

Congreso Iberoamericano de Educación

METAS 2021

Un congreso para que pensemos entre todos la educación que queremos
Buenos Aires, República Argentina. 13, 14 y 15 de septiembre de 2010

TIC Y EDUCACIÓN

Um estudo sobre vídeos compartilhados por jovens

Heloisa Helena Oliveira de Magalhães Couto¹

¹ ¹ (hccouto@hotmail.com)

Doutoranda da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

1 – Duas ou três imagens

Conhecer os usos e apropriações de mídia que jovens brasileiros compartilham busca retratar um momento de acelerada mudança, que encerra crise e oportunidade. Trago como referência algumas imagens. Apresentando uma produção¹ quase documental Laurent Cantet focou quase que exclusivamente a sala de aula para tratar de diversidade cultural, relações de poder, juventude e a dificuldade de comunicação entre alunos e mestres. O cineasta francês, em entrevista (ARANTES, 2009), afirmou que a sala de aula é um microcosmo da sociedade e ressaltou que seu interesse em filmar adolescentes decorria do fato de reconhecer esse momento como aquele onde começamos a refletir sobre quem somos, sobre o papel que temos no mundo e sobre que atitudes devemos tomar diante de determinadas situações.

Durante as aulas de Francês, no filme, há várias situações em que os alunos não entendem o sentido de aprenderem determinadas regras da “língua culta” e argumentam que “não é do jeito que se fala” ou que “não se usa para nada”. Já conhecemos a cena. Professores insatisfeitos, sem saber *como fazer* com que os alunos se apropriem de ferramentas que lhes permitiriam melhor comunicação, e assim, talvez, os conduziram a condições de vida socialmente valorizadas. Alunos igualmente insatisfeitos, sem conseguir compreender o que fazem em sala de aula, além de decorar formas gramaticais, que não incorporam nenhum sentido, e que por isso mesmo não conduzem a lugar nenhum. Mais do que assinalando o embate entre a cultura jovem, cheia de gírias, e a cultura acadêmica, eles vão enunciando o abismo entre a produção de sentidos do que a escola tem a oferecer e a que os alunos esperam ou precisariam que ela oferecesse.

A imagem que quero destacar porém, com a lembrança desse filme, é a cena em que uma aluna, fazendo uma avaliação, ao final do ano, diz ao professor: “Eu não aprendi nada esse ano. Nada me interessou e nada me interessa. Não quero ser nada quando crescer”.

A antropóloga Regina Novaes (2006) afirma que a juventude vive uma experiência geracional inédita e é o segmento mais vulnerável frente às mudanças sociais que acontecem no mundo de hoje, especialmente às associadas à inserção profissional e à violência.

Os jovens, na pesquisa “Jovens brasileiros e Democracia” (IBASE, 2006), ressaltaram como suas principais preocupações: a violência, o desemprego e a educação. Para eles, há decepção, mas não descrença no papel da educação como elemento capaz de produzir mudança. A educação, sobretudo escolar, é vista como passaporte para um futuro mais estável, onde os jovens vislumbram oportunidades, tanto de qualificação e inserção profissional, quanto de mobilidade social. Até o acesso à Cultura, a computadores e ao lazer dependem, em parte, da escola, uma instituição que, segundo eles, precisa de transformações. Faltam recursos, as aulas são tradicionais, os professores estão desmotivados e os alunos desinteressados. Recomendam a melhoria na infra-estrutura e um maior investimento na qualificação e valorização docente, para que sejam incorporadas novas estratégias de ensino, capazes de despertar o interesse dos alunos.

De acordo com as principais fontes de informação, ainda hoje, essas apreensões têm fundamento. Na maioria dos países, segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), os jovens apresentam uma taxa de desemprego muito elevada e superior a dos adultos, o que não é diferente no mercado de trabalho brasileiro. O Relatório (OIT, 2009) “Trabalho decente e juventude no Brasil”, divulgado em julho, informa que 67,5% dos jovens, entre 15 e 24 anos, estavam desempregados ou na informalidade em 2006. O referido estudo aponta como prioridades para a formulação de políticas públicas: fortalecer as ações de elevação da escolaridade; investir em ações de combate à evasão escolar precoce; melhorar a qualidade de ensino; ampliar oportunidades de educação profissional e tecnológica; e reduzir desigualdades educacionais.

Por outro lado, a falta de investimentos e de políticas públicas para os jovens que possibilitem acesso a uma educação de qualidade, a programas de profissionalização e a alternativas culturais explica, para alguns especialistas, o resultado do índice de homicídios na adolescência (IHA). O Índice estima o risco que adolescentes têm de perder a vida por causa da violência. O IHA (2009) foi divulgado, também em julho,

pela Secretaria Especial de Direitos Humanos (SEDH) e informava, por exemplo, que os homicídios representariam hoje 46% das causas de morte da faixa etária entre 12 a 18 anos. No Brasil a possibilidade de ser uma vítima de homicídio é maior entre os adolescentes e jovens.

“Tempo de Permanência na escola”, pesquisa divulgada em abril, pelo Centro de Políticas Sociais, da Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2009), mostra que o principal motivo da evasão escolar de adolescentes é a falta de interesse. Dos jovens de 15 a 17 anos que abandonaram a escola, 40,1% o fizeram por desinteresse. O trabalho é motivo para 27,1%. Atualmente o ensino médio tem a maior taxa de evasão.

Corte.

Dois professores se encontram. O professor de História comenta que está abordando determinada época e pede ao professor de Francês que programe a leitura de romances clássicos do mesmo período. O professor de Francês não concorda. Não crê que seja possível para os alunos, além de temer que a relação com eles se torne ainda mais difícil.

Uma nova imagem: na sala dos professores com a mesma impulsividade, arrogância e falta de cortesia, que criticam nos adolescentes retratados, um dos mestres grita toda a sua descrença em ultrapassar o abismo cultural que o afasta dos alunos. Entre surpresos e aliviados, em profundo silêncio, os outros professores parecem concordar.

