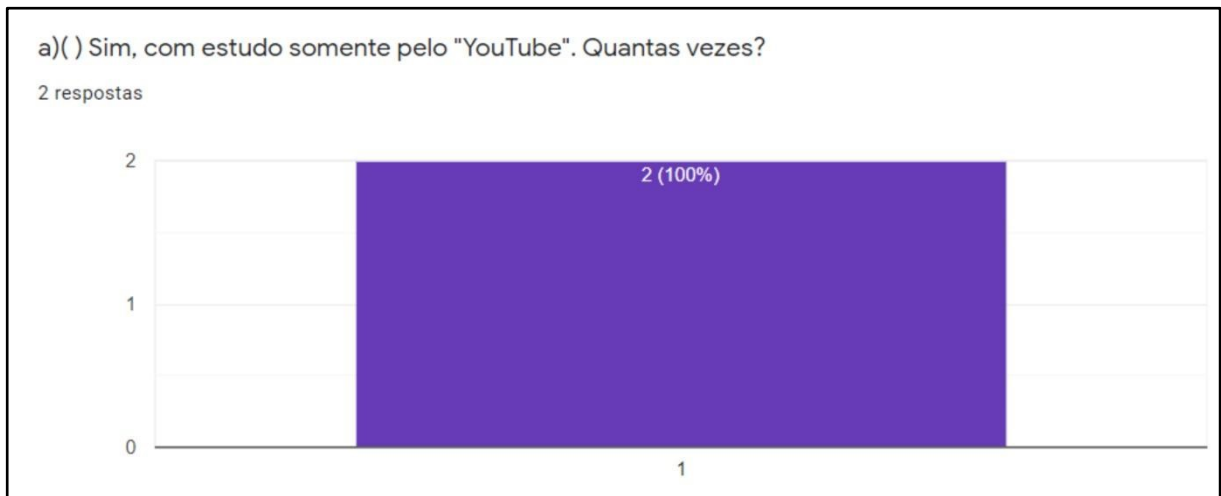
Fonte: dados da pesquisa (2020).

Segundo 60,9% dos entrevistados avaliaram como mediano e 30,4% avaliaram como ótimo o impacto da contribuição que o estudo pela plataforma tem no aproveitamento nos estudos nas disciplinas regulares cursadas na escola.

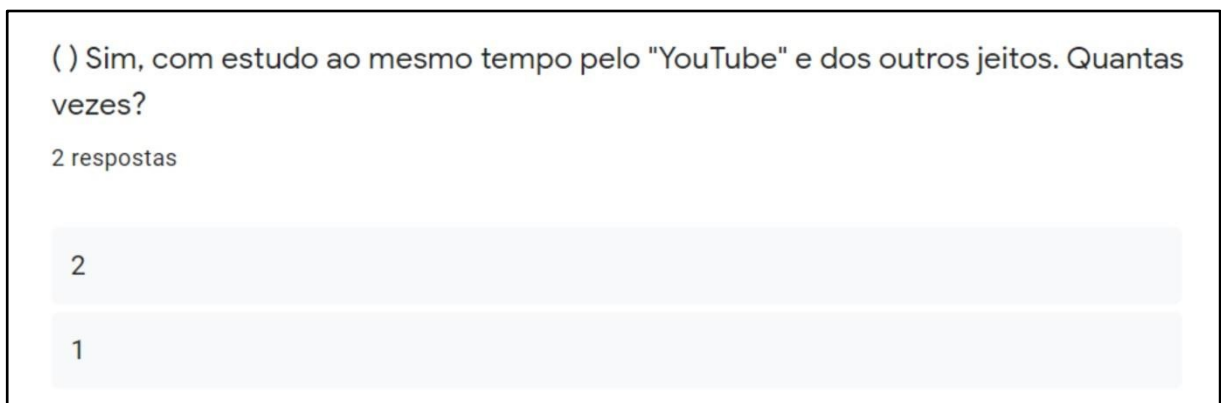
Figura 19 – Tentativas anteriores de realização do ENEM.



