



DOS YOUTUBERS AOS MEMES:

OS CONTEÚDOS DA CULTURA PARTICIPATIVA NO CONTEXTO DE CIBERCULTURA E COMO LÊ-LOS CRITICAMENTE ¹

Mariana Pícaro Cerigatto²

Resumo

Conteúdos que ganham repercussão na internet não são veiculados pela “grande mídia”, necessariamente, mas partem de uma filmagem caseira de um cidadão comum, que mais tarde poderá se tornar influenciador digital. Uma “boa sacada” combinada a habilidades de montagem entre imagem e texto escrito formam conteúdos que mais tarde se popularizam na web e viram *memes*. Esses são alguns exemplos dos novos formatos de textos que combinam linguagens diversas, conteúdos da comunicação de massa e da comunicação digital, e que são o bojo da discussão das novas alfabetizações. As habilidades de *media literacy* se mostram um caminho para tratar questões relativas à compreensão e papéis que esses conteúdos desempenham na sociedade atual e na cultura participativa, por meios de conceitos-chaves específicos que trazem à tona o desenvolvimento de importantes habilidades de leitura crítica para este cenário.

Palavras-chave: fontes de informação digitais; educação para a mídia; leitura crítica; cultura da participação.

Os novos textos, as bolhas de informação e as habilidades críticas necessárias

Pesquisas mais recentes, como o estudo Radar Jovem 2014, realizado pela Agência B2³, com 2 mil jovens de mais de seis cidades em diferentes regiões do Brasil, trouxe uma confirmação já esperada: de que o jovem brasileiro é assíduo consumidor de internet. O público pesquisado ainda garantiu ter a internet como sua principal fonte de informação, com 43% de

¹ Artigo apresentado ao Eixo Temático 1: Educação e Comunicação na Cibercultura, do II Encontro Regional Norte-Nordeste da ABCiber.

² Professora no Programa de Pós Graduação em Educação (PPED) da Universidade Tiradentes (UNIT). Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Educação, Tecnologias da Informação e Cibercultura - GETIC/UNIT/CNPq. E-mail: maricerigatto@yahoo.com.br

³ Disponível em <http://www.b2agencia.com.br/blog/index.php/2013/10/11/sintonizando-o-canal-18-a-30/>



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

sua preferência, sendo que o acesso é cada vez mais comum por meio de smartphones. As mídias sociais – WhatsApp, Instagram, Facebook, são citadas não apenas como meios de lazer e diversão, mas também como importantes canais para se manter informado.

Considerando que o acesso às mídias digitais é cada vez maior entre os jovens, em comparação ao contato decrescente com a mídia tida como “tradicional” – canais da televisão aberta, revistas e jornais impressos etc., o objetivo deste artigo é trazer uma análise das características de determinados conteúdos disseminados na cibercultura – como os vídeos produzidos por youtubers e “influenciadores”, as montagens entre texto e imagem que viram *memes*, as notícias online etc., e como esses conteúdos têm funcionado como fonte de informação. Além disso, baseada em autores como Siqueira (2014), Lemos (2015), Buckingham (2003 e 2008), Jenkins et al (2006), Hall (2003), entre outros, explana-se sobre as habilidades de leitura crítica emergentes para este contexto. Basicamente, as habilidades estão ligadas à compressão da linguagem desses conteúdos e à capacidade de “semiotizar” e interpretar os elementos que têm forte carga simbólica, e também ao entendimento do que está por trás do contexto de produção social e da busca por uma audiência.

A importância do trabalho se justifica diante escassas pesquisas sobre o assunto na área da Educação, que ainda tem dificuldade em reconhecer o potencial desses conteúdos além do entretenimento. Esses conteúdos, que fazem parte da cultura midiática atual, são vistos, por vezes, como “ofensivos” à cultura escolar, já que, em tese, “diminuem” o saber científico e acadêmico. Uma explicação para isso esteja ligada à crença, especialmente no ambiente acadêmico, de que tais conteúdos não são dignos de estudo, já que são trazidos pelas mídias e estão puramente ligados ao entretenimento, tidos como banais por comunidades científicas. Para Case (2007), esnobismo intelectual pode ser em parte a culpa. “[...] o discurso erudito tende a empurrar o entretenimento para debaixo do tapete. No caso de pesquisas sobre busca de informações, qualquer conteúdo que seja potencialmente divertido, muitas vezes, tem sido definido como ‘fora de escopo’ ” (CASE, 2007, p. 121).

