



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**

**FACULDADE DE EDUCAÇÃO**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO:  
CONHECIMENTO E INCLUSÃO SOCIAL**

**HELOISA LOPES SILVA DE ANDRADE**

**“TORNAR VISÍVEL O QUE É VISÍVEL” – YOUTUBER MIRIM E  
SUBJETIVIDADES INFANTIS:  
UMA ANÁLISE DO CANAL JULIA SILVA.**

Belo Horizonte  
2021

**HELOISA LOPES SILVA DE ANDRADE**

**“TORNAR VISÍVEL O QUE É VISÍVEL”  
– YOUTUBER MIRIM E SUBJETIVIDADES INFANTIS:  
UMA ANÁLISE DO CANAL JULIA SILVA.**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Conhecimento e Inclusão Social em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor(a) em Educação.

Orientadora: Maria Carolina Silva Caldeira

A553t Andrade, Heloisa Lopes Silva de, 1957-

—

“Tornar visível o que é visível” -- youtuber mirim e subjetividades infantis [manuscrito] : uma análise do canal Julia Silva / Heloisa Lopes Silva de Andrade. - Belo Horizonte, 2021.

167 f. : enc, il., color.

Tese -- (Doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Educação.

1. Silva, Julia -- Teses. 2. Educação -- Teses. 3. Celebidades da Internet -- Teses. 4. Youtube (Recurso eletrônico) -- Teses. 5. Internet e crianças -- Teses. 6. Subjetividade -- Teses. 7. Cibercultura -- Teses.

8. Infância -- Teses. 9. Crianças -- Teses. 10. Crianças na arte -- Teses.

I. Título. II. Caldeira, Maria Carolina da Silva, 1983-.

III. Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Educação.

**Catálogo da fonte: Biblioteca da FaE/UFMG (Setor de referência)**

Bibliotecário: Ivanir Fernandes Leandro CRB: MG-002576/O



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO  
Programa de Pós-Graduação em EDUCAÇÃO - CONHECIMENTO E INCLUSÃO SOCIAL  
**FOLHA DE APROVAÇÃO**

**HELOISA LOPES SILVA DE ANDRADE**

**"TORNAR VISIVEL O QUE É VISIVEL" YOUTUBER MIRIM E PRODUÇÃO DE  
SUBJETIVIDADES INFANTIS: UMA ANÁLISE DO CANAL DO CANAL JULIA SILVA**

Tese submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em EDUCAÇÃO - CONHECIMENTO E INCLUSÃO SOCIAL, como requisito para obtenção do grau de Doutor em EDUCAÇÃO - CONHECIMENTO E INCLUSÃO SOCIAL.

Aprovada em 21 de outubro de 2021, pela banca constituída pelos membros:

Maria Carolina da Silva Caldeira - UFMG  
Marlucy Alves Paraíso - UFMG  
Silvania Sousa do Nascimento - UFMG  
Sandra Kretli da Silva - UFES  
Eduardo Santos Junqueira Rodrigues - UFC

Belo Horizonte, 21 de fevereiro de 2022.

Professora Dra. Rosimar de Fátima Oliveira  
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Educação:  
Conhecimento e Inclusão Social - FAE/UFMG



Documento assinado eletronicamente por **Rosimar de Fatima Oliveira, Coordenador(a) de curso de pós-graduação**, em 22/02/2022, às 10:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufmg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1267379** e o código CRC **E4AC9BB1**.

## AGRADECIMENTOS

A Deus.

A Nair Lopes, minha mãe (*in memoriam*).

À minha família, por todo carinho, apoio e incentivo, em todo o tempo.

A Gabriela, minha filha, o melhor presente que eu poderia ter.

A Lazaro Nonato, meu esposo, que foi o grande apoio nessa jornada toda. Agradeço por compreender e respeitar minhas escolhas.

A minhas irmãs e meus irmãos.

A Maria Carolina da Silva Caldeira, minha orientadora, a quem admiro e respeito profundamente, por me acolher com muita presteza e carinho e por sua orientação preciosa, caminhou comigo nessa jornada sempre com um olhar refinado sobre o processo da investigação, sugerindo visões que enriqueceram não apenas a escrita desta tese, mas também o pensar e o viver.

A Shirlei Sales, professora que me acolheu no processo de Seleção no Programa de Pós-Graduação Conhecimento e Inclusão Social em Educação, especificamente na linha de Currículos, Culturas e Diferenças.

A Ana Maria de Oliveira Galvão, professora do Programa de Pós-Graduação Conhecimento e Inclusão Social em Educação, que me ajudou a compreender os fundamentos da pesquisa e a elaboração do projeto, por meio do componente curricular Metodologia da Pesquisa.

A Carlos D'Andreia, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, que me auxiliou a compreender os estudos de plataformas, por meio do componente curricular Estudos em Textualidades Midiáticas I.

A Marco Antônio Souza Alves, professor do Programa de Pós-Graduação em Direito, que me ajudou na discussão sobre filosofia, internet e subjetividade, por meio do componente curricular Tópicos Especiais em Filosofia Contemporânea: Internet, subjetividade, oferecido pelo Programa de Pós-Graduação em Filosofia, além de me facultar a participação em alguns encontros do seu grupo de pesquisa Sociedade da Informação e Governo Algoritmo – SIGA.

À Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), mais especificamente ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Conhecimento e Inclusão Social.

Para conhecer as coisas,  
Há que lhes dar a volta toda.  
(José Saramago).

