YouTube como fonte de conhecimento: Análise sobre como o *YouTube* auxilia na construção da vida profissional e na desintermediação das práticas em grupos de camada popular[1]

Jozene Noal de **OLIVEIRA**[2]

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo:

Este estudo tem como objetivo compreender como o YouTube auxilia na construção da vida profissional dos indivíduos de camadas populares e na desintermediação das práticas cotidianas. Procura-se observar como estes indivíduos se apropriam, utilizam e reproduzem os conhecimentos adquiridos através da plataforma. Acompanha-se, através de uma metodologia de inspiração etnográfica, a realidade de quatro pessoas, moradoras de Santa Maria/RS. Para isso, dialogamos com as reflexões sobre aprendizagem no YouTube propostas por Burgess e Green (2009); consumo e camadas populares por Barros (2008) e Sorj (2003); e as reflexões sobre cibercultura de Lemos (2010). A pesquisa possibilitou perceber que, o YouTube é uma fonte complementar necessária no processo de aprendizagem informal e possui caráter importante na capacitação para atividades que servem como fonte de desintermediação das práticas.

Palavras chave: Internet; YouTube; Educação Informal; Consumo; Camadas Populares.

Introdução

Esta pesquisa parte do olhar sobre a rede social *YouTube*, e o seu vasto crescimento nos últimos anos. Muitos indivíduos usam esse site em busca de diversos conteúdos como cultura, saúde, educação, entretenimento, esporte e lazer. Ao conectar-se com a internet e interagir com as redes sociais, como a proposta neste artigo, o indivíduo tem a possibilidade de sentir-se participante da interatividade produzida através do compartilhamento de conhecimentos em rede global. Bem como afirma Bernardo Sorj (2003) "a Internet não só passou a concentrar o acervo cultural digitalizável da humanidade, como se transformou num meio para disponibilizar publicamente uma quantidade crescente de textos/imagens/ sons que não viriam a público se dependessem de sua reprodução material. " (2003, p. 43).

---

[1] Trabalho apresentado no IJ 05 – Comunicação Multimídia do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Acadêmica do 5º semestre de Comunicação Social - Relações Públicas pela UFSM/ Santa Maria. Bolsista da Agência Experimental de Relações Públicas (AGERP) e Pesquisadora voluntária no Grupo de Pesquisa "Consumo e Culturas Digitais" do POSCOM/UFSM, coordenado pela Profa. Dra. Sandra Rúbia da Silva, ambos da UFSM, email: jozenenoal@gmail.com

Segundo a pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 apresentada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, no Brasil "o uso de aparelhos celulares como forma de acesso à internet já compete com o uso por meio de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente. O uso de redes sociais influencia esse resultado. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp (58%) e o YouTube (17%)." (BRASIL, 2015).

A plataforma é considerada recente, tem menos de onze anos de existência, e é pouco pesquisada. Existem diversas pesquisas acadêmicas sobre o fenômeno do Facebook, do Twitter, do Whatsapp, entretanto o YouTube ainda é uma temática pouco estudada, tornando original o desenvolvimento desta pesquisa. Segundo informações disponibilizadas pelo YouTube Estatísticas, a plataforma possui mais de um bilhão de usuários, sendo este número referente a quase um terço dos usuários da Internet, os quais, a cada dia, assistem a milhões de horas de vídeos no YouTube e geram bilhões de visualizações. A plataforma pode ser acessada em até 76 idiomas diferentes (o que abrange 95% dos usuários da Internet em rede global). É importante compreender como as pessoas de periferias urbanas consomem essa rede social através da internet. Afinal nem todos tem acesso ao estudo regular, devido a necessidades financeiras e sociais.

Uma vez que a metodologia é a base fundamental para a geração do conteúdo reflexivo, escolheu-se para este estudo, o método da inspiração etnográfica. Para Clifford Geertz apud Travancas (2006, p.02) o que define a etnografia "é o tipo de esforço intelectual que ela representa e que seria elaborar uma 'descrição densa'". Para ele a descrição densa é "um processo de interpretação que pretende, e espera-se [que] consiga, dar conta das estruturas significantes que estão por trás e dentro do menor gesto humano". Portanto, é através das entrevistas realizadas no trabalho de campo, que se consegue descrever os motivos que levam os indivíduos a consumirem a rede social YouTube, analisando seus contextos sociais e culturais.

A etnografia, através do trabalho de campo procura estudar e observar as relações que se estabelecem entre os objetos estudados, como quer Geertz, é uma ciência interpretativa que busca por significados (TRAVANCAS, 2006). Para que o pesquisador chegue o mais próximo da total compreensão dos processos analisados é necessário confrontar as produções bibliográficas já existentes com os materiais coletados, a fim de produzir conteúdos inovadores e que sirvam como base de conhecimento para gerar reflexões a cerca de uma sociedade transformada e que se reconfigura constantemente.