Nesta perspectiva, ignora-se a relação que esses conteúdos estão tendo com as novas gerações, que vai além de uma concepção de lazer. Notícias (parte delas, falsas), os conteúdos produzidos por influenciadores digitais e youtubers, as postagens em mídias sociais, os *memes*, carregam informações capazes de educar, ensinar, influenciar em decisões e pontos de vista. Conforme explana García Canclini (2008, p. 24), “[...] os jovens adquirem nas telas



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

extracurriculares uma formação mais ampla em que conhecimento e entretenimento se combinam. Também se aprende a ler e a ser espectador sendo telespectador e internauta”. Se faz necessário ainda ressaltar que os jovens, que são o público que mais consome conteúdos midiáticos na internet, têm acesso a esses conteúdos cada vez mais “sob demanda”, ou seja, cada vez mais personalizados. A partir disso, se criam vínculos de maneira significativa. Assim, o ambiente de cibercultura se torna um cenário favorável para a seleção de conteúdos que mais atendem determinados gostos e anseios. Esses espaços específicos “[...] são reconhecidos em pequenos nichos formados por internautas que produzem e buscam conteúdos personalizados” (GONÇALVEZ, 2011, p. 74).

Ligado a isso, vemos um fenômeno chamado de “bolha de informação” surgir com força. Essas “bolhas” reforçam cada vez mais o consumo a conteúdos que “concordamos”, e damos mais audiência. De certa forma, isso nos leva a uma falsa ilusão de uma internet “livre, democrática e plural”.

Apesar da diversidade de conteúdos na internet, o acesso e a interação do usuário filtra informações selecionadas, o que explica a formação de bolha. Assim, em uma rede sociais, ele terá mais contato com os conteúdos o qual interagiu, limitando as informações e fontes de informação das quais poderia ter acesso.

É possível pensar que essa filtragem teria um viés positivo, já que a internet e as mídias sociais, por meios dos algoritmos, me garantiriam acesso aos conteúdos que tenho mais afinidade. No entanto, estudos advindos da psicologia sobre viés de confirmação apontam que as pessoas buscam e aceitam facilmente a informação que está de acordo com os seus preconceitos e crenças, mesmo se ela é considerada falsa. Sendo assim, o ambiente de bolha de informação pode ser nada “saudável” tampouco democrático e verdadeiro.

Assim, aqui se reforça a necessidade de mobilizar habilidades de criticidade, que, conforme Jenkins et al (2006), é uma das principais competências para o que ele chama de “educação midiática do século 21”, e também uma das habilidades para que, de fato, possa haver efetiva participação como sujeito ativo nessa cultura participativa possibilitada pelo cenário digital.

Nesta perspectiva, se desenvolve no artigo aspectos de leitura crítica apropriados para textos como *memes*, vídeos de influenciadores digitais, notícias online etc. Os conceitos-chave para a leitura crítica de conteúdos na cibercultura se baseiam em uma área interdisciplinar de



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

estudo reconhecida internacionalmente como *media literacy*, ou educação para a mídia, em português.

A educação para a mídia, que nos últimos anos direcionava seus estudos para a leitura crítica dos veículos de comunicação de massa, tem agora o desafio de olhar para os conteúdos gerados na internet. Os conceitos-chave de leitura crítica abordados seguem uma estrutura abrangente e sistemática, que pode ser facilmente aplicada aos meios digitais. Essa abordagem levanta questões importantes sobre representação, tendenciosidade, autoridade e ideologia, se tratando de internet – aspectos que costumam ser negligenciados nas descrições da tecnologia da informação e seus conteúdos. Para Buckingham (2008), há relações de poder e formas de representação que dizem muito em textos da web. Assim, a educação para a mídia se compromete a identificar os papéis e intenções que o sistema midiático assume com a sociedade, a partir de reflexões e análise crítica dos elementos do processo de comunicação (produtores, o processo produtivo e a recepção das mensagens, por exemplo). O objetivo é compreender como se processa a comunicação, tanto nas velhas e novas mídias.

É válido ainda mencionar o desenvolvimento de habilidades para a leitura crítica de conteúdos digitais parte de uma recepção ativa. Considera-se três principais posições hipotéticas a partir das quais acontece a decodificação de discursos midiáticos (HALL, 2003): 1. a posição hegemônica dominante, que se caracteriza pela recepção direta e integral dos conteúdos, operando de acordo com o código dominante; 2. a posição negociada, em que a recepção dos discursos e textos da mídia que contém uma mistura de elementos de adaptação e oposição. Essa decodificação absorve, reconhece a legitimidade, uma certa “legalidade” das definições hegemônicas para produzir as significações, porém, tem capacidade para fazer suas próprias regras sintagmáticas; e 3. a posição de oposição, em que o processo de significação de conteúdos ocorre de forma completamente contrária no sentido proposto como dominante ou globalizado. O receptor desvia a mensagem do código preferencial, pois tem certa bagagem para deslocá-la para um referencial alternativo. Assim, Hall (2003) rejeita a ideia de que o público aceita passivamente o que circula no cenário de cibercultura, e também rejeita o conceito de livre arbítrio. Portanto, as outras significações e as respostas dadas aos conteúdos da cultura midiática alimentam e moldam a dinâmica da cibercultura.