O estudo “Violência e convivência nas escolas”, realizado pelos pesquisadores da Rede Tecnológica Latino-Americana (RITLA, 2009) não deixa dúvidas: o professor não crê no êxito dos seus alunos. Mais de 60% dos docentes entrevistados têm certeza que seus alunos vão abandonar os estudos para trabalhar. Apenas 15% acreditam que eles vão terminar o ensino médio e encontrar um bom emprego. Para a educadora Guiomar Namó de Mello (UOL, 2009): “É uma atitude fatalista, mas com uma base muito clara na realidade que ele vê todos os dias. Talvez ele simplesmente não encontre saída na circunstância em que ele está” e alerta para o risco de um círculo vicioso “uma profecia que se auto-realiza”.

Novo corte.

Ao propor que os alunos construam seus auto-retratos, isto é, que escrevam sobre si mesmos, suas vidas, seus interesses, a partir da leitura de um diário de uma adolescente, que como eles, foi discriminada em seu tempo, o professor pensou criar uma atividade que pudesse verdadeiramente entusiasamá-los. Mas não consegue. Uma aluna reage afirmando que não tem grande coisa a dizer. “Pois de fato nossas vidas não têm grande interesse para você.”

Professores e alunos se divertindo juntos, no jogo de futebol realizado no pátio, enquanto as salas de aula estão vazias, ao final de um período, significa que no próximo tudo se repetirá? Ou que há caminhos possíveis?

Estas duas imagens são emblemáticas de uma situação de crise, aqui entendida como risco e oportunidade. Se por um lado se esgotaram as soluções conhecidas, e não se vê saída possível, por outro, há o caminho da reinvenção. No filme não são oferecidas redenções ou conclusões. O professor é herói e vilão.

Qual o papel do professor? Qual o papel da educação na vida contemporânea?

É preciso escutar os próprios jovens, conhecer suas práticas e os desafios impostos pelas transformações advindas da cultura da convergência (JENKINS, 2008), o que implica também considerar a importância, para a construção da sua trajetória, da escola e das mudanças que eles almejam ver introduzidas na educação.

2 – Historiando – Jovens e Vídeos em cena

O horizonte das investigações que empreendo é a constituição de novas maneiras de aprender e de conviver vis-à-vis a constituição de um mundo digital e ao fomento da cultura da convergência. Duas questões guiam a exploração: pensar a produção cultural audiovisual e pensar novos modos de constituição e de transmissão do saber. Há que se destacar que acreditamos que a mudança tecnológica tem papel significativo na mudança cultural, mas não cremos em determinismo tecnológico. Até porque se a tecnologia modifica a experiência, ela absorve também a imprevisibilidade na criação e na funcionalidade que lhe é conferida. Tal como uma obra em hipermídia que só se constitui pelo uso que se faz dela.

Alguns resultados já foram obtidos e é o que pretendemos relatar. Um primeiro fio articulou, em pesquisa qualitativa, a produção audiovisual alternativa contemporânea, que utiliza para sua composição, distribuição, exibição e crítica de recursos das novas mídias, sobretudo da Internet, e as experiências e práticas culturais dos jovens.

Assim como o corpo, o cérebro adolescente está em transição, passando por grandes mudanças e aprendizados. A atração pelo novo e pelo arriscado, a impulsividade, a conquista de novas amizades, o raciocínio abstrato e o desenvolvimento cognitivo e emocional que o caracterizam são vistos, hoje, pela Neurociência como etapas necessárias para o tornar-se adulto (HERCULANO-HOUZEL, 2005). Por outro lado, a condição juvenil tem especificidades próprias do momento histórico em que se constitui. A inovação tecnológica tem aproximado jovens de mundos distintos (NOVAES, 2006), tem permitido ampliar possibilidades de comunicação, de criação, de escolhas, também para aquele que vive em tempo de decisões para o futuro e de construção de identidades. Muitos jovens, mas não todos, porque são muitas as juventudes, parecem bastante ocupados em seu tempo livre “baixando” filmes, músicas; participando de *games*; trocando mensagens; “postando” recados; produzindo *blogs*, *sites*; distribuindo vídeos; aprendendo e pesquisando.

Na dissertação que concluímos (COUTO, 2008) apresentamos extensivamente os resultados das análises referentes às produções audiovisuais disponibilizadas por jovens brasileiros, entre 15 a 24 anos, no *site* da internet próprio para difusão de vídeos, o *YouTube*, e buscamos arquitetar uma ponte com a Educação.

Apenas com o intuito de comentar a motivação que nos levou à investigação retomamos a “saga da rainha Loana”, contada por Umberto Eco. Trata-se de um romance sobre um livreiro de Milão que perde a memória, após um acidente vascular cerebral, e com ela sua própria identidade. Apesar de conservar suas capacidades intelectuais, impressionando os médicos com sua cultura, o protagonista sofre ao responder automaticamente às situações com frases de efeito e citações, que não reconhece como suas. Não lembra de imagens, odores ou sabores, apenas de palavras. Para tentar recuperar a memória, ou o que existe de si nesses textos, ele retorna à casa onde viveu a infância e a juventude. Lá passa o tempo lendo livros, revistas, quadrinhos; vendo cartazes de filmes, discos e anúncios publicitários; e ouvindo músicas. Materiais que vai encontrando armazenado aleatoriamente em

caixas e em quartos ou depósitos sombrios ou desativados, sem uma ordem específica. Totalmente imerso nessa tarefa, juntando imagens, textos, sons e música, reagrupando de formas diversas, não só vai reconhecendo referências e reconstruindo sua trajetória, como vai desenhando um painel de seu tempo.

Ao comentar “A misteriosa chama da Rainha Loana”, Umberto Eco (2005) ressalta no período da infância do protagonista, por exemplo, o contraste entre o herói da cultura de massa, Mandrake, que não carregava armas e era capaz de resolver o problema mais complicado com um gesto elegante, e o herói fascista, carregando uma metralhadora a tiracolo e, que era proposto como ideal. Para a constituição do imaginário de uma geração existiu essa dupla influência cotidiana, e não foi sem motivo, para o autor, que as histórias de Mandrake, banais nos Estados Unidos, adquiriram na Itália uma dimensão política e ideológica.

Partimos do princípio que os jovens e as suas produções são interdependentes, refletem uma visão de mundo, atravessada por essa dupla influência. Essa experimentação estética, muitas vezes precária, inacabada, é lugar de constituição de subjetividade, mas é tomada, de certa forma para a narratividade do contemporâneo. E por isso esse ambiente não pára de crescer e de mudar. Entendemos que os vídeos divulgados na internet têm sido usados para fazer contato, como facilitadores de trocas, como uma forma de comunicação. E não são ignorados. Até porque interagir é ser capaz de produzir seus próprios sentidos e significados, é ser também co-autor.

