



YOUTUBERS MIRINS NA REDE: A PRODUÇÃO CULTURAL ON-LINE DA INFÂNCIA NA CONTEMPORANEIDADE¹

**Bruna Santana de Oliveira² Gilson Pereira dos Santos Júnior³
Everton de Almeida Nunes⁴**

RESUMO

O cenário da contemporaneidade aponta de maneira gradativa a imersão das crianças nas redes, essa presença assídua sinaliza a produção cultural na infância por meios do acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC) e as novas formas de pensar a infância. Em destaque aqui, as crianças produtoras de conteúdos, chamadas de *Youtubers* Mirins. Elas produzem, criam, mostram o cotidiano na escola, dia a dia com família, suas brincadeiras e compartilham com os pares por meio da publicação de vídeos. Por isso mesmo, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar a produção cultural das crianças ocorridas por meio do acesso às plataformas, especificamente, o fenômeno dos *youtubers* mirins e/ou influenciadores digitais mirins, definidos atualmente como produtores de conteúdo.

Palavras-chave: Youtubers mirins; culturas digitais; crianças; protagonismos infantis.

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

² Mestranda no Programa de Pós-graduação em Educação pela Universidade Federal de Sergipe (PPGED/UFS). Graduada em Pedagogia pela UNEB. Especialista em Metodologia de Ensino e Gestão Educacional-Uniasselvi. Membro do grupo de pesquisa ECult- Educação e Culturas Digitais (ECult/UFS/CNPq). Pesquisadora/ Bolsista CAPES. E-mail: brusan10@hotmail.com

³ Doutorando em Educação pela Universidade Federal de Sergipe. Mestre em Ciência da Computação pela Universidade Federal de Campina Grande (2009). Graduado em Ciência da Computação. Professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico do Instituto Federal de Sergipe (IFS). Membro do grupo de pesquisa ECult- Educação e Culturas Digitais (ECult/UFS/CNPq).

⁴ Doutorando em Educação pela Universidade Federal de Sergipe. Mestre em Comunicação/UFS. Bacharel em Comunicação Social/UFS. Membro do Grupo de pesquisa ECult- Educação e Culturas Digitais (ECult/UFS/CNPq).



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos vinte anos, diferentes acontecimentos marcaram as relações sociais da vida humana, sobretudo, a revolução tecnológica, a mesma remodelou não somente as formas de comunicação, os meios de trocas de informação, mais que isso, as mudanças econômicas e socioculturais. Todos esses fatores transformaram a constituição do sujeito enquanto ser social e suas atuações, pois o surgimento dessas mudanças evidencia o advento de uma nova estrutura social, manifestada de várias formas conforme a diversidade de culturas e relações institucionais (CASTELLS, 2000).

No cerne dessa revolução, o que está em jogo aqui não é apenas a função da tecnologia em si, ou melhor, sua função técnica, mas sim, as relações interativas e as transformações propiciadas pelo seu uso. É no âmago dessa produção social de sentidos ocasionados pelo uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) que os fenômenos comunicacionais vislumbram atravessamentos, sejam eles, na comunicação, educação, sociologia, antropologia e filosofia. Nestes atravessamentos dos fenômenos comunicacionais; as relações culturais se mostram no cotidiano dos atores sociais em múltiplas faces de suas identidades, subjetividades e subjetivações (LEMOS, 2003).

É neste cenário de complexidades que as pesquisas que envolvem a relação das crianças com as mídias e as tecnologias móveis digitais continuam sendo um campo pouco explorado, sobretudo, na perspectiva teórico-metodológica do protagonismo infantil da sociedade em rede, uma vez que, é importante tentar compreender o ponto de vista das crianças, como afirma Orofino (2015). Se por um lado há uma lacuna de pesquisa com crianças e suas relações com as mídias digitais, por outro, as crianças estão aprendendo, brincando, socializando e ressignificando processos culturais no contato com as redes de uma forma diferente dos seus predecessores.

Considerar as crianças enquanto atores sociais da cultura digital vislumbra uma desconstrução da visão da criança enquanto receptora passiva. Este último, resquício da herança de uma visão alçada numa perspectiva de pesquisa biológica, na qual a criança é sempre vista como completamente indefesa e sem questionamento sobre aspectos socioculturais os quais estão inseridas. Por isso mesmo, o presente trabalho tem como foco principal analisar a produção cultural das crianças ocorridas por meio das mídias digitais,



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

consequentemente, o acesso às tecnologias móveis digitais, especificamente aqui, o fenômeno dos *youtubers* mirins, definidos atualmente como afirma Tomaz (2017, p. 12) como “criadores e/ou produtores de conteúdo”. Para além dessa produção cultural, o artigo irá trazer alguns apontamentos inevitáveis ao tratar da infância e comunicação como: a tecnologias móveis digitais na infância, produção cultural e novas formas de consumo.

