

RASCUNHO

MODELO para PRÉ-PREENCHIMENTO de projeto de Iniciação Científica da PROPPI/UFOP

(Igual ao que irá constar no sistema PIC da PROPPI no ato da inscrição online)

Este documento é voltado para pesquisadores que desejarem realizar a escrita do projeto em um documento *offline* seguindo os campos do sistema Minha UFOP.

Observações:

1

- ◆ Este não será anexado no sistema, serve apenas como referência para os campos presentes no sistema;
- ◆ O preenchimento é opcional;
- ◆ O preenchimento desse documento não configura inscrição em nenhum dos editais de iniciação científica que se encontram abertos no momento.

DADOS DO PROJETO

Grande Áreadocumento		1.00.00.00.3		CHLA		C S A	CV		ENG
Área CNPQ*	1.06.00.00-0								
Subárea CNPQ*	1.06.01.00-7								
Setor	1.06.01.02.3								
Linha de Pesquisa									
Enquadramento do Projeto às Metas da Agenda 2030**									

*<http://lattes.cnpq.br/documents/11871/24930/TabeladeAreasdoConhecimento.pdf/d192ff6b-3e0a-4074-a74d-c280521bd5f7>

**<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

Título A INFÂNCIA COMO MERCADORIA: O CASO DA MENINA LAURA DO CANAL DO YOUTUBE “FAMÍLIA BRANCOALA”

Resumo

(Limite 2500 caracteres)

Palavras-chave

Youtuber mirim; infância e tecnologias; infancia e mercadoria; infância e consumo.

1 RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

Introdução ao tema

(Limite 7000 caracteres)

As crianças estão cada vez mais imersas nas redes sociais. São usuárias e também produtoras de conteúdo nessas redes. Muitas delas têm se tornado fonte de renda para sua família. Cada vez que os canais infantis são acessados por crianças, há o apelo de que se inscrevam no canal e “deixem” o like. Afinal, a cada mil visualizações o proprietário do canal recebe em média \$3,00.

Não são raros os estudos sobre a atuação de crianças na Internet (os Youtubers mirins) que apontam os perigos aos quais as crianças estão expostas quando tem sua vida encenada no Youtube (seja por vontade própria ou da família). Courtney, Blackwell e outros (2013) Iniciaram, há mais de uma década, estudos sobre o uso que as crianças faziam da Internet e as suas implicações para o desenvolvimento de preferências (de conteúdos) de sites entre crianças de 8 e 12 anos. Suas pesquisas evidenciaram que redes sociais como Youtube e Facebook eram os preferidos das crianças. Essas escolhas, segundo os pesquisadores, têm a ver com o desenvolvimento emocional, social e cognitivo que é encontrado na infância. Gonçalves e Leme (2022) discutem o trabalho de crianças e adolescentes em plataformas digitais. Indicam que, por trás da fama almejada, há crianças esgotadas e com danos psicológicos. Ressaltam que o Youtube lucra com a violação dos direitos das crianças. Ferreira (2019) problematiza a prática publicitária que envolve os youtubers mirins. Essa prática, que normalmente envolve desafios, foi denunciada no ministério público de São Paulo para que se apurasse abusos em estratégias de publicidade e comunicação mercadológica voltada para crianças e protagonizadas por youtubers mirins. Em sua dissertação de mestrado, Andrade (2021) discute sobre os youtubers mirins e os modos de ser criança que eles promovem. Analisa o canal da “Pequena Luluca” e conclui que nele há: o uso de objetos como marcadores sociais; tênue fronteira entre a vida pública e a privada; uso intencional da linguagem (informal) com vistas a criar proximidade entre a criança que protagoniza os vídeos (Lulula) e as crianças que são espectadoras.

Estudos internacionais também têm abordado a infância, a Internet e o consumo nos youtubers espanhóis (em muitos de seus aspectos). Para Arellano, Perez e Fernandez (2019) o uso das plataformas digitais pelas crianças e jovens requer que pesquisemos a repercussão do fenômeno no

RASCUNHO

protagonismo infantil nessas plataformas e nas crianças espectadoras. Os resultados da pesquisa realizada indicaram preferência por crianças que têm canais de jogos e fazem piadas associadas a esses jogos e seus participantes. Cabezas (2022) pesquisou sobre youtubers mirins e bens específicos da infância e tornou evidente que o que chamam de brincadeira é, na verdade, trabalho. De acordo com o pesquisador, as atividades protagonizadas por crianças em plataformas digitais, em especial o youtube, podem potencializar a autonomia infantil. Todavia, quando as crianças são expostas na rede e se tornam “celebridades”, é necessário que façamos uma discussão ética dessa situação. Questões como adultização e superexposição podem comprometer o bem estar da criança e a sua formação identitária (inclusive na dinâmica intrafamiliar).