1. YouTube e a conexão em rede

A internet não é apenas uma simples tecnologia de comunicação, mas um centro de disseminação cultural, uma vez que todos os que a ela acessam podem criar e reconfigurar conteúdos. Sérgio Amadeu da Silveira já destaca a cibercultura, ou seja, a cultura presente no ciberespaço como sendo "o conjunto de práticas sociais e comunicacionais de recombinação" (2008, p. 85). Se antes os meios de comunicação em massa formavam opiniões diversas e essas ficavam apenas para si, hoje com a globalização da rede, as opiniões são expostas, e, por outros usuários são concordadas e discordadas. Nesse sentido Sorj (2003) argumenta que "ao colocar boa parte do conhecimento humano no espaço virtual, facilitar o intercâmbio e expressão de idéias 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. " (SORJ, 2003, p. 37)

Com a criação da plataforma do YouTube, abriu-se caminho para a troca de experiências. Enquanto pessoas formadas, por exemplo, começaram a fazer postagens de vídeos referentes aos conhecimentos adquiridos através de sua formação, outras, sem formação, iam atrás de conhecimento e faziam uso dos que já estavam publicados e armazenados na plataforma. As mídias, que antes davam suporte para práticas intelectuais e de socialização, hoje se ampliam atuando como fonte de desintermediação das práticas. O conhecimento armazenado na rede, em especial no YouTube, quando utilizado possibilita o desenvolvimento de habilidades intelectuais e sociais a partir da educação informal, abrindo oportunidades para que os indivíduos exerçam práticas cotidianas comuns que antes não eram praticadas por falta de conhecimento.

Entre os relatos apontados no trabalho de campo, pode-se destacar, por exemplo, a experiência de um dos entrevistados com o YouTube. O entrevistado relatou que "eu tinha que desmanchar um motor e fui procurar no YouTube (...), o que eu queria era saber como fazia para desmontar, pra eu poder avaliar o valor que o mecânico iria cobrar. Se eu não tivesse pesquisado antes eu ia chegar na mecânica e iria acabar pagando um preço caro, porque eu iria acreditar no que o mecânico me falasse". Ou seja, o YouTube possui um papel de fonte de informação que acaba gerando subsídio para confrontar as realidades presentes nas práticas cotidianas. Antes o indivíduo ia até a mecânica sem conhecimento dos processos, e acabava ficando dependente da verdade particular do mecânico, mas agora, com os conteúdos da plataforma ele pode não só compreender outras técnicas, como também ser o próprio executor do serviço.

Outro grande exemplo provém do projeto "Why we post"[3]. Este projeto é desenvolvido pelo professor Daniel Miller, do University College London, e aborda como o mundo é visto através das mídias sociais. Um exemplo que se pode relacionar com o conteúdo deste artigo é do vídeo[4] "Northeast Brazil: YouTube education". O pesquisador Juliano Spyer, integrante do projeto coordenado pelo prof. Miller, conduziu a pesquisa no Brasil. O vídeo apresenta a realidade de um jovem, de classe popular, que aperfeiçoou suas técnicas de corte de cabelo a partir do contato com o YouTube. Quando questionado sobre o que o ajudou e o que aprendeu com a plataforma, ele respondeu: "Tem muitas coisas... usar tesouras que eu não conhecia, não tinha ainda, como fixar o cabelo, luzes, como fazer coloração no cabelo, muitas coisas que eu tinha a prática, mas não tinha muita perfeição, não desenvolvi. E eu estudando lá eu me aperfeiçoei mais." (SPYER, 2016).

Portanto como apresentado nas análises do projeto "Why we post", embora os indivíduos de camadas populares possuam "acesso limitado à educação formal, muitas pessoas recorrem às mídias sociais, particularmente a vídeos no YouTube, como uma fonte importante de educação." (MILLER et al., 2016). Após diversas pesquisas de campo Miller et al. (2016) afirmam ter descoberto "que as mídias sociais são, ao mesmo tempo, um auxílio no aprendizado informal e uma distração da educação formal. Frequentemente beneficiam principalmente famílias de baixa renda com poucos prospectos de uma educação formal."

Para a compreensão dessa reconfiguração do campo da educação, pode-se recorrer aos três princípios básicos da cibercultura estabelecidos por Lemos (2010) que são fundamentais para a sociedade em rede: a liberação do polo da emissão; a conexão em rede; e a recombinação da própria sociedade. Com a vasta popularização da rede, os canais de relacionamento, como por exemplo, as redes sociais, criam uma sociedade capaz de elaborar seu próprio conteúdo e disseminá-lo pelo mundo. Entretanto, será ineficaz produzir conteúdos, utilizando-se das plataformas disponíveis, caso a conexão em rede não esteja estabelecida, afinal esta conexão é fundamental, uma vez que só haveria a disseminação do conteúdo se o mesmo esteja conectado à rede. Toda essa mudança de emissão da informação criará uma sociedade transformada, um grupo capaz de interagir com as opiniões expressas dentro da rede.