Nesse sentido, o trabalho está baseado em uma abordagem qualitativa de pesquisa utilizando de forma significativa os diferentes estudos de revisão bibliográfica, sobretudo, relacionadas às teorias dos estudos culturais norte-americano, bem como a sociologia da infância e a relação do uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) e a produção de cultural na infância. É importante ressaltar que atualmente as pesquisa que envolvem mídias, tecnologias, comunicação e infância partem de uma compreensão determinista, deixando de lado, muitas vezes as vozes das crianças enquanto atores sociais, além disto, a riqueza do novo cenário sociocultural propiciado pelas mesmas.

Sendo assim, em todo o trabalho levaremos em conta, não somente nesta parte introdutória, mas também em toda a sua estrutura, a afirmação de Martín-Barbero (1997, p. 135) quando afirma que é necessário visualizar por meio de um novo paradigma a cultura, “[...] porque o processo de enculturação, em última instância, só revela seu sentido na experiência dos dominados, na maneira como as classes populares a perceberam e a ela resistiram”, pois as crianças por meios de suas atuações nas plataformas evidenciam processos de resistência e de reconhecimento, como afirma Orofino (2015).

2 As tecnologias móveis digitais na infância

Na contemporaneidade, o acesso às tecnologias móveis digitais ocasionaram profundas transformações nas práticas cotidianas: nos ritmos de troca de informação, bem como os modos dos processos de comunicação e, principalmente, as diferentes formas de interações entre os atores sociais. Assim, quanto mais meios e tecnologias a sociedade dispõe, mais se complexificam os processos de comunicação, consumo e as produções culturais, sobretudo na infância, essa complexidade não está apenas no uso das mídias, facilidade de contato com as tecnologias móveis digitais, mas também estão presentes nas mediações e



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

produção de sentidos produzidos a partir delas (MARTÍN-BARBERO 1997; CASTELLS, 2000).

Sendo assim, para compreender a criança enquanto ator social/protagonista na era das conexões; é necessário desprender-se da visão da criança enquanto agente passivo nas relações socioculturais. Em contraste, as “teorias ditas tradicionais” (CORSARO, 2011, p. 79) que veem a criança apenas como consumidoras da cultura adulta, mais do que isso, definem sua fase como um receptáculo, pautada na passividade, na qual necessita passar por uma espécie de moldagem antes de alcançar a fase adulta. Para tanto, as pesquisas de perspectivas interpretativas são cruciais para a compreensão da contribuição da criança na construção social e na produção ativamente de culturas, como sustenta Corsaro (2011).

Por isso, nossas reflexões surgem dos diferentes contextos que envolvem tecnologias móveis digitais, comunicação e infância na contemporaneidade, com o foco nas crianças que têm acesso às tecnologias de informação e Comunicação (TIC) e, conseqüentemente, sua produção de sentidos nos processos culturais. Essas tecnologias desencadeiam protagonismos e mudanças nos lugares que as crianças ocupam na sociedade, faz surgir ainda, novas formas de aprendizagens, socialização e práticas lúdicas. Tudo isso implica na reconstrução de sentido das práticas cotidianas das crianças, atravessadas por profundas transformações. Aliado a essa discussão, Fantin (2015) enfatiza que essas formas de socialização das crianças na sociedade atual e sua apreensão de mundo; implicam em pensar as crianças da cultura digital, conseqüentemente, suas formas de consumo e interação nas redes.

As tecnologias móveis digitais de “custo cada vez menor e com qualidade cada vez maior, devido a sua acessibilidade [...]” (CASTELLS, 2003, p. 96), torna-se um convite às crianças, visto que cada vez mais estão tendo contato com os dispositivos móveis, tecnológicos comunicacionais, e, têm, conseqüentemente, de maneira facilitada, o acesso à rede. Articulado a isso, Tapscott (2010) aponta as novas possibilidades de criar conteúdos por meio da criatividade, inventividade e produtividade propiciadas pela imersão nas redes, em função disso, as crianças estão desenvolvendo novas habilidades sociais e culturais.

