

TENSÕES NA PRODUÇÃO JUVENIL: ENTRE O YOUTUBE E A ESCOLA¹

TENSIONS IN YOUTH PRODUCTION: BETWEEN YOUTUBE AND SCHOOL

Recebido em: 13/11/2023

Reenviado em: 13/03/2024

Aceito em: 18/03/2024

Publicado em: 02/04/2024

Lucas da Silva Martinez² 

Universidade Federal de Santa Maria

Sueli Salva³ 

Universidade Federal de Santa Maria

Resumo: As teorizações sobre a Modernidade Líquida e as Sociedades de Controle permitem que os/as pesquisadores(as) da educação vislumbrem com outros olhares as novas configurações econômicas, culturais e sociais que incidem sobre os/as jovens. Produto de uma tese de doutoramento em Educação, o artigo tem como objetivo identificar e analisar questões relacionadas à produção de subjetividades e identidades juvenis na contemporaneidade, considerando como eixo dessa produção as tensões entre a escola e o consumo cultural em plataformas digitais, em especial, o YouTube. A construção empreendida no texto é baseada em um processo de análise tendo como ferramenta analítica a noção de discurso e a “etnografia de tela”, através das quais percebe-se a rede de relações que se estabelecem na produção do jovem contemporâneo, atravessado pelo consumo, pelas novas disposições corporais e midiáticas que concorrem com a escola na formação do sujeito crítico e consciente, projeto de formação humana da modernidade. Foram, sobretudo, impactos diretos em sua socialização cada vez mais restrita aos círculos do consumo digital, pela negação ou distanciamento da escola e de suas promessas de futuro. Isso também ocorre pela adoção de novos referentes ideais em sua formação; em vez de professores(as), os novos influenciadores(as) digitais na internet.

Palavras-chave: Juventudes; Modernidade líquida; YouTube.

Abstract: The theorizations on Liquid Modernity and Control Societies enable education researchers to view with fresh perspectives the new economic, cultural, and social configurations that affect young people. Stemming from a doctoral thesis in Education, the article aims to identify and analyze issues related to the production of subjectivities and juvenile identities in contemporary times, considering as the axis of this production the tensions between school and cultural consumption on digital platforms, particularly YouTube. The construction undertaken in the text is based on an analytical process using the notion of discourse and "screen ethnography" as analytical tools, through which the network of relationships established in the production of the contemporary young person is perceived, marked by consumption, new bodily and media dispositions that compete with school in the formation of a critical and conscious subject, a project of human formation of modernity. There were, above all, direct impacts on their socialization, increasingly restricted to the circles of digital consumption, due to the denial or distancing from school and its future promises. This also occurs through the adoption of new ideal referents in their formation; instead of teachers, the new digital influencers on the internet.

Keyword: Youth; Liquid Modernity; YouTube.

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Professor na Rede Municipal de Santa Maria. Acadêmico do Pós-Doutorado da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisador-Associado do Centro Latino-Americano de Estudos em Cultura (CLAEC). E-mail: lucas.martinez@prof.santamaria.rs.gov.br

³ Professora Associada na Universidade Federal de Santa Maria. Pedagoga, Especialista em Dança, Mestre e Doutora em Educação, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: sueli.salva@ufsm.br

INTRODUÇÃO

Este artigo, fruto da tese de doutorado *Lições e pedagogias culturais no YouTube endereçadas aos/às jovens: outras configurações da pedagogia no contemporâneo* (MARTINEZ, 2022), objetiva identificar e analisar questões relacionadas à produção de subjetividades e identidades juvenis na contemporaneidade, considerando como eixo dessa produção as tensões entre a escola e o consumo cultural em plataformas digitais, em especial, no YouTube. A questão que se coloca é que, com a ascensão de novos atores sociais no campo da Educação (os influenciadores digitais) e com a emergência de instituições educativas imateriais (o YouTube), surge um cenário de tensão em que a escola disputa com as mídias digitais a atenção e subjetivação do jovem contemporâneo, que se divide entre estudante e consumidor. É neste debate que o presente artigo busca colaborar.

A escola funciona (ou funcionava) como uma maquinaria escolar para produção de sujeitos, crianças e jovens. Para Varela e Álvarez Uría (1991), é somente a partir dos séculos XVI e XVII que nossas sociedades começam a perceber as crianças e jovens como sujeitos que vivem um tempo específico de vida e, para tanto, precisam ser educados e controlados em instituições. É a partir desses séculos que surgem condições de emergência para a infância, especialmente, a partir da criação de um corpo de especialistas em educação para esse público, pela criação de instituições educacionais que separam e “protegem” as crianças do resto da população e, sobretudo, afastam-nas de outras formas de socialização. Essa combinação de espaço e saber se consolidará ao longo dos séculos como a escola que conhecemos.

A escola é a principal instituição de controle social do público infantil e juvenil, educando e moldando a alma (FOUCAULT, 2014) dos primeiros anos de vida até quase a maioridade. Com variadas técnicas, a disciplina escolar não apenas reprime, mas, no vocabulário foucaultiano, produz um sujeito estudantil, gerido pelas regras de conduta da instituição. O que se busca evidenciar neste artigo é que, com os tempos contemporâneos guiados pelo prazer e pelo consumo e amplificados pelas modulações digitais da sociedade de controle (DELEUZE, 2008), outros espaços (imateriais) e outros personagens que não os/as professores(as) concorrem na subjetivação dos jovens de hoje, que cada vez mais se afastam do papel de estudante e incorporam um vocabulário e uma subjetividade midiática (SIBILIA, 2012), o que evidencia um fenômeno de profunda complexidade teórica, exigindo outras chaves de análise.

É um cenário de crise das instituições que submete os/as jovens a um processo sistemático de desinstitucionalização (DAYRELL, 2007), já que sua passagem pela juventude

não se dá exclusivamente pelos ritos tradicionais mapeados pela sociologia: a passagem pela escola, o ingresso no trabalho e a formação da família seja porque as instituições não conseguem subjetivá-los, seja porque é desejo do mercado que o seu processo de construção de identidade se dê, cada vez mais, através da sua própria ação. Hoje outros itinerários estão disponíveis aos jovens como caminho para sua socialização e individualização. Eles ainda existem, são importantes e praticamente obrigatórios, entretanto, as subjetividades contemporâneas caminham entre eles através do consumo e da precariedade.

Nesse contexto, tornar-se jovem é uma tarefa que extrapola a ação das instituições. Tornar-se jovem é, sobretudo, uma ação sobre si mediada pelo contato com as tecnologias digitais que ditam tendências, produzem comportamentos, modelam opiniões.