No âmbito da iniciação científica da UFOP, pesquisamos, nos anos de 2018 e 2019, as representações de raça, gênero e classe social produzidas por youtubers mirins no Brasil. Os resultados da investigação encaminharam para a compreensão das representações de gênero, raça e classe social construídas por meio das brincadeiras encenadas pelos youtubers mirins. Problematicamos, ainda, a inserção das crianças na cultura digital do youtube e caracterizamos o perfil das crianças mais populares desta plataforma (Jorge, 2018).

Nos anos de 2019 e 2021 investigamos, no pós-doutorado (UFSCAR) “quando crianças e famílias viram mercadorias: reflexões sobre a educação em tempos líquidos. Por meio desta pesquisa, Jorge (2021) apresenta uma reflexão sobre o processo de transformação da criança e da família em mercadorias típicas da cultura digital. Analisamos aspectos do canal do Youtube “Brancoala” para subsidiar reflexões sobre a transformação da instituição família e do ser criança (e o tempo da infância) em mercadoria. O aporte teórico da pesquisa se deu, principalmente, em Bauman (2001; 2007 e 2008) e Bourdieu (1983). Os resultados do estudo evidenciaram que há crianças que estão regularmente presentes nas redes sociais que podem ser consumidoras e também mercadorias. Elas têm suas vidas exposta desde a gestação (Caso de Laurinha, caçula da família Brancoala). Assim, é negado a essas crianças o direito de preservar a sua intimidade e ao esquecimento. Seja como usuárias ou produtoras de conteúdo para as redes sociais ou, ainda, como mercadoria (objeto de consumo) entendemos que essas crianças merecem a atenção da família e da escola, que são agências privilegiadas de formação nas quais estão inseridas.

Todavia, o cuidado com o processo educacional (amplo) dessas crianças tem se mostrado complexo. Especialmente quando consideramos a natureza da sociedade contemporânea e dos tempos (ainda) líquidos Bauman (2001; 2007 e 2008). Este será o mote da investigação na pesquisa proposta.

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

Pretendemos investigar como a caçula da família Brancoala, Laura, 5 anos, tem sido sistematicamente exibida no canal da família (desde sua gestação até os dias atuais).

O Canal Brancoala surgiu em julho de 2006 e possui 11,9 milhões de inscritos, cerca de 1.800 vídeos publicados e 8.875.224.778 visualizações. Trata-se do compartilhamento da rotina da família composta por pai e mãe (Marcos e Cláudia) e Marcos e Laura (filhos de 11 e 5 anos respectivamente). Laura tem sua vida exposta como ocorreu com o protagonista do Show de Truman. Ela não tem consciência de que encena a sua vida no youtube (desenvolvimento gestacional, crescimento, alimentação, preferências pessoais etc) para milhões de pessoas em todo o mundo. Ela desconhece que as cenas da sua infância são transformadas em mercadoria e monetizadas pela sua família.

A guisa de conclusão desta breve introdução ao tema proposto para pesquisa, destacamos o risco que a exposição de crianças (feitas por suas famílias) requer severas indagações sobre a formação humana no contexto das humanidades digitais. Jorge (2021) evidencia que Marcos e Laura tem o seu cotidiano exposto para os inscritos do canal, protagonizam cenas roteirizadas pela família (como se fosse a “vida real” e, são, de acordo com Bauman (2007 e 2008) mercadorias oferecidas para consumo em tempos líquidos.

Questionamos, portanto, como Laura tem sido exposta nos vídeos desde sua gestação até os dias de hoje. Assim, poderemos compreender de que maneira esta criança, na sua infância, é transformada em mercadoria. Esses questionamentos, tendem a contribuir com as agências de formação de crianças (escola e família, por exemplo) ao subsidiar discussões, reflexões e ações em prol da criança e da infância,

Enfim, compreender como crianças consomem e são consumidas em tempos líquidos pode levar para a escola o debate necessário sobre os usos que fazemos das redes sociais e permitimos que elas (as redes) façam conosco.