A evolução do processo comunicativo no ciberespaço baseia-se fundamentalmente nas leis sugeridas pelo professor André Lemos. A qualquer momento podemos acessar qualquer conteúdo, desde que haja a disponibilidade de rede, sendo assim a internet passa a

[3] https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/portuguese
[4] https://www.youtube.com/watch?v=2gpH7tZ0D5w

movimentar informações em mão-dupla, ou seja, o que antes apenas a sociedade recebia de informação e na própria sociedade a opiniões circulavam, hoje, a internet abre a possibilidade de discussão: o que recebemos através das mídias tradicionais, podemos rebater imediatamente nas mídias digitais na internet.

Seguindo esta linha de pensamento, podemos analisar segundo Burgess and Green (2009) que o YouTube é uma "cultura de convergência" (2009, p. 08) que une pessoas que se interessam por diferentes áreas como "tecnologia, mídia, entretenimento, comunidades de fãs, artistas, educadores trocando e construindo um dos maiores cases de cultura participativa no mundo" (2009, p. 08). É importante que ao entrar em contato com essa plataforma, os indivíduos se detenham em usá-la não apenas como uma rede social que se estabelece por um tempo e logo é trocada por outra rede mais nova, mas sim procurar compreender e se apropriar desta rede, tornando-a uma fonte atualizada que se mantém constate através da participação dos indivíduos.

1.2 YouTube como fonte de conhecimento

Retomando os conceitos da cibercultura, cabe a esta seção relacionar "o conjunto de práticas sociais e comunicacionais de recombinação" (SILVEIRA, 2008, p. 85) com a cultura participativa que se estabelece na plataforma do YouTube. Nesse sentido, para Burgess e Green (2009) a plataforma gira em torno de uma colaboração mútua entre todos os indivíduos envolvidos, porém a mesma não possui um papel de produtora de conteúdo, mas sim de agregadora de conteúdo.

O YouTube rompe com os paradigmas referentes aos métodos de disseminação e incorporação do conhecimento. No audiovisual o indivíduo produtor é a própria mensagem, ou seja, o conteúdo em si já é transmitido de forma descontraída e faz com o que o consumidor, neste caso o internauta, receba os conhecimentos transmitidos sem ter que fazer o exercício de uma leitura formal, que nem sempre é compreendida por todos. Podemos relacionar com essa reflexão alguns comentários de Burgess e Green (2009, p. 171) que afirmam:

> Embora as escolas e universidades obviamente ensinem "o uso de TICs [Tecnologias de Informação e Comunicação]" e até mesmo de "prática criativa", até agora não se mostraram adeptos em viabilizar redes de aprendizado descentralizadas [como as propostas pelo YouTube] e orientadas por demanda para finalidades imaginativas e não somente instrumentais. Elas continuam a empurrar as tecnologias de formação moderna da *biblioteca* e do *laboratório* – como se as mesmas possuíssem um monopólio sobre o conhecimento - porque não conseguem imaginar as complexidades do *labirinto* do sistema aberto.

Em vista disso, explorar a plataforma do youtube ratifica o fato de que o conhecimento não está ligado apenas a meios formais de educação. Entretanto ressalta-se que "a Internet não substitui o capital humano, produto de enormes investimentos de longa duração, em laboratórios, centros de pesquisa e empresas, nos quais o conhecimento científico é produzido, transformado em tecnologia e finalmente em produtos de consumo. " (SORJ, 2003, p. 37).

É através da reconfiguração dos novos métodos de aprendizagem informal, que se torna fundamental ampliar o acesso à internet não apenas aos que tem o privilégio de estar em escolas e universidades, mas sim, a todos os cidadãos, principalmente àqueles que têm maior dificuldade de acesso aos meios formais de educação, como geralmente acontece com as pessoas de camadas populares. Por meio desta ampliação do acesso à internet, é que os indivíduos, sem distinção de classe, podem fazer o uso da plataforma do YouTube. De acordo com John Hartley, o YouTube pode ser uma fonte de conhecimento e de educação informal e possui grande potencial para isso por ser:

> Uma rede aberta de inovações [que] se aproveita da geração das energias criativas da população toda, *não somente de contribuições isoladas de uma elite especializada*. Usando a mídia digital para viabilizar redes sociais tecnologicamente capacitadas, a produtividade pode se originar tanto dos consumidores como dos produtores, ao passo que o alcance do crescimento do conhecimento dos usuários pode chegar muito além da capacidade dos profissionais que publicam na área gráfica (...) o YouTube (...) é simultaneamente o complexo sistema no qual a alfabetização digital pode encontrar novos objetivos, novos modos de publicação e um novo conhecimento. E todos podem se juntar, aumentando a produtividade de todo o sistema. (HARTLEY in BURGESS and GREEN, 2009, p. 172, grifos da autora).