Tendo noção de que a audiência não é totalmente passiva, mas não tem habilidades prontas para lidar com os conteúdos que circulam na cibercultura, pode-se apreciar a proposta



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

de *media literacy* como fundamental para garantir as necessidades de um novo letramento, de acordo com os anseios das multiliteracias para o cenário de cibercultura. A *media literacy* é ainda imprescindível nos processos de socialização das novas gerações, para o exercício da cidadania e para a promoção da efetiva participação na cultura participativa promovida no ambiente digital.

As alfabetizações emergentes no cenário de cibercultura

A cibercultura nos coloca em contato com a uma verdadeira “revolução” técnica de produção e reprodução de textos. A partir disso, os mais novos formatos e conteúdos desafiam habilidades consagradas da alfabetização tradicional. Saber ler e escrever hoje vai muito além de interpretar textos de mídia impressa.

Novos textos surgem e modificam até então o que conhecíamos de suas linguagens. Com a nova cultura da participação em rede outros gêneros apareceram como transmutações de gêneros já existentes. Buscar por uma classificação nem sempre pode ser o mais adequado, pois os textos são dinâmicos e flexíveis, então podemos chamá-los genericamente de “gêneros digitais” ou “emergentes”.

São antigos textos se combinam com outros. “Nem são estáticos, nem puros, são formações interativas, multimodalizadas e flexíveis de organização social que contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia”. (MARCUSCHI, 2008, p. 17).

Atualmente, não se devem ignorar as habilidades de leitura e interpretação dos textos convencionais, mas é preciso estimular e desenvolver habilidades que considerem os novos formatos e modos de ler da cibercultura. Descentralizar a leitura do eixo verbal e considerar as leituras do não verbal, assim como desenvolver a competência leitora para ler os mais variados textos é também o que defende o próprio Plano Nacional do Livro e da Leitura (PNLL): “ao reafirmar a centralidade da palavra escrita, não se desconsidera a validade de outros códigos e linguagens, as tradições orais e as novas textualidades que surgem com as tecnologias digitais” (BRASIL, 2014, p. 17).

Assim, não faz mais sentido centrar-se apenas na palavra impressa, embora a leitura e escrita ainda estejam muito focados na tecnologia impressa.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

O conjunto de ferramentas para ler e escrever presente nos anos cinquenta [...] foi focado principalmente em tecnologias de impressão, isto é, as palavras escritas e lidas. Enquanto alguns textos tiveram ilustrações, diagramas e fotografias, o foco do ensino e da aprendizagem estava na interpretação do significado único da palavra impressa, enquanto foi dada pouca importância ao papel, ou a leitura, o entorno ilustrativo ou diagramático. Da mesma forma, se ignorava a influência do design da página sobre o significado. Este conjunto básico de ferramentas para leitura e escrita, dominado pela palavra impressa, foi útil em um mundo onde os empregos eram seguros, geralmente ocupado por toda a vida, e no qual se requeria uma série de conhecimentos básicos necessários com as tecnologias daquele momento: papel e caneta ou máquina de escrever e papel. (ANSTEY; BULL, 2007, p. 43).

Por mais que as habilidades múltiplas associadas à capacidade de ler e escrever tenham sido cada vez mais valorizadas no mundo atual, além do fato de que a imagem, o audiovisual, têm sido cada vez mais fonte de informação e “matéria prima” de um novo perfil de produtor de informação observa-se ainda que a imagem e outras linguagens não- verbais têm sido, não poucas vezes, mais utilizadas como instrumento ilustrativo. Assim, não se deve apenas usar esses conteúdos digitais como “ferramenta educacional”, mas sim desenvolver habilidades de leitura crítica para melhor compreensão do papel e funcionamento desses conteúdos em sociedade.

A necessidade de desenvolver outras alfabetizações muda o foco das políticas públicas de educação, que ainda valorizam mais o acesso à tecnologia para ler e consumir informação, do que o investimento na participação da cultura digital: “[...] enquanto o foco permanecer no acesso, a reforma permanecerá concentrada nas tecnologias: assim que começarmos a falar em participação, a ênfase se deslocará para os protocolos e práticas culturais” (JENKINS, 2009, p. 50). Aqui ressalta-se que a necessidade de alfabetizações busque estar alinhada ao cenário de participação digital oportunizado pelo cenário de mídia digital.