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Figura 20 – Tentativas estudando exclusivamente pelo *YouTube*.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Figura 21 - Tentativas estudando pelo *YouTube* e outros recursos.

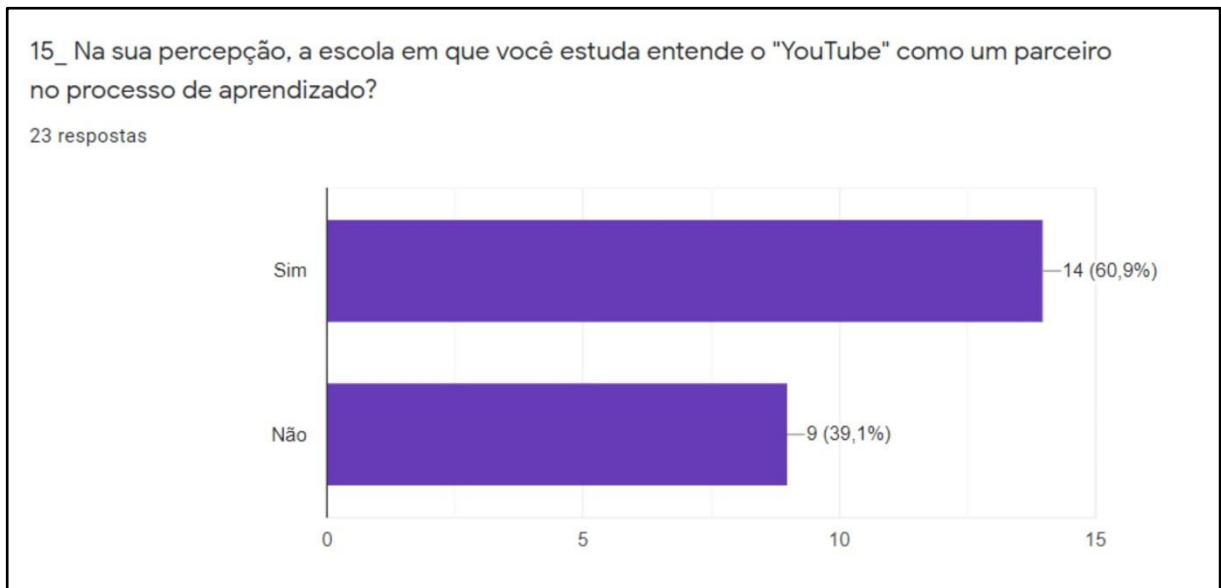
Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando questionados sobre terem feito a prova do ENEM anteriormente, 82,6% disseram que não e 17,4% já haviam feito a prova. (Figura 19)

Quando questionados sobre uso da plataforma nas outras provas para se prepararem, somente dois responderam que fizeram o exame 2 vezes.

Como se pode observar na figura 20, dos dois alunos que responderam um respondeu que estudou pelo *YouTube* e outros jeitos por duas vezes para fazer a prova e o outro estudante que já fez o exame estudando desta forma somente uma vez. (Figura 20)

Na figura 21, podem-se visualizar dois alunos afirmando que fizeram duas vezes a prova usando o *YouTube* e outros meios e um aluno apontando que tentou essa estratégia por uma vez.

Figura 22 – Percepção do *YouTube* como parceiro no aprendizado.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando questionados se a escola que estudam entende o *YouTube* como um parceiro da escola, 60,9% disseram que sim, que a escola percebe a plataforma como uma parceira. Pode-se indicar, dada à natureza das respostas dos alunos quanto a valorizar as diferenças dessa forma alternativa de estudar, que seria de fato, muito importante, que a escola entendesse a plataforma como uma parceira e aliada na educação, potencializando o que a escola ensina. (Figura 22)

Figura 23 – Percepção do nível de contribuição oferecida pelos estudos através do *YouTube*.

16_ Descreva um pouco mais sua experiência sobre o "YouTube" e os canais que acessa para estudar.

20 respostas

Canais de grande ajuda, para tirar as dúvidas.