Como abordado anteriormente, os conteúdos apresentados pelo projeto "Why we post", podem ser um exemplo de que o Youtube pode servir como fonte de conhecimento. O projeto em si apresenta seus conteúdos na plataforma através do canal UCL Why We Post. Isto é, para embasar este artigo, buscou-se os conhecimentos armazenados na plataforma do Youtube. Em vista disso, Sorj (2003) apresenta que "a valorização do conhecimento como principal fonte de criação de valor, num mundo em constante mutação, transforma a aprendizagem num processo de formação permanente, pela necessidade de atualizar e adaptar a formação profissional original às exigências dos novos conhecimentos e transformações tecnológicas. " (2003, p. 37). A conexão entre as redes sociais digitais faz com que a interação seja mais fluída, relacionando-se assim ao conceito de polimídia (MILLER et al., 2016). Ao mesmo tempo em que se esta no facebook, esse pode ter publicações que levem direto para o Youtube, e do Youtube para o Snapchat, desse para o Instagram.... Ou seja, as redes conectam

entre si fazendo com que o fluxo de informação seja contínuo, e permite que os indivíduos conheçam outras redes através das que usam normalmente.

1.3 Internet, consumo e camadas populares.

Ao explorar as realidades que se estabelecem no contato entre a população e as tecnologias de comunicação, procura-se compreender quais são os usos e apropriações que estes indivíduos constroem para com as tecnologias como computadores, smartphones, entre outras. É interessante destacar que a sociedade moderna, a qual estamos inseridos, "é uma sociedade de consumo [...], porque os produtos de consumo são, em sua maioria, condição de acesso à saúde, à educação, ao trabalho e à sociabilidade" (SORJ, 2003, p. 27).

Por se tratar sobre a esfera da educação, investiga-se como os indivíduos de camadas populares utilizam os meios tecnológicos de modo que estes sirvam de suporte para o exercício pleno da cidadania. Afinal, "a maioria dos produtos de consumo são usados porque, no contexto da sociedade contemporânea, eles são úteis. Representam tecnologias que potencializam a qualidade de vida e a interação social" (SORJ, 2003, p. 27). Assim, investiga-se um tema que é pouco associado ao universo das camadas populares. Segundo Barros (2008), há uma carência de pesquisas que ajudem a compreender as práticas culturais que se estabelecem nas relações existentes entre indivíduos de camadas populares e os meios tecnológicos. Segundo a autora referenciada anteriormente "a pouca exploração do tema do 'consumo popular' em estudos acadêmicos, especificamente, implica na existência de um enorme universo de análises a ser desenvolvido nessa área de conhecimento" (BARROS, 2008, p. 01). Sendo assim, torna-se fundamental dar visibilidade para os indivíduos de camadas populares, como ocorre nesta pesquisa.

Desta forma, abrem-se possibilidades para que os indivíduos de camadas populares relatem suas experiências, gerando subsídios para que novas reflexões e novas pesquisas sejam realizadas a fim de compreender as realidades vividas no cotidiano destes indivíduos de periferias urbanas, indo além das pesquisas que enfocam a carência material e a exclusão. Quando se aborda o tema das tecnologias, cria-se espaço para que preconceitos sejam estabelecidos para com os indivíduos de camadas populares. Concordamos com Barros (2008, p. 02) quando defende que se dê voz aos indivíduos, procurando compreender suas práticas em seus próprios termos:

> Muito pouco se estudou até o presente momento sobre o tema dos usos e práticas sociais envolvidos na interação de grupos populares com a tecnologia computador; em

> geral, os olhares se voltam para a questão da enorme "exclusão digital" que reina no país. No entanto, é importante se discutir de que modo tais segmentos se inserem e criam significados no domínio da vida digital. Mesmo quando não têm computadores em seus lares, interagem e se familiarizam com esse meio em diversos espaços cotidianos.

Em vista disso, compreendemos a importância desta pesquisa e concordamos que "as novas tecnologias da comunicação, ao permitirem a comunicação instantânea entre computadores, em escala mundial, de voz, texto ou imagem, disponibilizam cada vez mais informação a um custo cada vez menor" (SORJ, 2001, p. 36). Portanto, ao possibilitar o acesso a informação através da internet como no caso do Youtube, o custo desta interação se torna muito baixo, podendo ser estendido para outras classes sociais, não só para as classes altas, atingindo assim as camadas populares.

2. Consumo do YouTube em periferias urbanas: uma realidade retirada da vila Santa Teresinha

O lócus da pesquisa é a Vila Santa Teresinha[5], uma pequena comunidade localizada no bairro Camobi, situado na cidade de Santa Maria - RS. A Vila fica posicionada em um lugar periférico da cidade e possui um contraste entre moradores de classe alta e de classe baixa, no entanto, comparada a outras vilas na cidade, a Santa Teresinha não possui características de vulnerabilidade tão evidentes. A amostra dos entrevistados para a pesquisa deu-se em função de não ser exigido escolaridade superior, apenas um dos entrevistados possui um curso de nível técnico. Os mesmos possuem idade entre quarenta e cinquenta e dois anos e são em sua maioria casados, apenas um é solteiro. Os entrevistados, a partir de suas experiências, avaliaram o YouTube como fonte de conhecimento tendo em vista as necessidades de suas atividades diárias, tanto nas funções de sua profissão, como nas atividades cotidianas. Os entrevistados[6] elencados abaixo, através de suas participações apresentaram conteúdos que servirão de embasamento para reflexões a cerca do uso da plataforma do YouTube como uma fonte de conhecimento informal.