Para discutir o tema, o estudo contou com o aporte dos Estudos Culturais em Educação, sobretudo pela ferramenta teórica das Pedagogias Culturais (ANDRADE; COSTA, 2015; CAMOZZATO, 2014; WORTMANN; COSTA; SILVEIRA, 2015). Seguindo as necessidades do tempo presente, os artefatos midiáticos educam as crianças e jovens para esta sociedade, adequando-os à lógica do capitalismo na esfera digital e ao consumo material e imaterial. As teorizações sobre a Modernidade Líquida (BAUMAN, 2001) e as Sociedades de Controle (DELEUZE, 2008) também fazem parte da esteira teórica que permite a emergência e a análise do tema. Por fim, foi realizada uma análise cultural⁴ com o discurso como ferramenta analítica, amparado pela etnografia de tela (BALESTRIN; SOARES, 2014; RIAL, 2004).

Neste artigo, optamos por um recorte temático, centrando a problemática na subjetividade juvenil e nos impasses da socialização relacionados à escola. Recorremos às abordagens dos autores para construir teoricamente uma proposição: a cultura digital, especificamente a dos influenciadores digitais, e o consumismo que gera criam circuitos de socialização e subjetivação que concorrem com a instituição escolar. O YouTube, analisado por nós como uma instituição pedagógica imaterial da contemporaneidade, usa lições e mecanismos para captar e manter a atenção dos jovens, afastando-os, cada vez mais, do papel de estudantes.

Portanto, inspirados na análise realizada, empreendemos o esforço de contextualizar elementos teóricos que colaboram para nossa argumentação. A primeira parte do artigo introduz

⁴ A materialidade do estudo consistiu na descrição e transcrição de 25 vídeos do YouTube, cinco de cada youtuber considerados os mais influentes e populares do gênero vlog conforme critérios estabelecidos na pesquisa: Felipe Neto, Júlio Cocielo, Nilce Moretto e Leon Martins, Luba e Kéfera Buchmann. A heterogeneidade discursiva e as dispersões dos discursos encontrados no vídeo foram analisadas como lições pedagógicas, mescla de conteúdos e estratégias discursivas (narrativas sobre si dos/das youtubers, o papel do humor no entretenimento e, em menor grau, os estilos de vídeo e a colaboração em rede) das pedagogias culturais no YouTube. Duas lições são analisadas na tese: ser jovem (e aprender a comportar-se como jovem) e ser consumidor (aprender a desejar e consumir como jovem). Para saber mais, ver Martinez (2022).

o tema; a segunda lança olhares sobre as teorizações de Zygmunt Bauman acerca da Modernidade Líquida e a Sociedade de Consumidores como chaves de análise do tempo contemporâneo; a terceira parte levanta problematizações no campo da juventude, especialmente, sobre a responsabilidade individual de tornar-se jovem; a quarta parte lança argumentos sobre a imaterialidade e as sociedades de controle, em especial, na subjetivação juvenil; e por fim a última parte amplia os debates, contextualizando as transformações no cenário educacional e como elas legitimam ou tornam possível uma concorrência entre a escola e o consumo juvenil. É nesse cenário, por vezes apocalíptico, que argumentamos em prol da urgência do tema e da necessidade de ampliar os olhares educacionais para instituições que surgem no vácuo da escola.

MODERNIDADE LÍQUIDA E SOCIEDADE DE CONSUMIDORES COMO CHAVES PARA OLHAR O TEMPO CONTEMPORÂNEO

A teorização do sociólogo Bauman (2001) sobre a Modernidade Líquida potencializa o debate sobre o tempo contemporâneo, marcado pela velocidade, fluidez e, sobretudo, pelo consumo desenfreado de modo material e imaterial. Em oposição a uma modernidade pesada, sólida, marcada pelo trabalho, pela segurança patrimonial, por vínculos estáveis familiares ou comerciais. Para o autor, o cenário atual caracteriza-se pela ambivalência e incerteza em todos os campos do social.

Algumas características da modernidade líquida, a partir de Bauman (2001), ajudam-nos a caracterizar os seus impactos na Educação. Segundo o sociólogo, essa modernidade se produziu, gerando transformações em diferentes âmbitos da vida: a) falência das grandes utopias societárias, o que leva ao desaparecimento progressivo dos líderes para a ascensão de conselheiros e celebridades; b) a mudança de uma sociedade de cidadãos, interessados na vida pública e no bem estar social, para uma sociedade de indivíduos, em que cada um busca apenas o seu interesse, dividindo de modo civilizado os espaços públicos sem necessariamente desenvolver a convivência; c) sensação de insegurança e violência que impelem os sujeitos a buscar espaços seguros (shopping center, comunidades virtuais, bolhas sociais, etc.); d) colonização da vida pública pela privada através da qual cada vez mais os problemas públicos perdem espaço para os problemas privados (relacionamentos, intimidades) levando ao enfraquecimento do bem comum; e) novos modos de trabalho que, de um lado, seguem outra lógica que não o confinamento do corpo e o controle do tempo, mas que são marcados, por outro lado, pela precarização e flexibilidade, levando ao colapso o bem estar, condições de

trabalho justas, seguridade social, entre outros; e) o consumo desenfreado e o querer consumir como comportamento naturalizado na sociedade de consumidores — a produção da vida como objeto a ser desejado/consumido; f) mudança nas dinâmicas sociais oriundas da perda de segurança resultando no cuidado excessivo com o corpo; g) o encurtamento das distâncias, via dispositivos móveis ou pelas condições de viajar (de parte da população), a velocidade e a instantaneidade de buscar a fruição de prazeres desse tipo; h) produção de subjetividades e identidades nacionalistas, patrióticas, maior divisão e intolerância entre os povos, a fragilidade na constituição e manutenção dos laços sociais; entre outros aspectos (BAUMAN, 2001).

A obra *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* de Bauman (2008) expõe que na modernidade sólida o consumo possibilitava manter a ordem interna dos sujeitos, permitindo que vivessem com certa segurança. Isso se altera na sociedade de consumidores. Surge o consumismo: a caracterização de uma sociedade que não se limita a consumir, mas sim, consumir sem parar.