Objetivos

(Limite 5000 caracteres)

Objetivo geral: Analisar como a filha caçula da família Brancoala (Laura) é exposta ao público no canal da família de 2019 até 2023.

Objetivos específicos:

Identificar o conteúdo dos vídeos protagonizados por Laura

Correlacionar os conteúdos dos vídeos protagonizados por Laura com as ideias de Bauman sobre tempos líquidos e consumo.

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

Metas previstas:

Participação em eventos científicos a fim de apresentar os resultados da pesquisa

Publicação dos resultados da pesquisa em periódicos qualificados

Apresentar os resultados da pesquisa em escolas públicas e privadas de Ouro Preto e seus distritos.

Justificativa/Relevância

(Limite 2500 caracteres)

Zygmunt Bauman (2007) utiliza da metáfora dos líquidos para descrever a passagem do mundo moderno para o pós-moderno. Por meio dela ele revela que a vida em sociedade é fluída e em permanente mudança. Se antes, no mundo moderno, tínhamos tempos “sólidos” (previsíveis), o pós-moderno nos traz a instabilidade e desorganização, é líquido - porque, ao contrário do sólido, nos “escapa” às mãos (tudo é transitório).

A vida líquida e a sociedade moderna não conseguem manter a sua forma ou curso por muito tempo. Ao prefaciar o livro de Bauman “Vida líquida” - Ralph W. Emerson apresenta a seguinte epígrafe: “Quando se patina sobre o gelo fino, a segurança está na nossa velocidade” Emerson conduz o leitor em reflexões sobre o sentido de sermos prudentes e, ainda, nos organizarmos num mundo que se pautar menos no consumo e mais na prudência.

Para Bauman (2008) vivemos em uma sociedade de consumidores em que os indivíduos temem a “morte social” que se dá na “cibervida” ou “vida eletrônica” que se dá via redes sociais digitais. Bauman (2007) e Bourdieu (1983), aludem que, na modernidade adultos e crianças têm no consumo uma via de escape da realidade e possibilidade de ostentação. “Em outras palavras, as pessoas transformam-se em compradoras de ilusões “líquidas”, porque, mal têm suas necessidades saciadas, passam a desejar mais e assim por diante. (Jorge, 2021, p.7). Este é um exemplo do poder manipulador das mídias e sua “dominação simbólica” ressaltados por Bourdieu (1983).

RASCUNHO

Na sociedade contemporânea, altamente tecnológica (e digitalizada) as crianças, todas elas, ficam expostas às armadilhas do consumo que se travestem em diversão e alegria nas redes sociais.

A família Brancoala diversifica os canais e as redes sociais em que se autopromove e expõe sua rotina. As redes sociais são um empreendimento familiar que envolve trabalho sistemático de todos (até as crianças). As crianças são a matéria-prima principal do conteúdo exibido no canal. São, portanto, mercadorias. O conteúdo comercializado no canal Brancoala se debate em meio às questões apresentadas na introdução e justificativa deste projeto de pesquisa. A família Brancoala vende a ilusão de um cotidiano filmado e editado (e perfeito).

Faz-se relevante compreender como essa ilusão é construída e por meio de quais artifícios. É o que esperamos saber ao investigarmos como a exposição de Laura se dá, da gestação até os dias de hoje.

Atividades/Metodologias

(Limite 9000 caracteres)

A pesquisa proposta é qualitativa de base etnográfica. O ambiente natural é a fonte direta de dados na pesquisa qualitativa e o pesquisador é o seu instrumento principal. É necessário que o pesquisador compreenda que os fenômenos analisados sofrem influência do contexto em que se inserem. Nesse sentido, pessoas, maneiras, gestos, palavras, devem ser sempre estudados no contexto em que aparecem. (LUDKE, 1985). A pesquisa qualitativa pressupõe o aprofundamento na compreensão do fenômeno estudado. Este fenômeno precisa ser interpretado de acordo com a perspectiva dos sujeitos que participam dele. Nesse sentido, em um processo de investigação é necessário que haja a interação entre o objeto a ser estudado e o pesquisador; o registro das informações ou dados coletados e interpretações e explicações do pesquisador. Para Minayo (2008) uma questão importante na pesquisa qualitativa é a objetivação, ou seja, ter conhecimento da complexidade do objeto de estudo e usar métodos adequados de coleta de dados. Para a referida autora, a coleta de dados deve se valer de técnicas adequadas e a análise do material coletado deve se dar sempre de forma específica e contextualizada.