É bem satisfatório pelo fato de possuir uma boa didática facilitando o entendimento.

Só assisto as vezes.

Os professores focam em explicar o conteúdo e não em fazer os alunos entenderem. Ao contrário do Youtube que explica de uma maneira mais fácil para o entendimento.

Tem vários canais que ensinam de uma forma divertida, que chamam a atenção das pessoas que estão assistindo.

Uma boa experiência, recomendo à todos. Diversos canais são ótimos, basta procurar.

Para mim é como um estudo complementar e de fácil aprendizado.

Os canais ajudam muito.

É muito bom pois algo que não entendo por exemplo na escola, posso acessar de forma fácil, rever quantas vezes for possível.

A maioria explica bem os conteúdos.

Amplia meu conhecimento sobre certos assuntos, mas não substitui meu aprendizado em sala.

No Youtube eu consigo ver a matéria de uma forma mais simples e interessante.

É bom pois assim posso aprender de uma forma mais preservada, e se eu não entender, posso rever o vídeo.

Melhor entendimento.

Bom.

São bons e muito explicativos.

Para me entender bem com as plataformas, tive que pesquisar muitas coisas para saber os significados. Mas me ajudou bastante.

O Youtube é um meio de comunicação muito útil, esclarecedor e muitas das vezes, nos ensina coisas que não sabemos.

Os professores ensinam bem, tenho mais facilidade de aprender.

Eles falam e fazem exercícios, e eu tento fazer eu mesmo para aprender.

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Nesta questão (Figura 23) os alunos foram solicitados a dizerem um pouco mais da experiência que eles têm na plataforma. É possível perceber, pelas repostas coletadas, que os alunos estão satisfeitos em ter acesso aos conteúdos educativos dispostos na plataforma. As respostas qualificam positivamente o estudo pelos canais através de descrições como: “canais de grande ajuda”; “bem satisfatória pelo fato de possuir uma boa didática”; “a forma divertida ensinada por alguns professores”; “facilidade no aprendizado”, e “é possível rever as aulas”.

Alguns alunos percebem as aulas na plataforma como mais simples e didáticas, outros disseram ter tido dificuldades no início por não entender como a plataforma funcionava, mas que pesquisaram e aprenderam e hoje colhem os frutos.

Indo para além do estudo na plataforma, pode-se inferir, a partir da experiência desses alunos com ela que, de maneiras gerais, é muito importante a escola dar voz ao aluno, para compreender o que é melhor para ele no ensino. Por mais contrastante que possa parecer, a modalidade virtual de ensino torna-se, em muitos aspectos, mais interativa e “pessoal” que a presencial. Esta experiência que o aluno relata ao aludir ao fato das aulas serem mais didáticas e simples, é um dado que informa que o aluno por muitas vezes não consegue se adaptar a metodologia de ensino que ele encontra na sala de aula convencional. Na plataforma problemas dessa ordem são resolvidos pelo aluno rapidamente quando este muda de uma aula para outra; fato que não se pode querer fazer repetir dentro dos moldes da escola tradicional. Em que pese o fato da necessidade incentivar e instruir no processo de adaptação ao uso de novas plataformas deve-se ressaltar que os alunos são inseridos nessa modalidade de estudo “remotos” sem nenhuma orientação. Isso resulta, obviamente, em uma utilização mais limitada das possibilidades que o *YouTube* oferece. Recorde-se, ainda, que a escola tem um papel muito importante na formação do cidadão que, a partir da estada em seus bancos, deve ser levado a compreender a necessidade de lutar para exercer plenamente seus direitos e deveres. Doutro modo a escola deve sempre buscar manter-se atenta aos recursos que os alunos estão usando, de forma a se adaptar e buscar novas formas não somente de educá-los sobre a utilização desses recursos como a aproveitar-se ao máximo do concurso dessas novas ferramentas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *YouTube* está entre as maiores redes sociais de compartilhamento de vídeos do mundo e é o segundo maior site mais acessado globalmente, ficando atrás apenas do Google, a quem a plataforma pertence (Global Digital Report, 2020). A plataforma tem sido usada para múltiplas funções, dentre elas a de compartilhar informação com alunos que a acessam para aperfeiçoar e aumentar seus conhecimentos, buscando assim se destacarem no ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio). Por meio do questionário aplicado aos alunos, foi possível notar que os alunos de escolas periféricas, apesar das contribuições que o uso da plataforma oferece, ainda precisam contar com uma quantidade muito maior de esforço para conseguirem, com recursos limitados de que dispõe, para obterem níveis de desempenho semelhantes aos alunos de classes sociais mais abastadas. Percebe-se que, somente com um elevado grau de dedicação esses alunos conseguem recuperar parte do conhecimento que deveriam ter aprendido na escola tradicional.

