

Aspectos Comunicacionais da Educação nas Mídias Sociais Digitais: o Caso do *Youtube*¹

*Claudia Irene de QUADROS*²

*Itanel Bastos de QUADROS JR*³

Resumo

São estudados aspectos comunicacionais dos vídeos educativos no *Youtube*, uma plataforma de distribuição de conteúdo. De caráter ensaístico, o artigo propõe refletir sobre algumas ações no compartilhamento de conteúdo feitas em ambientes colaborativos. São ações que renovam a aprendizagem, que valorizam o indivíduo e que fazem a escola pensar em novas estratégias de ensino.

Palavras-chave: Educação; Comunicação; Mídias Digitais; *Youtube*.

Abstract

We studied communicational aspects of educational videos on *Youtube*, a platform for content distribution. This article proposes to reflect some actions of sharing content through collaborative environments. They are actions that renew learning, who value the individual and make school think about new teaching strategies.

Keywords: Education; Communication; Digital Media; *Youtube*.

Introdução

Este artigo discute o papel das mídias sociais digitais na educação. Transformações na sociedade sempre ocorrem, mas só percebemos as mudanças quando acontece uma revolução, como a industrial. Na revolução informacional, o impacto da tecnologia provocou modificações em diversos segmentos da sociedade. Na educação, após a passagem da revolução à evolução, a atenção se volta para o uso que essa sociedade faz da tecnologia. E são muitas as escolas que se apropriam dos conteúdos disponíveis na internet para apreender a atenção do público-alvo.

O *Youtube*, plataforma de distribuição de vídeos, também pode ser o lugar de ensinar e de aprender. Muniz Sodré recorre a Piaget para destacar que o conhecimento está atrelado às interações. O autor completa que “o que se costuma aprender na interação social e na

1 Trabalho apresentado à quinta edição da Revista Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, publicação ligada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Paraná.

2 Claudia Irene de Quadros é pós-doutora em Comunicação pela Universidade Pompeu Fabra e doutora em Comunicação pela Universidade de La Laguna, ambas na Espanha. Formada em Jornalismo e Relações Públicas pela UFPR. Faz parte do corpo docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto.

3 Itanel Bastos de Quadros Junior é pós-doutor em Comunicação pela Universidade Pompeu Fabra e doutor em Comunicação pela Universidade de Laguna, ambas na Espanha. Mestre em Educação pela UFPR. Formado em Publicidade e Propaganda pela UFPR e em Desenho Industrial pela PUCPR. Faz parte do corpo docente do curso de Comunicação da UFPR.

formalização escolar deriva em grandes e pequenas linhas desses modelos que se constroem progressivamente como regimes de produção de verdades ao longo dos séculos.” (SODRÉ, 2013, p. 99). No caso do dispositivo citado, de nada adiantaria disponibilizar um vídeo se ele não fosse assistido, compartilhado ou comentado. Mas podemos crer no conteúdo disponível no referido vídeo? Se o aprendizado também está relacionado ao respeito, necessitamos observar de que maneira ocorrem essas interações entre os sujeitos e os objetos. No caso, vídeos educativos do *Youtube*.

É importante ressaltar que na internet há diversos dispositivos criados com o intuito de compartilhar conteúdo para fins educacionais, como sites especializados em exercícios e provas de várias disciplinas de diferentes níveis de ensino. As instituições também têm feito uso dos blogs para disponibilizar conteúdo e/ou para apresentar as produções elaboradas por seus alunos. Os portais educacionais abertos somente para assinantes também simulam o ambiente das redes sociais digitais, incentivando a participação dos alunos, trocando ideias e promovendo o conhecimento. Neste artigo nos concentramos no uso do *Youtube*, que foi lançado em 2005 e hoje recebe a visita de mais de um bilhão de pessoas por ano (G1, 20/05/2013). A demanda tem sido tão grande que o *Google*, dono do *Youtube*, decidiu cobrar por alguns de seus canais em 10 países (Austrália, Brasil, Canadá, França, Japão, Coreia do Sul, Rússia, Espanha e Reino Unido). Entre os canais pagos, estão documentários, exibições de lutas e filmes. O acesso pago pode limitar o uso desses canais, sobretudo em escolas em que não há recursos disponíveis para tal fim. No compartilhamento de arquivos, no entanto, os assinantes podem gravar os vídeos educativos e repassá-los a professores e alunos sem acesso. Na internet, são poucas pessoas que estão dispostas a pagar pelo conteúdo que pode ser encontrado de forma gratuita em outros endereços. Nos blogs, por exemplo, sempre há conteúdos que foram retirados de meios de comunicação com acesso pago. Os blogs também reproduzem vídeos do *Youtube*.