As entrevistas realizadas deixaram a cargo do entrevistado a decisão pela forma de construir a resposta, sendo esta uma entrevista não estruturada. O propósito de trabalhar com este modelo deu-se pela intenção de resgatar o real sentimento do entrevistado perante suas experiências com o uso da plataforma do YouTube. Dessa forma é possível extrair as

[5] O nome é fictício.
[6] São usados pseudônimos para os entrevistados participantes da pesquisa.

realidades cotidianas que podem vir a apresentar a veracidade ou a não veracidade do uso da plataforma do YouTube como uma fonte de conhecimento informal e complementar.

Nas entrevistas, os entrevistados afirmaram que possuem acesso a internet em média há aproximadamente sete anos e que começaram a usar o YouTube nos últimos três anos. Tanto acessam pelo computador móvel, quanto pelo celular. O entrevistado, que trabalha com instalação e venda de antenas, quando questionado a respeito da sua compreensão sobre a internet, afirmou que a rede é satisfatória e ressaltou que *"*a internet hoje em dia é como se tu tivesse um curso a disposição todos os dias na tua casa o que tu quiser pesquisar tu vai ali tu encontra ne, é um aprendizado é como digo, uma aula; um curso em casa a disposição 24 horas". Já a entrevistada que atua como cabeleireira, destacou que a internet "tem dois lados, bom e ruim. O bom é que tu aprende muitas coisas e pegas as notícias mais rápido no dia a dia. O ruim é que tu precisa ter um controle porque inventam muitas notícias e tu cai e espalha para outros (...), mas, a internet é uma fonte extremamente útil, prática e rápida".

Ou seja, é inegável que a internet possui capacidade para disseminar conteúdos, como afirma Luciana, *"*hoje a internet é indispensável né, tanto pro conhecimento, entretenimento tudo que a gente busca a gente encontra, até pro aprendizado, pro crescimento. O conhecimento é fundamental, ali tu busca ali tu encontra tudo". Porém se faz necessário estar sempre atento à veracidade das fontes, comparando informações em vários sites, e não ficar preso apenas a uma fonte. A imensidão de conteúdos na internet faz com que os entrevistados se sintam leigos sobre a quantidade de assuntos presentes, Maria afirma que *"*antigamente, eu tinha que comprar uma revista pra aprender qualquer coisa que eu fosse fazer, hoje eu faço pela internet por mais que eu tenha que dar pause; (...) se eu colocar uma letra ali na internet já aparece muitas coisas então a gente não tem ideia de tudo que pode aparecer".

Busca-se pelas experiências dos indivíduos para com a plataforma do YouTube, portanto, quando questionados sobre o motivo que os levou a utilizar a plataforma afirmaram que começaram a usar, como no relato de Luciana, em sequência:

> Pela forma de transmissão de conhecimento tu consegue visualizar melhor a informação (...) às vezes tu ta fora e precisa de alguma coisa precisa de alguma informação na área da saúde coloca ali e tu tem tudo (...) às vezes como a gente ta na correria que não tem muito tempo tu conecta ali bota o youtube e tu vai olhando vai vendo enquanto ta fazendo uma outra atividade, porque a gente não tem muito tempo pra ficar parado, e o youtube facilita isso pra gente porque tu vai vendo vai ouvindo ne.

Ou seja, o YouTube através da relação que existe entre imagem e áudio é capaz de oferecer conteúdos práticos que sejam capazes de possibilitar o desenvolvimento de

habilidades dentro das suas próprias áreas. Os entrevistados foram questionados sobre a importância do YouTube e Mariana relatou que acha a plataforma importante pois é através dela que ela se atualiza das novas tendências da moda, pesquisa como resolver suas dúvidas, observa quais são os produtos utilizados pelos salões de beleza renomados e consegue por meio disso, aprender e aplicar os produtos e técnicas da maneira certa com as suas clientes. Ressalta também que é possível renovar os pensamentos e os modos de fazer as atividades de seu trabalho. João relatou que,

> É importante por que não tem curso pra ti, esses aparelhos modernos todos mês têm mudança e tem lançamento de aparelho novo e tu não tem como acompanhar isso. Se tu não tiver por dentro (...) desde uma simples frequência, de tu achar um satélite que muda, tu recorre ao YouTube e ele tem tudo. Antigamente tu levava um mês pra achar um satélite, logo no inicio quando eu comecei eu demorava 30 dias pra achar um satélite e agora tu encontra tudo no YouTube (...). Tu entra, tu te aperfeiçoa por causa das mudanças todo dia (João).