Cerveró (2007) ainda relaciona as demandas de alfabetização visando atender aspectos da *life-long learning* ou “aprendizado ao longo da vida”. Apesar do termo ter se originado a sociedades que buscam a empregabilidade, a estabilidade econômica e a reciclagem formativa, o conceito é abrangente e renova ideia também de aprendizagem. A formação ao longo da vida valoriza o “aprender a aprender” em um contexto construtivista de aprendizagem, que é importante num cenário com grande carga de informação e que traz novas atualizações tecnológicas constantemente. Por isso, a aprendizagem não acontece somente quando estamos



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

matriculados em alguma instituição escolar, mas acontece ao longo da vida, em diferentes contextos e lugares, em diferentes idades.

Delineando-se pelo contexto de cultura participativa e aprendizagem ao longo da vida, destaca-se a proposta de alfabetização para o século 21 de Jenkins et al (2006), que considera a atual dinâmica da sociedade, calcada no movimento da cibercultura. Dentro do rol de habilidades propostas, estão: jogar (a capacidade de experimentar o seu ambiente como uma forma de resolver problemas); simulação (a capacidade de interpretar e construir modelos dinâmicos de processos do mundo real); apropriação (se apropriar de conteúdos de maneira significativa e saber remixar conteúdos de mídia); multitarefa (“escanear” o ambiente e mudar o foco conforme necessário); inteligência coletiva (a capacidade de agrupar conhecimento e engajar-se com outras pessoas em direção a um objetivo comum); julgamento ou criticidade (capacidade de avaliar a confiabilidade e credibilidade de diferentes fontes de informação); navegação transmídia (a capacidade de acompanhar o fluxo de histórias e informações através de múltiplas modalidades); negociação (a capacidade de “viajar” por diversas comunidades, discernir e respeitar múltiplas perspectivas, e seguir normas alternativas) e visualização (a capacidade de criar e compreender representações visuais de informação).

Todas essas habilidades elencadas por Jenkins et al (2006) respondem não somente às habilidades referentes ao ambiente digital de informação e comunicação, mas são competências importantes no contexto social atual, no ambiente de trabalho, para a vida pessoal etc.

Dentro deste espectro, no presente trabalho se sobressaem principalmente as habilidades de julgamento ou criticidade, apropriação e navegação transmídia.

Os conteúdos digitais como fonte de informação e entretenimento

O que se entende por “mídia”? Mídia faz referência a suporte físico, como um CD, e também pode se referir a meios de comunicação, como TV, internet etc. A televisão é a mídia, por exemplo, e a TV Globo a empresa que investe nos conteúdos diversos a serem veiculados.

Há diversas classificações de mídia - impressa, eletrônica, mídia social etc. Nakamura (2009) classifica ainda as mídias como extensivas ou externas, e a internet como “mídia interativa”.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

Entre seus papéis, as mídias funcionam como canais de informação, conhecimento, lazer; são meios para exercer a cidadania e tomar decisões. E ainda “[...] fornecem muito do que aprendemos sobre o mundo alheio a nossa experiência imediata; são os meios pelos quais a sociedade aprende a respeito de si mesma” (WILSON et al, 2013, p. 61).

Diante dessas considerações, a cultura midiática disseminada pelas mídias é tida como importante referência da sociedade atual. Há uma significação de mundo construída pelos sujeitos que estão em contato com essas representações disseminadas, especialmente, na cibercultura. A “cultura das mídias” ou cultura midiática se situa entre a cultura de massas e a cibercultura, de acordo com Santaella (2001). No entanto, hoje, o consumo desta cultura é mais individualizado, disperso e fragmentado, tanto da informação e do entretenimento.

Diversos conteúdos difundidos pelas mídias digitais são tidos como fontes de informação, além de lazer e entretenimento. Para Rodrigues e Blattmann (2014, p. 10), fontes de informação referem-se a tudo o que gera ou veicula informação. São, portanto “[...] qualquer meio que responda a uma necessidade de informação por parte de quem necessita, incluindo produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, meios digitais, sites e portais”.

Assim, fontes de informação não se restringem apenas a meios tradicionalmente científicos. Tanto que as normas da American Psychological Association (APA) e as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) já consideram em seus manuais como citar em trabalhos acadêmicos posts de facebook, ou então mensagens do Whatsapp, vídeos do YouTube, e-mail e até um “tuíte”.

Posto isso, é importante dizer que, por um lado, há muitos aspectos que podemos aproveitar das mídias, tanto para consumo como para aprendizagem. Ao mesmo tempo em que os meios de comunicação e as redes podem contribuir para a promoção dos direitos humanos, por exemplo, podem também gerar representações de mundo um tanto estereotipadas, contribuindo para reforçar preconceitos. As mídias podem reforçar posições e valores sociais, e o modo como tais posições e valores são mostrados acontece por meio de recursos da linguagem (SIQUEIRA, 2014).