Os vídeos educativos do *Youtube*, que são usados em escolas públicas e particulares, também têm sido adotados como reforço para compreender melhor o conteúdo passado em sala. De acordo com Kevin Alloca, diretor de tendências do *Youtube*, cresce o número de acessos aos vídeos educativos. Tanto que em 2011 o *Youtube* criou um canal exclusivo para as escolas⁴. Alloca comenta que é possível encontrar vídeos remixados por outros usuários no *Youtube* (GOMES, 2012). A apropriação de conteúdo não nasceu na internet. Quanto mais amigável a tecnologia, mais modificações são realizadas pelos usuários. Derrick de Kerckhove (1999) recorda que isso já ocorria em antigos suportes, como as fitas cassetes. Do rádio, os usuários gravavam apenas as músicas e deixavam a publicidade e o locutor de fora. Da televisão, os filmes eram gravados sem comerciais. Na internet, a intervenção do usuário é maior por conta

4 YouTube EDU (<<http://www.youtube.com/education>>). Disponível em: <<http://www.youtube.com/education>>. Acesso em 27 mai. 2013.

da facilidade em editar e acrescentar novas imagens ao conteúdo original. A cultura *remix* faz parte da contemporaneidade e instiga seus idealizadores a usar a imaginação para apresentarem produtos cada vez mais criativos. No momento que o *Youtube* possibilitar a interação nos próprios vídeos, certamente haverá conteúdos multimidiáticos, como infográficos dinâmicos que permitem a inserção de conteúdos pelo usuário. Nesse sentido, a própria plataforma precisa acompanhar a evolução da internet para continuar como lugar de experimentações.

A proposta aqui, no entanto, não é apenas comentar a estética desses vídeos educativos e as apropriações dos usuários. No campo da educação, há uma série de artigos sobre esse tema. Schneider, Caetano e Ribeiro (2012, p. 10), por exemplo, analisaram a legibilidade e os caracteres de vídeos educacionais caseiros e profissionais. Os autores concluem que há necessidade de “articular competências específicas do meio digital e das linguagens” utilizadas para divulgar os conteúdos.

Neste artigo se busca estudar aspectos comunicacionais dos vídeos educativos no *Youtube*, uma plataforma de distribuição de conteúdo que pode ser associada a várias redes sociais digitais. De caráter ensaístico, o artigo propõe refletir sobre algumas ações no compartilhamento de conteúdo feitas nas mídias sociais digitais. Os vídeos profissionais tradicionais ainda expressam nos diálogos “a fala coloquial, enquanto o narrador (normalmente em *off*) ‘costura’ as cenas, as outras falas, dentro da norma culta, orientando a significação do conjunto. A narração falada ancora todo o processo de significação” (MORAN, 2002, p.29). A narrativa audiovisual tem sido utilizada há bastante tempo no processo de aprendizagem, mas com o desenvolvimento da Internet o seu uso foi ampliado para além dos muros da escola. Quanto ao conteúdo, no *Youtube* é possível encontrar vídeos caseiros, profissionais e remixados. A participação do público no compartilhamento e, principalmente, nas apropriações dos vídeos educativos fez do *Youtube* o lugar de experimentações e de produção de conhecimento. As narrativas audiovisuais ora seguem modelos existentes, como um telejornal, ora se apropriam de partes de outros vídeos para produzir um novo produto. A maior parte desses vídeos pertence ao gênero do humor. Entre eles, também há experimentações de êxito que acabam parando em programas de televisão. De acordo com Jenkins, “uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2008, p. 135).