Walter Benjamin (1936), no início do século passado, em seu trabalho “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, alertava-nos que a diferença essencial entre autor e público estava a ponto de desaparecer com a ampliação da imprensa e que isso seria aplicável também ao cinema. José Carlos Avellar (2007) acrescenta que a aproximação do produtor com o espectador hoje acontece, introduzindo uma nova forma de ver cinema. O vídeo na internet muda o modo de ver os filmes e acentua a troca de papéis entre autor e espectador.

Provocado pelo desenvolvimento de facilidades tecnológicas, especialmente as referentes às tecnologias de transmissão e compressão de dados, e pelo interesse crescente daqueles que editam e trocam produções, a visibilidade que a Internet oferece na difusão de vídeos pode servir de circuito para a produção alternativa e

surpreende pelos números apresentados. Diariamente 100 milhões de produções audiovisuais são assistidas por *internautas* que estão em várias partes do mundo, apenas pelo *YouTube* (MARTHE, 2006).

Criado, em 2005, por dois jovens engenheiros, na Califórnia, e apenas um ano depois de lançado, comprado pelo *Google* (JB, 2006), o *YouTube* é parte de uma tendência: a interatividade. Chad Hurley e Steve Chen desenvolveram uma ferramenta para facilitar a troca de vídeos produzidos pelos integrantes de uma festa, da escola, de forma a não ocupar integralmente a caixa de entrada de *e-mails* ou travar o computador dos amigos. O *site* teve o maior crescimento da história da Internet. Ganhou uma versão brasileira (NÓBREGA, 2007), tornou-se um “ganha-pão *on-line*” (STELTER, 2008) e a previsão de chegar às telas da TV (NOVA TENDÊNCIA, 2008). Em janeiro de 2008, superado apenas pelos *sites* de busca, já ocupava a terceira posição entre os mais acessados na Internet (AMADEO, 2008). A cada minuto, quinze horas de vídeo são postadas, o que equivale ao lançamento de 86 mil novos longas-metragens a cada semana (CARNEIRO, 2009).

A tecnologia, passível de ser trabalhada, permite contar histórias, por exemplo, com uma câmera subjetiva; variações nos enquadramentos; uma melhor definição da imagem; sobreposição; a criação de *links* e *co-links*; ou seja, atende demandas de não-linearidade e interatividade, e enseja trocas constantes de papéis entre o autor e seu leitor-interlocutor. A tecnologia auxilia, mas quem alimenta essa expressiva audiência, quem investe nessa arte interativa, que se constrói mais sobre a experiência, que sobre o objeto, é uma multidão de anônimos, com celulares, *webcams* e filmadoras, que opina sobre todo e qualquer assunto e compartilha a construção de uma obra, que ora é de um, ora é de outro.

3 – Por que pensar em Educação quando se navega pelos vídeos na Internet ?

Muitas vezes nos deparamos com a seguinte situação: jovens com dificuldades de aprendizagem, ou com dificuldade de expressar suas idéias, escrever um texto, esforçam-se para acessar a Internet, se possível diariamente, em casa ou freqüentando *lan-houses*, para se comunicar, com facilidade e fluência com amigos, às vezes até em outro idioma, assimilado nesse espaço de troca.

Pais e professores reclamam que os jovens em seu tempo livre estão cada vez mais absorvidos pelo mundo virtual e cada vez mais desinteressados pela escola. Esse desinteresse pode ser decorrente da escola não reconhecer ou permitir que as culturas juvenis possam se fazer presentes (PAIS, 2006). No entanto, ao serem indagados sobre as instituições em que mais confiam, os jovens citam sempre a escola (NOVAES, 2006). Esse aparente paradoxo demonstra que a escola pode ser uma via alternativa.

Muitas vezes, ouvimos dizer que as tecnologias não são boas ou más em si, dependendo do uso que fazemos delas. A questão é que para que determinada tecnologia se constituísse, algumas escolhas, entre vários usos possíveis, foram realizadas. O uso do “usuário final” condiciona-o, mas é claro que não o determina. Por outro lado, se a tecnologia não atende as demandas dos “usuários finais”, mais cedo ou mais tarde, sofrerá novos desenvolvimentos.

Assim, certas técnicas de armazenamento ou de processamento de representações tornam possíveis ou condicionam determinadas conquistas culturais, mas imprimem também, ao mesmo tempo, para os sujeitos, desse tempo e dessa história, trilhas alternativas para navegação.

O cinema, o vídeo, a internet, as novas mídias, a convergência técnica e cultural foram constituindo uma nova forma de pensamento, com imagem e som, audiovisual. Como bem assinalou Arlindo Machado (2003): “Eu acho que as novas gerações pensam com imagem e som e menos com textos escritos”. A cultura do texto, do livro, não desapareceu, mas perdeu a hegemonia. (MARTIN-BARBERO, 2006).

Com a imagem construímos personagens, cenários, imagens que não são cópia ou reprodução da realidade, mas simulações, experimentações. Podemos filmar ou fotografar o que ainda não ocorreu, o que ainda pode ocorrer. A imagem não é mais uma mera representação, mas uma forma de pensamento ou de visualização do futuro (MACHADO, 2007).

Hoje há uma revalorização cognitiva da imagem. Seu novo estatuto cognitivo se produz a partir da informatização. Novas formas de articular a observação e a

abstração de imagens, baseadas no processamento, digitalização e conversão de interface, as convertem em componente chave de um novo tipo de relação entre a simulação e a experimentação científicas (LÉVY, 1993).

O que nos mostram os vídeos produzidos e compartilhados pelos jovens na internet?
O que nos ensinam as práticas culturais juvenis contemporâneas?

É preciso escutar os próprios jovens, conhecer quem eles são, suas práticas e produções, para romper com os rótulos que lhes atribuem. Para refletir sobre suas práticas, devemos considerar o ambiente acelerado de mudanças em que eles se movimentam, a influência da mídia em seu processo de socialização e que a Internet faz parte da experiência social de uma parte significativa, mas não dominante dessa geração.

Qual a finalidade dos vídeos para os jovens? Que histórias estão contando? Tais produções têm contribuído para a produção de imagens de sujeitos e histórias que não aparecem nas imagens da mídia de massa? O que poderíamos dizer de seus interesses a partir do conteúdo dos vídeos divulgados?

