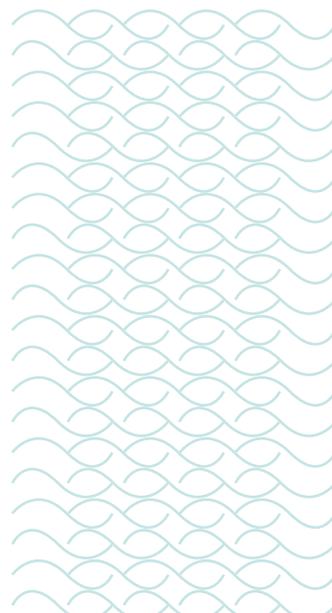
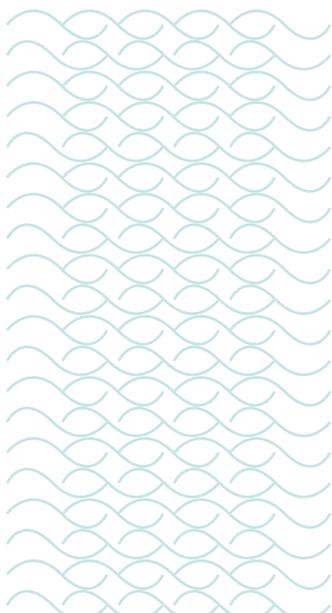




**TESE**





## O que você vai ser antes de crescer? *Youtubers, infância e celebridade*

Autora: Renata Cristina de Oliveira Tomaz

**Lilian Crepaldi**

Faculdade Paulus de Comunicação – FAPCOM  
<lilian.crepaldi@fapcom.edu.br>

Premiada como a melhor tese de doutorado na Compós, o trabalho *O que você vai ser antes de crescer? Youtubers, infância e celebridade* propõe discussões urgentes no âmbito das Ciências da Comunicação, da Sociologia e da Pedagogia. Defendida em 2017 por Renata Cristina de Oliveira Tomaz, na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, a pesquisa extravasa o meio acadêmico e adentra a esfera sociocultural dos brasileiros. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, o trabalho foi orientado pelo professor doutor João Freire Filho e recebeu recursos da Capes e da Faperj.

Além de instigante e criativo, o título já anuncia as potencialidades do estudo. Na epígrafe, Renata Tomaz lembra que sua inspiração foi um diálogo com o filho de 7 anos, que aspirava à fama, apesar da pouca idade.

Tendo como aporte teórico os *Childhood Studies* e autores como Allisson e Adrian James, Manuel Sarmento e William Corsaro, a autora parte do conceito central de que a infância precisa ser entendida não apenas como um tempo de crescer, mas também como um tempo de ser. O campo valoriza a criança como sujeito e “a multiplicidade de experiências definiria a multiplicidade de infâncias” (TOMAZ, 2017, p. 5).

Também lança mão dos estudos da historiografia e utiliza como suporte Gilles Brougère, Pierre Bourdieu e Phillipe Ariès. Este último, no texto *La infancia*, destaca as mudanças no sentimento de infância ao longo dos tempos. Num percurso da Antiguidade à Idade Contemporânea, ele destaca, a partir do século XVII, o surgimento de “uma espécie de forma moderna de mimar, e de outro, também dedicação, mas com severidade: a educação” (ARIÈS, 1986, p. 6).

Dividida em cinco capítulos – Infância e Mídia, Infância e YouTube, Infância e Subjetividades Contemporâneas, Infância e cultura lúdica e Infância e Celebridade – a tese de Renata Tomaz visa compreender como os *youtubers* mirins e seus conteúdos afetam a construção social da infância. A pesquisadora também se norteia pelos seguintes questionamentos: “Que continuidades e rupturas podem ser vistas em relação ao ideal moderno de infância? Que processos de subjetivação estão operando em tais dinâmicas? Que tipo de participação na sociedade se torna possível para as crianças?” (TOMAZ, 2017, p. 4).

O *corpus* foi constituído pelos canais: Bel para meninas (atualmente Fran Nina e Bel para meninas, com 7 milhões de inscritos); Julia Silva (4,4 milhões de inscritos); Juliana Baltar (8,8 milhões de inscritos); e Manoela Antelo (1,6 milhão de inscritos). Além de produtoras de conteúdo, as crianças desses canais são celebridades no cenário nacional.

Os canais foram analisados na tese pela óptica dos usos e práticas, e não pelos efeitos. Para compreender as subjetividades, a pesquisa acompanha as distintas maneiras como as crianças interagem com os vídeos. Mostra que elas se sentem num papel de destaque na sociedade ao verem outras da mesma idade ganhando destaque no mundo virtual e, na maioria dos casos analisados, também no mundo real, sobretudo com presença em eventos e lançamentos de brinquedos e livros com os respectivos nomes das estrelas dos canais. As crianças espectadoras interagem muito além dos comentários dos vídeos: elas passam a ouvir as mesmas músicas, vestir as mesmas roupas, imitar os trejeitos, mimetizar a linguagem, brincar as mesmas brincadeiras, comprar os mesmos jogos. Desta forma, a interação entre público e *youtubers* mirins propicia uma nova maneira de ser e estar no mundo. A pesquisadora ressalta, porém, que “o processo por meio do qual as crianças vão da invisibilidade do ambiente doméstico para a visibilidade do espaço *on-line* é bastante complexo” (TOMAZ, 2017, p. 199).