## RESUMO

A presente tese busca analisar como se dá o processo de constituição do modo de vida *youtuber* mirim, a partir da produção do canal Julia Silva no *YouTube*, e como a plataforma produz subjetividades infantis na contemporaneidade. As infâncias são múltiplas e inventadas como “produtos sociais e históricos”. A criança desta tese é um “ser do presente” e não “ensaio do futuro”. Dessa forma, entende-se que a sua ação é um desdobramento não só de produção de conteúdo para o canal, mas instauradora de modos de viver e conviver com os inscritos no canal. A perspectiva teórico-analítica que orientou os percursos deste trabalho foi focada nos estudos de Michel Foucault, sobretudo no que se refere ao conceito de produção de subjetividades, e no conceito de instauração dos modos de existência, formulado por Étienne Souriau. O caminho metodológico trilhado pode ser dividido em três segmentos: construir uma abordagem qualitativa situada em ambiência “plataformizada” constituiu um exercício de torção; problematizar a noção de plataforma como *cibercampo* inspirada em Néstor García Canclini, ressignificando o ir a campo quando este é uma plataforma empresarial e, portanto, requer entendimento da sua especificidade normativa; e entender como o governo algorítmico atravessa a produção do sujeito. Diante disso, a pesquisa permitiu chegar ao entendimento de que o modo de vida *youtuber* mirim constitui uma experiência do presente, especificamente da segunda década do século XXI e promove estratégias próprias, que engendram “técnicas de si” para continuar a demandar outros modos de viver. É possível dizer que habitar e fabular maneiras de viver e produzir na plataforma do *YouTube* é um processo em curso e parece instaurar uma forma de instigar outras crianças a quererem experimentar e atuar como *youtuber* na produção de outras formas de subjetividades infantis.

**Palavras chave:** plataforma, *youtuber* mirim; subjetividades; modo de existência; Julia Silva.

## ABSTRACT

This thesis seeks to analyze how the process of the constitution of the Youtuber-child way of life takes place, based on the production of the Julia Silva channel on YouTube, and how she works in the production of children's subjectivities in contemporary times. Childhoods are multiple and invented as “social and historical products”. The child in this thesis is a “being of the present”, and not an “essay of the future”. In this way, it is understood that its action is an unfolding not only of content production for the channel but also establishing ways of living and living with the channel subscribers. The theoretical-analytical perspective that guided the paths of this work were: Michel Foucault about the production of subjectivities and the establishment of modes of existence found by Étienne Souriau. The methodological path followed can be divided into three segments: building a qualitative research situated in a “platformed” environment constituted an exercise in twisting; problematize the notion of platform as a “cyber” field inspired by Nestor Garcia Canclini, redefining what it means to go into the field when the field is a business platform and, therefore, requires an understanding of its normative specificity; and understand how algorithmic government crosses the production of a person. Therefore, research allowed us to reach the understanding that the Youtuber-child way of life constitutes an experience of the present, specifically from the second decade of the 21st century, and promoted its strategies, which engender “self techniques” to continue to demand other ways of living. It is possible to say that living and fabulate ways of living and producing on the YouTube platform is an ongoing process – and it seems to establish a way of instigating other forms of children's subjectivities.

**Keywords:** young Youtuber; subjectivities; mode of existence; Julia Silva; platform.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Composição do <i>corpus</i> da pesquisa para o Canal Julia Silva .....	65
Quadro 2 – Resumo da fase temática .....	66
Quadro 3 – Classificação de influenciador digital na perspectiva do <i>marketing</i> .....	110
Quadro 4 – Diretrizes da Organização Mundial da Saúde para a criança em contexto digital .....	126
Figura 1 ( <i>Thumbnail</i> ) – Reagindo a vídeo antigo (e privado) .....	115
Figura 2 – Julia sentada na cama ao lado do <i>notbook</i> .....	129

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 UM MODO TEÓRICO-METODOLÓGICO DA PESQUISA.....	25
2.1 PERSPECTIVA TEÓRICA PARA COMPOR A CENA ANALÍTICA DA PESQUISA	27
2.1.1. As subjetividades da youtuber mirim .....	27
2.1.2 Os modos de existência da youtuber mirim .....	35
2.2 REFLEXÕES METODOLÓGICAS DO PERCURSO DA PESQUISA.....	41
2.2.1 A abordagem qualitativa situada na ambiência “plataformizada”.....	41
2.2.2 O modo como concebi a plataforma como <i>cibercampo</i> .....	48
2.2.3 “O que dei a ver aos outros” ao produzir o <i>corpus</i> da pesquisa.....	59
2.2.4 Alguns procedimentos metodológicos na cena dos bastidores da escrita .....	68
3 YOUTUBER MIRIM: INSTAURAR UM SABER-FAZER E DIZER DO SEU MODO DE VIVER.....	72
3.1 A EMERGÊNCIA DA EXPOSIÇÃO DE SI EM FRENTE À CÂMERA.....	74
3.2 SUBJETIVIDADE YOUTUBER MIRIM CUIDADORA DE BONECAS.....	78
3.3 SUBJETIVIDADE YOUTUBER MIRIM CONHECEDORA DE BRINQUEDOS.....	81
4 YOUTUBER MIRIM: UM MODO DE SE CONSTITUIR COMO EMPRESÁRIA .....	90
DE SI.....	90
4.1 “TORNAR VISÍVEL O QUE É VISÍVEL”: DO TÍTULO E DA DESCRIÇÃO DO VÍDEO.....	90
4.2 “O CENÁRIO É O FUNDO DA CAIXA. A GENTE PODE TIRAR O FUNDO” E ENTRAR EM CENA .....	95
4.3 “EU TROQUEI MINHA ROUPA PARA FICAR COM ESTILO IGUALZINHO AO DELA”.....	101
4.4 OCUPAR-SE ENQUANTO <i>YOUTUBER</i> E GERENCIAR A SUA IMAGEM ATÉ AO SEU TOTEM.....	106
5 YOUTUBER MIRIM: UM MODO DE EXISTÊNCIA EDITADO.....	114
5.1 A PRODUÇÃO DO TOUR COMO MODO DE EXISTÊNCIA NA TEMPORALIDADE CHRÓNOS.....	118
5.2 O TOUR COMO MODO DE EXISTÊNCIA NO ESPAÇO DA HETEROTOPIA: TEMPORALIDADE KAIRÓS .....	127
5.3 O QUE PODE O CORPO DA YOUTUBER MIRIM NO ESPAÇO DA HETEROTOPIA: TEMPORALIDADE AIÓN .....	142
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	153
REFERÊNCIAS .....	157

## 1 INTRODUÇÃO

[...] *Então, pessoal, foi esse o vídeo.  
Espero que vocês tenham gostado.  
Clique no 'gostei'.  
Se inscreva no canal, se ainda você não for inscrita.  
Então, um beijo monstruoso e eletrizante para todos vocês.*

(Julia Silva)