Busquei, nesta pesquisa, identificar e analisar como se configura a produção de vídeos divulgada na internet por jovens entre 15 e 24 anos. Optamos por nos concentrar nessa faixa etária por ser a usualmente escolhida nos Festivais de cinema e vídeo destinados à divulgação das produções audiovisuais de jovens realizadores.

4 – Metodologia

Nenhuma pesquisa é neutra, seja ela quantitativa ou qualitativa. Qualquer estudo ou representação da realidade, por mais objetivo que possa parecer, está direcionado por uma determinada visão de mundo e resulta na construção de um discurso imerso em valores e produzindo verdade. A verdade é sempre um ponto de vista. Há discursos sobre o mesmo objeto completamente diferentes. A verdade não é algo dado, é também uma construção (FOUCAULT, 2004). Faz parte do discurso a exclusão e a tentativa de mascarar a exclusão. Cada discurso proferido tem como motivação do agente uma relação de poder e de desejo.

Considerando as limitações e as tensões, especialmente decorrentes de referenciais teóricos e opções teórico-metodológicas de um campo em construção e entendendo que nenhuma das linhas de pensamento sobre o social, como ressalta Minayo (2000), tem a primazia da compreensão completa sobre a realidade, optamos por realizar uma pesquisa qualitativa. A investigação de natureza qualitativa pressupõe conhecer, descrever, compreender, interpretar significados, sem incorrer na tentativa de esgotar o fenômeno ou percorrê-lo em sua totalidade.

Para chegar ao nosso objetivo, conhecer a produção audiovisual dos jovens compartilhada na internet, iniciamos com um mapeamento de referências. Posteriormente, fizemos um estudo exploratório que implicou em diferentes etapas e estratégias, passamos ao levantamento de campo, a pesquisa propriamente dita e à organização do material, finalizando com a análise do mesmo.

O primeiro passo consistiu em fazer um **mapeamento de referências** (livros, periódicos, *sites*) que articulasse cinema, vídeo e internet à juventude e à educação. Para a fundamentação do trabalho teórico e de campo, bem como para a análise e interpretação dos dados, escolhemos autores como Martín-Barbero, Oroczo Gómez, Guattari, Bakhtin, Walter Benjamin, Arlindo Machado, Ismail Xavier, Paulo Freire, entre outros.

Devido à novidade da produção audiovisual compartilhada em rede, é raro encontrá-la diretamente abordada em publicações acadêmicas. O próprio ambiente onde são compartilhadas as produções encontra-se em movimento; um processo sempre em construção e transformação, através de múltiplas interações e conexões. As fontes usadas para descrever e acompanhar o fenômeno da produção audiovisual compartilhada são, em sua maioria, provenientes de artigos de jornais, periódicos e *sites* da Internet. A Internet tem se constituído um dispositivo e ferramenta de pesquisa, além de instrumento para a interação colaborativa.

Buscando conhecer e explorar o funcionamento dos ambientes, desenvolvemos um **estudo exploratório** em que são disponibilizados os vídeos e onde acontecem os encontros virtuais entre os jovens, com a intenção de nos certificarmos do recorte a ser efetuado e desenharmos a melhor configuração do problema.

Paralelamente enveredamos pela análise de seqüências narrativas filmadas, editadas ou selecionadas e disponibilizadas em alguns *sítes* de vídeos ou gravados em CD, cassete ou DVD, visando à formulação de instrumentos para a coleta e análise de dados.

Não satisfeita com as referências encontradas, ainda muito insipientes para o tratamento das questões que se anunciavam, entendendo que não há neutralidade e que a minha descrição é também uma interpretação, realizei uma sondagem junto a especialistas da área de cinema e vídeo. A intenção foi buscar outros olhares e dispor de dados para a construção de parâmetros para a análise das obras audiovisuais disponíveis nos *sítes* de vídeos.

Para o levantamento com especialistas, enviei pela Internet um questionário a quarenta e oito professores de universidades brasileiras, localizados na plataforma Lattes do CNPq e para quatro pesquisadores de universidades americanas. A seleção dos mesmos se deu a partir da leitura de livros, artigos ou entrevistas que se aproximavam de temas e questões significativas para o estudo.

O índice de retorno foi da ordem de 80% e a qualidade de respostas foi considerada satisfatória em 42%. Em 20% dos casos não sabemos precisar o motivo da ausência de respostas; se os questionários não foram dirigidos ao endereço eletrônico correto, ou se os professores receberam e não se dispuseram a responder.

Embora tenham prontamente respondido, 38% dos pesquisadores não se posicionaram diretamente quanto às questões formuladas. Em algumas situações indicaram outros professores que julgavam mais atualizados ou preparados face à temática que estava sendo tratada. Também sugeriram a participação em eventos, visitas a *sítes*, leituras, programas e filmes que consideraram indicados para o aprofundamento de algumas questões. Alguns solicitaram o encontro pessoal ou por telefone, no caso de outros estados ou países, para a realização de entrevistas, o que não foi possível concretizar, em função da opção que fizemos pela utilização da internet.

Com os depoimentos de pesquisadores de audiovisuais, buscamos elucidar o formato em que estão articulados os discursos audiovisuais que estão sendo veiculados. Se as

produções audiovisuais incorporam novidades no que se refere aos códigos de enunciação ou se apenas copiam, reproduzem o discurso hegemônico.

Enquanto na maior parte das respostas apresentadas pelos professores não encontramos consenso, foi quase unânime a observação de que nos *sítes* que divulgam vídeos há muito lixo; muita produção sem valor artístico; um acúmulo de registros banais sem nenhuma importância cultural.

Ainda segundo eles, o que caracterizaria a maior parte dos vídeos disponíveis na Internet é o “*faça você mesmo*” e não uma produção profissional, ou que tenha compromisso com a inovação. Uma produção “*para mostrar-se e ser visto*”, marcada pela preocupação com os mecanismos de “*ratings*”: quantos comentários tiveram; quantos “*views*”; quantas vezes foram “*favoritados*”. Uma produção preocupada com a interlocução apenas enquanto um facilitador de trocas.