É notável que plataforma possua influência significativa na vida e nas atividades dos indivíduos. As práticas cotidianas comuns e de geração de renda permeiam constantemente a busca por conhecimento na plataforma do youtube. Em suas determinadas áreas de pesquisa os entrevistados procuram conteúdos que venham a complementar seus conhecimentos e suas habilidades. Mariana contou que uma das coisas que aprendeu na internet e hoje aplica em seu trabalho são cortes de cabelo, é o que ela mais usa no seu cotidiano, pois a (o) cliente chega querendo fazer um corte de alguma famosa (o) especifica (o), e através do youtube ela faz a pesquisa e encontra modelos e aprende. Afirmou dizendo que:

> Eu gosto de aprender através da internet e fico louca para aplicar logo, na primeira oportunidade eu já uso, até para não esquecer ne. Já me aconteceu de chegar aqui uma cliente e dizer, eu quero o cabelo igual aquele da menina da novela das oito, e eu não assisto a novela das oito, (...) ai eu fui pra internet procurar, coloquei o nome da menina e o passo a passo do corte e cortei o cabelo dela olhando o vídeo, ficou como ela queria, cortando e olhando o vídeo como se tivesse um professor ali do lado dizendo tu vai aqui, tu vai ali, tu faz assim, e foi, ficou bem legal.

João afirmou que procura sobre lançamentos novos de aparelhos. Diariamente as peças são mudadas e melhoradas, ocorre o lançamento de novos produtos, as frequências se alteram e até mesmo a posição do satélite é alterada, e ele precisa estar se atualizando. Muitas vezes, ele já encontrou vídeos que tinham métodos de reutilização dos aparelhos antigos. Portanto, são informações fundamentais para que o seu trabalho tenha retorno, pois os seus clientes acabam preferindo o serviço justamente pela possibilidade de reutilização, o que baixa o custo e descarta a necessidade de adquirir um novo aparelho, tornando ainda mais valioso o

conhecimento adquirido pelo entrevistado. Destacou-se que o YouTube é, sim, uma fonte de conhecimento. Luciana, que é da área da saúde, compreende que o conhecimento técnico, porém afirma:

> Dos meus colegas, todo mundo procura coisa no youtube, ainda tem pesquisa em livro porque ainda tem assuntos que eles são básicos são coisas que não mudam, mas questões de tratamento, medicação tudo isso vai evoluindo, com o passar do tempo as doenças, as formas como elas vêm se apresentando, tão de forma diferente, então nem tudo a gente procura é só nos livros, e os médicos também fazem isso, por isso eu digo que é uma rede grande, bem expansiva.

Dessa forma, é possível inferir que o youtube é uma fonte legítima de conhecimento informal e que também é acessada por indivíduos que passaram pela educação formal. Portanto, transforma-se o youtube em uma fonte complementar - necessária - como os entrevistados apresentaram.

Entre os achados de pesquisa, os entrevistados abordaram o termo "professor" para o YouTube, afirmando que "o YouTube é um professor, não tem nem o que discutir, ele complementa porque toda hora tem coisa nova, tem lançamento então ele é um professor em casa 24 horas" (João). Mariana descreveu que o YouTube é uma fonte complementar, pois para quem não compreende nada de corte de cabelos, por exemplo, não consegue compreender a pratica apenas vendo um só vídeo. Porém para quem já corta cabelos o youtube propicia novas ideias e como as pessoas já sabem fazer o corte elas aplicam as novas técnicas que entraram em contrato através da plataforma. Julga que o youtube é mais útil para pessoas que já possuem a prática. Porém, também serve como fonte de referência para aprender, pois através da pesquisa e do contato constante a pessoa pode aprender e conseguir executar. O diferencial da educação informal é que como ela não segue um padrão, pode explorar conteúdos que vão além dos comuns. João afirmou que "o manual não te traz os mínimos detalhes, traz só informação básica. No youtube tu encontra (...) os pontos positivos e negativos (...), no manual é como tu ligar e desligar e veja lá". Mariana também afirmou que para uma cabeleireira é bem complicado "tu olhar uma revista e entender como é que foi feito aquilo ali né, e nas revistas não te explicam, é só a foto né. E no youtube tu coloca ali e tem o passo a passo, tu vai por aqui, tu vai por ali".

Como nos fatos apresentados a cima, antes era necessário pagar por cursos, hoje muitos vídeos que transmitem conhecimentos que são postados de graça na plataforma. Além da questão dos cursos, não há mais a necessidade de comprar revistas para poder usufruir de um conhecimento. Logo o youtube reconfigura as formas de incorporação do conhecimento

corroborando seu papel como desentermediador das práticas. A plataforma ajuda os indivíduos tanto a poupar, como ganhar dinheiro através dos conhecimentos que incorporam da rede. Como afirma Mariana, em um de seus exemplos,

> Bolo de aniversário, decoração de bolo, outro dia eu fiz um bolo (...), mas porque eu vi um vídeo no youtube (...) então da pra economizar e bastante, não é pouco não. Se eu fosse mandar fazer aquele bolo que eu fiz, ele não sairia por menos de R$150,00 reais e eu não gastei R$ 60,00 pra fazer. Produtos pra cabelo, progressivas se eu for comprar no representante sairia 500, 600 reais e eu paguei 250 os mesmos produtos, com a diferença que tu recebeu na tua casa e não precisou ir lá buscar.