A epígrafe acima mostra a forma de se despedir das pessoas que assistem aos vídeos produzidos por Julia Silva, disponíveis em seu canal na plataforma *YouTube*. Ela também apresenta o modo discursivo de produzir um apelo, por engajamento com o referido canal. As frases “clique no ‘gostei’ e “Se inscreva no canal, se ainda você não for inscrita” nos indicam as possibilidades de ações presentes nesse ambiente. As ações são possibilidades constitutivas do poder técnico do *design* da plataforma, que nos permitem agir por via da gramática construída para operar os cliques: inscrever, curtir, comentar e compartilhar em cada momento que formos provocados nesse tipo de espaço. Sendo assim, a ação do clique, de um lado, legitima o poder técnico do *design* da plataforma e, de outro, agrega valor quantitativo ao canal de Julia Silva. Desse modo, a epígrafe nos possibilita pensar que tanto o *design* técnico da plataforma quanto os cliques das pessoas estão imbricados em relações de poder, no sentido das possibilidades sutis de “ação sobre ações dos outros” (FOUCAULT, 1995, p.242) que compõem esse ambiente e o tornam habitável. É no cenário do *YouTube* (e especificamente no Canal Julia Silva) que esta tese se insere para mostrar como se dão as múltiplas relações de poder que articulam infância e plataforma digital na contemporaneidade.

Segundo Burgess e Green (2009), a plataforma do *YouTube* foi lançada em 2005 pelos ex-funcionários do *site* de comércio online *Paypal-Chad Hurlei*, Steve Chen e Jawed Karim. Entretanto ela só ganhou relevância e popularidade após ser adquirida pelo *Google*<sup>1</sup> em 2007. Ainda em 2007, o *YouTube* lançou a versão em português do Brasil, sediada no endereço de extensão “br”. Salgado (2018) assinala que, em 2008, o *YouTube* estabeleceu as primeiras parcerias para a cobertura de grandes eventos nacionais, como a *Campus Party*, a *São Paulo Fashion Week* e o carnaval. Parece que foi a partir dessa iniciativa de cobrir megaeventos que o *YouTube* se apresentou ao Brasil como o modelo ideal de empresa na cena contemporânea do

---

<sup>1</sup> Conforme informação do próprio *YouTube* (2018), o serviço de vídeos está disponível em 88 países e em 76 idiomas distintos (YOUTUBE. Home Page. Disponível em: <https://www.youtube.com/>. Acesso em: 15 maio 2018).

“capitalismo de plataforma” (ZUBOFF, 2020). A plataforma do *YouTube* nos “oferta” uma estrutura digital de canal audiovisual de amplo alcance tanto para empresas e universidades, quanto para as pessoas que queiram desenvolver suas atividades profissionais, comunicacionais e culturais. Parece que foi a partir desse modelo de oferta de uso da estrutura audiovisual do *YouTube* que emergiu a figura do *youtuber*.

Nesse debate, Renata Tomaz (2017, p.2) considera que o surgimento da figura do *youtuber* foi demarcado a partir de dois aspectos, o primeiro, na ideia de “compra do *YouTube* pelo *Google*”, com a qual a plataforma amplia o seu alcance e popularidade na produção e consumo de vídeos; o segundo refere-se à possibilidade de fazer parceria para a prática de negócios, isto é, “[a criação do *Partner Program* foi a] iniciativa que permitiu aos ‘*YouTube uploaders*’ dividirem com a empresa a renda proveniente de diferentes modalidades de anúncio”. Para Salgado (2018), essa iniciativa abriu a possibilidade para o processo de monetização dos vídeos dos criadores de conteúdo por meio de anúncios publicitários, subscrições pagas e *merchandising*. A estratégia de monetização articula com aquilo para o que Tomaz (2017, p.2), ancorada nos estudos de Santomé, chamou atenção, isto é, o fato de que essa estratégia “possibilitou que um número crescente de criadores de conteúdo *on-line* conseguisse transformar, [...] seu *hobby* em um ofício”. Parece que a possibilidade de “ofício” depende quase exclusivamente da intensidade com que a vida é experimentada na plataforma.

Segundo o *site Techtudo*<sup>2</sup> o aparecimento do vocábulo *youtuber* teria ocorrido no “*New York Times*, em 2006”, em uma publicação que discutia sobre os vídeos mais famosos da época (‘*YOUTUBER*’ entra..., 2016). Já o *site Social Blade*<sup>3</sup> informa que, em 2016, o vocábulo *youtuber* entrou oficialmente para o *Oxford English Dictionary* (OED), o qual define *youtuber* como “um usuário frequente do *site* de compartilhamento de vídeo [no] *YouTube*, especialmente alguém que produz e aparece em vídeos no *site*” (‘*YOUTUBER*’... [2016]).

Segundo Tomaz (2017, p.2), o neologismo começou a circular no Brasil na segunda década do século XXI, especificamente a partir de 2013 quando “sites especializados [passaram a fazer] referência àqueles que mantinham canal no *YouTube* e atingiam certa popularidade”. Ao mesmo tempo, esses *sites*, ou melhor, o termo “parece conferir-lhes uma existência midiática, como no anúncio de que *youtuber* brasileiros estavam entre os vencedores do *Shorty*

<sup>2</sup> *TechTudo*, dez. 2016. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/12/palavra-youtuber-entra-para-dicionario-veja-mais-palavras-tech.html>. Acesso em: 10 ago. 2021.

<sup>3</sup> *Social Blade*, [2016]. Disponível em <https://socialblade.com/blog/youtuber-officially-added-oxford-english-dictionary/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

*Awards*<sup>4</sup>” (TOMAZ, 2017, p.2). A autora diz ainda que o vocábulo *youtuber* significa algo mais no sentido que se tornou necessário “para designar não quem produzia e postava no *YouTube*, mas aqueles que, nessa condição, começavam a ganhar notabilidade na plataforma, por meio do número de inscritos, visualizações e rendimentos provenientes da monetização de seus canais” (TOMAZ, 2017, p.3). Também se referindo ao vocábulo, ela já havia ressaltado que “mais que a criatividade linguística, a palavra *youtuber* atesta o surgimento da figura dotada de sentido que dialoga com sua época” (TOMAZ, 2017, p.2). Parece que foi nesse cenário de criatividade linguística e de “plataformização”<sup>5</sup> (D’ANDRÉA, 2020) da vida, que emergiu a figura do *youtuber* mirim.