Esta posição pode ser questionada quando se privilegia outro enfoque de análise, como é o caso de nosso trabalho, quando se leva em conta que o próprio fazer e comunicar estão ligados às bases do funcionamento social, do desenvolvimento de capacidades e atividades dos jovens. Tais considerações desencadearam uma conversa com autores de vídeos e me levaram a conhecer as produções *amadoras, inacabadas, excessivas, bem-humoradas e grotescas*: os vídeos *trash*. Fazíamos aqui uma escolha por um tipo de produção e foi a partir daí que definimos um dos critérios para seleção dos filmes a serem analisados; o filme ser descrito pelo autor com palavras que o definem como *trash*.

Frente aos resultados obtidos com os estudos exploratórios, optamos por iniciar a sondagem acessando vídeos disponibilizados na internet, em site próprio, para a divulgação de filmes: o *YouTube*. Fruto de um longo processo de escolhas e aproximações empíricas, desenvolvemos o trabalho de campo selecionando cerca de vinte vídeos.

Definimos então como **critérios para seleção de vídeos** que foram analisados em nosso estudo:

- estar disponível no site *YouTube* e incluir na sua apresentação o e-mail do produtor ou do diretor do vídeo;

- ser um vídeo em curta-metragem, não importando o gênero, se ficção ou documentário;
- ter sido dirigido apenas por um autor, brasileiro, na faixa etária entre 15 a 24 anos;
- preferencialmente produzido e obrigatoriamente lançado na Internet, entre 2005 a 2007;
- estar classificado como filme ou vídeo *trash*;
- não considerar os vídeos produzidos para a publicidade, promoção de produtos e serviços; divulgação de palestras, programas políticos, programas institucionais e/ou educacionais; videoclipes; programas de TV; trechos de filmes comerciais; entrevistas.

5 – Resultados

Frente a ferramentas que facilitam a exibição de sua produção audiovisual; a inclusão de comentários nos filmes assistidos; a recomendação de autores; a inclusão de vídeos na lista de favoritos, ou na página do seu *blog*; e ainda sua distribuição, através de *e-mails*; a criação de comunidades; jovens que podem usar a internet deixam de ser apenas espectadores e passam a produzir conteúdo em texto, áudio e vídeo. É possível ter uma idéia e realizá-la, articulada em multimídia.

Clarice Falcão, jovem integrante da equipe brasileira responsável pelo filme escolhido entre 3600 candidatos de todo o mundo, que venceu o primeiro concurso proposto pelo YouTube, em depoimento na TV (Programa *Starte*, produzido pela Globo News, em janeiro de 2008) ressalta: “O *YouTube* é um incentivador de idéias. A gente tem uma idéia, filma e exhibe”. Mais que isso, apresenta-a a algumas centenas, ou até milhares de interlocutores, que também editam, comentam e trocam produções; identifica a repercussão; conhece outras idéias realizadas, ou não; dá continuidade, ou refaz o projeto.

Em nossos resultados, constatamos que se não há mudanças significativas no desenvolvimento da linguagem cinematográfica ou de ordem estética; há, no entanto, significativas alterações no que se refere ao acesso, à exibição das obras e ao processo de compartilhamento.

As produções audiovisuais analisadas foram construídas a partir de argumentos simples, imagens e situações divertidas e insólitas. A narrativa, em geral, se constitui a partir de uma colagem de efeitos; de trechos de músicas; com personagens incompatíveis; refugos de figurinos; de fragmentos de obras e enredos bastante conhecidos; que edita memórias e compartilha lembranças e enseja uma grande brincadeira, aferida e comentada pelo público. Uma brincadeira que pode ser repetida, ou reconstruída em novas bases.

Constitui-se, assim, como um trabalho artesanal, em que o autor é produtor, roteirista, editor e acompanha a obra em todas as suas etapas. Há mistura de linguagens; de texturas; de ficção e realidade; criação a partir de restos, reaproveitamento. A arte de se virar com o que se tem à mão. A estética do imperfeito. Reciclagem. Releitura. Ressignificação. Há presença de humor, carnavalização da cultura de massa, e a tentativa de se apropriar da tecnologia para concretizar uma idéia. Os jovens empregam a paródia, a metalinguagem ou a desconstrução como recursos para explicitar os artifícios das representações e realizar uma crítica irônica ao bombardeamento de imagens, narrativas e objetos, figuras e comportamentos de consumo a que estão usualmente submetidos enquanto públicos de cinema e da TV. Cópia e crítica. Para fazer rir, para surpreender um público que compartilha lembranças, fragmentos, conexões.

Como toda prática cultural, as produções audiovisuais, compartilhadas no *YouTube* por jovens brasileiros que examinamos, são também definidas por tensões e contradições, mas as entendemos como uma expressão de rejeição a uma forma “dominante” de fazer cinema (e televisão).

Tais resultados e o contexto de transformações que recoloca a função do cinema, o papel do autor, o lugar do espectador, o estatuto da obra evocam o paralelo com o *primeiro cinema*, assim como no momento atual, nos impõe um olhar sobre a hipermídia.

Estamos tão acostumados a um determinado modelo de cinema que encontramos dificuldade em acolher a sua diversidade e a entender o seu início não apenas como um momento anterior (e não inferior) à consolidação de uma linguagem

cinematográfica. O *primeiro cinema*, de acordo com Costa (2005) é o conjunto de filmes, e de práticas que eles envolvem, surgido no período de 1894 a 1906.

Sem apagar a diferença histórica, mas entendendo tanto a situação atual, quanto a do *primeiro cinema* como momentos de transformação nas relações de produção e recepção, na apropriação da tecnologia e na composição da obra, identificamos como características da estética e da divulgação desse cinema de atrações que também foram identificadas nos filmes compartilhados na internet:

- é um tipo de cinema que não esconde o trabalho da câmera. O que se quer é compartilhar a própria habilidade de mostrar algo em movimento ou uma trucagem;

- é um cinema que busca surpreender o espectador. Nele se cria uma curiosidade, um suspense, porque o que se quer é mostrar novidades, ou chocar a quem assiste;

- é constante a interpelação do espectador. Ele é chamado a participar da cena.

- é constante a exibição de obras inacabadas, incompletas, que estabelecem uma variedade de diálogos, com uma diversidade de públicos;

- as estratégias de exibição e distribuição dão ao público uma maior oportunidade de interação.

- está mais próximo do que seria uma situação típica de vídeo do que uma situação cinema.