Um entendimento ampliado do que sejam tecnologias e/ou dispositivo móveis – *tablet, smartphone, celulares, notebooks, netbooks, palmtops personal computer (pc)* – permite entendê-los como ferramentas culturais que emergem de um sistema multimídia conotado pela personalização, mobilidade, convergência e ubiquidade. Nas práticas culturais de uso e das possibilidades que tais dispositivos de



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

aprendizagem oferecem. Entre os usos e as práticas cotidianas de crianças, é possível uma integração de saberes, que atravessam contextos formais e informais, sempre necessitando de mediações (FANTIN, 2018, p. 70).

Diversos estudos sobre crianças e as tecnologias mapeiam o papel significativo das experiências ocorridas no acesso às redes, uma vez que, o número de crianças tendo contato com as tecnologias móveis digitais vem aumentando gradativamente e está ocorrendo cada vez mais cedo. No Brasil as últimas pesquisas estatísticas foram realizadas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação ⁵(Cetic.br) e tem desenvolvido pesquisas anuais com objetivo de mapear e gerar indicadores sobre o acesso à internet de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos. Esse mapeamento feito pelo TIC *Kids Online* Brasil visa principalmente entender a percepção das crianças e dos jovens sobre o uso das tecnologias. Além disso, como ocorre a mediação dos responsáveis, assim como atividades realizadas nas redes, perfil de uso da internet e habilidades para o uso seguro, traça ainda, o perfil dos pais dos sujeitos pesquisados. (CETIC, 2017).

Na última pesquisa do TIC *Kids Online* Brasil, aponta que cerca de oito em cada dez crianças e adolescentes, com idades entre 9 e 17 anos (contexto pesquisado), utilizavam internet, correspondendo a 24,3 milhões de usuários no país. Entre eles 91% acessaram a rede pelo celular (Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017, p. 97). Nesse sentido, percebe-se o alcance com tecnologias móveis digitais por intermédio das pesquisas apresentadas. Assim, embora haja uma desigualdade de acesso, uma pesquisa feita pelo TIC Domicílios do mesmo ano, mostra 92% dos domicílios pesquisados têm celulares, além disso, em relação aos *tablets* a pesquisa mostra que 47% dos domicílios possuem *tablets*.

É por meio deste cenário de indicadores e das situações cotidianas que ocorre a confirmação do número crescente de crianças tendo acesso aos dispositivos móveis, seja ele dos próprios pais ou até mesmo para uso pessoal concedido por eles. Sendo assim, TIC *Kids Online* Brasil revela ainda que as práticas de crianças e adolescentes na rede predominam em atividades relacionadas aos estudos, a buscar informações e a comunicação com os pares.

⁵ Com a missão de monitorar a adoção das tecnologias de informação e comunicação (TIC)- em particular, o acesso e uso de computador, Internet e dispositivos móveis – foi criado em 2005 o Centro Regional de Estudos para o desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Disponível em: <http://cetic.br/pesquisa/kids-online/> Acesso em: 15 jun. 2019.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

Articulado a isso, a pesquisa na internet serve para fazer, sobretudo, trabalhos escolares, segundo relatos do público pesquisado. A afirmação é de 81% dos usuários entre 09 e 17 anos. Não deixando de destacar aqui, a pesquisa por curiosidade própria 68% e consumo de leitura e notícias online 47% (TIC Domicílios, 2017; TIC Kids Online Brasil, 2017).

Esse acesso às tecnologias móveis digitais proporciona as crianças manipular, interagir e brincar com elas. Com isso, torna-se latente reconhecer o papel significativo das tecnologias móveis digitais nas experiências socioculturais das crianças, pois suas experiências estão fortemente mediadas pela imersão nas redes, as quais evidenciam que “[...] a cultura não é algo separado dos materiais de existência” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 107). Assim, embora tenhamos por um lado pesquisas as quais classificam as crianças como receptor passivo, por outro, temos pesquisas surgindo com um árduo trabalho com diferente postura epistemológica, conseqüentemente, de mudança teórica e metodológica para compreender como as crianças estão produzindo culturas e contribuindo para as demais, tudo isso por meio de suas práticas e sociabilidades propiciadas do acesso às tecnologias móveis digitais. Revelando o contrário de uma inércia da infância na contemporaneidade.