O lugar de interações e experimentações

Para Muniz Sodré (2012, p. 107), “a criatividade pode orientar-se em função de um empenho comum na direção da abertura existencial do sujeito, por meio da invenção de outras possibilidades humanas”. Evidentemente, como bem destaca o autor, a dimensão técnica da criatividade não pode ser reduzida ao campo da tecnologia. Em outras palavras, “não implica

apenas o fazer, mas igualmente o ser”. Nos vídeos educativos caseiros, há uma valorização do produtor. O esforço em compartilhar vídeos próprios ou remixados para tratar de um tema específico tem incentivado professores e alunos a disponibilizarem conteúdos. O modo de produção dos vídeos do *Youtube*, normalmente de baixa qualidade, tem influenciado até mesmo a publicidade. Nos comerciais, a estética dos vídeos do *Youtube* são utilizadas para se aproximar dos *prosumers*⁵. As imagens não têm muita qualidade, muitas vezes são imagens em baixíssima definição, que não seriam exibidas em qualquer canal de televisão antes do fenômeno da Web 2.0. No entanto, em tempo de mobilidade o importante é o conteúdo e seus personagens. No jornalismo, a participação do telespectador também tem sido valorizada. Na falta de um jornalista no local de um desastre, por exemplo, imagens feitas de um celular são veiculadas. No telejornalismo, o público é incentivado a enviar um vídeo sobre um problema do seu bairro, como buracos nas ruas e lixo jogado em terrenos baldios. Também são exibidas imagens de passarinhos, de flores e de outros elementos da natureza enviadas pelo telespectador. Neste momento, a notícia é ignorada. O importante é mostrar o conteúdo do telespectador para que ele possa se sentir parte do processo de produção, se identificar com o telejornal e compartilhar seu conteúdo veiculado em um meio *mainstream* em diferentes redes sociais e aumentar, assim, a possibilidade de ganhar novos telespectadores.

Entre os vídeos educativos, a sua dinâmica de compartilhamento pode ser classificada de duas formas: 1) As pessoas recomendam pela qualidade do audiovisual, compartilhando-o com amigos e conhecidos de mídias sociais digitais. 2) Criticam o conteúdo nestes mesmos espaços em rede, apontando problemas no audiovisual. Em ambos os casos, é grande o número de visualizações. E quanto maior o número de visualizações aumentam as chances de o vídeo ser visto mais uma vez, pois pode aparecer nas listas dos mais acessados e, assim, despertar o interesse de mais pessoas. A quantidade de comentários textuais a um vídeo também pode ser um indicador de sua popularidade e qualidade.

A base de dados registra todos os acessos no *Youtube*. Dessa forma, a página inicial da referida plataforma pode ser diferente de usuário para usuário. Se ele tiver um filho de dez anos em casa e costuma complementar o que aprende na escola, provavelmente a página inicial trará vídeos educativos do ensino fundamental. O acesso aos vídeos educativos também pode ampliar com a divulgação deles nas mídias sociais digitais. Neste caso, o número de amigos nessas redes também é responsável pelo aumento de acessos. O incremento no número de acessos aos vídeos ainda está relacionando ao grau de influência do dono do perfil de uma mídia social. Quanto maior a sua influência, maior será o interesse de sua rede de relacionamento pelo conteúdo postado.

5 Termo criado na década de 70 por Alvin Toffler para denominar o consumidor produtor. Hoje, o termo tem sido bastante usado por conta do fenômeno da colaboração do público.

Vivemos em mundo em constante mutação, precisamos de referências para compreender as mudanças aceleradas nos mais diversos campos na Era da Convergência Tecnológica e Cultural. Os perfis com maior grau de influência sobre nós acabam por assumir papéis até então ostentados somente pela família, pela escola e por outros tipos de organização. O antropólogo francês Bruno Latour defende que “o senso de integração entrou em colapso.” (LATOURE, 2012, p. 25). Para ele, as novas conexões precisam ser acompanhadas como “um movimento peculiar de reassociação e reagregação”. E essas alterações nas formas de sociabilidade implicam em mudanças também no campo da educação. Sodré completa que esses novos espaços oferecem “aos jovens ambíguas oportunidades de vivências e performances” (SODRÉ, 2012, p. 177).

No próprio *Youtube*, objeto deste artigo, há vídeos educativos de conteúdo duvidoso. Nesse sentido, tal como propõe Latour, podemos observar que “em cada curso da ação, toda uma variedade de agentes parece imiscuir-se e deslocar os objetivos originais” (2012, p. 42). Mas, a força do coletivo nas mídias sociais digitais tem contribuído para filtrar a enorme quantidade de conteúdo disponível na internet. A seleção de conteúdo passa pelo crivo de seus usuários. No caso do *Youtube*, a dinâmica do processo de seleção já foi descrita anteriormente. O sucesso dos vídeos educativos, portanto, depende também da opinião de uma rede de relacionamentos que cada um tem nas mídias sociais digitais. Os meios de comunicação de massa também trazem comentários sobre os vídeos mais acessados no *Youtube*.