Maria acredita que "o youtube é muito mais prático por tu poder ver na tua casa. Quem tem filho... ta em roda do filho... ta assistindo um vídeo e ta cuidando do filho. Como é que tu vai ir no centro fazer um curso? Tu vai largar tua casa? Deixar tuas coisas? ". São reflexões que legitimam a potencialidade que o youtube tem de servir como fonte complementar para quem depende de tempo e de dinheiro. Para Mariana o custo de fazer cursos acaba se tornando caro, pois afirma que:

> Hoje pra fazer um curso de aperfeiçoamento tu vai gastar uns mil reais ne, e ai tu vai no youtube e tu coloca, cortes da moda dai tu vai no automático tu vê as tendências tu faz o teu curso de aperfeiçoamento sem custo e aprende e atualiza né, então eu acho que o youtube te facilita muito, em vez de eu estar pagando o curso, eu posso investir em outras coisas, comprar uma cadeira nova, um produto que estão usando, são valores que tu deixa de gastar naquilo lá e pode investir em outra coisa.

Além de propiciar o conhecimento para que os indivíduos consigam manter suas rendas, a plataforma é aliada à economia. Luciana comenta que "as vezes tu precisa de um serviço terceirizado, ai tu vai lá e tu busca como fazer e aprende, acaba fazendo, e economiza aquele valor". João também apresenta que se estabelece no mercado, porque consegue se atualizar através do youtube e afirma que além da economia já ganhou dinheiro em pesquisar. Ele tinha um aparelho que ninguém conseguia atualizar, e ele conseguiu aprender através do YouTube e atualizou. Esse mesmo aprendizado ele já aplicou em muitos outros aparelhos do mesmo modelo. Ele reflete dizendo "não sei se as pessoas não têm paciência de pesquisar, procurar, mas eu faço render dinheiro". Ou seja, ele conegue garantir sua renda extra e ainda se estabelece no mercado por ser o único que consegue atualizar um aparelho antigo, e toda sua pesquisa é realizada através do YouTube. Durante as entrevistas, questionou-se aos participantes sobre como normalmente eles procuravam pelo conteúdo que lhes interessava no YouTube, e em maioria, responderam que buscavam por canais no YouTube, como o canal do Dráuzio varela; do GPS pesquisa; das viciadas em crochê, entre outros. E além de entrar em

canais específicos, todos fazem a busca livre no YouTube. Escrevem o conteúdo que querem pesquisar e vão procurando pelos que aparecem, em alguns casos vão trocando palavras para chegar no conteúdo que realmente interessa. Também fazem a busca do conteúdo no Google, caso queiram encontrar outros formatos de informação.

Os entrevistados mencionaram, em sua maioria, que o contato com a rede é diário e que normalmente entram a noite para pesquisar, pois é nesse horário que todos estão descansando, já acabaram suas rotinas de trabalho e podem desfrutar de seus momentos de lazer. Luciana relatou que "enquanto eu tô descansando eu posso estar aprendendo. O conhecimento não tem limite ne, (...) toda semana eu tenho algo a pesquisar (...) até porque é um vasto conhecimento, e na área da saúde tu não pode limitar a uma rede só, ou só aos livros, é um conjunto". Não consideram o tempo que pesquisam como perdido, mas sim como útil, pois a flexibilidade de horários possibilita que todos otimizem seus tempos, adaptando para os momentos de folga. Em relação a otimização de tempo Mariana encerra uma de suas falas dizendo que "se tu for trabalhar pra pagar curso, tu só vai trabalhar pra pagar curso, (...) e tu podendo assistir um vídeo, tu podendo fazer em casa, aí 90% do teu tempo é lucro. Depois de tudo tu vai descansar e ainda ta tendo tua aula, como tu vai ter uma aula deitada em uma escola? Não tem como descansar". João também relata que embora em horário de trabalho, quando há a necessidade, ele recorre a pesquisa e inclusive já usou um passo a passo enquanto executava o seu trabalho.

Os quatro participantes da pesquisa afirmaram que a internet não é um custo caro em relação aos benefícios que ela pode oferecer. Isto é, para os indivíduos de camadas populares, a internet também é uma forma de investimento. É por meio dos conhecimentos que ela oferece que é possível gerar um acréscimo para a renda familiar, estar em contato com culturas e opiniões diferentes. Explorando novas ideias e desenvolvendo a cidadania em cada indivíduo, tanto de maneira individual, quando esses incorporam conhecimentos particularmente, tanto coletiva, quando os indivíduos consumidores compartilham os conhecimentos por eles adquiridos para um coletivo maior.