A pesquisa qualitativa de natureza etnográfica entende que o trabalho do pesquisador consiste em interpretar o universo social visível. Ele é mais do que um observador desse universo. Para que que essa interpretação seja possível o pesquisador lança mão de práticas interpretativas. Essas práticas são dependentes da questão de pesquisa e vão transformar o mundo em

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

representações que podem incluir entrevistas, notas de campo, filmagens e gravações. Dessa forma o pesquisador pode estudar como o campo se configura e interpretar os fenômenos que ali acontecem. É preciso, nesse sentido, considerar que a construção social da realidade está sempre em processo e transformação (MINAYO, 2002).

No presente estudo, privilegiaremos a netnografia, método de estudo da pesquisa qualitativa que usa das tecnologias digitais para estudar dados de grupos e comunidades online.

Inicialmente faremos uma pesquisa exploratória por meio de um estudo preliminar sobre o objeto a ser estudado para o que possamos nos familiarizar com o fenômeno que está sendo investigado. Parte dessa pesquisa já foi realizada, como verão adiante. Uma vez feita a pesquisa exploratória, teremos subsídios para realizar a pesquisa proposta com maior precisão.

Realizaremos, também, a pesquisa bibliográfica para que se possa traçar um histórico sobre o que se está pesquisando, identificar o que já foi pesquisado sobre o tema e construir uma base teórica para a investigação que está sendo proposta.

O objetivo geral da pesquisa é analisar como a filha caçula da família Brancoala (Laura) é exposta ao público no canal da família de 2019 até 2023. Associado a este objetivo temos outros dois, específicos: Identificar o conteúdo dos vídeos protagonizados por Laura; correlacionar os conteúdos dos vídeos protagonizados por Laura com as ideias de Bauman sobre tempos líquidos e consumo.

Para atingir os objetivos apresentados será preciso utilizar práticas interpretativas que possibilitem ao pesquisador estudar os vídeos do canal Brancoala, priorizando os protagonizados por Laura, e interpretar os fenômenos que ali acontecem. Dessa forma serão gerados dados para análise e considerações sobre o objeto de estudo.

A geração de dados para essa pesquisa será feita por meio de análise documental e de conteúdo. Trata-se de uma metodologia de pesquisa que possibilita a descrição e interpretação de conteúdo de documentos e textos. De acordo com Moraes (1999), pode-se realizar análise de conteúdo com material oriundo de comunicação verbal ou não verbal, dentre os quais destacamos o vídeo. O pesquisador alerta que os dados precisam ser processados, uma vez que chegam ao pesquisador em estado bruto, e assim, possibilitar o trabalho de de compreensão, interpretação e inferência a que aspira a análise de conteúdo (MORAIS, 1999:1).

Esclarecemos que o Youtube é propriedade da empresa Google e os vídeos publicados nele são, em sua maioria, de domínio público (caso do canal Brancoala). Todavia, há vídeos que podem conter direitos autorais (artísticos,

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

por exemplo) e não há garantia que sejam de domínio público. Os usuários do Youtube podem, se assim desejarem, restringir o acesso do público aos vídeos que postam. Para fins de pesquisa, não é preciso de autorização para usar os vídeos postados no Youtube para o público em geral.

Para a realização dessa pesquisa foi selecionado o canal Brancoala: <https://www.youtube.com/@brancoala>. O canal possui mais de 11 milhões de inscritos e 1,8 mil vídeos postados perfazendo, ao todo, mais oito bilhões de visualizações. A descrição do vídeo é assim relatada pela família Brancoala: *"Família Brancoala: Branco, Claudia, Marcos e Laura. Moramos em Orlando FL Estados Unidos e compartilhamos nossas experiências com daily vlogs de rotina em casa, passeios, dicas, educação dos filhos, vídeos de games com gameplays divertidos e jogos para toda a família. Hoje somos o maior canal do YouTube Brasil na categoria FAMÍLIA em número de inscritos e visualizações. Obrigado por nos acompanhar! Vídeos todos os dias de segunda a sexta-feira: <http://bit.ly/youtube-brancoala>"*