Se a felicidade, anteriormente, poderia ser obtida na tranquilidade de uma vida sem tantos imprevistos, o consumismo associa a felicidade “[...] a um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-los” (BAUMAN, 2008, p. 44-45). A sensação é de que nada dura e tudo deve ser substituído. A indústria de eletrônicos sabe muito bem disso, empresas de produtos digitais lançam mais de 20 modelos de *smartphones* por ano. Contratam influenciadores(as) e pessoas famosas para divulgar as maravilhas de um novo celular. Mesmo que um carro dure, numerosos sites indicam que seja trocado de cinco em cinco anos, ou menos, mesmo que ele possa durar mais. Não se trata, portanto, de sanar uma necessidade, mas sim, buscar a satisfação e nunca a encontrar. A sociedade de consumidores é um ambiente “[...] inóspito ao planejamento, investimento e armazenamento de longo prazo” (BAUMAN, 2008, p. 45), além disso, tal qual o título da obra de Bauman, a sociedade transformou “tudo e todos” em mercadoria: em especial os consumidores, já que “[...] tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fadas” (BAUMAN, 2008, p. 22). Os/as jovens, aqui, também são importantes para mostrar que, na sociedade de consumidores, os indivíduos são ao mesmo tempo “[...] mercadorias e as mercadorias que promovem” (BAUMAN, 2008, p. 13), o que nos leva diretamente a pensar como os indivíduos se promovem (principalmente nas redes sociais) e de que modo são consumidos enquanto mercadorias. Nesse caso é que uma nova categoria social, os influenciadores digitais (SIBILIA,

2016), opera como esses sujeitos que, por meio da espetacularização de suas vidas, colaboram para um novo consumo imaterial e com base na imagem.

A sociedade de consumidores é sinônimo de leveza para Lipovetsky (2016). Nela tudo se converte em velocidade e leveza: o consumo excessivo, as mudanças no corpo, a “ditadura da magreza”, as tecnologias digitais (cada vez mais potentes e leves – celulares, câmeras, armazenamento em “nuvem”), a moda e as possibilidades cambiantes de viver o masculino, o feminino e tantas alternativas; a arte, o design dos aparelhos e das residências, as relações pessoais e afetivas entre familiares, amigos e romances. Acompanhando a leitura de Bauman (2001, 2008), para Lipovetsky (2016) saímos da civilização do peso e da disciplina para a civilização da leveza, e esta invade até os sentimentos e sentir-se triste está fora de moda!

Com isso, o entretenimento faz parte da leveza. O *YouTube* é uma dessas plataformas que ajuda a compartilhar o que é divertido, engraçado, para aliviar o dia a dia, ou para ocupar o tempo sem deixar o lugar vazio. Assim: “No campo das imagens e mensagens publicitárias, trata-se de tornar tudo rápido e simples, mas também de encantar, divertir, surpreender e provocar” (LIPOVETSKY, 2016, p. 46). Por meio das imagens, dos vídeos, dos cliques, dá-se a organização de uma nova economia, instituindo maneiras de ser conectadas.

JUVENTUDES EM EXAME

O modo como percebemos a população juvenil tem variado bastante com o tempo. É importante pensar que as mudanças históricas que acompanham os estudos de juventude também indicam mudanças no modo como percebemos os/as jovens.

Camacho (2004) elucida que, na análise sociológica, dois modos de perceber o/a jovem constituíram-se como principais: a tendência geracional, que enquadra os/as jovens como indivíduos com certa idade; e a definição social de juventude que implica considerar como grupo social marcado por determinadas características, poderes ou situações econômicas. A dissertação de Martinez (2018) ressalta como “ser jovem” está relacionado com: a) conflitos geracionais (com familiares, professores(as)); b) com recortes etários, especialmente, em fronteira com a infância e com a possibilidade da formulação de políticas públicas específicas para essa população, em especial, no campo da educação, saúde, lazer, trabalho, para dizer algumas; c) com marcadores sociais como classe social, etnia, gênero e hoje, com o fenômeno midiático, possibilidades de consumo e processo de individualização.

Sendo a escola, a família e o trabalho instituições que atuavam na formação da identidade ou das subjetividades dos(as) jovens, alguns autores veem nelas e em seu

enfraquecimento a desinstitucionalização do(a) jovem. Abad (2003), Kehl (2004) e Margulis e Urresti (2008) percebem, numa possível crise das instituições e dos ritos de passagem, um espaço para constituição juvenil antes ocupado. E é esse espaço que se ocupa com o consumo, por exemplo. Para Dayrell (2007, p. 1115) esse processo de desinstitucionalização transforma a constituição de suas identidades em uma “[...] tarefa ou ação do próprio sujeito sobre si mesmo”.

Em relação à escola, por exemplo, instituição em que os jovens passam mais de dez anos, Dayrell (2007, p. 1106) declara que:

Para os jovens, a escola se mostra distante dos seus interesses, reduzida a um cotidiano enfadonho, com professores que pouco acrescentam à sua formação, tornando-se cada vez mais uma “obrigação” necessária, tendo em vista a necessidade dos diplomas.

Se de um lado, as possibilidades de trabalho se tornam cada vez mais escassas e se os outros ambientes em que os/as jovens vivem não dialogam ou não conseguem subjetivá-los, abre-se espaço para que ele(a), auxiliado(a) de outros(as) personagens (entre eles os/as influenciadores(as) digitais), constitua caminhos singulares para sua existência. É evidente que, pelo recorte que fazemos no artigo, estamos falando dos(as) jovens que têm acesso às redes digitais e que, portanto, possuem o espaço digital como local de sociabilidade e de subjetivação. Entretanto, essa não é a realidade de todas as crianças e jovens desse país. Portanto, convencionamos tratar os/as jovens a partir deste ponto de vista, em que o acesso às redes digitais é possível e permanente, sem ignorar que, ao adotar esse conceito, excluímos tantos outros já marginalizados em seu acesso.

A definição de juventudes e culturas extremas de Canevacci (2005) aparece aqui como um olhar pós-moderno para os/as jovens. Com o fim das distinções etárias (criança/jovem/adulto), com as mutações no campo do trabalho, com a multiplicidade das identidades múltiplas e nômades, com a invasão do corpo pelas tecnologias e redes digitais, a noção contemporânea de jovem, cada vez mais escapadiça, torna visível e ressalta, cada vez mais, a condição interminável do(a) jovem. Mesmo assim, não podemos ignorar a precariedade, a dificuldade de manter a dignidade em um país que não valoriza os/as jovens, que não lhes dá possibilidade de estudar, trabalhar e estabelecerem-se.

Com a desinstitucionalização do(a) jovem e com novas possibilidades para sua subjetivação oriundas do consumismo, reitera-se, abre-se espaço para que os/as jovens contemporâneos, entre a legalidade e ilegalidade, entre o poder do consumo material e do

consumo imaterial, das imagens e dos futuros (im)possíveis, tornem-se sujeitos do tempo presente e sua juventude passe a ser concebida como “[...] um estado de espírito, [...] um jeito do corpo, [...] um sinal de saúde e disposição, [...] um perfil do consumidor, uma fatia do mercado onde todos querem se incluir” (KEHL, 2004, p. 89-90).