3 A Infância na Cultura Digital: uma breve contextualização

O uso das tecnologias comunicacionais está constituindo novas formas de produção e propagação de cultura. É nesse sentido que diferentes autores se debruçam para definir o conceito de cultura digital, a exemplo: Santaella (2003), Lemos (2003), Costa (2003), dentre outros autores. Todos eles, de uma maneira geral, fundamentam o conceito de cultura digital inspirados no antropólogo Clifford Geertz (2008), especialmente para interpretar as culturas como um conjunto de significados, sobretudo, como as mesmas se constituem nas redes. Por isso mesmo, Silveira (2009) argumenta a cultura digital como um conceito complexo, sobretudo, emergente, no qual o mesmo representa ainda, a mudança de toda uma era, propiciando uma grande produção simbólica, hoje, mais do que nunca, fazendo-se presente no digital. O autor define de maneira geral a cultura digital é como uma cultura integrada à tecnologia.

Nesse sentido, de maneira crescentemente e, concomitantemente, acentuada, estamos todos com as vivências cotidianas cada vez mais integradas aos contextos digitais,



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

transformando assim, a nossa constituição enquanto sujeitos, formação de identidades, além disso, nossa forma de ser e estar no mundo. Tudo isso não inclui apenas os adultos, mas também a criança, que ao adentrar nesse universo de vastos repertórios comunicacionais e informacionais propiciados por meio dos agenciamentos sociotécnicos; atuam nas redes e remodelam os modos de brincar, aprender, fazer, criar, socializar, consumir, além disso, o próprio conceito de infância na contemporaneidade enquanto categoria social que se faz gradativamente presente nas redes (SAMPAIO, 2019).

Assim, é oportuno destacar aqui que a presente discussão visa mostrar a produção cultural infantil em decorrência do acesso às mídias digitais, alicerçado nos diferentes estudos que estão surgindo, com a intenção de entender as vozes das crianças e como ocorrem suas atuações nos meios de comunicação, embora ainda seja um campo pouco explorado, como destaca Orofino (2015). Nesse sentido, citamos Canclini (1997) ao abordar o novo cenário sociocultural, o entrecruzamento das culturas e o repensar as formas de consumo, para tal, o autor citado destaca que os atores sociais podem falar por si. Assim, trazemos para os estudos da infância e afirmamos que em vez de por meio de um olhar autocêntrico falar pelas e/ou sobre as crianças, salientamos o deixar as crianças falarem por si mesmas.

Por isso, Buckingham (2012) em contraposição às pesquisas que não levam em conta as vozes das crianças e com várias pesquisas de cunho etnográfico com base nos estudos culturais, destaca em suas pesquisas como é o crescer na era das mídias eletrônicas. Salienta ainda, como não sendo possível segregar a criança desta realidade, pois as crianças estão presentes nas redes, conseqüentemente, ressignificando comportamentos, atitudes, construindo e redefinindo seu lugar nos meios comunicacionais.

Em contraste, há uma severa polarização sobre o consumo e publicidade direcionada às crianças. Por um lado temos o mercado, cada vez mais articulado na tomada de decisão de produção e consumo na infância, principalmente por meio de acesso às plataformas digitais, a exemplo, a estratégia das grandes corporações capturando informação de acesso das crianças em sites para obtenção de dados direcionados ao mercado, em busca de lucratividade, agora mais do que nunca, também presentes nos aplicativos direcionados às crianças. Por outro, temos a impossibilidade de dissociar a produção cultural das formas de consumo das crianças, pois segundo Canclini (1997) a forma de consumo propiciado pelos meios comunicacionais e



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

informacionais são cenários que configuram as formas de atuação dos atores sociais na produção e disseminação de cultura, bem como a construção da identidade.

Orofino (2015) enfatiza que esse maniqueísmo existente sobre as crianças e suas atuações nas mídias digitais devem considerar as formas de resistências das mesmas frente aos discursos midiáticos. Para tanto, primeiramente é necessário destacar a amplitude do conceito de cultura, sobretudo, por meio da lente dos estudos culturais; segundo compreender as complexidades das atuações dos atores sociais imbricadas as formas de consumo na cultura digital. Além disso, os estudos culturais têm como foco as formas de resistência diante das relações de poder engendradas nos discursos midiáticos, mais do que isso, os sentimentos e significados simbólicos produzidos nas relações sociais ocorridas nos diversos âmbitos da sociedade.