3. Considerações Finais

Nessa última seção, retomaremos nossa pergunta inicial nos questionando sobre como o YouTube auxilia na construção da vida profissional e na desintermediação das práticas em grupos de camada populares. Assim apresentaremos e retornaremos em síntese a análise e o conteúdo teórico traçados ao longo desse artigo. Dessa forma, é possível finalizar com uma breve explanação do que visualizamos como contribuições a respeito do uso da plataforma do

YouTube como fonte de conhecimento informal e de desintermediação das práticas, analisando questões como aprendizagem no YouTube, consumo e camadas populares e as reflexões sobre cibercultura que permeiam o uso da internet.

Em resposta a nossa pergunta inicial, podemos concluir dizendo que o YouTube não só pode contribuir, como é uma fonte complementar necessária no processo de aprendizagem informal, para nossos entrevistados. Além disso, possui caráter importante na capacitação para atividades que servem como fontes de desintermediação das práticas, corroborando sua potencialidade em ser uma fonte de disseminação de conhecimento. Os resultados da pesquisa foram, para mim, inclusive, surpreendentes. Pois, é em épocas de crise onde os indivíduos de camadas populares mais sofrem. O YouTube, para os entrevistados, é uma fonte capaz de estruturar e dar subsídios para que, por meio da desintermediação das práticas, se tenha a possibilidade de desenvolver habilidades para que seja possível atingir a complementação financeira, gerando não só renda, como também economia. A informação disponibilizada na plataforma só tem valor quando os indivíduos interagem com ela afim de gerar conhecimento. Portanto, é através da existência de uma plataforma que dissemine informações que os indivíduos de camadas populares conseguem ter a possibilidade de se desenvolver.

Bem como afirma Sorj (2003), a internet não substitui o capital humano. Como encontrado na pesquisa, o YouTube não possui caráter como único formador, mas sim, possui papel complementar e auxiliar. Portanto como já apresenta Hartley in Burgess and Green (2009, p. 172) "o YouTube (...) é simultaneamente o complexo sistema no qual a alfabetização digital pode encontrar novos objetivos, novos modos de publicação e um novo conhecimento. E todos podem se juntar, aumentando a produtividade de todo o sistema". O aumento da produtividade se faz legítimo através da otimização do tempo dos indivíduos, da flexibilidade de horários, da economia e da geração de renda, através da incorporação do conhecimento informal e através da desintermediação das práticas. Para nossos entrevistados, o custo da rede tem papel decisório também na utilização deste meio, porém o custo se faz positivo em relação aos benefícios tão evidentes.

Portanto, é notável que a plataforma possui influência significativa na vida e nas atividades dos indivíduos. Em suas determinadas áreas de pesquisa os entrevistados procuram conteúdos que venham a complementar seus conhecimentos e suas habilidades. Se antes, era necessário pagar por cursos ou comprar revistas, hoje muitos vídeos que transmitem conhecimentos são postados de graça na plataforma. Logo o YouTube reconfigura as formas de incorporação do conhecimento, relacionando-se assim aos princípios chave da cibercultura, ou seja, a liberação do polo da emissão; a conexão em rede; e a recombinação da própria

sociedade, pois o processo de aprendizagem no YouTube percorre os três princípios.

Referências

BARROS, C. **"Na internet, todo mundo é feliz":** sociabilidade e familiaridade no universo das camadas populares. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (orgs.) Consumo na base da pirâmide – estudos brasileiros, Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015 :** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.

BURGESS, J; GREEN, J. **Youtube e a revolução digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, A. **Cibercultura como território recombinante.** In: TRIVINHO, E., CAZELOTO, E. (orgs). A cibercultura e seu espelho. SP: Abciber/Itaú Cultural, 2010. Disponível em: http://www.colartedigital.art.br/?p=114

MILLER, Daniel et al. **How the world changed social media.** London: UCL Press, 2016.

MILLER, Daniel et al., **"Why we post"**. Disponível em: <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/portuguese>. Acesso em: 21 de novembro de 2016.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Cibercultura, commons e feudalismo informacional**.Revista Famecos, Porto Alegre, n. 37, dez. 2008, p. 85-90.

SORJ, Bernardo. brasil@povo.com: **a luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação** Rio de Janeiro : Jorge Zahar ED. ; Brasília, DF: Unesco, 2003.

SPYER, juliano. **Northeast Brazil: YouTube education.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2gpH7tZ0D5w>. Acesso em: 21 de novembro de 2016.

TRAVANCAS, Isabel. **Fazendo etnografia no mundo da comunicação**. In BARROS, A. e DUARTE, J. (orgs.), Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 98-109.

UCL Why We Post, **Canal do Youtube.** Disponível em: <https://www.youtube.com/user/whywepost>. Acesso em: 21 de novembro de 2016.

YOUTUBE, **YouTube Estatísticas.** Disponível em: <https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>. Acesso em: 31 de outubro de 2016.