Esses mecanismos, que acabam por influenciar os vídeos que estudantes assistem no *Youtube*, devem ser debatidos em sala. Os alunos que participam desses debates quase sempre concluem que serão mais cuidadosos na escolha das pessoas que vão seguir sugestões. Na referida plataforma, também há vídeos inapropriados que podem ser denunciados e retirados do ar. Muitas escolas buscam solucionar problemas gerados por divulgações de imagens que comprometem a integridade do seu aluno. Esses vídeos, produzidos com câmeras de celular, podem ser feitos por colegas de turma que praticam o *bullying* – atos de violência física ou psicológica contra uma pessoa. O fenômeno tem crescido tanto nas escolas que constantemente há campanhas contra essa violência em várias partes do mundo.

Educação reinventada

Neste ponto, destacamos o papel da escola diante dos novos recursos tecnológicos. Muitos professores e dirigentes de instituições de ensino já perceberam que a tecnologia pode ser uma aliada em sala de aula. Devido a sua grande popularidade, o *Youtube* passou a ser usado como plataforma para consumir vídeos educativos e para produzir conteúdos apreendidos em disciplinas. E o estudante do século XXI, que carrega um celular conectado à internet, parece não ter paciência para aulas exclusivamente expositivas. Décio Pignatari (2006), em seus seminários no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens, costumava dizer

que as novas gerações estão acostumadas com imagem em movimentos, são mais alfabetizadas visualmente e estimuladas a protagonizarem em jogos eletrônicos. Diante desse cenário, as escolas tentam renovar-se.

As publicações direcionadas aos professores dos ensinos Fundamental e Médio procuram auxiliá-los nesse processo de transformação e incentivam o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). No repositório da Nova Escola, do Grupo Abril, a repórter Daniele Pechi (2011) lista oito motivos para o professor usar o *Youtube*:

1. Oferecer conteúdos que sirvam como recursos didáticos para as discussões em aula;
2. Armazenar todos os vídeos que você precisa em um só lugar;
3. Montar um acervo virtual de seus trabalhos em vídeo;
4. Permitir que estudantes explorem assuntos de interesse com maior profundidade;
5. Ajudar estudantes com dificuldades;
6. Elaborar uma apresentação de slides narradas para ser usada em sala;
7. Incentivar os alunos a produzir e compartilhar conteúdo;
8. Permitir que os alunos deixem as suas dúvidas registradas.

A reportagem que incentiva o uso do *Youtube* na escola destaca os benefícios da plataforma para o ensino de qualquer disciplina. Mostra ainda a importância de inserir recursos tecnológicos que os jovens estão familiarizados no seu dia-a-dia, apontando o professor como mediador deste novo cenário. A reportagem dá orientações, o passo a passo, para o professor aprender a explorar as potencialidades da plataforma. Comenta que é uma forma de manter o diálogo num espaço que desperta a curiosidade do aluno e o incentiva a transformar o conteúdo aprendido em conhecimento.

No entanto, estudos no campo da educação (TEPEDINO, 2004; FELIZARDO, 2012) apontam que a falta de treinamento é a principal barreira para o desenvolvimento do ensino apoiado pelas TICs. Nas escolas públicas brasileiras, a maioria dos professores aprende a usar as tecnologias aplicadas à educação com seus colegas de profissão. Considerando que a tecnologia, por si só, não garante o aprendizado, há necessidade de formação específica para os docentes. Além de aprenderem a fazer uso dessas tecnologias, também precisam familiarizar-se com ferramentas. Só assim poderão propor novas experimentações e apropriações.