Bauman (2013) reforça a ideia do(a) jovem consumidor(a) quando aponta que, ao olhar os/as jovens: “Pensa-se sobre a juventude e logo se presta atenção a ela como ‘um novo mercado’ a ser ‘comodificado’ e explorado”. Para o autor, os(as) jovens representam “terras virgens” prontas para serem exploradas pelo mercado de bens de consumo. Isso se organiza de diferentes formas: dívidas estudantis imensas, mercado de aparelhos eletrônicos, algoritmos e redes sociais que oferecem aos/às jovens possibilidades de consumo para eles(as) “adequadas” (possibilidades de consumo programadas e cultivadas) e tantas outras formas. Na ótica do autor polonês, o consumo é um dos elementos definidores da nossa constituição como sujeito na contemporaneidade e há uma “[...] diluição da linha divisória entre atos de consumo e o resto das nossas vidas” (BAUMAN, 2011, p. 49). No caso dos(as) jovens, não é diferente, o que leva Bauman a se perguntar se os/as jovens não têm servido de “[...] local de armazenamento dos excessos da indústria de consumo [...]” (BAUMAN, 2013, p. 56).

Na mesma direção, Birman (2005) usa a referência do desamparo para identificar as juventudes contemporâneas. Apesar do horizonte psicanalítico de sua abordagem, que no campo da juventude parece muito útil, a síntese do autor remonta diferentes elementos já levantados e que se espalham na tese que origina este texto: o encurtamento da infância e o alongamento da juventude; a mudança nas relações institucionais e, portanto, cada vez mais o desafio individual de subjetivar-se; as dificuldades de inserção no mercado do trabalho, em especial, dos(as) jovens mais pobres; a perda de referências de autoridade, que entrega os/as jovens a outras narrativas (SIBILIA, 2016), entre elas a dos(as) personagens digitais. É nessa linha que outras perguntas se mostram em nosso horizonte de pesquisa: quais são os limites e as referências que as juventudes que têm acesso à internet e consomem conteúdo digital tomam para si? O que aprendem nesses espaços? O que tomam como verdade e incorporam em seus modos de ser?

PEDAGOGIAS CULTURAIS E SOCIEDADE DE CONTROLE: NOVAS FORMAS DE TORNAR-SE JOVEM

Pensar em um tempo contemporâneo em que escola e consumo digital competem implica, inicialmente, entender como o consumo cultural tornou-se tão capaz de subjetivar os jovens.

Articulada ao conceito de cultura, surge a noção de pedagogias culturais, buscando mostrar como operam os artefatos/produtos da cultura na formação dos sujeitos. Camozzato (2014, p. 574) entende que o conceito de pedagogia é empregado cada vez mais “[...] para mostrar a operacionalidade de discursos específicos em artefatos que se dispõem a educar e produzir determinados tipos de sujeitos”. A autora percebe que, mesmo em diferentes pedagogias, o foco recai sobre o sujeito e o que ele aprende ou precisa aprender para se tornar um sujeito de determinado tipo. Assim, disseminada pela forma que for cada pedagogia atua sobre os sujeitos, formando-os, delineando os seus caminhos, situando-os nas práticas culturais. Essas pedagogias do presente, como nomeia Camozzato (2014, p. 588), produzem-se e se transformam “[...] a partir das condições do presente, sendo esse um imperativo e uma condição para que elas tentem cumprir a sua ‘missão’ de produzir sujeitos conectados ao tempo em questão”. Em nosso caso, esforçamo-nos em mostrar que, a partir de estratégias variadas, existem pedagogias no *YouTube* que objetivam formar jovens consumidores(as), tanto de conteúdos digitais quanto de bens materiais produzidos pelos(as) *youtubers*. A emergência dessas novas formas pedagógicas no contemporâneo estão, como já dito, associadas a “[...] transformações sociais e culturais que tornaram possíveis a sua emergência. Às transformações sociais talvez seja possível afirmar que se acrescentam, também, formulações e reformulações nos conceitos utilizados para descrever e construir a sociedade” (CAMOZZATO, 2014, p. 580).

Foi na busca das pedagogias culturais que circulam no *YouTube* que percebemos como o *YouTube* subjetiva os jovens em diferentes direções, dependendo das lições que são tomadas para si. A noção de lição, tomada de diversos trabalhos brasileiros ancorados nos Estudos Culturais em Educação, amplia-se sob a ótica da cultura dos influenciadores digitais.

As lições aqui têm um sentido muito distinto das Lições dos Mestres, livro célebre de George Steiner (2018). Se, para Steiner, as lições dos mestres muitas vezes são perigosas e destinadas a poucos discípulos eleitos, as lições no *YouTube* são simples e precisam ser espalhadas rapidamente ao maior número de pessoas. Se os reais mestres desejam que seus discípulos pensem e os questionem, no *YouTube* não importa se você concorde ou não com as lições, desde que continue alimentando de visualizações o sistema que o mantém vivo. Se o papel dos mestres é permitir a emancipação do discípulo, não para que ele apenas o supere, mas que, especialmente, seja suficiente e pense por si só, os “mestres do *YouTube*” dependem dos discípulos para continuar existindo, dependem que não partam, mas sejam público o maior tempo possível. Para Steiner (2018, p. 102): “O verdadeiro mestre deve, no final, estar só”. No *YouTube* estar só significa ter sido esquecido, deixado ao ostracismo e ao fracasso. A relação

mestre-discípulo no *YouTube* se configura como produtor-consumidor e, pelo menos nos casos analisados, pensar não parece tão importante quanto continuar consumindo os seus conteúdos.

De saída, talvez a diferença principal seja o modo como acessamos a cultura digital e como acessamos a escola. A imaterialidade das plataformas virtuais, para além da simples constatação de que o espaço virtual é imaterial, é também uma construção, perspectiva defendida por Zdradek (2017) em sua dissertação quando aponta que as plataformas e redes sociais digitais são “locais convencionados de comunicação em rede” que operam como “instituições imateriais de sequestro” tomando a noção de Foucault (2014) a partir do poder disciplinar exercido pela instituição escolar. Para a autora, esses locais que exploram dos usuários a participação, a exposição, o julgamento e o controle do próprio comportamento agem subjetivando os indivíduos, de forma diferente, mas também eficazes como a escola fez, agora pela via do controle. O conceito elaborado pela autora mostra “[...] como os sujeitos jovens contemporâneos têm se sequestrado, para um lugar que torna suas inteligibilidades produtivas” (ZDRADEK, 2017, p. 173).

Por não encontrarmos fortes evidências do contorno disciplinar no *YouTube*, analisamos esse contorno como um local que opera pela via das sociedades de controle, amparados, sobretudo, nos circuitos de consumo. Os mestres do *YouTube* que, de algum modo, guiam e inspiram as juventudes contemporâneas fazem parte de um circuito muito maior ao qual às vezes ainda não entendem. Operam e aprendem com os algoritmos e modulações da sociedade de controle, teorização do filósofo Gilles Deleuze (2008). O controle exercido fortemente pelas instituições disciplinares hoje se dilui nas modulações das redes digitais, no compartilhamento de informações, na governamentalidade algorítmica que faz de todos nós e nossos dados ferramentas de uma racionalidade de governo baseada em *Big Data*.