A emergência da figura do *youtuber* mirim aproxima-se da visão de José Van Dijck (2017, p.173), segundo a qual, pela primeira vez, “não há quase nenhuma vida social que não seja permeada por plataforma” na história da humanidade, ou seja, não apenas adultos estão inseridos nesse contexto, mas todos, independentemente de sua idade. No Brasil, o aparecimento da figura *youtuber* mirim fez emergir um conjunto de materialidades discursivas produzidas por diversos meios de comunicação, empresa de consultoria e até mesmo por instituições de defesa de direitos da criança, os quais passaram a examinar, comentar, monitorar e dizer: quem é e o que faz a figura *youtuber* mirim. Essa ênfase de tentar caracterizar a figura *youtuber* mirim aparece, por exemplo, no *site* da Youpix<sup>6</sup> (2015), empresa especializada em “consultoria de negócios para *influence economy*”, o qual comenta que, “se antes [eram] os pais que filmavam seus filhos e publicavam na internet, agora são as crianças que estão com a câmera na mão fazendo vídeos para as redes sociais” (O FENÔMENO..., 2015). O *Youpix* faz referência a Mariana Felice, gerente de comunicação do Google no Brasil em 2015, a qual considera que “as crianças de hoje querem fazer parte da produção do conteúdo que consomem e não apenas assistir passivamente aos conteúdos que estão prontos para ela” (O FENÔMENO..., 2015).

Com o mesmo propósito em mente, o *Jornal Folha de S. Paulo* publica uma matéria intitulada “Crianças ficam famosas com vídeos no YouTube e precisam lidar com fãs” (BARBON; SOUZA, 2015). A matéria versou sobre um evento realizado em um *shopping* de São Paulo em junho de 2015. O evento nomeado de “encontrinhos” foi organizado com o

---

<sup>4</sup> Segundo Tomaz (2017, p.2), “estavam entre os vencedores do *Shorty Awards*, premiação do Twitter, em sua edição de 2013: os Youtubers Cauê Moura, do canal Desce a Letra, o comediante Rafinha Bastos e o vídeo *blogger* PC Siqueira foram alguns dos vencedores”.

<sup>5</sup> O termo *plataformização* trata da emergência da plataforma como modelo de infraestrutura econômico na *Web* social.

<sup>6</sup> YUPIX, 15 abr. 2015. Disponível em <https://medium.youpix.com.br/o-fen%C3%B4meno-dos-youtubers-mirins-d00e4d40b76d>. Acesso em: 22 nov. 2017.

objetivo de reunir as crianças que mantêm canais no *YouTube*. A reportagem focou em crianças fãs de *youtubers* mirins, que estavam no evento, e mostrou Sophia Betoni, 8 anos, a primeira a chegar à fila com uma hora e meia de antecedência, de posse de um caderno de autógrafos e de um presente. Segundo o jornal, ela se mostrava emocionada e não conseguia nem falar. “O motivo para as lágrimas de Sophia era o encontro com Júlia Silva, 10 anos, um dos grandes fenômenos da categoria no Brasil”. A reportagem, apresentou ainda a fala de Alvaro Paes Barros, diretor de conteúdo do *YouTube* Brasil, o qual comentou que “uma das razões para [esse] fenômeno é a interação entre os pequenos. Eles falam exatamente o que é importante para crianças, da forma como as crianças falam” (BARBON; SOUZA, 2015).

Seguindo na esteira dessa materialidade discursiva, o programa *JC Debate*, da TV Cultura de São Paulo, elegeu como pauta, em 21 de outubro de 2016, a criança *youtuber* e intitulou o debate de “Geração *YouTube*”. A apresentadora, Andresa Boni, abriu o *JC Debate* com a seguinte informação: “a audiência de vídeos feitos por crianças na internet cresceu mais de 500% no último ano. Elas são expectadoras e protagonistas. O poder de influência desses canais é grande – essa geração *youtuber* não diferencia o que é *on-line* e *off-line*”. No decorrer do debate, apareceu um vídeo-chamada com a repórter Tatiana Bertoni. Ela apareceu em uma sala de aula – onde cada criança estava sentada em frente ao seu computador. Nesse lugar, ela informa que os canais do *YouTube* são um sucesso com a garotada. E indaga a três crianças do que elas gostam. A primeira responde: “*Eu gosto daqueles [canais] que eles falam de ciências e ideias de artes*” (Amanda Dias, 11 anos); o segundo se apresenta como produtor de vídeo, “*por enquanto eu só fiz dois vídeos que são apresentações do que eu estou pesquisando que vai ser sobre histórias de marcas*” (Natan Missrie, 10 anos). O terceiro faz uma ressalva: “*No YouTube tem mais coisas que na TV, que tem hora marcado para tudo* (Enzo Gomes, 12 anos). A repórter Tatiana Bertoni prossegue e informa que esse interesse da criança foi comprovado pela pesquisa de Luciana Correia (2016) do Media Lab da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPB-SP) a qual mostrou que “os canais do *YouTube* voltados ao público infantil tiveram um crescimento de 564 % no último ano – alguns desses canais chegam a ter até 7 milhões de inscritos e 50 bilhões de visualizações” (GERAÇÃO..., 2016).

Soma-se a esse rastro discursivo dos meios de comunicação, a edição da *Revista Exame*, (versão impressa) sob a chamada de capa “Polêmicos, Populares e Influentes: o que explica a ascensão de ídolos digitais que atraem a atenção das marcas – e quais os riscos desse fenômeno”, publicada em 1º de março de 2017. A matéria busca traçar um panorama de que os *youtubers* são oriundos da possibilidade aberta pela internet e, em especial, pelos canais de vídeos e redes sociais, e, em decorrência disso, eles “se tornaram tão populares que vivem

assediados por marcas de produtos e serviços” (MANO; HERZOG; SCHERER; FELIPPE, 2017, p.36). Ao se referirem aos *youtubers* mirins, os autores informam, na sequência, que, no Brasil, havia “270 canais no *YouTube* direcionados às crianças ou feitos por elas. Com mais de 66 bilhões de visualizações”. E complementam, “assim, como acontece com as *youtubers* adultos, as empresas estão ávidas por fortalecer suas marcas na [trilha] do prestígio dessas crianças” (MANO; HERZOG; SCHERER; FELIPPE, 2017, p.36). Na mesma matéria, os autores ainda chamam a atenção para o “comportamento” de marca que tem atravessado o mundo de criança *youtuber*, referindo-se a “*Mattel*, maior fabricante de brinquedos do mundo” (MANO; HERZOG; SCHERER; FELIPPE, 2017, p.36).