Por outro lado, essas tecnologias emergentes, ou como descreve Sodré (2012), “continuamente emergentes”, podem tornar-se obsoletas antes mesmo do total domínio do professor e/ou estudante. Dessa forma, a participação do público nas mídias sociais digitais pode garantir o aprendizado de forma mais rápida que a tradicional. Em outras palavras, no ambiente colaborativo há profissionais especializados dispostos a ensinar o passo a passo de

ferramentas de forma gratuita. O *Youtube*, portanto, pode ser o lugar de aprendizado também do professor. Basta assistir a um vídeo curto de um especialista na área para aprender a manusear qualquer aplicativo. Com mais experiência no uso da plataforma observada neste artigo, o docente já estará apto a pensar sobre novas possibilidades de ensino. O tempo de experiência de navegação está diretamente ligado às inovações propostas pelo professor por meio das TIC. Numa fase inicial, certamente o professor necessitará de orientações preliminares para posteriormente explorar as potencialidades de programas de edição de vídeo e outros recursos necessários para a produção audiovisual.

Ainda que por meio dos recursos disponíveis no *Youtube* o professor possa selecionar vídeos educativos de qualidade para exibição em sala ou para recomendar como atividade de reforço, o momento clama por dinâmicas inovadoras que estimulem o aprendizado dessa nova geração. Na era da convergência tecnológica, o fenômeno colaborativo coloca em evidência o público que tem participado de mídias sociais digitais. As recentes manifestações em várias cidades brasileiras do movimento “Vem pra Rua” demonstram a força delas. As conexões estabelecidas nestes espaços podem ser superficiais, mas são capazes de mobilizar multidões insatisfeitas com políticas públicas para o transporte, a saúde e a educação.

Numa dimensão em menor escala, o professor pode estimular seus alunos a colaborarem com diversos temas de estudo por meio de mídias sociais digitais. A convergência cultural (JENKINS, 2008) possibilita o maior diálogo entre docentes e discentes. Basta que os públicos envolvidos deixem fluir esse diálogo, sem medo e/ou preconceito. A proposta não é eliminar totalmente as fronteiras dos lugares que ocupam professor e aluno, mas estimular a troca de ideias para o avanço do ensino. O professor continua com o seu papel de mediador, mas, muitas vezes, também aprende com seus alunos. O domínio técnico de uma geração familiarizada com tantos aparatos eletrônicos, quando canalizada para a sala de aula, pode gerar ainda mais conhecimento.

No *Youtube*, observamos muitos exemplos de produções audiovisuais que são resultados dos temas estudados em sala de aula. As narrativas, na maior parte das vezes, revelam que, consciente ou inconscientemente, foram inspiradas em modelos conhecidos de seus alunos. O conteúdo de ciência, por exemplo, é apresentado em forma de telejornal. O de história ganha ares de teledramaturgia. A edição, normalmente, é feita num software livre desenvolvido para tal fim. A maior parte das produções é caseira, mas no *Youtube* cresce o número de vídeos educativos profissionais. Escolas particulares têm criado estúdios e contratado jornalistas especializados em produção de vídeos para motivar seus alunos e, obviamente, conquistar mais deles. Se por um lado a ação limita a liberdade de criação do aluno, por outro o torna mais evidente. Ao protagonizar um vídeo educativo supostamente de maior qualidade aumentam as chances de ele ser visto por um maior número de pessoas. O compartilhamento do conteúdo,

neste caso hipotético, é iniciada por colegas de classe e professores. O núcleo familiar também contribui ao recircular o vídeo, ampliando a distribuição para ainda mais pessoas que também o redistribuem. Dito de outra forma, a ação pode não ter apenas fins educacionais. Por trás da ação, há também a ação com fins mercadológicos. A escola que se prepara para produções mais sofisticadas no *Youtube* também tenta buscar mais espaço num mercado cada vez mais competitivo.

Na Web 2.0, contudo, desde que munidos de aparatos tecnológicos, há espaço para os mais variados tipos de produção. O investimento não precisa ser grande. Com poucos equipamentos e *wireless* gratuita, a criatividade pode gerar experiências enriquecedoras para alunos, professores e toda a sociedade. Nas mídias sociais digitais, a educação também se reinventa. Assim como ocorrem com os novos meios, que são influenciados por mídias tradicionais, os vídeos educativos do *Youtube* ainda não têm uma linguagem bem definida. Neste momento, contudo, o sistema de compartilhamento de conteúdo anuncia o fortalecimento das mídias sociais digitais. Ao agregar informações sobre determinado tema de estudo, seja em forma de vídeo ou até mesmo num comentário sobre ele, ideias podem ser discutidas para refletir sobre os mais variados temas e, assim, contribuir para a produção de conhecimento.