No início do século XXI, Gilles Deleuze captou a transição das sociedades, movendo-se das estruturas disciplinares para formas baseadas em controle. Ele argumentou que esta nova forma de sociedade utiliza amplamente tecnologias digitais para flexibilizar e expandir o alcance do poder sobre os indivíduos. Essa mudança é acompanhada por uma evolução nas máquinas associadas a cada fase do capitalismo — desde simples dispositivos mecânicos até complexos sistemas informáticos. Este paradigma emergente de controle se distingue por sua capacidade de modular comportamentos e identidades através de fluxos contínuos de informações, um contraste acentuado com as práticas confinadas às instituições da era disciplinar. A ênfase do capitalismo contemporâneo se desloca da esfera da produção para a

dominância do mercado e a proliferação de bens, refletindo uma economia de superprodução que valoriza o consumo acima de tudo, coerente com a abordagem de Bauman.

Deleuze (2008) percebeu que, em tais sociedades, a subjetividade é moldada não mais pelo isolamento físico, mas por mecanismos como o endividamento, que vinculam os indivíduos a uma contínua dependência econômica e a uma constante busca por conformidade. Este cenário é potencializado pelo capitalismo, que impulsiona a vida a crédito (BAUMAN, 2010) criando uma perpetuidade de vigilância, visibilidade e aprendizado, onde as fronteiras da existência se tornam indefinidas. A síntese de Deleuze sobre as sociedades de controle oferece um olhar crítico sobre como a liberdade individual e a formação da identidade são cada vez mais mediadas por forças impessoais em um mundo saturado de tecnologia, marcando uma fase distinta na evolução do poder e da governança no contexto do capitalismo avançado.

A diferença entre a governamentalidade pensada por Foucault e a governamentalidade estimulada pelos algoritmos é a interpelação aos sujeitos. Os mecanismos de confronto ao indivíduo, as políticas de subjetivação são outras, indiretas, suaves. Teles (2018) recorda que as modulações criadas pelo fluxo de dados capturado, os *Big Datas*, têm sucesso em funcionar, pois parecem invisíveis e colhem dados “desnecessários”, evitando resistência dos indivíduos e, por meio do alcance de objetivos de modo fácil e rápido (comunicação, chamar um motorista de aplicativo, compartilhar conteúdo, permitir acesso ao e-mail para agilizar um cadastro de plataforma) criam caminhos para condução dos indivíduos. Assim, a ação do indivíduo “[...] não é mais influenciada por confrontação direta com uma norma exterior — lei, média, definição de normalidade —, mas suas possibilidades são organizadas no próprio seio de seu ambiente” (ROUVROY; BERNS, 2015, p. 47). Para Teles (2018, p. 445) isso se traduz na afirmação de que: “A potência de condução da vida estaria justamente na capacidade de não usar os sujeitos diretamente como suporte e apoiando-se na autonomia e indiferença quanto ao caráter dos dados”. Os mecanismos de condução e subjetivação, antes apoiados exclusivamente na confissão, na lei, na disciplina, se mobilizam através de coerções leves, opções pensadas pelos dispositivos e plataformas como facilidades da vida pós-moderna.

Os dados obtidos massivamente através das nossas interações e a coleta das plataformas traduzem-se em caminhos, que dispensam a identificação do sujeito. Esses caminhos, feitos para que os sujeitos trafeguem “[...] produzem normatividades, bem como estas implicam mais circulações. Neste sentido, quanto mais caminhos forem produzidos, maior será a ‘livre’ circulação e mais normas serão ativadas” (TELES, 2018, p. 438). A questão que permanece no horizonte é até onde é possível a existência do discurso de liberdade na internet quando as

plataformas e dispositivos guiam nossa experiência de uso muitas vezes de um modo que sequer percebemos.

Alves (2018) descreve que os algoritmos funcionam por meio da correlação, sendo que informações de diferentes aplicativos se cruzam. Mas essas informações não parecem relevantes e a governamentalidade não se aplica à população, mas, sobretudo, a indivíduos e perfis. Para os/as autores(as) que cunharam o conceito,

A governamentalidade algorítmica não produz qualquer subjetivação, ela contorna e evita os sujeitos humanos reflexivos, ela se alimenta de dados “infraindividuais” insignificantes neles mesmos, para criar modelos de comportamento ou perfis supraindividuais sem jamais interpelar o sujeito, sem jamais convocá-lo a dar-se conta por si mesmo daquilo que ele é, nem daquilo que ele poderia se tornar (ROUVROY; BERNS, 2015, p. 42).

Essa governamentalidade algorítmica está assentada em três pontos: *dataveillance*, vigilância e coleta de dados sobre nossas ações, rastro digital, cliques, mídias sociais, principalmente dos dispositivos inteligentes que usamos; *datamining*, que seria o cruzamento dos dados obtidos automatizadamente, e *profiling*, a antecipação das ações e a proposição de ações baseada nos traços do indivíduo, produzido pelo *dataveillance* e *datamining*.

Isso se traduz em diferentes exemplos: a) nas recomendações que as plataformas oferecem com base no consumo, nos cliques e nos dados obtidos; b) nas bolhas sociais que se formam em torno de temas e na filtragem de conteúdo que chega ao consumidor; c) na ascensão de grandes máquinas de disseminação de mensagem⁵, *fake news* ou conteúdos que ganham maior destaque do que deveriam (apesar da sua relevância ou irrelevância social). Como apostamos em nossa teorização, a conjunção de três forças que se combinam gera efeitos nefastos no cenário da subjetivação juvenil, especialmente quando ainda defendemos o papel da escola. A subjetivação cada vez mais suave e menos coercitiva das redes digitais, amparada na cultura de consumo voraz que insiste em valorizar alguns protagonistas como jovens ideais que devem ter suas vidas consumidas e almeçadas (os influenciadores), e a crise das instituições modernas que nesse cenário competem, a supervalorização do “eu”, em detrimento do “nós”, ajudam-nos a pensar que a tarefa de educar se complexifica cada vez mais na contemporaneidade.

⁵ “Os autores citam relatos da mídia alegando que a campanha presidencial dos EUA, de 2016, usou perfis psicológicos de milhões de cidadãos dos EUA para suprimir votos e mantê-los longe das eleições” (OLIVEIRA, 2018, p. 89). Walter e Hennigen (2021) reforçam essa informação ao apontar que a *Cambridge Analytica* produziu conteúdos publicitários a partir de perfis psicológicos para incentivar votos em Donald Trump e dissuadir votos em Hillary Clinton.