Esse novo ambiente simbólico mistura aspectos da comunicação de massa e a linguagem digital, em que os chamados remixers (LEMOS, 2015) combinam diversos contextos, imagens, conteúdos “remixados”. Castells (1999) ainda chama a atenção para a aproximação entre a



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

cultura de massa, a popular e cultura erudita, e a combinação entre elas. Entretenimento e informação, educação e persuasão podem ser combinados. Todas as expressões culturais, da mais elitista até a mais popular, vêm no “mesmo pacote” desse universo digital, “ofertados” em um hipertexto histórico gigantesco.

Em meio a essa discussão, são trazidas à tona indagações sobre grau de confiabilidade das mídias. As mídias tidas como tradicionais seriam fontes de informações mais credíveis? Sabe-se que a internet tem sido a grande disseminadora das chamadas “notícias falsas”, no entanto, fontes como jornais, revistas e conteúdos televisivos que pertencem a grandes editorias e grupos midiáticos, podem desinformar tanto quanto a internet, pois, para Lévy (1999, p.230), tanto a televisão e a imprensa: “[...] são instrumentos de manipulação e de desinformação muito mais eficazes do que a internet, já que podem impor ‘uma’ visão da realidade e proibir a resposta, a crítica e o confronto entre posições divergentes”.

Considerando isso, não se trata de procurar pela fonte considerada mais confiável, e sim desenvolver habilidades relevantes para o novo cenário de consumo de informação.

Fazendo a leitura crítica dos conteúdos midiáticos da cibercultura

Os diversos conteúdos que circulam nas redes sociais atuam nas mais distintas esferas da vida social, e são fortes influências para o consumo e entretenimento, tanto quanto na orientação ideológica; interferem em visões culturais e políticas que conformam o ponto de vista de mundo dos indivíduos.

As mídias sociais, em específico, têm sido espaços para expressar diversas questões, pois é na internet que as interações sociais são transferidas. Há ativismo em prol de determinadas causas – políticas, socioambientais etc. Os grupos passaram a explorar os ambientes das redes como forma de espalhar seus discursos de pressão política, objetivando atingir os mais diversos públicos, inclusive grupos ligados a tais causas.

Destaca-se, para este trabalho, os conteúdos produzidos por youtubers ou influenciadores digitais, e os memes, conteúdos considerados “remix” (LEMOS, 2015).

Dentre muitos conteúdos que circulam no Facebook, achamos conveniente falar dos *memes* – conteúdo muito popular compartilhado nesta rede.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

O termo “meme” surge a partir de 1976, por Richard Dawkins - biólogo e escritor - com intuito de explicar o fenômeno de replicação de certas informações e ideias em nossa sociedade, conforme revisam Trevisan e Goethel (2015). O “meme” tem o poder de replicar aspectos ligados ao cotidiano, sendo que “[...] é a imitação não exata do objeto imitado que o torna único, afinal o indivíduo tentará imitar através de uma representação do objeto imitado, impondo assim seus maneirismos e suas limitações” (TREVISAN; GOETHEL, 2015, p. 02).

As mídias sociais se tornaram principal difusoras dos memes. Ainda segundo Trevisan e Goethel (2015), o meme foi se disseminando a partir da dinâmica dos chans, que teria favorecido sua popularidade (abreviatura de channel, “chans” corresponde a fóruns de discussão que permitiram postagem de imagens e texto, com anonimato).

Diante a popularidade dos memes e seu potencial como fonte de informação, pode-se aplicar conceitos de leitura crítica de mídia e mobilizar habilidades tais como criticidade, apropriação e navegação transmídia. Antes, vamos conhecer os principais conceitos-chave da educação para a mídia, ou então media literacy, que promovem a leitura e escrita críticas de mídia, baseados em Buckingham (2003 e 2008) e Siqueira (2014):

1. Linguagem- compreensão da maneira como os códigos verbais e não-verbais e suas convenções de uso dão forma ao teor das mensagens;
2. Narrativas - conceito que examina a maneira como as estruturas de narração possíveis são usadas por diversos gêneros e formatos;
3. As instituições ou produção – análise do contexto social e político de elaboração e exploração dos conteúdos midiáticos, dos grupos e pessoas ligados e como influenciam na difusão de mensagens;
4. Audiência - como as características do público influencia na elaboração de produtos de mídia e como também o mesmo público é influenciado;
5. Representação - conceito que examina a representação, o recorte de mundo feito sobre um assunto, a construção de um ponto de vista sobre um assunto - quais são os valores associados, os valores que estão em disputa e a quais atores sociais, eventos políticos e culturais tais valores estão relacionados).