O poder das mídias sociais digitais é tão grande que cresce também o número de disciplinas na graduação e na pós-graduação (especialização, mestrado e doutorado) para compreender e fazer uso desse fenômeno nos mais diversos campos, não apenas no da Educação. No campo da comunicação, sobretudo nas Relações Públicas, a interação com o público sempre foi uma condição *sine qua non* no desenvolvimento de planejamentos comunicacionais para instituições. Porém, a convergência tecnológica tem transformado o modo como essas pessoas interagem. Nesse sentido, não basta um olhar atento sobre o fenômeno. O ensino dessa profissão precisa ser reconfigurado para pensar nas Relações Públicas que estão por vir.⁶ A convergência pode ser observada nos mais variados aspectos, como o tecnológico, o econômico e o cultural (JENKINS, 2008). A convergência também precisa ser estudada no ensino, que é obrigado a ofertar mais cursos de extensão e de pós-graduação para permitir a educação continuada em tempos de tantas transformações. Neste cenário, há necessidade de maior proximidade com o mercado para refletir sobre o fenômeno da convergência, seu impacto sobre a profissão e também para propor novas experiências que promovam o ensino no campo.

O trabalho em rede, como já foi relatado com a experiência das mídias sociais digitais, fortalece o ensino e o mercado. A troca de experiências entre ambos só vai avançar quando barreiras do preconceito se dissiparem, pelo menos um pouco. As associações entre universidades e empresas de comunicação revelam que a união dessas instituições têm fortalecido projetos

⁶ A frase é inspirada na obra “Pedagogia e Pesquisa para o Jornalismo que está por vir”, de Eduardo Meditsch. A obra foi editada em 2012, pela Insular.

que tentam apresentar um jornalismo inovador, por exemplo. O uso das mídias sociais digitais, nesse sentido, amplia as possibilidades de um diálogo possível entre mercado e ensino. As críticas não são deixadas de lado, uma vez que a interação também prevê conflitos, mas as trocas de opiniões e de apoio podem ser responsáveis por mais projetos inovadores.

Considerações

O artigo não é conclusivo, sobretudo porque tem caráter ensaístico. Nem por isso deixa de ter o seu valor. É necessário discutir o ensino diante da convergência tecnológica e suas implicações. O uso das mídias sociais digitais descentralizou o poder da imprensa, abrindo novos espaços de debate.

O *Youtube* foi escolhido como objeto por ser, atualmente, uma plataforma bastante utilizada entre os educadores. Nela, como destacado anteriormente, eles selecionam vídeos para suas aulas, disponibilizam material próprio e estimulam os estudantes a produzirem vídeos educativos sobre o conteúdo aprendido. Não fizemos uma análise de conteúdo desses vídeos, mas o entretenimento, como aponta Jenkins (2008), é um dos elementos que prendem a atenção do público. Desse modo, os vídeos educativos procuram explorar o conteúdo aprendido com narrativas divertidas.

Os vídeos educativos mais acessados do *Youtube* mereceriam uma pesquisa mais aprofundada, criando inclusive, para fins didáticos, uma categoria de tipos. Neste artigo, a preocupação maior foi com as interações estabelecidas nas mídias sociais digitais. Observamos o seu poder, trazendo exemplos de manifestações recentes que levaram para as ruas milhares de brasileiros que protestaram por melhores condições de transporte, saúde e educação. As mídias sociais digitais também foram apresentadas como uma nova forma de ensinar. As interações são vistas como uma nova possibilidade de garantir uma educação glocalizada⁷. Os vídeos educativos de história, por exemplo, produzidos por alunos de Ouro Preto e disponíveis no *Youtube* podem transportar estudantes de outras regiões para realidade da cidade: passado e presente. Já os alunos de escolas de Curitiba podem apresentar soluções encontradas na cidade deles para a preservação do meio ambiente, como a reciclagem do lixo. Enfim, há inúmeras parcerias possíveis. Em tempos de convergência, quando há maior valorização do visual e do produtor, é necessário criar novas possibilidades para ajudar o indivíduo a pensar, a compartilhar e a produzir conhecimento.