Gosciola (2003) assinala, a partir da análise de vários trabalhos, que precisamos estudar a evolução do cinema para entendermos o desenvolvimento do hipertexto, e da hipermídia por extensão. A hipermídia explora e até expande alguns elementos da linguagem cinematográfica.

Na Internet, trabalhando em hipermídia, compartilhando vídeos, *blogs*, *games*, *fotologs* o jovem reconstrói a noção de tempo, movimento e narrativa, comunicação. Através do registro e da articulação de textos, sons e imagens de pessoas, objetos, acontecimentos, paisagens, o vivido se fixa, se torna história.

Embora sofrendo grande açodamento pela produção de subjetividade da mídia, nem por isso os jovens deixam de surpreender através da ruptura e de processos de resingularização individual e coletiva (GUATTARI, 1991). Observamos que, em muitas

situações, os jovens não são meros espectadores, usuários passivos da mídia. Mesmo quando estão assistindo TV, o fazem “zapiando”, ou seja, editando novos textos, articulados com as suas histórias pessoais.

Nesse movimento de edição (“zapiando”) visualizamos a montagem cinematográfica e a narrativa hipertextual.

Criando novas possibilidades, os jovens brasileiros, que compartilham sua produção audiovisual no *YouTube*, usam a imaginação e carnavalizando a narrativa (BAKTIN, 1987) e os elementos estéticos usualmente empregados, no cinema ou na TV, vão construindo um “*cinema menor*”. Não necessariamente um cinema produzido por amadores, sem experiência profissional; ou que dispõe apenas de poucos recursos. Um “*cinema menor*” porque investe no riso e inverte ou rejeita uma forma “dominante” de fazer cinema. Parodiando o conceito de literatura menor de Deleuze e Guattari (1977), conceituamos esse *cinema menor* como capaz de atender as seguintes características:

_ Desterritorialização do cinema. Esse cinema menor subverte a realidade, desintegra o real, nos arrasta desse território, dessa tradição, dessa cultura. Não está interessado em criar modelos; propor caminhos; impor soluções; instaurar um padrão ou uma falsa totalidade. Ele nos remete a novos encontros e a novas fugas, a novos agenciamentos.

Um dos mais importantes Festivais do Cinema Brasileiro, realizado em agosto de 2007, o 15º Gramado Cine Vídeo, debateu, sob diferentes visões, o “*Cinema na Rede*”. Embora, para alguns, a tendência seja o desenvolvimento de convenções de narração diferentes e filmes feitos especialmente para a Internet, não se tratava de escolher entre o cinema convencional e o “*cinema on-line*”. Buscava-se na oportunidade debater os impactos e as possibilidades sobre a produção e a distribuição que os *sites* para compartilhamento de vídeos podem promover. A conclusão foi que o “Cinema divulgado na Internet” muda o modo de ver os filmes, anula a distância entre produtor e espectador e recoloca sua função.

_ Ser um ato político. Não é política necessariamente. Não apresenta conteúdo dessa natureza claramente definido. Aliás, mais parece até um

acontecimento “apolítico”. Mas é um ato de resistência. O ato de se fazer presente e se constitui um desafio ao cinema instituído.

Geralmente entende-se como fazer cinema político, fazer filmes com uma mensagem, divulgando uma posição política. Peter Wollen (2000) discorda dessa visão e argumenta que um filme político: “é aquele que leva as pessoas a fazer perguntas, considerar questões, questionar pressupostos estabelecidos sobre o próprio cinema, seu papel enquanto uma indústria de entretenimento e um espetáculo com efeitos políticos”.

Com as novas mídias o cinema tem a chance de se transformar em algo novo, diferente, quem sabe, considerando as experiências de imersão (estar dentro do filme, como no *game*), interatividade (com objetos, cenários, personagens e pessoas, também como nos *games*) e as vivências híbridas, sem determinações de linearidade da dimensão espaço e tempo. Para Wollen, “a imagem do cinema ainda terá um papel político a cumprir, questionando, desafiando e provocando reações”.

_ Ter valor coletivo. Ao se reunir mesmo em comunidade, um coletivo onde dividem o espaço, virtual, onde se relacionam; apreciam e trocam produções audiovisuais; comentam e definem uma estética, através de uma linguagem própria. Compartilham memórias e valores.

Os valores deixam de pertencer e influenciar exclusivamente ao artista, para se constituir em cultura comum. A obra não fala por si mesma, mas por um coletivo. Só é visto como um porque também é parte de todo um coletivo. É singular e coletivo. O que importa é a troca, estabelecer conexões, manter os projetos em aberto.

6– Elementos específicos de uma educação para um público hipermidiático

O surgimento do cinema, no final do século XIX, inaugurou uma sociedade imagética. A linguagem cinematográfica, mais tarde assimilada pela TV e as novas mídias, influenciou a maneira de conceber e representar o mundo, de armazenar conhecimento e transmitir informações, de produzir subjetividade.

Internet, televisão (presente em mais de 95% dos lares brasileiros), celulares, *videogames*, fazem parte do cenário atual das juventudes que conhecemos em nossa pesquisa. O jovem não teme a tecnologia porque a enxerga como um brinquedo, que vai conhecendo na medida em que vai operando. O que está em jogo é uma nova sensibilidade produzida a partir da operação, interação e conexão midiática (BARBERO, 2006). Ele experimenta com ousadia e por isso mesmo transforma.

Ao articular fragmentos de imagens, textos e músicas, o jovem afirma um modo de ser, de pensar, de agir. Transmite valores, idéias, experiências. Cria um discurso que o constitui em hipertexto. A escrita de si mesmo – a publicização do privado – para lidar com o domínio público, que não domina. Para lidar com o outro, como forma de inscrição no social. Muito do que está fora de nós pertence à essência do eu que se revela no outro (PAIS, 2006). O encontro (ou desencontro) com o outro é uma busca de si próprio, uma vez que as identidades individuais se constituem pelas identificações com as identidades coletivas.

O jovem conta histórias das quais é roteirista, diretor, ator e produtor. Conta dos seus interesses, segredos, seus medos e inquietações. Experimenta emoções, sensações, identificações. Vivencia outros personagens. Além de fazer um relato ou uma apreciação, procura manter o interesse do outro pelo que é revelado. Quer ser visto, citado, o que implica conhecer bem os códigos específicos do ambiente e pesquisar novas formas de manter a atenção. Vale mais quem ou o quê desperta o olhar. Também para ele não é a informação, mas a atenção, a moeda principal da economia virtual. A identidade se constrói no diálogo, no reconhecimento. As identidades são também uma questão de linguagem (PAIS, 2006).