Esse atravessamento da *Mattel* no universo da criança *youtuber* pode ser conferido, a partir do trabalho do Instituto Alana<sup>7</sup>, entidade comprometida com a defesa dos direitos das crianças. O Instituto, entre julho e outubro de 2016, monitorou o canal Julia Silva e observou como a subsidiária brasileira *Mattel* traçou o plano estratégico de comunicação de produtos e serviços, tendo a Júlia Silva como figura central para efetivar a divulgação da campanha da *Mattel*, denominada “Você *Youtuber* Escola *High* com o intuito de promover sua marca e os produtos da linha *Monster High*”. A campanha foi amplamente divulgada, tanto pelo *site* da *Mattel*, quanto pelas redes sociais da *youtuber* Julia Silva (INSTITUTO ALANA, 2017). O Instituto Alana constatou que a *Mattel* exigia da Julia Silva duas atividades centrais: produzir vídeos e participar de eventos. A matéria da *Exame*, abordou ainda que os “no início de cada vídeo, no canto esquerdo inferior da tela, durante oito segundos, apareciam os seguintes dizeres em letra miúda: “Contém promoção paga”. O *link* “Mostra mais”, na página, dava acesso a outra frase: “Esse vídeo é patrocinado pela *Mattel*” (MANO; HERZOG; SCHERER; FELIPPE, 2017, p.37). Por sua vez, o Instituto Alana entendeu que as “práticas comerciais como as desenvolvidas pela *Mattel* são abusivas, e portanto, ilegais, por desrespeitarem a proteção integral da criança, em patente violação ao artigo 277, da Constituição Federal” (INSTITUTO ALANA, 2017). E considerou que a campanha também feriu diversos dispositivos do Estatuto da Criança e Adolescente e principalmente, os artigos 36, 37, § 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor e Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) que determina que qualquer comunicação mercadológica dirigida à criança é abusiva.

---

<sup>7</sup> INSTITUTO ALANA. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/acoes/mattel-do-brasil-ltda-voce-youtuber-escola-monster-high-fevereiro2017/>.

Diante disso, em 15 de fevereiro de 2017, os advogados do Instituto Alana formalizaram uma denúncia ao Ministério Público do Estado de São Paulo, por meio de sua Promotoria de Justiça aos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude, contra a subsidiária brasileira *Mattel*, a fim de que “a empresa cesse com tal abusividade e ilegalidade e deixe de realizar ações semelhantes” (INSTITUTO ALANA, 2017). Cabe dizer que a ação do Instituto Alana, gerou “efeitos de poder”, conforme pode ser conferido, em 3 de janeiro de 2019, quando o *site Globo.com* publica a matéria intitulada “Ministério Público de São Paulo pede retirada de vídeos de *youtubers* mirins por propaganda velada”. O texto informava que o Ministério Público de São Paulo ajuizou uma ação para pedir à justiça que o *Google*, dono do *YouTube*, tire do ar vídeos de *youtubers* mirins, por considerar que eles fazem “propaganda velada” para crianças. [...] “O Ministério Público pede que, os vídeos listados [pelo Instituto Alana] fiquem indisponíveis. [E] pede a adoção de meios para impedir a monetização dos vídeos com propaganda infantil”. Cabe assinalar que esta pesquisa reconhece a importância do trabalho do Instituto Alana na luta pela garantia da proteção dos direitos das crianças, mas o foco desta tese se alinha em outra perspectiva analítica, diferentemente do Instituto Alana. Apresento a discussão para mostrar como o aparecimento da figura *youtuber* mirim fez emergir tanto a *Mattel* ávida por lucro quanto o Instituto Alana comprometido com a proteção da infância, ambos com a mesma intensidade, mas com propósitos distintos.

Dando continuidade ao fluxo da materialidade discursiva, o tema monetização dos vídeos é parte da estratégia do modelo de negócio do *capitalismo de plataforma* do *YouTube*. A diretriz da monetização de vídeo aparece no *link* intitulado “Políticas de monetização para canais do *YouTube*<sup>8</sup>”. Essa pauta também é tratada pela mídia e quase sempre remete aos *youtuber* mirim que estão no topo da monetização<sup>9</sup>. Isso pode ser conferido a partir da Revista *Forbes* desde 2015, mas, no final de 2019, a *Forbes Brasil* (BERG, 2019) apresentou o *ranking* dos dez

---

<sup>8</sup> A política de monetização para canais do *YouTube* apresenta um rol extenso de diretrizes o qual aborda sobre “termos de serviço, políticas de direitos autorais e do programa *Google AdSense*”. [O programa *AdSense* informa que as] “regras se aplicam a todos que participam ou querem participar do programa de parceria do *YouTube*.” [O texto aborda que para] “gerar receita com anúncio nos seus vídeos, eles também precisarão estar em conformidade com nossas diretrizes de conteúdo adequado para publicidade”. [Os itens analisados pelo *YouTube* para a política de monetização, são:] (a) o “tema principal, (b) vídeos mais assistidos, (c) vídeos mais recentes, (d) maior proporção de tempo de exibição, (e) metadados dos vídeos (incluindo títulos-miniaturas-descrições)”. (PROGRAMA *Google AdSense*. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=pt-BR>. Acesso em 3 nov. 2020).

<sup>9</sup> O *site Remessa online* (A MONETIZAÇÃO..., 2020) explicita que a “monetização do *YouTube* é a remuneração paga conforme a visualização e cliques nos anúncios veículos nos vídeos mais relevantes. Para isso, o criador de vídeos deve alcançar um número mínimo de seguidores e exibição nos vídeos. A cada mil visualizações o dono do canal recebe um valor corresponde em dólar”. (Disponível em: <https://www.remessaonline.com.br/blog/monetizacao-do-youtube/#:~:text=A%20monetiza%C3%A7%C3%A3o%20do%20YouTube%20%C3%A9,um%20valor%20correspondente%20em%20d%C3%B3lar..> Acesso em: 3 nov. 2020).