Evidentemente que essas ações não são fáceis de serem executadas, é preciso tempo e força de vontade para produzir conteúdo de qualidade. Também é necessário buscar soluções para diminuir a exclusão digital no país. Parcerias interinstitucionais são possíveis e podem

⁷ O termo glocalização tem origem na economia, significa do local para o global. Neste artigo, significa valorizar o local para uma distribuição de conteúdo para todo o mundo.

contribuir para disseminar o conhecimento. Para isto basta fazer uso da sistemática das mídias sociais digitais, reunir instituições (professores e alunos) e promover parcerias para o desenvolvimento da educação.

O projeto de pesquisa “O Ensino do Jornalismo na Era da Convergência Tecnológica”, que teve apoio do Procad/Capes, só foi possível com a parceria entre as universidades UFBA, UFSC e UTP. Foram investigadas matrizes curriculares de instituições de ensino em jornalismo das cidades de Salvador, Florianópolis e Curitiba. Após análises dos currículos também foram entrevistados os coordenadores de seus respectivos cursos. A pesquisa, que iniciou em 2008 e foi concluída em 2012, trouxe algumas descobertas interessantes sobre a relação da convergência e os cursos de jornalismo. De certo modo há conflito entre os discursos dos coordenadores e as ementas dos cursos. Nos currículos, há pouca reflexão sobre convergência de meios e o papel das mídias sociais digitais. Considerando que as ementas não mudam com a mesma velocidade que a vida contemporânea, também foram ouvidos professores e alunos. A maior parte deles está preocupada com a prática, há pouco desenvolvimento teórico sobre o assunto em tela. No entanto, em todas as disciplinas as mídias sociais digitais têm sido usadas como recurso didático em sala e como complemento fora de horário de aula. Enquanto o *Youtube* ilustra aulas com vídeos educativos, o *Facebook* virou espaço para tirar dúvidas em outros horários.

Na trilha da formação continuada, o professor pode escolher um curso gratuito a distância promovido por instituições nacionais e estrangeiras renomadas. Fora do país, há inclusive cursos ministrados em português que usam as mídias sociais digitais como ferramentas de comunicação. Além de adquirirem conhecimento, os docentes também entram em contato com professores da mesma disciplina. Desse modo, podem discutir ideias e fazer mais parcerias com fins educacionais.

Referências

FELIZARDO, M. H. **A formação de professores e a integração curricular das TIC:** com que formadores. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-graduação em Educação defendida na Universidade Nova Lisboa, 2012.

GOMES, P. Cresce busca por vídeos de educação na internet, diz executivo do *Youtube*. **Estado de S. Paulo**, 03/09/2012.

G1, Por minuto, ***Youtube* recebe mais de 100 horas de filmagens**, 20/05/2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/05/por-minuto-youtube-recebe-mais-de-100-horas-de-filmagens.html>>. Acesso em: 27 mai. 2013.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo, Aleph, 2008.

KERCKHOVE, D. **Inteligencias en conexión:** hacia una sociedad de la Web. Barcelona, Gedisa Editorial, 1999.

LATOUR, B. **Biografia de uma investigação** – a propósito de um livro sobre modos de existência. São Paulo, Editora 34, 2012.

MORAN, J. M. Desafios da televisão e do vídeo à escola. **Revista Comunicação e Educação**, São Paulo, v. 22, n. 4, 35 p. nov. 2002.

PECHI, D. Oito razões para usar o *Youtube* em sala de aula. **Revista Nova Escola**, São Paulo, Grupo Abril, novembro de 2011. Disponível em <<http://revistaescola.abril.com.br/gestao-escolar/8-raoes-usar-youtube-sala-aula-47214.html>>.

PIGNATARI, D. **Anotações de aula sobre novas gerações.** 2006.

SCHNEIDER, C. K.; CAETANO, L.; RIBEIRO, L. O. M. Análise de vídeos educacionais no Youtube: caracteres e legibilidade. **Novas Tecnologias na Educação**, Porto Alegre, CINTED-UFRGS, V. 10, número 1, 2012.

SODRÉ, M. **Reinventando a educação:** Diversidade, descolonização e redes. Petrópolis, RJ, 2012.

TEPEDINO, S. **Autoformação do professor para uso de tecnologias digitais na educação.** Dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-graduação em Educação, PUCMinas, 2004.

YouTube EDU - Disponível em: <<http://www.youtube.com/education>>. Acesso em: 27 mai. 2013.