Ao mesmo tempo em que tudo se consome de imediato, em que é possível o anonimato, há o reinvestimento no que há de mais antigo: a troca com um par que se encontra na mesma situação. O interesse em expressar e o interesse em conhecer experiências pessoais não é algo novo, mas pode ganhar sentidos novos porque são potencializados.

A popularização da Internet acontece entre os jovens não apenas porque qualquer um pode ter acesso a informações ou porque pode facilitar a interação com um outro (virtual), a qualquer tempo e lugar, mas porque criar, distribuir, disponibilizar

informações, imagens e produções audiovisuais está ao alcance de todos. A consequência direta é o aumento do número de produtores de informação (*sites, blogs, fotologs, videologs, etc.*) e a possibilidade da manifestação de opiniões, versões, visões, pontos de vista, que rapidamente podem ser repassados, reconstruídos, abandonados (porque já se encontram ultrapassados).

No início do cinema havia uma preocupação do autor em estabelecer uma interlocução com o espectador, quase que para acordar as potencialidades desse novo discurso. E o fazia buscando surpreender, assustar, deslumbrar seu público. O interesse em contar histórias só veio mais tarde, estabelecidas as regras referentes à linguagem cinematográfica. E as imagens do cinema se tornaram vetores de subjetivação (GUATTARI, 1992).

As novas tecnologias de comunicação e informação abriram novas possibilidades de contar histórias, permitindo, por exemplo, a apresentação de diferentes pontos de vista simultaneamente; histórias paralelas que se entrecruzam e interferem na continuidade construindo novos cenários ou personagens; reescritura; interferência na narrativa. O interlocutor atualiza caminhos possíveis, ou até improvisa novos, dependendo dos níveis de complexidade da obra.

Não podemos esquecer a importância de contar e ouvir histórias para a produção de subjetividade. É da capacidade narrativa que depende o homem para adquirir conhecimentos, compartilhar valores, expressar desejos, construir sonhos, se constituir sujeito. Cada narrativa é sempre um ponto de vista. A circulação de narrativas pode ajudar a reler, a repensar outras narrativas.

Mais do que criar histórias, filmes e vídeos, os jovens estão reinventando formas de se comunicar; aprendendo e trabalhando coletivamente; trocando idéias, sentimentos e memórias, a partir de experiências vividas, de compartilhamento e co-autoria. Produzir conteúdo, escrevendo em multimídia, é uma das formas de adquirir experiência para ler, desconstruir e criticar o que vai sendo divulgado em multimídia. Melucci (2004) fala da experiência dos jovens como laboratórios de inovação, não porque as projetem, mas porque as praticam.

O que a internet e sites como o *YouTube* têm de bom os jovens já nos mostraram: interatividade, democratização de acesso, arquivo-fonte para muitas criações e descobertas, autoria. Por isso mesmo, para eles, ocupam um espaço privilegiado no lazer, no trabalho, na pesquisa educacional, na produção cultural, e especialmente, como um novo espaço social. E influenciam na maneira como compreendem e se relacionam com o mundo.

Como bem nos recorda Orozco Gomes (2007) não é apenas para buscar informações que esses meios são utilizados, mas para se ter uma experiência; viver uma interação, uma sensação, uma emoção, de companhia. Segundo ele, estamos buscando como audiência, e essas novas tecnologias estão nos permitindo, ter uma série de sensações, emoções, percepções, e não necessariamente adquirir informações. Para ele, não se trata de possuir ou não um computador, ou ter acesso à Internet, mas de se estar desenvolvendo uma nova maneira de perceber, de construir conhecimento, de processar e divulgar informações.

Para Guattari (1992) estaríamos diante da formação de um paradigma estético, ou seja, do mesmo modo que o artista plástico cria novas formas, a partir do que dispõe, novas modalidades de subjetivação podem ser produzidas. A condição histórica contemporânea não seria em si mesma, necessariamente progressista ou conservadora. Tudo depende, como ele enfatiza, “de como for sua articulação com os agenciamentos coletivos de enunciação”, ou seja, de como as mudanças econômicas, tecnológicas e sociais serão apropriadas pelos diferentes grupos que constituem a sociedade.

Se hoje a evolução tecnológica tem criado novas mídias, novos suportes e a integração entre diversas plataformas que conferem maior potencialidade de deflagrar situações de ensino-aprendizagem de maior interatividade e motivação, o grande desafio continua a ser o de superar os valores tradicionais da educação que a escola comporta. Como bem apontou o educador Anísio Teixeira (1969), a principal função do professor não pode ser a de difundir conteúdos. Os meios de comunicação de massa o fazem com maior eficácia, de forma mais atrativa, em muito maior volume e precisão. Mesmo na Educação a distância, provida formalmente, a tendência é reproduzir a *educação bancária* de que nos advertia Paulo Freire (1996). Cada vez

mais conectados, passivamente ou não, ao ciberespaço, os jovens exigem novos ambientes de aprendizagem.

“A escola está deixando de ser o único lugar de legitimação do saber”, afirma Martin-Barbero (2006). A diversificação e a difusão de saberes que circulam por canais difusos e descentralizados, fora da escola, constituem importantes desafios para a sociedade contemporânea, inclusive porque os jovens, com frequência, apresentam informações mais atualizadas que pais e professores, sobre vários assuntos, ainda que fragmentadas.

O desinteresse pela escola é crescente. A juventude aceita a mudança, afirmava Anísio (1969) e, complementando, “as mídias fazem parte de sua história e de seu tempo e não há como ou porque ignorá-las”. O papel do educador não é transferir, doar, depositar, mas desafiar para a autoria, para a criação do texto próprio e para a construção de espaços crescentes de autonomia. Importa fazer rizoma. Viabilizar conexões.

Os meios de comunicação, novos e velhos, bem como as diversas tecnologias vídeo-eletrônicas e digitais, coexistem constituindo ecossistemas comunicativos cada vez mais complexos (BARBERO, 2002). Tal complexidade seria compatível com a complexidade dos problemas que desafiam as novas gerações? Seriam as mídias interativas responsáveis por um crescimento de respostas em alta velocidade? Por sujeitos que aprendem mais rápido? Estariam preparando indivíduos para lidar com um mundo do trabalho que nem sequer ousamos projetar?