Assim, estudar infância e meios de comunicação significa situar-se em entre fogo um cruzado, por um lado, os interesses vorazes do mercado que veem a criança como um novo nicho consumidor e mobilizador de vendas e, por outro lado, tanto o moralismo de direita (com seus medos relacionados à sexualização precoce e aos estímulos à violência) quanto a crítica ortodoxa que não consegue transcender o determinismo econômico em favor de uma compreensão cultural mais revolucionária e transformadora (OROFINO, 2015, p. 371)

É neste fogo cruzado, como cita a autora, que Buckingham (2007) afirma que há uma dimensão evidentemente oposta. De um lado temos a criança vítima e inocente e do outro a criança como ator social competente diante dos meios de comunicação. A primeira revela um sentimentalismo protetivo dos pais e de alguns setores da sociedade, sentimento arraigado do processo histórico de luta referente aos direitos da criança; a segunda surge em meio às transgressões metodológicas e epistemológicas de pesquisa de cunho etnográfico na contemporaneidade, sobretudo, dos atravessamentos interdisciplinares. Uma vez que, as pesquisas tinham o ponto de vista dos adultos sobre as interações das crianças, já os estudos culturais e as pesquisas de inspiração etnográfica buscam dar vozes às crianças sobre suas próprias produções simbólicas.

Portanto, como afirma Fantin (2015), reconhecer a atuação das crianças na produção cultural, principalmente na cultura digital, não significa que não haja abuso de poder nos processos midiáticos em relação à publicidade e propaganda infantil, bem como discursos ideológicos e as estratégias de padronização de comportamento. Tais fatores inevitavelmente implicam em discussões mais complexas envolvendo marco legal, epistemológico,



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

psicológico e político. E por meio deles garantir a qualidade educativa de acesso criativo aos bens e aos meios de consumo, pois as crianças já estão atuando nos diferentes espaços propiciados pelo acesso às tecnologias móveis digitais.

4 O Protagonismo *youtubers* mirins nas Redes: repensando a criança consumidora

No contexto atual, as crianças estão inseridas nas mais diversas formas de consumo, sabem os lançamentos dos brinquedos, bem como os filmes lançados no cinema, conhecem bem os vestuários com personagens preferidos, assim como os diversos produtos presentes de forma marcante na publicidade e comunicação mercadológica. Além disso, essa forma de publicidade se adapta de forma veloz aos ambientes digitais, sobretudo, direcionado às crianças, pois atualmente os dispositivos móveis digitais estão presentes no cotidiano das mesmas e por meios deles acessam variados aplicativos e as mais diversificadas funções propiciadas pelos mesmos.

Essa nova dinâmica de produção cultural imbricada às formas de consumo nos remete a pensar os limites da publicidade infantil direcionada às crianças, presentes nos mais diversos tipos de aplicativos: jogos, vídeos, entretenimento, dentre outros. Articulado a isso, Sampaio (2019) afirma que as crianças com acesso às redes têm se tornado potenciais consumidores, apesar do grande índice de desigualdade que impede o acesso democrático. A autora destaca ainda, sobre os produtos destinados às crianças de classe econômica favorecida, uma vez que, as mesmas têm maior chance de adquirir o produto, pois ao mesmo tempo em que aumenta a produção simbólica do acesso aos meios de comunicação, existe também o lado perverso de um acesso desigual.

De contrapartida, alguns indicadores do Brasil mostram a tendência de um acesso mais democrático, até mesmo pelas crianças, a exemplo o indicador Cetic, mencionado anteriormente. Por isso, Castells (2003) afirma que a comunicação em rede está adentrando gradualmente no cotidiano de todos e isso decorre devido ao valor cada vez menor das tecnologias de comunicação e informação, e pode acarretar inclusive numa participação mais cidadã. Nesse sentido, o público infantil está paulatinamente adentrando e atuando em diversas redes sociais, a exemplo: *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e até mesmo o *Youtube*.

É com foco neste último que iremos abordar o que enfatiza Canclini (1997) da necessidade de examinar o que tem de cultura nos processos de comunicação, consumo,



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

mercado e até mesmo nos avanços da globalização. Com isso, enfatizamos que é necessário examinar o que há de produção cultural das crianças com acesso às mídias digitais, delimitando aqui, a produção cultural dos chamados *youtubers*⁶ mirins.