O *YouTube*, como plataforma fruto da criatividade contemporânea, rapidamente se transformou de um lugar simples, para compartilhar vídeos amadores com familiares para um local onde podemos nos transmitir, “Broadcast yourself”. E com ele, abriu espaço para que múltiplos discursos e atores/atrizes sociais se desenvolvessem. Seus algoritmos e estratégias institucionais fazem com que o/a jovem contemporâneo(a) seja conduzido(a), sem perceber, em direção ao consumo e a lições e possíveis aprendizagens sobre si mesmo, ao contrário da dura disciplina das instituições modernas.

Produzir jovens consumidores é uma necessidade das políticas neoliberais que se espalham, desde as políticas de governo às ações do mercado. É preciso, portanto, que se produzam jovens adequados ao tempo presente: tempo líquido, volátil, instável, em que as seguranças são poucas e as condições de existência precárias. Assim, para que o capitalismo parasitário continue se fortalecendo, é preciso que o mercado nunca pare. Os/as jovens desse tempo estão sendo educados(as) desde pequenos(as) a serem consumidores(as) vorazes, e o *YouTube* colabora para isso. Na lógica de consumo e visibilidade, é necessário que todos nos acostumemos e invejemos os/as novos(as) protagonistas sociais, os/as influenciadores(as) digitais. E com eles(as) aprendamos a consumir produtos, imagens, possibilidades de vida, aceitando e tornando desejável a publicidade que faz deles milionários, pelo menos os mais famosos.

Com o vácuo de poder produzido pelas crises das instituições disciplinares, outros personagens surgiram. Os/as *youtubers* e influenciadores(as) digitais, longe do vínculo familiar e docente, vêm se estabelecendo como figuras de autoridade nas culturas juvenis. Retomar o debate sobre a autoridade docente e sobre como ela se estabelece na escola parece primordial para recuperarmos os sentidos de viver a escola. Entre estes sentidos, vê-se a necessidade cada vez mais premente de educar os/as jovens para acessar conteúdos adequados, não apenas à sua idade, mas à sua formação. O combate ao compartilhamento de notícias falsas, desinformação e conteúdos tóxicos pode começar na formação dos(as) jovens na escola, tendo em vista que, na contemporaneidade e, em especial, na realidade brasileira, a relação entre a política e as notícias falsas tornou-se um debate diário e necessário.

E COMO FICA A EDUCAÇÃO?

Ao infiltrarem-se em todos os cenários do social, a modernidade líquida e sua sociedade de consumidores/mercadorias invadem a educação. As próprias instituições escolares vêm se reformulando, já que o cenário de “crise” se torna crescente. Para Sibilina (2012) isso se

amplifica com as tecnologias digitais, o domínio das sociedades de controle (DELEUZE, 2008) e a produção de novas subjetividades. Jovens desde cedo (principalmente nas últimas duas décadas) crescem com aparelhos digitais. Entretanto, a escola, como instituição disciplinar de excelência, uma tecnologia de uma época específica que vem se arrastando no seu molde original, ainda trata o corpo pela via do confinamento. O que Sibilia (2012) e Oliveira (2012) apontam em seus estudos é que o consumo, como *modus operandi* do jovem contemporâneo, entra em conflito com a disciplinar escolar, tendo em vista que o corpo juvenil e suas manifestações, marcadas pela sociabilidade e pelo uso das tecnologias digitais, e a disciplina escolar que faz desligar aparelhos tecnológicos, separa em classes e turmas, coibindo de muitos modos a interação. Segundo Sibilia (2012) essa subjetividade juvenil violenta o “dispositivo escolar”, colocando-o em xeque e exigindo mudanças nas dinâmicas de ensino, aprendizagem, relações interpessoais, tempos e espaços escolares.

Segundo Almeida, Gomes e Bracht (2009, p. 63) em *Bauman & a Educação*, a educação moderna, da qual guardamos muitos aspectos, é educação para um mundo ordenado, era (e ainda o é em grande parte) “[...] indiferente à novidade, ao acaso e à desordem, visava alimentar os aprendizes com uma educação para toda a vida. Nesse contexto, o conhecimento adquiria valor proporcional à sua duração [...]”, sendo essa duração de longo prazo. Bauman (2010) argumenta que na modernidade líquida, mais do que acumular, é importante descartar. E a aprendizagem adere a essa lógica, através da qual o conhecimento historicamente acumulado cede espaço para outros modos de pensar, não através de conhecimentos, mas informações rapidamente acessáveis e descartadas. As sociedades de consumo exigem dos sujeitos, não só o aprendizado rápido, mas, ainda mais, o seu esquecimento (BAUMAN, 2008), uma vez que as informações estão em todos os lugares e todo dia algo novo brota na rede, não se trata de memorizar, mas sim, esquecer.

Sibilia (2012) discute os principais impactos das culturas digitais e da sociedade de consumidores na subjetividade dos(as) jovens na incompatibilidade com a escola. Primeiro, como já apontado por Bauman (2001, 2008) a sociedade de consumidores funciona por meio das imagens: a publicidade, os programas televisivos, os esquetes de humor etc. As redes digitais amplificaram a disseminação das imagens, e estas afetaram “[...] os modos de expressão e comunicação em todos os âmbitos, inclusive em campos tão vitais quanto a construção de si mesmo, as relações com os outros e a formulação do mundo” (SIBILIA, 2012, p. 63). O que isso significa? Inicialmente, a ascensão de novos modos de comunicação, que enfatizam a imagem e o espetáculo, desvalorizando de algum modo a cultura letrada. Atividades escolares,

práticas de leitura e escrita perdem espaço para a cultura audiovisual, principalmente, em tempos de grande distribuição de vídeos como no *YouTube* ou outras plataformas.

Um segundo impacto diz respeito à cultura do entretenimento, já citada. Para Sibilía (2012) as subjetividades juvenis são marcadas pela diversão e esperam que a aprendizagem e as aulas sejam divertidas. A autora indica na história alguns movimentos realizados nessa direção: o surgimento de uma literatura enfatizando a importância da diversão na aprendizagem; a inclusão de jogos pedagógicos; metodologias que enfatizam a curiosidade e o descobrimento da criança, entre outras. A estas se acrescentam iniciativas de plataformas digitais e empresas que apostam na aprendizagem descontraída, longe da rigidez e seriedade do universo escolar. Na sociedade de consumidores, divertir-se é um item de consumo (LIPOVETSKY, 2016), e é nele que se investe o pouco da atenção que existe. Como estudar é algo que exige disciplina, concentração e, em alguma medida, leva o corpo a exaustão, para muitos(as) jovens ela é insuportável e pode ser substituída por aulas divertidas, vídeos do *YouTube*, cursinhos com professores(as) performáticos(as) etc. A dissertação de Silva (2016) já apontou as possíveis integrações dessa lógica aprendente nos(as) jovens consumidores(as) do *YouTube*. Para os/as jovens, o *YouTube* permite aprender mais rapidamente, não só pelas condições estruturais que envolvem o ato de assistir (a comodidade do lar), mas também, por poderem voltar, retomar aquilo que não entenderam. Além disso, elementos culturais juvenis como personagens de desenhos animados tornam-se importantes ao vínculo que os/as jovens constroem. Silva (2016) entende que, os/as jovens ainda estão na escola e gostam de estar, ali eles(as) aprendem e socializam, mas não parece possível evitar essa dimensão digital na sua formação, até porque apenas poucos(as) estudantes ainda não se vincularam a ela.