*youtubers* que alcançaram alto ganho financeiro em 2019 e, nessa lista, estão inseridas duas crianças: Rayan Kaji e Anastasia Radzinskaya. Rayan Kaji<sup>10</sup> de 8 anos, em 2015, estreou com o canal *Rayan Toys Review*. Atualmente, esse canal é denominado *Rayan's World* e tem 23 milhões de assinantes. Conforme a *Forbes*, ele aparece no primeiro lugar do *ranking* do *YouTube*. A outra criança é Anastasia Radzinskaya<sup>11</sup>, de 5 anos que tem 107 milhões de assinantes. Ela aparece no terceiro lugar no *ranking* de estrelas do *YouTube* mais bem-sucedidas segundo a *Forbes* em 2019. Ambas as crianças estão alinhadas ao modelo de negócio estabelecido pela política de monetização do *YouTube*. Cada uma produz conteúdo e administra seus respectivos canais que conectam empresas, produtos e crianças inscritas.

Esse conjunto de enquadramentos circulou no Brasil de forma a produzir modos de ver e compreender a figura do *youtuber* mirim, ora como produto, ora como produtor de “realidades” construídas, ora como criança que precisa ser protegida da gana do capital. Assim, fizeram circular materialidades discursivas diversas como: “crianças de hoje querem fazer parte da produção de conteúdo que consomem”. “Eles falam [...] o que é importante [...] da forma como as crianças falam”. “Crianças ficam famosas com vídeos no *YouTube*”. “Geração *YouTube*: Elas são expectadoras e protagonistas. O poder de influência desses canais é grande. Essa geração [...] não diferencia o que é on-line e off-line.” “Polêmicos, Populares e Influentes: [...] a atraem a atenção das marcas – e quais os riscos desse fenômeno.” “Encontrinhos”. Há “270 canais no *YouTube* direcionados as crianças ou feitos por elas, [no Brasil]. Com mais de 66 bilhões de visualizações”. “Monetização e ranking dos dez *youtubers* que alcançaram alto ganho financeiro” em 2019. Entre as abordagens acima, apenas o *JC Debate* e a *Folha de S. Paulo* apresentaram, na composição da matéria, retalhos de voz das crianças. Mas, no conjunto, todos esses ditos, com distintas entonações valorativas em torno da figura *youtuber* mirim, ajudam a compreender algumas nuances do reconhecimento social dessa figura na segunda década do século XXI.

---

<sup>10</sup> Segundo a *Forbes* (BERG, 2019), Rayan Kaji “faturou US\$26 milhões. Ele é conhecido como o *youtuber* ‘unboxing’ pela prática de abrir presentes na frente da câmera e [ir] comentando sobre cada um. Ele tem uma linha de brinquedos de marca, roupas e artigos para casa vendidos via *Target*, *Walmart* e *Amazon*, [além de] um programa de televisão no *Nickelodeon*. [Também] tem um acordo com a *Hulu* para repassar seus vídeos”.

<sup>11</sup> Ainda segundo a *Forbes* (BERG, 2019), Anastasia Radzinskaya, conhecida como Nastya, a partir do que se pode calcular através de anúncios, conteúdo patrocinado e vendas de mercadorias, ela “recebe cheques de seis dígitos de marcas patrocinadoras, incluindo *Dannon* e *Legoland*. [Ela] lançará uma linha de brinquedos e jogos para celular e publicará um livro. Em 2018 [...] mudou com seus pais de Krasnodar, na Rússia, e agora vive em Boca Raton, na Florida”.

Sendo assim, pareceu-me que este cenário pode ser agrupado em três pontos: (1) em primeiro lugar, a chegada do *YouTube* no Brasil, “ofertando” o uso da sua estrutura tecnológica, como modelo ideal de empresa do capitalismo de plataforma, tanto para o consumo quanto para quem queira promover a própria produção de conteúdo em vídeo; (2) em segundo lugar, o crescimento do acesso a internet por meio do *smartphone* e celulares, demandando permanente fluxo de sujeitos e instituições na disseminação da informação nas redes sociais; e (3) por fim, a entrada da criança na plataforma do *YouTube*, mostrando o seu pertencimento à época – ocupando o canal, *a priori* não feito para ela, mas a qual produz experimentações em vídeos. Em suma, são pontos articulados entre empresa, altos fluxos de uso tecnológico de sujeitos/instituição e o alcance da criança na experiência de plataforma. Desse modo, a problemática central desta pesquisa se concentra em compreender **como se dá o processo de constituição do modo de vida da *youtuber* mirim e como ela atua na produção de subjetividades infantis na contemporaneidade?**

Este trabalho de investigação também se ancora na estrutura tecnológica da plataforma do *YouTube*, por entender que é um espaço produtivo para estudar uma criança, não só porque ela transita por esse ambiente, mas porque o canal analisado concentra as produções de uma criança para outras crianças. Sendo assim, esta pesquisa de doutorado toma como objeto de estudo o Canal Julia Silva, isto é, toma a (micro)materialidade videográfica produzida pela *youtuber* mirim Julia Silva como objeto empírico, para defender a tese de que o modo de vida *youtuber* mirim é uma das formas possíveis de ver como Julia Silva não só se moveu e se instalou no lugar não pensado para ela – o canal no *YouTube*, mas mostrou, com isso, como ela construiu o seu alinhamento ao processo da “plataformização da vida” e produziu um fio que costura tanto as suas diversas subjetividades infantis, quanto à forma enfática que atua no processo de visibilidade do seu “modo de existência” que se materializa e prepondera no *YouTube* e nos interpela de diversas formas e parece não ter analogia sob quaisquer outras circunstâncias.