Por meio da câmera dos *smarthphones* e/ou *tablets*, dentre outros aparelhos móveis, as crianças tiram fotos, gravam, jogam, acessam diferentes sites, exploram as mais diversas funções. Por meio dessa facilidade, hoje, mais do que nunca, as crianças sentem a necessidade de disponibilizar os resultados dessas atuações com seus pares, ou seja, as demais crianças. E por isso os conteúdos produzidos são disponibilizados nas redes. Tomaz (2017) afirma que o conteúdo disponibilizado é bem diversificado, vai desde o registro de uma viagem, a resenha de brinquedos (um dos mais acessados), competições, interação com a família, dia a dia na escola, indicação de desenhos, tutoriais de competições, curiosidades, desafios, a rotina nos estudos, bem como na escola e até mesmo história dos personagens preferidos.

Para tanto, o canal requer inscritos para que haja visibilidade, assim como, certo número de visualizações, “likes”, comentários e compartilhamentos. Toda essa dinâmica dos *youtubers* mirins é definida por Tomaz (2017) com um fenômeno da contemporaneidade. O mesmo proporciona atuação e visibilidade das crianças, certa autonomia, evidente nos processos de sociabilidade e interação, os mesmos necessita, sobretudo, ser mediado pelos pais e/ou responsáveis, pois as crianças sentem-se encorajadas a tomar suas próprias decisões a respeito de disponibilizar o que gostam, de comprar e assistir (BUCKINGHAM, 2007).

Por isso, Tomaz (2017) viabiliza três bases que sustentam o fenômeno *youtubers* mirins. O primeiro se refere o alastramento das crianças nas redes sociais, alimentando uma presença nos espaços virtuais. O segundo diz respeito ao acesso facilitado às mídias móveis digitais, essas tecnologias auxiliam na forma da criança se constituir sobre ser e estar no mundo. E, por fim, a terceira revela, de maneira latente, a importância dessas produções na constituição das subjetividades e experiências de vida das crianças através da produção de vídeos, fazendo chegar aos demais pares. Todos esses fatores são essenciais para compreender os *youtubers* mirins, entretanto o último será abordado de forma mais acentuada.

⁶ “Os criadores de conteúdo (como são chamados pelo site do YouTube aqueles que mantêm canais ativos na plataforma) – o que nos leva ao entendimento de que o termo *youtuber* qualifica um usuário produtor de conteúdo *on-line* específico, distinto dos demais” (TOMAZ, 2017, p.01-02).



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

Neste universo, as crianças ganham cada dia mais espaço e audiência em suas produções. Em sua pesquisa em contexto prático de experiência com as crianças tendo como alicerce a pesquisa de inspiração etnográfica, Sampaio (2019) destaca em sua tese sobre as crianças que acompanham fielmente certos canais dos *youtubers* mirins, pois as crianças compartilham momentos de suas experiências, mais do que isso, as crianças telespectadoras desenvolvem uma cultura lúdica própria da infância no contato com as culturas digitais. Traz ainda em discussão, como as crianças, participantes da sua pesquisa, criavam histórias inspiradas no que assistiam nos canais, como aprendiam conteúdos específicos, diversas brincadeiras e compartilhavam vivências com os demais. Tudo isso destacando a produção cultural infantil contemporânea.

Tomaz (2017) enfatiza que essas interações específicas são desenvolvidas pelas crianças. De um lado as crianças que atuam nos canais, compartilhando experiências do cotidiano, do outro, as crianças que assistem e ressignificam processos construtivos e significativos também do dia a dia. Essas interações dinâmicas desenvolvidas podem ser interpretadas como forma de resistência das crianças sobre discursos midiáticos, como afirma Orofino (2015). Esse novo entorno da cultura digital na infância, não se resume às formas de consumo e publicidade, mas abarca as formas de desenvolver aprendizagens, contato com a informação e a ampliação das modalidades comunicativas, possibilita ainda desenvolver competências cidadãs e éticas.

Com isso, Fantin (2015) enfatiza sobre a importância desse empoderamento das crianças no acesso às redes, e que as competências desenvolvidas não devem ser desconsideradas e muito menos impedidas por meio de decisões radicais. No entanto, embora haja esse empoderamento, também se torna cada vez mais presente, principalmente no Brasil, a propaganda de empresas de brinquedos e demais corporações, por meios das crianças atuantes das redes. Por isso, o olhar para o consumo exige uma mediação responsável, mormente, dos pais, pois o acesso às tecnologias móveis digitais pode estimular o consumismo.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

No Brasil o site “Estudo Kids”⁷ divulgou um levantamento feito pela Revista Crescer realizada com mais de 2000 mil crianças em 2018 com idade de 0 a 8 anos sobre o aumento do público infantil atuando nas redes e seu contato com as mídias digitais. A matéria anuncia que 47% das crianças possuem um influenciador digital e/ou canal. O veículo traz ainda, um levantamento e a classificação dos maiores *Youtubers* Mirins e os critérios de seleção foram: canais que têm maiores números de inscritos e o número de alcance de maior audiência infantil.