A escolha do canal Brancoala se deu em função da sua relevância no Youtube (maior canal do Brasil na categoria Família) e porque as crianças da família são expostas sistematicamente nos vídeos do canal. Laura, principal foco de interesse da pesquisa, teve sua gestação e nascimento acompanhados pelo público do canal. Desde então, este mesmo público acompanha a criança na intimidade. Ela, literalmente, cresce diante do público e simboliza, resguardadas as singularidades que envolvem a situação, uma metáfora contemporânea do Show de Truman. Selecionamos previamente alguns vídeos que mostram a exposição de Laura após o seu nascimento:

1. Vai nascer! Contagem regressiva para o parto da bebê Laura – 21 milhões de visualizações - <https://www.youtube.com/watch?v=t6d9qLiepz8>
2. O parto de Laura (transmitido por meio de Live Vlog): 25 milhões de visualizações - <https://www.youtube.com/watch?v=quo0r20qfRU&t=92s>
3. Reação conhecendo a irmã (1 dia após o parto normal): 25 milhões de visualizações – <https://www.youtube.com/watch?v=ZRXuiu3TWi0>
4. Bebê Laura vai para casa – 10 milhões de visualizações = <https://www.youtube.com/watch?v=jpH8x5vx0G4>
5. Rotina da manhã com a bebê Laura – 8 milhões de visualizações - <https://www.youtube.com/watch?v=qn1lr-dU4To>
6. Laura assiste ao vídeo do seu nascimento (depois de três anos) – 6 milhões de visualizações - <https://www.youtube.com/watch?v=AkZmvul0o5c>

Esclarecemos que, em detrimento dessa seleção preliminar, no decorrer da pesquisa, outros vídeos serão selecionados como objeto de estudo.

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

Destacamos que os vídeos postados no canal Brancoala foram abertos para o público e podem ser acessados e compartilhados por qualquer usuário da plataforma - de acordo com a política de privacidade do youtube. Dessa forma, trabalharemos com o conteúdo que foi deliberadamente disponibilizado para o público de maneira geral, como ocorre em casos de análise de conteúdo de jornais e revistas e programas televisivos.

Selecionados os vídeos, a geração de dados ocorrerá por meio de:

- Visualização e seleção dos vídeos de acordo com os critérios pré-estabelecidos pelos pesquisadores. O principal deles é que tenham relação com Laura.
- Classificação dos vídeos selecionados em temáticas a serem definidas.
- Transcrição do áudio dos vídeos usando os recursos do Google Docs (quando necessário)
- Análise do conteúdo da transcrição e seleção dos trechos que envolvam as temáticas definidas.
- Seleção de imagens dos vídeos (considerados textos multimodais) e posterior análise, considerando sempre questões que evidenciem de maneira implícita ou explícita as temáticas definidas.
- Análise e interpretação das transcrições de áudio e seleção de imagens.

Os dados gerados serão analisados e interpretados de maneira crítica. Dessa análise resultará uma possibilidade de compreensão do que envolve a criança (mercadoria) e sua exposição em vídeos do Youtube. Teremos acesso à “extimidade” de Laura. A extimidade aqui é compreendida como o contrário de intimidade. Trata-se de um neologismo lacaniano da década de 50. Destacamos que usaremos o termo “extimidade” com cautela porque os estudos lacanianos não compõem nosso aporte teórico. Todavia, o neologismo é o termo ideal encontrado para explicar a exposição de Laura uma vez que, pressupõe que na extimidade o que é íntimo está incluído.

Será possível, enfim, contribuir com outras pesquisas que já se debruçam sobre a polêmica questão inserção das crianças em determinadas culturas digitais e, ainda, aprofundar esse debate no ambiente acadêmico e fora dele.

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

Resultados Preliminares

(Exigido apenas em caso de renovação)
(Limite 1500 caracteres)

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Marcelo de. A criança conectada e promoção dos modos de ser criança na lógica do consumo. Rs: Revista Intertexto, n.52, 2021.

ARELLANO, Rennés P., Gozávez PÉREZ, V. Goncalves & Berlanga FERNANDEZ, I. (2020). YouTube and *influencers* in childhood. Content analysis and educational proposals, *Icono 14*, 18 (2), 269-295. doi: 10.7195/ri14.v18i2.1455

CABEZAS, mar. Youtubers infantis e bens específicos da infância: quando a exploração e a brincadeira se tornam trabalho. **child.philo** , Rio de Janeiro, v. 18, e64682, jan. 2022 . Disponível em <http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-59872022000100009&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 30 maio 2023. Epub 27-Abr-2022. <https://doi.org/10.12957/childphilo.2022.64682> .