A escolha do Canal Julia Silva no *YouTube* tomou como referência o *Social Blade*<sup>12</sup>, por entender que esse *site*, ao produzir análises e rastreios estatísticos do canal do *YouTube*, apresenta um panorama do canal da *youtuber* mirim. O *Social Blade*, ao acompanhar a movimentação do canal da Julia Silva no *YouTube*, nos mostra não só a ascensão do canal e suas projeções futuras, mas a materialidade métrica em que a produção da *youtuber* mirim aparece ali na forma de relatório *on-line*, isto é, produz a coisa que se rastreia por meio da

---

<sup>12</sup> JULIA Silva’s YouTube status (Summary Profile)-Social Blade stats. Disponível em: <https://socialblade.com/youtube/user/paulaloma29>. August 6, 2007 [Data da criação do canal Julia Silva]. Acesso em: 8 jul.2017.

estratégia tecnológica de poder-saber do serviço especializado do capitalismo de plataforma. Essa materialidade métrica em forma de relatório *on-line* nos possibilita compreender que ter um canal no *YouTube* não é dissociado da noção de que o *YouTube* é uma empresa como qualquer outra operando no mercado capitalista. Conforme afirma Lucas Hertzog (2019, p.21): “a plataforma [do *YouTube*] está envolvida em uma rede que conecta diversos atores, dos usuários aos acionistas majoritários, passando por uma variada gama de empresas subsidiárias [pertencentes ao grupo da] *Alphabet-Google*”.

O *Social Blade* se vale da estrutura tecnológica do *YouTube* para produzir a avaliação e atribui nota ao canal de Julia Silva, a partir dos seguintes itens: (1) resumo do usuário; (2) projeções futuras; (3) estatísticas detalhadas; (4) caixa de destaque; (5) canais semelhantes; (6) vídeos de usuários; (7) contagem de assinantes ao vivo. Ao clicar em cada um desses itens, aparecem outros desdobramentos das métricas na forma de tabelas, gráficos e *ranks* como: *uploads*, assinantes, exibição de vídeo, país, classificação do país, classificação de entretenimento, inscritos nos últimos 30 dias, ganhos mensais estimados, ganhos anuais estimados, exibições de vídeos nos últimos 30 dias, total de *subscribers (Weekly)*, total de vídeos *views (Weekly)*. Soma-se a isso, um quadro com resumo das estatísticas do usuário para Julia Silva, com os seguintes itens: encontro, data, assinantes, visualizações de vídeos e ganhos estimados em valores estabelecidos por – medias diárias, semanais e mensais. Além de dois gráficos: *Monthly Gained videos Views Julia Silva* e *Monthly Gained Subscribers Julia Silva (JULIA SILVA's..., 2017)*.

Todos esses elementos constituem a materialidade da produção do ranqueamento do canal de Julia Silva e pode ser conferido no próprio *site*, que apresentava a Julia Silva como a primeira criança a aparecer no TOP 100 brasileiro do *Social Blade*. Diante disso, nesta pesquisa, se entendeu que o canal da Julia parece reunir elementos que permitem compreender a chegada da criança no *YouTube*. Dito de outro modo, possibilita compreender, a partir da análise do canal de Julia Silva, o fenômeno *youtuber* mirim, não para definir o que é *youtuber*, ou conformar a lógica ao ranqueamento, mas para ajudar a entender quais possibilidades subjetivas estão sendo produzidas na contemporaneidade por meio do *YouTube*.

Sendo assim, o tema desta tese é a criança em contexto de plataforma do *Youtube*, para compreender o modo como se produz a subjetividade infantil. Subjetividade aqui é entendida como modos de agir singulares “pelos quais o sujeito é levado a se observar, se analisar, se decifrar e se reconhecer como campo de saber possível” (FOUCAULT, 2016, p.236), levando em conta a articulação da produção videográfica da *youtuber* mirim e a constituição de subjetividades, que a experiência da criança faz de si própria. Na perspectiva foucaultiana, “a

subjetividade [é entendida] como maneira pela qual o sujeito faz experiência de si mesmo em um jogo de verdade, no qual ele se relaciona consigo mesmo” (FOUCAULT, 2004, p.236). Para compor a interlocução com Foucault, a filósofa Dianna Taylor (2018) nos mostra que “a subjetividade não é uma questão de descobrir o nosso verdadeiro eu, um processo que nos obriga a aderir alguma definição predeterminada e externa de quem é e do que nós somos” (TAYLOR, 2018, p.230). O que a autora expressa é como pôr “em causa [o] entendimento do que significa um sujeito, de investigar os efeitos que uma tal noção tem sobre a nossa relação com nós mesmos e os outros e de explorar possíveis maneira de pensar e agir de maneira diferente” (TAYLOR, 2018, p.230). Esse entendimento nos remete a buscar analisar como a criança *youtuber* se constitui por meio de um projeto visível na plataforma a produzir subjetividade na contemporaneidade.

O contemporâneo é aqui entendido como “uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, toma distância” (AGAMBEN, 2009, p.59). Para o autor, “aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a esta aderem perfeitamente, [...] não conseguem vê-la, não podem manter fixo o olhar sobre ela” (AGAMBEN, 2009, p.59). A perspectiva de contemporâneo de Giorgio Agamben (2009) ajudou-me a entender que o processo da pesquisa desta tese não só aconteceu pela articulação da plataforma, criança e subjetividade, mas também que, ao fazer o exercício de “toma distância” no processo da investigação, foi possível perceber que a criança, ao habitar e produzir em contexto de plataforma, também acaba por constituir aí um “modo de existência”. Na visão de Étienne Souriau (2020, p.119), a “existência são todas as existências”, mas é também “cada modo de existir”. Para Souriau (2020, p.110), é possível “degustar diversos tipos de existência; constituir isso com que sonho, primeiro na ordem do sonho, em seguida na existência física e concreta”. Para o autor, é preciso “talhar a ti mesmo no tecido da existência que quiseres, e ter escolhido entre ser de seda ou de lã crua. Mas desconfiar, sobretudo, do aparente fechamento sobre si mesmo” (SOURIAU, 2020, p.111). Peter Pál Pelbart (2019 b, p.228), por sua vez, afirma que “existir significa existir mais, mais intensamente, expandir-se fazer existir a seu redor outras existências”. Assim, a partir da perspectiva desses autores, esta tese busca entender como a *youtuber* mirim Julia Silva não só expande o modo de existência, mas parece querer nos mostrar como conquistar novos modos de existência.