Os dados desse questionário indicaram grande parte desses alunos ainda não tem acesso à internet em casa. A democratização do acesso à internet e à informação é necessária para que a utilização plena desses recursos alternativos possa oferecer alguma possibilidade deles se aproximarem dos alunos de escolas mais abastadas na disputa de vagas para a entrada em uma universidade. Também foi possível notar a necessidade de uma aproximação entre a escola tradicional e as novas mídias que estão na vivência dos alunos. Isso potencializara o aperfeiçoamento não só do aluno, mas da escola e da comunidade e, a partir de um movimento em cadeia, de uma grande rede através do país. Caso fosse desenvolvida uma utilização plena dessas potencialidades, e ela fosse mediada por professores treinados e dispostos, o Estado teria a possibilidade de liberar recursos desperdiçados em metodologias pouco eficientes e destiná-los para a disponibilização de ferramentas que potencializam a aprendizagem dos alunos.

É de grande importância que outros estudos semelhantes ao que foi desenvolvido neste trabalho sejam realizados futuramente, para que se possa compreender ainda com mais detalhes as motivações que levam estes estudantes a se embrenharem em novos e diferentes territórios em sua ânsia de aprendizagem. Faz-se necessário indagar como o fazem, quando o fazem, e como isso repercute nas vidas e nas comunidades em que esses estudantes vivem. Assim será possível

compreender com mais profundidade como as novas mídias e tecnologias influenciam as lógicas já definidas no terreno da Educação.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAPTISTA, Sofia Galvão; CUNHA, Murilo Bastos da. **Estudo de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados**. Perspectivas em Ciência da Informação, v. 12, n. 2, p. 168-184, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/905>>. Acesso em: 22 mar. 2020.

CARPES, Gyance. **As redes: evolução, tipos e papel na sociedade contemporânea**. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v.16, n.1, p. 199-216, jan./jun., 2011. Disponível em: <http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/view/743/pdf_44>. Acesso em: 20 abr. 2020.

Escala Likert: Fonte: <https://pt.surveymonkey.com/mp/likert-scale/>
Acesso em: 09 de mai. 2020.

GRAHAM, Jefferson. **Video websites pop up, invite postings**. In: USA Today. Gannett Co. Inc. 21 nov. 2005. Disponível em: <https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/techinnovations/2005-11-21-video-websites_x.htm>. Acesso em: 19 abr. 2020.

Global Digital Report, 2020. Disponível em: <<https://wearesocial.com/digital-2020>>. Acesso em: 20 de abr. 2020.

Núcleo de Incentivo à Cidadania – NIC: <https://niccidadania.org.br/quemsomos.php>
Acesso em: 09 de mai. 2020.

OLIVEIRA JUNIOR, Osvaldo Barreto. SIBILIA, Paula. **Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. 224p. Rev. Bras. Educ., Rio de Janeiro, v. 20, n. 61, p. 543-546, June 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782015000200543&lng=en&nrm=iso>. Acesso: 03 abr. 2020.

REA, Louis; PARKER, Richard. **METODOLOGIA DE PESQUISA: DO PLANEJAMENTO À EXECUÇÃO**. Tradução de Nivaldo Montingelli Jr. 2000.