O surgimento da figura do *youtuber* está atrelado à compra da plataforma YouTube pela Google, em 2006, e a consequente expansão dos negócios. A maior rede digital de divulgação e produção de conteúdo integra a visão do chamado Príncipe Digital, ou seja, “a imagem da sociedade interconectada pelas redes, que ora ganha poder e ora é oprimida [...]” (BITTENCOURT, 2016, P. 331). Em todo o mundo, um bilhão de horas são assistidas por dia no YouTube. Atualmente, o Brasil é o segundo país que mais assiste a vídeos do YouTube, atrás somente dos Estados Unidos.

No trabalho, a pesquisadora entende a função de *youtuber* como um produtor de conteúdo, ou seja, “para além de uma ocupação, passam a constituir um modo de estabelecer-se no mundo” (TOMAZ, 2017, p. 3). Muito mais do que “alguém que surgiu na internet”, os chamados influenciadores digitais merecem, muitas vezes, o *status* de empresários.

No Brasil, jovens *youtubers* habitualmente figuram nas listas de grandes personalidades. O *youtuber* Felipe Neto, por exemplo, atualmente com 31 anos, já superou a marca de 32 milhões de assinantes em seu principal canal. A partir da internet, desenvolveu outras dezenas de negócios, de aplicativos a empresas. Ele e seu irmão, Lucas Neto, de 27 anos, viraram referências para o entretenimento brasileiro e alcançaram o *status* de celebridades. Ciente de sua notoriedade, atualmente Felipe vai além do entretenimento e realiza, inclusive, denúncias contra pedofilia em seu canal. É preciso, constantemente, debater o direito de proteção à infância nos tempos dos algoritmos.

Contudo, é inegável, no entanto, os efeitos nefastos que a exposição dos *youtubers* mirins pode causar. Em 1º de fevereiro de 2018, a BBB News publicou a matéria “O submundo dos vídeos que humilham e expõem crianças no YouTube”, assinada por Letícia Mori. No texto, além das denúncias de vídeos sobre exploração e humilhação de crianças, apurou-se também que até mesmo em canais verificados pela plataforma, havia cenas como pais ali-

mentando os filhos à força ou induzindo choro, pegadinhas violentas ou crianças em roupas íntimas, todos eles com milhões de visualizações. Um dos casos mais polêmicos foi o canal Toy Freaks, que mostrava o cotidiano de um pai e suas duas filhas. Com 8 milhões e meio de assinantes, o canal chegou a mostrar uma filha urinando na outra. Após milhares de reclamações e denúncias, o canal foi retirado do ar pelo YouTube.

Tomaz enfatiza que “o fenômeno dos *youtubers* mirins não pode ser visto apenas como uma cooptação de crianças vulneráveis, narcisistas ou consumistas em um projeto puramente mercadológico” (TOMAZ, 2017, p. 3). É preciso entender que muitos produtores tornam-se modelos de comportamentos e vivências para as crianças.

Desta forma, a tese de Tomaz contribui não somente para o campo da Comunicação Social, mas também para os estudos da infância no que tange às formas de interação com o mundo, sobretudo as mediadas pela tecnologia.

### Referências bibliográficas

ARIÈS, Phillippe. La infancia. **Revista Educación**, v. 281, p. 5-17, 1986.

BITTENCOURT, Maíra. **O príncipe digital**. Curitiba: Appris, 2016.

MORI, Letícia. O submundo dos vídeos que humilham e expõem crianças no YouTube. **BBC News**, 1 fev. 2018. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/bbc/2018/02/01/o-submundo-dos-videos-que-humilham-e-expoem-criancas-no-youtube.htm>. Acesso em: 8 abr. 2019.

TOMAZ, Renata de Oliveira. **O que você vai ser antes de crescer: youtubers, infância e eelebridade**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2017.

YOUTUBE para a imprensa. YouTube em números. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>. Acesso em: 8 abr. 2019.

Data de recebimento: 03/05/2019

Data de aceite: 28/05/2019

Dados das autoras:

**Renata Cristina de Oliveira Tomaz**

<http://lattes.cnpq.br/1369317687067736>

Pós-doutoranda, com Bolsa Capes, no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano, na Universidade Federal Fluminense (UFF), onde atuou como professora substituta do Departamento de Estudos Culturais e Mídia. Realizou doutorado em Comunicação e Cultura, na linha de pesquisa Mídia e Mediações Socioculturais, com Bolsa Faperj Aluno Nota 10, na Universidade Federal do Rio de Janeiro, mesma instituição em que concluiu o mestrado, com Bolsa Capes, e a graduação em Jornalismo. Pesquisadora integrante do Núcleo de Estudos de Mídia, Emoções e Sociabilidade (NEMES), inscrito no CNPq. Editora associada da revista *DESidades*, vinculada ao Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa e Intercâmbio para Infância e Adolescência (Nipiac).

**Lilian Crepaldi**

<http://lattes.cnpq.br/9136565251698620>

Lilian Crepaldi de Oliveira Ayala é doutora em Comunicação, professora de Jornalismo na FAPCOM e na USCS (Universidade Municipal de São Caetano do Sul) e repórter de Cultura na revista *Expressão ABC e Litoral* e no jornal *ABC News*.