A classificação dos dez maiores produtores de conteúdos mirins se estabeleceu dessa forma: **1º Planeta das gêmeas:** o canal conta o dia a dia das gêmeas irmãs Nicole e Melissa; **2º Bela Bagunça:** Nesse canal a Isadora Castro expõe suas brincadeiras e diversão; **3º Juliana Baltar:** sempre convida amigos para fazer novelinhas e mostrar sua diversão; **4º Bel para Meninas:** Bel com a participação da mãe mostram brincadeiras em família, teatrinhos e novelinhas; **5º Isaac do Vine:** Isaac posta vídeos de historinhas, **6º Clubinho da Laura:** por meio do canal, a Laurinha transmite a diversão e aprendizagens ao lado da família; **7º Maísa Silva:** no canal divulga seus trabalhos e entrevistas; **8º Maria Clara & JP:** por meio do celular e do computador os irmãos contam histórias, desafios e divulgam brincadeiras; **9º Julia Silva:** Julia faz vídeos sobre viagens, brincadeiras etc; **10º Crescendo com Luluca:** apresenta novelinhas e brincadeiras.

Mediante as informações acima é possível perceber como esse espaço está sendo ocupado pelas crianças e a descrição dos canais evidencia a participação ativa na produção cultural infantil e como todo esse conteúdo é disponibilizado para as demais crianças nas redes. Um mapeamento feito por Côrrea (2016, p. 50) para a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM Media Lab) revela que no Brasil em 2016 a categoria *youtuber* mirim teve um crescimento de 1,5 bilhão para 8 (oito) bilhões de visualizações em um ano, ou seja, houve aumento nas produções de conteúdos e suas diversificação, conseqüentemente, o público. Para além das visualizações, inscrições nos canais, comentários, *likes* e *deslikes* também são levados em consideração no mapeamento.

⁷ Disponível em: <https://www.estudokids.com.br/melhores-youtubers-infantis/>. Acesso em: 07 de julho de 2019.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

Nesse intuito, Tomaz (2017) traz duas óticas cruciais para um olhar na produção da cultura contemporânea infantil. A primeira é de como as crianças estão protagonizando esses espaços e o quanto é importante o reconhecimento de voz, já que esse ato de reconhecer faz parte da resistência de todo um processo sociohistórico do qual a criança lentamente começou a fazer parte. Segundo, a análise dos espaços de atuação dessas crianças, espaços estes de manifestação de presença na vida social. Terceiro, os imbricamentos das manifestações culturais, além disso, como as relações de poder se adaptam e se refazem nas produções culturais da contemporaneidade numa intenção de lucratividade extremamente perigosas para a infância.

Portanto, Fantin (2018) afirma que três aspectos são fulcrais para atuação/presença das crianças nas redes: a mediações das instituições educativas e dos pais, os tipos de conteúdos expostos, ou melhor, os conteúdos devem ser bem selecionados e também o tempo de exposição regrado. Tudo isso conjuntamente com elaboração de restrições legislativas, que visem a proteção da criança, não impedindo-as de atuar nas redes, mas criando mecanismos de defesa que, sobretudo, levem em conta a voz da criança, uma vez que ela atua, ressignifica, reconstrói, aprende, brinca, compartilha e socializa suas produções nas redes.

Considerações Finais

Com base no presente trabalho é possível perceber a importância de reconhecer o papel da criança na contemporaneidade, sobretudo, suas atuações na cultura digital. Toda essa perspectiva de pesquisa é estruturada de uma postura epistemológica e metodológica com base nos estudos culturais, pois a mesma permite analisar a produção cultural das crianças do ponto de vista das mesmas. Com isso, o presente trabalho destaca como as crianças estão fazendo parte das produções de conteúdos nas redes, ganhando espaço, ressignificando processos, compartilhando brincadeiras, bem como suas aprendizagens e experiências do cotidiano. Em destaque, *youtubers* mirins, pois essas crianças desde a primeira infância já estão atuando gradativamente nas redes, engendrando uma miríade produções simbólicas, estruturando novas formas de pensar a infância.