Um exemplo de meme pode ser visto a partir da figura abaixo:



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

Figura 1: Meme que repercutiu em mídias sociais com a figura do atual presidente brasileiro Jair Bolsonaro, na época de debate presidencial no ano de 2018



Fonte: Site Humor Político <https://www.humorpolitico.com.br/tag/meme-politico/>

Podemos usar os 5 conceitos-chaves para promover a criticidade, apropriação e navegação transmídia:

1. Linguagem: a leitura crítica está ligada à necessidade de leitura dos elementos que compõem a mensagem midiática e a compreensão deles. Em tal situação, vemos que existe uma fotografia enquadrada acima da cintura do sujeito, que está em primeiro plano. Este tipo de enquadramento é usado para valorizar a expressão facial, ao mesmo tempo que divide a cena com o ambiente, que mostra a roupa do sujeito, e o microfone, levando a entender que ele está em uma situação formal, de entrevista. Ou seja, a linguagem traz pistas importantes da intenção do produtor do conteúdo, que é mostrar a expressão facial do presidente, uma expressão nada agradável, que demonstra preocupação, acompanhada da frase no topo da imagem “Quando o professor começa a distribuir a prova...”; e logo após a foto, a frase, no cabeçalho, dá continuidade à primeira sentença: “e você não estudou”. É possível entender que a ordem das frases foi colocada propositalmente para que gerasse tal efeito de mensagem pretendido – que se remete ao fato de um debate presidencial em canal de televisão aberto, em que Jair Bolsonaro,



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

então candidato à presidência do Brasil na época, foi bastante criticado por estar despreparado para responder perguntas feitas no debate.

A partir deste exame de linguagem apreendemos aspectos ligados à elementos da linguagem não-verbal – como o plano fotográfico, o enquadramento, a ordem que as frases são colocadas no quadro etc. Este conceito chave se liga à habilidade de apropriação e criticidade, em que se apreende elementos das linguagens da mídia para entender melhor o efeito da mensagem. E compreende-se que a linguagem é posta de uma forma intencional.

2. Narrativas: Existe uma narrativa do meme que remete ao fato de ser um momento de debate presidencial, em que o sujeito da foto, na época candidato à presidência, participava dos debates e recebia críticas, de maneira geral, pela sua falta de preparo para responder às perguntas geradas no debate, alegando, inclusive, que não iria participar dos próximos debates em canais abertos de televisão, como os promovidos pela TV Globo. Essa é a “historinha” que o meme conta, em que se faz, de certo modo, uma crítica à capacidade do político de responder questões – relacionando isso com um evento cotidiano da vida das pessoas, que é fazer uma prova sem ter estudado.

É importante considerar que o meme conta uma história e traz um ponto de vista, e nos estimula a comparar essa narrativa com outras. Traz um recorte da realidade. Aqui, pode-se explorar a habilidade de navegação transmídia, que diz respeito à capacidade do leitor navegar por mídias e conteúdos diferentes, sabendo que cada uma explora as mesmas situações com histórias que trazem pontos de vista diferentes.

3. Instituições de mídia e produção: Aqui trabalha-se mais uma vez com a questão da criticidade, pois se faz importante considerar quais são os grupos e atores sociais ligados a este meme. Embora a maioria dos memes tem autoria anônima, mesmo assim é possível identificar que o autor/ autores têm um determinado ponto de vista político muito explícito – que considera tal político despreparado para ser presidente. Isso nos faz pensar que a opinião da autoria do meme favorece grupos contrários a Jair Bolsonaro. Esse posicionamento pode ser visto, ainda, nos próprios elementos da linguagem do meme.

4. Audiência: Nesta parte, analisa-se que o meme traz aspectos relacionados ao público que pretende atingir. A forma como o meme é elaborado e a narrativa que ele traz deixa bem claro que o autor/ ou autores querem atingir tanto os eleitores do político, denunciando que o mesmo é despreparado, de forma bem humorada e irônica, e também pretendem reforçar e auto



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

afirmar as ideias compartilhadas entre os eleitores que criticam o político. Saber relacionar as características e expectativas da audiência com as mensagens da mídia também envolve a habilidade de criticidade.

5. Representação: por fim, pode-se dizer eu todo meme traz uma representação de alguma coisa, reforça valores e visões de mundo, trazendo um recorte da realidade. Neste caso, o ponto de vista reforça críticas e aspectos negativos em torno da candidatura de Jair Bolsonaro, considerando-o desqualificado para enfrentar um debate eleitoral e também a presidência. Para perceber o que um meme diz nas “entrelinhas”, ou seja, desconstruí-lo para desvendar a mensagem muito além do que ele diz superficialmente, é preciso ter o olhar crítico, a capacidade de fazer leituras do aspecto conotativo da mensagem, que vai além da cena literal do meme. Ou seja, o meme traz uma mensagem muito além daquilo que estampa.

Outro conteúdo que considero de bastante destaque atualmente no ambiente de cibercultura são os chamados “influenciadores digitais”, sendo que muitos deles produzem conteúdo para o canal YouTube, por isso são também chamados de “youtubers”.