SORJ, Bernardo. **brasil@povo.com. A luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação**. Rio de Janeiro, RJ. Jorge Zahar Editor, 2003. Disponível em: <http://www.bernardosorj.com/pdf/Brasil_@_povo_com.pdf>. Acesso: 01 abr. 2020.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros; COSTA, Marco Aurélio Borges. **Fronteiras do Ciberespaço**. *Vértices*, v. 7, n. 1/3, jan./dez. 2005. Disponível em: <<http://www.essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/vertices/article/view/92/81>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

TRIVINHO, Eugênio; CAZELOTO, Edilson. **A CIBERCULTURA E SEU ESPELHO. Campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa**. São Paulo: Coleção ABCiber, 2009. Disponível em: <https://poeticasdigitais.files.wordpress.com/2009/09/2009-game_cozinheiro_das_almas.pdf>. Acesso: 01 abr. 2020.

VALENTE, Jonas. **Brasil é 5º país em ranking de uso diário de celulares no mundo**. In: Agência Brasil. Brasília, DF, 2019. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-01/brasil-foi-5o-pais-em-ranking-de-uso-diario-de-celulares-no-mundo>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

VALENTE, Jonas. **Celular se torna principal forma de acesso internet no Brasil**. In: Agência Brasil. Brasília, DF, 2018. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/celular-se-torna-principal-forma-de-acesso-internet-no-brasil>>. Acesso em: 19 de abr. de 2020.

YOUTUBE, 2020. Disponível em: <<https://www.YouTube.com/intl/pt-BR/about/press/>>. Acesso em: 20 de abr. 2020.

7. APÊNDICE

QUESTIONÁRIO



Universidade Federal de Minas Gerais
Curso de Especialização em Gestão Estratégica da Informação

Este questionário tem por objetivo entender melhor como a plataforma *YouTube*, tem sido usada por alunos do último ano do ensino médio escolar, para se prepararem para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM).

Todas as questões a seguir tem relação com a plataforma *YouTube* ou com o ENEM.

Não existe certo ou errado para as respostas.

1_ Você tem acesso à *internet* em casa?

Sim Não

2_ Qual destas formas de acesso à *internet* você utiliza para acessar o *YouTube*? Marque quantas opções forem necessárias para sua resposta.

Celular

Computador / *notebook*

LanHouse

Computador de um centro comunitário

Outro. Qual: _____

3_ Por meio de qual dispositivo você acessa e estuda no *YouTube*? Marque quantas opções forem necessárias para sua resposta.

Celular

Tablet

Notebook/ Computador de mesa

Outro. Qual: _____

4_ Há quanto tempo você usa o *YouTube* para se preparar para o ENEM?

Há menos de um mês;

Entre um e dois meses;

Entre três e seis meses;

Entre sete e nove meses;

Entre dez e doze meses;

Mais que doze meses;

5_ Você já estudou ou tentou se preparar por meio de outro recurso (*cursinho*, apostilas emprestadas, material didático)?

Se sim. Qual? _____

6_ Como você escolhe ou escolheu os canais e vídeos que utiliza para estudar? Marque quantas opções forem necessárias para sua resposta.

- Indicação de amigos
 Indicação de outros canais
 Número de acessos, visualizações e inscritos no canal
 Por conteúdo que precisa estudar
 O primeiro vídeo que aparece quando faço uma busca no *Youtube*
 Outros. Quais? _____

7_ Cite, por ordem de importância, os canais que mais acessa para estudar. Não é preciso preencher todos os espaços.

- 1º _____
 2º _____
 3º _____
 4º _____
 5º _____

Caso você utilize mais de cinco, quais você utiliza?

8_ O que mais te motiva a estudar no *YouTube*?

9_ Qual sua maior dificuldade de estudar no *YouTube*?

10_ E quanto a forma como o conteúdo é ensinado? Você sente diferença entre o jeito ensinado no *YouTube* e o jeito que ensinam na escola?

Sim Não

O que percebe de diferente?

11_ Você consegue avaliar quanto tempo você estuda por dia (ou por semana) com o *YouTube*? _____

Quanto tempo? _____

Por dia ou por semana? _____