Sibilía (2012) ainda aponta que, na confluência de uma quantidade imensa de informações (e de imagens, vídeos etc.), os sujeitos deixam de ser receptores para serem consumidores, alguém que surfa em meio às informações. Esse modo de navegar entra em conflito com a dinâmica escolar, já que a escola se preocupou em produzir no estudante “[...] a memória, a atenção e a consciência [...]” (SIBILIA, 2012, p. 89). Entretanto, a hiperconexão, ao invés de fazer operar a consciência, age por meio da percepção, visto que a velocidade das informações não permite sua internalização ou compreensão, e assim, o enfraquecimento da memória como vemos em Bauman (2010) e Serres (2013), já que, operando pela percepção, em um minuto podemos esquecer o que assistimos. Do ponto de vista escolar, “[...] se a demanda por diversão gera tédio, a hiperconexão produz desconcentração, como uma reação defensiva ante a avalanche de informações e contatos” (SIBILIA, 2012, p. 89). A própria ideia de conexão

merece atenção: estar conectado não significa necessariamente que recebemos e emitimos informações, apenas que seguimos o fluxo das informações, acessamos e podemos ser acessados (páginas pessoais, *blogs*, vídeos etc.).

Esses elementos até agora descritos fortalecem a tese de Sibilía (2012) de que as subjetividades contemporâneas estão em conflito com a estrutura escolar. É a subjetividade midiática ou informacional em conflito com a subjetividade escolar e cidadã que a escola quer produzir, apesar da dificuldade eminente de cultivá-la, já que vivemos em um ambiente “[...] hiperestimulado e hiperestimulante” (SIBILIA, 2012, p. 92) no qual a saturação das informações impede a produção de pensamentos e sentidos, o assentamento da experiência e, conseqüentemente, produz o sentimento de estar perdido, o caos do excesso. Nessa direção Bauman (2010, p. 60) alerta que:

Em nenhum dos momentos decisivos da história humana os educadores enfrentaram um desafio comparável ao que representa este ponto limite. Nunca antes nos deparamos com situação semelhante. A arte de viver num mundo hipersaturado de informação ainda não foi aprendida. E o mesmo vale também para a arte ainda mais difícil de preparar os homens para esse tipo de vida.

Tal situação remete ao que escreve Sibilía (2012, p. 88):

De algum modo, nos últimos anos, aprendemos a viver assim: com a sensibilidade saturada de estímulos que disparam a toda pressa, sobrecarregando as possibilidades de processamento consciente mas, ao mesmo tempo, com a exigência de responder a essas demandas com agilidade e eficácia. O mal-estar tipicamente contemporâneo que emerge dessa confluência não equivale à agonia provocada pelo aprisionamento ou pela repressão do confinamento disciplinar, mas a uma languidez gerada por tal movimento centrífugo.

Se a ausência de informação nos leva a tempos sombrios, nos quais o diferente é queimado e exterminado, o excesso de informação também nos traz insegurança e gera novas questões a serem pensadas. Sibilía (2012) entende que não é possível evitar que a cultura digital entre na escola e com ela, o mar de possibilidades de informações e interações; entretanto, não se sabe ainda quais serão os impactos dessa inclusão a longo prazo. É provável que cada vez mais a organização escolar ceda a um paradigma informacional, e, portanto, talvez o maior desafio nesse momento seja tentar desacelerar e aprender/ensinar como lidar com tanta informação. Reforçando o dito por Bauman (2010), ainda não aprendemos a lidar com o universo escolar e extraescolar de modo coerente, sem que um ameace o outro.

O cenário que se apresenta, reafirmando o expresso por Oliveira (2012), é o de crise. Entretanto, segundo o autor, essa crise não é política, nem pedagógica e se instala “[...] a partir das modificações socioculturais dos últimos anos, em nosso país, a fazer da cultura do consumo e da cultura da internet elementos constitutivos da vida juvenil urbana de nossos dias [...]” (OLIVEIRA, 2012, p. 261). Apesar de, especialmente no campo do Ensino Médio, nas últimas décadas, terem surgido diferentes propostas políticas e pedagógicas com mínimo de consenso para produzir outras práticas de escolarização, a mudança nas subjetividades, bem destacadas por Sibilia (2012), ainda chocam a instituição escolar e colocam sua autonomia contra a parede. Oliveira (2012) reforça que os/as jovens chegam ao ensino médio com características que diferem do aluno disciplinado para o contexto escolar e sem vontade de aprender, conforme liturgia do contexto. A escola de ensino médio tem vivido, portanto, uma nova crise de ordem sociocultural. Contudo, seus efeitos, ao passo que incidem nos processos de construção de si dos sujeitos, também são de ordem psíquica e comportamental.

A desvalorização do conhecimento escolar e da ação docente e a urgência de saberes úteis ao mercado (LAVAL, 2004) e a produção de novas subjetividades alinhadas à cultura do consumo (SIBILIA, 2012; OLIVEIRA, 2012) tornam complexo o tema da educação escolar na atualidade. Com mudanças cognitivas e psicológicas nos(as) jovens (OLIVEIRA, 2012) e um domínio crescente da cultura do entretenimento, veem-se transformações e resistências necessárias à cultura escolar. Mesmo se fazendo urgente a defesa da escola pública (MASSCHELEIN; SIMONS, 2015), sendo alvo de uma crise não necessariamente gerada por ela, ainda não se sabe ao certo como resistir e promover outras subjetivações, que ajudem os/as estudantes a assumirem seus papéis (OLIVEIRA, 2012).

Tendo destacado alguns pontos importantes na transformação do cenário educativo, tornamos a delimitar o interesse deste estudo circunscrito ao âmbito das pedagogias culturais. Os/as novos(as) agentes *educativos(as)* e as novas formas de interação que surgiram com a internet, as redes sociais e o compartilhamento na rede necessitam de uma análise efetiva sobre como operam e como produzem as juventudes desse tempo. Compreende-se que, para entender o cenário da crise delineada por Oliveira (2012), é preciso, portanto, dar atenção aos aspectos culturais que fogem à escola e que a ela tenta ignorar, como a cultura que os/as jovens carregam consigo, a partir do contato com as tecnologias digitais. Mais do que isso, se argumenta que, na esteira do consumo, da modernidade líquida e da sociedade de controle, novas instituições — imateriais — vêm surgindo para ocupar a subjetivação das crianças e jovens, adequando-as à lógica deste tempo a partir de pedagogias constituídas para cada situação. Em especial, neste

estudo, nos atemos a pedagogias que ensinam sobre consumir e como ser jovem. Por isso, o *YouTube* surge como uma instituição imaterial que, por meio de seus conteúdos (lições, discursos dos(as) *youtubers*, conteúdos educativos ou não) e por meio de sua lógica própria (algoritmos, curtidas, compartilhamento e outros), ocupa um papel muito importante na vida dos(as) jovens do século XXI.