As tecnologias intelectuais ao conectar os sujeitos, interporem-se entre eles, como os vídeos compartilhados na Internet, estruturam a rede cognitiva coletiva distribuída. As tecnologias intelectuais que estão nos sujeitos, através da imaginação e da aprendizagem, permitem que se apropriem da cultura hipermediática e se tornem produtores culturais.

Enquanto isso, no *YouTube*, os jovens, movidos pela curiosidade e conduzidos pela exploração, produzem conhecimento e tornam-se artistas e autores, expressando-se através de diferentes gêneros, linguagens ou mídias, constituindo e reconstituindo identidades, “tribos” e culturas.

Referências

AMADEO, S. **Os quinze líderes de audiência na Web.**

Disponível em: <http://samadeu.blogspot.com/> Acesso em jan. 2008.

ARANTES, Silvana. Para diretor de vencedor de Cannes, sala de aula é microcosmo da sociedade. Acesso ago 2009.

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u532054.shtml>

AVELLAR, J. Carlos. Cinema na Internet divide opinião dos curadores do Festival.

Disponível em: <http://gramadosite.com.br/especialdecinema/noticias/id:13228> Acesso em 14 ago. 2007.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais.** Brasília: Ed. UNB, 1999.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica – 1ª versão 1936. In **Magia e Técnica, Arte e Política.** SP: Brasiliense, 1987.

CARNEIRO, F. P. YouTube no controle remoto. **Jornal do Brasil**, RJ, 23 jan. 2009.

COSTA, Flavia Cesarino. **O primeiro cinema.** Rio de Janeiro: Azougue, 2005.

COUTO, H. H. O. de Magalhães. **Vídeos@Juventudes.br Um estudo sobre vídeos compartilhados por jovens na Internet.** RJ: UNIRIO, 2008. 186 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

DELEUZE, G e GUATTARI, F. **Kafka – Por uma literatura menor.** RJ: Imago, 1977.

ECO, Umberto. **A misteriosa chama da rainha Loana.** RJ: Editora Record, 2005.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso.** 11ª ed. SP: Edições Loyola, 2004.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** 19ª ed. SP: Paz e Terra, 1996.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias.** São Paulo: Papyrus, 1991.

_____. **Caosmose. Um novo paradigma estético.** RJ: Editora 34, 1992.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as Novas mídias.** 2ª ed. SP:: Editora Senac, 2003.

GOOGLE compra YouTube e liderança no mercado de vídeo. **Jornal do Brasil**, RJ, 10 out. 2006.

HERCULANO-HOUZEL, S. **O cérebro em transformação.** RJ: Objetiva, 2005.

FGV. **Tempo de permanência na escola.** Pesquisa divulgada em abril de 2009.

Disponível em: <http://www3.fgv.br/ibrecps/rede/tpe/> Acesso em 02 ago. 2009.

IBASE (coord.). **Juventude Brasileira e Democracia: participação, esferas e políticas públicas**. Relatório de pesquisa global. RJ: Ibase, 2006. 1 CD-ROM.

IHA. Índice de Homicídios na Adolescência. Acesso em 02 ago. 2009. Disponível em: <http://www.juventude.gov.br/22-07-2009-indicador-inedito-avalia-risco-de-morte-para-adolescentes-em-267-cidades-do-pais/>.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**. RJ: Editora 34, 1993.

MACHADO, A(org.). **Made in Brasil – Três décadas do vídeo brasileiro**. SP: Itaú Cultural, 2003.

_____. **Pré-cinemas & Pós-cinemas**. 4ª ed. SP: Papius, 2007.

MARTHE, M. A nova era da televisão. **Veja**. SP, p. 89-99, Set. 2006.

MARTÍN-BARBERO, J. Jovens: comunicação e identidade. Revista **Pensar Iberoamérica**, fev. 2002.

_____. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In MORAES, Denis de (org.). **Sociedade midiaticizada**. RJ: Mauad, 2006.

MELUCCI, A. **O jogo do eu – a mudança de si em uma sociedade global**. RS: Unisinos, 2004.

MINAYO, M.C.de S. **O desafio do conhecimento**. 6ª ed. SP: Hucitec-Abrasca, 2000.

NÓBREGA, M. YouTube ganha versão brasileira. **Jornal do Brasil**, RJ, 15 jun. 2007. Caderno Vida, Saúde & Ciência, p.23.

NOVAES, R. Os jovens de hoje: contextos, diferenças e trajetórias. In ALMEIDA, M. I.

M. de e EUGENIO, F. (orgs.). **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. RJ: Jorge Zahar, 2006.

NOVA tendência do cinema. **JB OnLine**. RJ, 05 abr. 2008. Cultura.

OIT Brasil. **Trabalho decente e Juventude no Brasil**. Relatório divulgado em julho de 2009.

Disponível em: http://www.oitbrasil.org.br/topic/decent_work/doc/news_9.pdf

Acesso em 02 ago. 2009.

OROZCO GÓMEZ, G. **Red Iberoamericana de comunicação digital**. Disponível em: http://www.icod.ubi.pt/pt/pt_mediateca_gomez.html. Entrevista s/d concedida a Red ICOD. Acesso em 30 jul. 2007.

PAIS, J. M. Buscas de si: expressividades e identidades juvenis. In ALMEIDA, M. I. M. de e EUGENIO, F. (orgs.). **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. RJ: Jorge Zahar, 2006.

RITLA. Estudo **Violência e convivência nas escolas**. Acesso em 02 ago. 2009. Disponível em:

http://www.ritla.net/index.php?option=com_content&task=view&id=5885&Itemid=336

STELTER, B. YouTube vira ganha-pão on-line. **Jornal do Brasil**, R J, 14 dez. 2008.

TEIXEIRA, A. **Educação e o mundo moderno**. SP: Cia Editora Nacional, 1969.

UOL Educação. Disponível em:

<http://educacao.uol.com.br/ultnot/2009/07/13/ult4528u749.jhtm> Acesso em 02 ago. 2009.

WOLLEN, P. Cinema e Política. In XAVIER, Ismail (org). **Cinema no século**. RJ: Imago, 1996.