Figura 2: Imagem do canal “Felipe Neto” no YouTube, do vídeo “Os melhores TIKTOK! Impossível não rir!”





Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

Fonte: Canal do youtuber Felipe Neto

<https://www.youtube.com/watch?v=vWbXtS3BahU>

No canal do youtuber Felipe Neto, já são mais de 35 milhões de inscritos, até a data desta pesquisa. Ao fazer uma rápida análise do perfil dos usuários que assistem e comentam os vídeos, vê-se uma boa parcela de adolescentes e jovens. Os vídeos se referem a assuntos variados do cotidiano, em que Felipe faz uma produção bem humorada. Há também vídeos trazem assuntos sobre celebridades, modismos entre adolescentes, dicas, e até vídeos com pontos de vista explicitamente políticos.

Para fazer a leitura crítica, vamos recorrer novamente aos conceitos-chave:

1. Linguagem: Ao assistir aos vídeos do influenciador, vemos que existe todo um cenário montado, com elementos que remetem à cultura pop e jovem. Ele usa gírias, expressões ligadas ao universo jovem, faz “caras e bocas” para conseguir “arrancar” risos da plateia que o assiste. As cenas do vídeo são dinâmicas, há efeitos sonoros, músicas e referências a memes no decorrer do vídeo. Enfim, existem códigos visuais muito bem definidos nos vídeos do youtuber, que dão pistas sobre a audiência que ele pretende atingir. Se apropriar desses elementos é compreender que há uma linguagem pensada pelos influenciadores, que tem a função de atingir determinados grupos específicos, e cada elemento de linguagem funciona com um propósito, já que o objetivo dos influenciadores é conseguir o máximo de seguidores e visualizações possíveis do conteúdo produzido, pois assim eles conquista patrocinadores e são remunerados pelo próprio Youtube.

2. Narrativas: Podem existir percursos narrativos padrões no exame dos vídeos de influenciadores digitais. Existe um início, em que Felipe Neto sempre tenta prender a atenção do espectador com alguma piada, ou expressão facial engraçada. O meio do vídeo é composto por conteúdos com cenas dinâmicas, e o final geralmente Felipe se despede pedindo para curtir seu canal. Toda essa estrutura narrativa, analisada de forma crítica, é feita de modo bem pensado para atingir uma audiência e a manter cativa durante o vídeo. As frases são curtas e cenas também, para facilitar o entendimento. Felipe é o principal narrador dos vídeos e faz julgamentos o tempo todo sobre determinadas situações, modismos, pessoas, modos de agir, de se vestir, comportamentos etc.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

3. Instituições de mídia e produção: Aqui busca-se entender quais grupos que o influenciador representa, mesmo que não diga claramente. Ou seja, o conteúdo está veiculado a determinados grupos que podem patrocinar Felipe – por isso, a produção dele não é tão livre de influências como supostamente aparenta ser.

4. Audiência: a maneira como os conteúdos produzidos por Felipe Neto são elaborados visando atingir determinados públicos, em especial o público adolescente e jovem. Para isso, ele utiliza uma linguagem calcada em elementos simbólicos significativos para o universo jovem – a forma de falar, gírias, o jeito de se vestir, até a montagem do cenário e a seleção de assuntos abordados.

5. Representação: O fato de ter mais de 30 milhões de seguidores o torna um importante formador de opinião. É por isso que cada frase e opinião emitida pelo youtuber tem bastante impacto nas redes sociais. No entanto, os posicionamentos desses influenciadores podem estar carregados de preconceitos, estereótipos e visões muito pessoais sobre pessoas, situações etc. Por isso, é importante ter criticidade para desconstruir os discursos de influenciadores que tendem a ser hegemônicos.

Discussões finais

A cibercultura e suas tecnologias já fazem parte da vida de milhares de crianças, adolescentes, jovens e adultos, que diariamente postam conteúdos em suas redes sociais, baixam vídeos, compartilham mensagens etc. No entanto, pouco se reflete o uso que se faz dessas tecnologias, tampouco sabe-se dar significado às mensagens que recebemos de maneira mais crítica. Memes e vídeos de youtubers estão em alta, mas pouco se explora as habilidades para compreender a linguagem desses conteúdos, a função de cada elemento da linguagem, o papel desses conteúdos em sociedade, como eles influenciam certas audiências e que representações fazem de mundo.

Assim, políticas públicas de inclusão digital poderiam não somente incentivar a apropriação de tais tecnologias, mas explorar os conceitos-chaves de *media literacy* e explorar outros contextos além do mero acesso. A leitura crítica visa não somente tornar essa geração



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

mais ativa na hora de produzir conteúdo, mas a expectativa é a de que haja uma melhor compreensão das relações de poder que desenham a cultura midiática.