REFERÊNCIAS

ABAD, Miguel. Crítica política das políticas de juventude. *In*: FREITAS, Maria Virgínia; PAPA, Fernanda de Carvalho (Orgs.). **Políticas públicas: juventude em pauta**. São Paulo: Cortez, 2003. p. 07-32.

ALMEIDA, Felipe Quintão; GOMES, Ivan Marcelo; BRACHT, Valter. **Bauman e educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

ALVES, Marco Antônio Sousa. Cidade inteligente e governamentalidade algorítmica: liberdade e controle na era da informação. **Philosophos**, Goiânia, v. 23, n. 2, p. 177-213, jul./dez. 2018. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/philosophos/article/view/52730/32635>. Acesso em: 06 out. 2019.

ANDRADE, Paula Deporte de; COSTA, Marisa Vorraber. Usos e possibilidades do conceito de pedagogias culturais nas pesquisas em estudos culturais em educação. **Textura**, Canoas, v. 17, n. 34, p. 48-63, maio/ago. 2015. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/viewFile/1501/1140>. Acesso em: 05 mar. 2019.

BALESTRIN, Patrícia Abel; SOARES, Rosângela. “Etnografia de tela”: uma aposta metodológica. *In*: MEYER, Dagmar Estermann; PARAÍSO, Marlucy Alves (Orgs.). **Metodologias de pesquisas pós-críticas em educação**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2014. p. 89-111.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução por Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário: e outros temas contemporâneos**. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas ao mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2011. Edição eletrônica.

BAUMAN, Zygmunt. **Sobre educação e juventude: conversas com Riccardo Mazzeo**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BIRMAN, Joel. Tatuando o desamparo: a juventude na atualidade. **Blog da Psicologia da Educação**, [S. l.], 2005. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/psicoeduc/chasqueweb/edu01011/birman-tatuando-o-desamparo.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2021.

CAMOZZATO, Viviane Castro. Pedagogias do Presente. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 39, n. 2, p. 573-593, abr./jun. 2014. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/34268>. Acesso em: 12 jun. 2019.

CANEVACCI, Massimo. **Culturas eXtremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

DAYRELL, Juarez. A escola "faz" as juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 28, n. 100 - Especial, p. 1105-1128, out. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0101-73302007000300022>. Acesso em: 08 out. 2021.

DELEUZE, Gilles. **Conversações, 1972-1990**. Tradução de Peter Pál Pelbart. 7. reimp. São Paulo: Ed. 34, 2008.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramallete. 42. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

KEHL, Maria Rita. A juventude como sintoma de cultura. *In*: NOVAES, Regina; VANNUCHI, Paulo (Orgs.). **Juventude e Sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004, p. 89-114.

LAVAL, Christian. **A escola não é uma empresa: O neo-liberalismo em ataque ao ensino público**. Tradução de Maria Luiza M. de Carvalho e Silva. Londrina: Editora Planta, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **Da leveza: rumo a uma civilização sem peso**. Tradução por Idalina Lopes. Barueri: Manole, 2016.

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. La juventud es más que una palabra. *In*: MARGULIS, Mario (Org.). **La juventud es más que una palabra**. 3. ed. Buenos Aires: Biblos, 2008, p. 13-30.

MARTINEZ, Lucas da Silva. **“Eu não gostava nem odiava porque eu não entendia nada!”: relações com a escola, o aprender e os conhecimentos escolares no Ensino Médio**. 2018. 272 p. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2018.

MARTINEZ, Lucas da Silva. **Lições e pedagogias culturais no YouTube endereçadas aos/às jovens: outras configurações da pedagogia no contemporâneo**. 220 p. 2022. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2022.

MASSCHELEIN, Jan; SIMONS, Maarten. **Em defesa da escola: uma questão pública**. Tradução por Cristina Antunes. 2. ed. 1. reimp. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

OLIVEIRA, Adriano Machado. **Entre consumidores e internautas:** a outra face da crise do Ensino Médio no Brasil. 2012. 277 p. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

OLIVEIRA, Carla. Aprendizado de máquina e modulação do comportamento humano. *In:* SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (Orgs.). **A sociedade de controle:** manipulação e modulação nas redes sociais. 1. ed. São Paulo: Hedra, 2018. p. 71-104.

RIAL, Carmen. Antropologia e mídia: breve panorama das teorias de comunicação. **Antropologia em primeira mão**, Florianópolis, n. 10, p. 01-67, 2004.

ROUVROY, Antoinette; BERNS, Thomas. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação? **Revista Eco Pós**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 36-56, 2015. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/2662. Acesso em: 08 out. 2021.

SERRES, Michel. **Polegarzinha**. Tradução por Jorge Bastos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. 2. ed. rev. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SIBILIA, Paula. **Redes ou paredes:** a escola em tempos de dispersão. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

STEINER, George. **Lições dos mestres**. Tradução de Maria Alice Máximo. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2018.

TELES, Edson. Governamentalidade algorítmica e as subjetivações rarefeitas. **Kriterion**, Belo Horizonte, n. 140, p. 429-448, maio/ago. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/kr/a/PQTcJnpCGrP7PD5TrXKWzZm/?lang=pt>. Acesso em: 08 out. 2021.

VARELA, Julia; ALVAREZ URIA, Fernando. **Arqueología de la escuela**. Madrid: Las ediciones de la Piqueta, 1991.

WALTER, Eduardo Procopiuk; HENNIGEN, Inês. Problematizando a governamentalidade algorítmica a partir do sistema de recomendação da Netflix. **Psicologia & Sociedade**, Recife, v. 33, p. 01-15, 26 abr. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/Nk9dZ4Bchd6dV4sjNm7rjWD/#>. Acesso em: 08 ago. 2021.

WORTMANN, Maria Lúcia Castagna; COSTA, Marisa Vorraber; SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. Sobre a emergência e a expansão dos Estudos Culturais em educação no Brasil. **Educação**, Porto Alegre, v. 38, n. 1, p. 32-48, jan./abr. 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/view/18441/0>. Acesso em: 12 dez. 2018.

ZDRADEK, Ana Carolina Sampaio. **Olha o meu post! Juventudes em tempos líquidos:** um estudo sobre consumo e artefatos culturais das mídias digitais. 2017. 183 p. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2017.