Entretanto, por mais que a discussão não adentre as relações de poder arraigadas numa visão mercadológica de lucro na infância. É crucial perceber como as brincadeiras expostas



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

nos vídeos produzidos estão, muitas vezes, sendo patrocinados por grandes empresas corporativas. Além disso, a captura de informações pessoais das crianças e como os anúncios geram receitas para grandes empresas de publicidade. Por outro lado, as crianças apresentam seus brinquedos por meio das brincadeiras transmitidas nos canais, dificultando muitas vezes saber a diferença entre uma propaganda de brinquedo e uma brincadeira sem intencionalidades lucrativas. Tudo isso, revela o fogo cruzado que a produção cultural infantil na contemporaneidade está inserida.

Portanto, não é mais possível segregar a criança dos processos comunicacionais, pois as tecnologias digitais móveis estão presentes de forma marcante nas vivências cotidianas. Ficando a critério de uma maior fiscalização da atuação das empresas de mídias, medidas legislativas do Estado que leve em conta a importância da atuação das crianças nas redes, entretanto, com limites. Além disso, a mediação positiva dos pais, bem como das instituições de educação formal e não formal para o uso saudável e educativo na infância das tecnologias digitais de informação e comunicação (TIC).

Referências

BARBERO, J. M. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997,

BEZERRA, Katharyne. **10 Melhores Youtubers Infantis Brasileiros**. Disponível em: <https://www.estudokids.com.br/melhores-youtubers-infantis/>. Acesso em: 07 de julho de 2019.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na Era das Mídias Eletrônicas**. Edições Loyola, São Paulo, 2007.

BUCKINGHAM, David. **As Crianças e a Mídia: uma abordagem sob a ótica dos Estudos Culturais** In: Matrizes. São Paulo: Ano 5 N.2 p.93-121 Jan./Jun. 2012. Acesso em: 03 jun. 2019.

BUCKINGHAM, David. Repensando a criança-consumidora: novas práticas, novos paradigmas In: **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo: ano 9 vol. 9 n.25 p.43-72 Ago. 2012. Acesso em: 03 jun. 2019.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CGI, COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Pesquisa sobre o uso das **Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios** 2016. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2017. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_2016_LivroEletronico. Acesso em: 12 jun. 2019.

CGI, COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **TIC Kids online Brasil**: Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil - 2016. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017. Disponível em: http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_KIDS_ONLINE_2016_LivroEletronico.pdf. Acesso em: 12 jun. 2019.

CORRÊA, Luciana. **Geração YouTube**: um mapeamento sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos. Brasil – 2005-2015. São Paulo: ESPM, 2016. Disponível em: http://pesquisasmedialab.espm.br/wp-content/uploads/2016/10/Media-Lab_Luciana_Correa_2016.pdf. Acesso em: 20 jun. 2019.

CORSARO, Willian. **Sociologia da Infância**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

COSTA, Rogério da. **A Cultura Digital**. 2ed- São Paulo: Publifolha, 2003.

FANTIN, Monica. **Crianças, Dispositivos Móveis e Aprendizagens Formais**. Revista ETD- Educação Temática Digital. Campinas, SP v.20 n.1 p. 66-80 Jan. /abr. 2018. Acesso em: 03 jun. 2019.

FANTIN, Monica. **Criança, Consumo e Publicidade: Linguagens, Percepções e Re-Interpretações**. In: XXXVIII Congresso Brasileiro De Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro-RJ, 2015, anais, Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2015. p.1-16.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 13a ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LEMONS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2003.

OROFINO, Maria Isabel. **O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo**. Revista Latino americana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, pp. 369-381, 2015. Acesso em: 17 de jun. de 2019.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer?** *Youtubers, Infância e Celebridade*. 2017. 232 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em:
http://www.pos.eco.ufrj.br/site/download.php?arquivo=upload/tese_rtomaz_2017.pdf. Acesso em: 30 jun. 2019.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura e Artes do Pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo; Paulus, 2003.

SAMPAIO-S, Joseilda. **Brincar em tempos de tecnologias digitais móveis**. 2019. 471 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Economia da cultura digital. *In:* SAVAZONI, Rodrigo; CONH, Sergio (org.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009, p. 66–77.



Redes Educativas e os desafios atuais da Cibercultura

21 a 22 de novembro de 2019 - Aracaju - SE