BAUMAN, Z. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. Vida Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

_____. Vida para consumo. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOURDIEU, P. Gostos de Classe e Estilos de Vida. In: ORTIZ, R. (Org). Pierre

Bourdieu: Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

COURTNEY K. BLACKWELL ,Alexis R. Lauricella , Conway, A. WaARTELLA, Ellen. Children and the Internet: Developmental Implications of Web Site Preferences Among 8- to 12-Year-Old Children. Pages 1-20 | Received 09 Dec 2012, Accepted 25 Oct 2013, Published online: 28 Feb 2014

FERREIRA, Vítor Hugo Amaral. Youtubers Mirins e a comunicação mercadológica na infância. In: <https://www.conjur.com.br/2019-jan-16/garantias-consumo-youtubers->

[mirins-comunicacao-mercadologica-infancia](#) Acesso em janeiro de 2023.

GONÇALVES. Agnes Luiza Soares, LEME, Ana Carolina Paes. Os youtubers mirins e as violações do direito à infância.

In:

<https://outraspalavras.net/trabalhoeprecariado/os-youtubers-mirins-e-as-violacoes-do-direito-a-infancia/#:~:text=Os%20riscos%20%E2%80%8B%E2%80%8Bda,lazer%20em%20ambiente%20n%C3%A3o%20competitivo>. Acesso em 15 de janeiro de 2022.

JORGE, Gláucia. De criança para crinaça: representações de gênero, ,raça e classe social por youtubers mirins. <https://cietenped.ufscar.br/submissao/index.php/2018/article/view/651> Acesso em 22 de dezembro de 2018.

JORGE, Gláucia. Do “eu etiqueta” ao “Eu mercadoria”: a exposição da família do YouTube em tempos líquidos. Revista Educação Online: Volume 15 – Nº 2 – Maio / Agosto de 2021

LUDKE, Menga. Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. SP: EPU, 1986.

Bibliografia de Potencia interesse para a pesquisa:

ALMEIDA, Cláudia Pontes. Youtubers mirins, novos influenciadores e protagonistas da publicidades dirigida ao público infantil: uma afronta ao Código de Defesa do Consumidor e às leis protetivas da infância. Revista Luso, n.23, Setembro de 2016.

BAKHITN, Mikhail. Marxismo e Filosofia da Linguagem. SP: Hucitec, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

ALVES, Liliane Luz. NAKA, Alessandra Harumi Ribeiro. FREITAS, ANtonio Jefson Lins de. Mídia Consumo e Infância: um estudo sobre a influência da youtuber mirim brasileira Juliana Baltar para o consumo infantil. III Seminário Regional Comércio, Consumo e Cultura nas Cidades. Sobral, Ceará, 19 a 22 de julho de 2017.

ARIÉS, Philippe. História social da criança e da família. 2ª ed., Rio de Janeiro: Guanabara: 1980.

RASCUNHO

GUEDES, Wilker. VIEIRA, Paula. CALAZANS, Fabíola. Olá, pessoal, bem vindos ao meu canal: youtubers mirins e a subjetivação da criança na contemporaneidade. Intercon - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017

MILL, Daniel. JORGE, Gláucia. Sociedades grafocêntricas digitais: sobre letramento, cognição e processos de inclusão na contemporaneidade. In: MILL, D. Escritos sobre Educação: Desafios e possibilidades para ensinar e aprender com as tecnologias emergentes. São Paulo: Paulus. (2013)

Equipe do Projeto

Co-orientador	
Descrição Função	
Carga horária semanal	

Colaborador (Caso haja mais de um colaborador, copie esta tabela)	
Descrição Função	
Carga horária semanal	

Bolsista/Voluntário UFOP Projeto (Caso haja mais de um bolsista/voluntário, copie esta tabela)	
Descrição Função	
Carga horária semanal	

Plano de Trabalho (Se necessário, adicione mais linhas)			
Atividade	Data início	Data fim	Descrição da atividade
1			
2			
3			
4			
5			

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO

RASCUNHO RASCUNHO RASCUNHO