Apesar do receptor não ser indefeso e apático diante os conteúdos que acessa, sendo a recepção um lugar na qual ocorrem a negociação e a produção de sentido, é preciso considerar que a escola ainda está muito distante de desenvolver habilidades mais críticas quanto às demandas de alfabetização digital no cenário de cibercultura. Tão importante quanto levar em conta o papel ativo do receptor é considerar que a interpretação não é um processo individual, mas sim, social. Porém, o receptor não é dono da sua consciência. A linguagem, o repertório cultural, são limites que nós sofremos e influenciam na recepção.

Assim, trabalhar com a compreensão e a avaliação crítica de conteúdos disseminados por esta nova cultura midiática requer o desenvolvimento de habilidades capazes de entender o contexto de produção em que essas informações são transmitidas. O objetivo é que sujeitos atuem na cibercultura adotando posturas ativas, sabendo identificar e compreender o papel desses novos conteúdos, como são elaborados, “captando” interesses políticos e ideológicos por trás da veiculação de memes, conteúdos de influenciadores, *fake news* etc.

Referências

ANSTEY, M; BULL; G. Tiempos cambiantes, alfabetizaciones cambiantes. **Lectura y vida:** Revista latinoamericana de lectura, v. 28, n. 1, 2007, p. 42-47.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Caderno do Plano Nacional do Livro e Leitura: PNLL:** edição atualizada e revisada em 2014. Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/pnll>>. Acesso em: 20 set. 2014

BUCKINGHAM, David. **Media education** – literacy, learning and contemporary culture. Cambridge: Polity Press, 2003.

_____. **Defining digital literacy:** what do young people need to know about digital media? In: LANKSHEAR, C.; KNOBEL, M. (Eds.). Digital literacies. New York: Peter Lang, 2008.

CANCLINI, N. G. **Leitores, Espectadores e Internautas.** São Paulo: Iluminuras, 2008

CASE, D. O. **Looking for Information:** A Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior. Amsterdam: Elsevier; Academic Press, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERVERÓ, Aurora Cuevas. **Lectura, Alfabetización en Información y Biblioteca Escolar.** Gijón: Trea, 2007.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

HALL, S. **Da diáspora**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2003.

GONÇALVES, R. **Conteúdos culturais na cibercultura: um estudo do processo de convergência midiática da obra de Clarah Averbuck**. 2011. 103 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Universidade Federal de São João Del Rei, São João Del Rei, 2011. Disponível em: <http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/mes-letras/DISSERTACOES_2/conteudos_culturais_na_cibercultura.pdf>. Acesso em: 10 out. 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H. et al **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education For the 21st Century**. Chicago: The MacArthur Foundation, 2006.

LEMONS, A. A crítica da crítica essencialista da cibercultura. **Matrizes**, V. 9, n.1, pp. 29-51, 2015. Disponível em: http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/575/pdf_3. Acesso em: 09 dez de 2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIN, Tzu-bin; MOKHTAR, Intan Azura; WANG, Li-yi. The construct of media and information literacy in Singapore education system: global trends and local policies. **Asia Pacific Journal Of Education**, Singapore, v. 35, n. 4, p.423-437, 25 fev. 2015

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.

MITTELL, J. Lost in a Great Story: Evaluation in Narrative Television (and Television Studies). In PEARSON, R. (Ed.). **Reading Lost**. London: I. B. Tauris, 2009, p. 119–138.

NAKAMURA, Rodolfo. **Como fazer um planejamento de mídia na prática**. São Paulo: Farol do Forte, 2009.

SANTAELLA, S. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Linguagens Líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

RODRIGUES, C; BLATTMANN, U. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspect. Ciênc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 19, n. 3, p. 4-29, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362014000300002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 09 de setembro de 2018.

SANTAELLA, L. **Matrizes de Linguagem e Pensamento**. São Paulo: Iluminuras, 2001

SIQUEIRA, A.B. Mídia-educação a serviço da cidadania: uma proposta para a formação de assistentes sociais. In MACEDO, Alessandra Xavier Nunes, PIRES, David Ulisses Brasil



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

Simões e ANJOS, Fernanda Alves (org.) **Educação para a Mídia** – Cadernos de Debate da Classificação Indicativa. Brasília: Ministério da Justiça/ Secretaria Nacional de Justiça, 2014.

TREVISAN, Michele Kapp; GOETHEL, Mariana Fagundes. Meme: intertextualidades e apropriações na Internet. In: 10º ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DE MÍDIA - ALCAR, 10., 2015, Porto Alegre. **Anais...** . Porto Alegre: 10º Encontro Nacional de História de Mídia - Alcar, 2015. p. 01 - 15. Disponível em: <file:///C:/Users/maria/Downloads/GTMIDDIG_TREVISAN-Michele_GOETHEL-Mariana.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2016.

WILSON, Carolyn et al. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores**. Brasília: Unesco, UFMT, 2013.