Para conduzir a investigação, precisei não só “tomar distância”, mas ficar à “espreita” para entender o que estava sendo discutido na contemporaneidade, quando se produz pesquisa em contexto de plataforma digital. Para isso, busquei acompanhar o assunto por meio de cursos, leituras e debates e percebi que a escrita desta tese acontecia no momento em que se

problematizava que “as plataformas são fatores decisivos para compreender a virada crítica nos estudos da internet e cibercultura” (D’ANDRÉA, 2020, p.8). Compreender esse processo era algo que já intuía, mas precisava de referenciais. Isso significa dizer que, desde o início da década de 90, termos como “cultura da participação” e “inteligência coletiva” circularam amplamente entendidos como “um conjunto de práticas e inovações que prometiam democratizar ou descentrar as relações interpessoais, a política, a economia. Autores como Henry Jenkins, Clay Shirkey e Pierre Lévy são alguns dos pilares das discussões” (D’ANDRÉA, 2020, p.13). Segundo o autor (2020, p.13), as pesquisas associadas à internet e à cibercultura predominavam sobre a ótica da “colaboração entre pares”, mas, a partir de 2010, outro desenho passa a vigorar, e ganha relevo as investigações que trazem a discussão – “das chamadas *Big Five – Alphabet – Google*”, por entender que consolida aí o serviço de infraestrutura tecnológica proprietária que, cada vez mais, centraliza as atividades cotidianas, abarcando inclusive as crianças.

Assim, a perspectiva analítica da qual me posicionei para produzir a pesquisa não está ancorada no âmbito da cibercultura, mas na matriz conceitual e metodológica dos Estudos de Plataformas, ligados ao campo de Estudo de Ciência e Tecnologia, que são mais conhecidos por seu nome e sua sigla em inglês: *Science and Technology Studies (STS)*. Para Carlos D’Andréa (2020, p.14), o STS é “transdisciplinar por fundação, esse campo de conhecimento tem se voltado, pelo menos desde os anos 1970, para o estudo dos regimes de poder, das práticas situadas e das materialidades que constituem a produção científica e os artefatos tecnológicos”. Soma-se a essa abordagem, o campo de Estudos Pós-Estruturalistas<sup>13</sup>. Segundo Michael Peters (2000), o pós-estruturalismo pode ser caracterizado como “um movimento de pensamento, uma complexa rede de pensamento, que corporifica diferentes formas de práticas críticas. O pós-estruturalismo é, decididamente, interdisciplinar” (PETERS, 2000, p.29). O autor recomenda-se ater-se quanto ao uso do termo para “não dar qualquer ideia de homogeneidade, singularidade ou unidade” (PETERS, 2000, p.28). Parece-me que os dois campos articulados alinham-se à perspectiva da abordagem da pesquisa qualitativa, que se tornou o caminho metodológico privilegiado para dar conta do objeto da investigação desta tese.

---

<sup>13</sup> Segundo Michael Peters (2000, p.34), “os pensadores pós-estruturalistas desenvolveram formas peculiares e originais de análise (gramatologia, desconstrução, arqueologia, genealogia, semioanálise), com frequência dirigidas para a crítica de instituições específicas (como a família, o Estado, a prisão, a clínica, a escola, a fábrica, [...] a universidade e até mesmo a própria filosofia) e para a teorização de uma ampla gama de diferentes meios (a “leitura”, a “escrita”, o ensaio, a televisão, as artes visuais, as artes plásticas, o cinema, a comunicação eletrônica).” Para o autor (2000, p.46), os pós-estruturalistas buscam escapar de “qualquer tentativa de uma definição única, porque o pensamento pós-estruturalista é uma obra em andamento”.

Dessa forma, cabe assinalar que a noção de contemporâneo coloca não só a possibilidade de ficar à espreita, ou mesmo entender o posicionamento analítico para esta tese em consonância com o debate no tempo presente, mas também instigando a produzir a indagação: qual a noção de criança/infância que esta tese abarca? De modo a ajudar a entender conceitualmente como se dá o processo de produção da subjetividade infantil em contexto de plataforma do YouTube. Apresento aqui o entendimento de que não se trata de saber o significado convencional da palavra infância que aparece no dicionário, mas de apreender, como mostra Maximiliano Valério López (2008, p.21), que “o sentido de uma palavra, é essencial [quando] considerarmos o campo de forças no qual essa palavra é posta em funcionamento”. O que o autor nos mostra é que “só se alcança o entendimento de um conceito” quando “descobre com quais outros conceitos ele se liga ou comunica. [...] Por exemplo, se podemos afirmar – as crianças são um futuro – é porque o conceito de infância que estamos utilizando envolve uma dimensão temporal” (LÓPEZ, 2008, p.23).

A dimensão temporal “infância-futuro” é uma “concepção forjada à luz das demandas nascentes da ordem social capitalista na qual a criança burguesa, compreendida em sua condição de herdeira, passava a ser vista como promessa de futuro” (PEREIRA, 2015, p. 289). O que as palavras de Pereira expressam é que a infância, nesse contexto:

[...] tornou-se construção emblemática não apenas do nascimento de uma nova ordem social, mas, sobretudo do seu destino. Por isso, protegê-la e prepará-la para o futuro tornou-se a máxima da política de manutenção e de perpetuação dessa nova ordem (PEREIRA, 2015, p.289).

Como observa Dornelles (2011, p.63), no momento em que as crianças passam a constituir, “na Modernidade, e são identificadas como infantis, e [são] separadas dos outros grupos etários, impõe-se a obrigação de administrá-las e, para isso, a necessidade de conhecimento das suas especificidades”, para serem mais bem governadas, de uma forma particular, dentro das instituições e constantemente vigiadas. Para Dornelles (2011), quando as crianças são capturadas pelas instituições, emerge a necessidade de também se produzirem estratégias para que se venha a conhecer essa criança. O problema foi que “estas estratégias passam a ter normas que caracterizam a criança como universal, independente de seu espaço social, geográfico, de gênero, raça ou etnia” (DORNELLES, 2011, p.64). Essa forma de caracterizar a criança acabou por dar o tom de “regulação e disciplinamento” dos corpos dos sujeitos infantis.

Dornelles (2011, p.77) afirma que “ainda se vive o efeito da produção moderna; contudo, não é mais possível se tratar de uma só infância como a preconizada pela Modernidade. É preciso pelo menos que se leve em consideração que existem muitas outras infâncias”. Existem infâncias de países pobres, infâncias de países ricos, infâncias em contexto de guerra, infâncias em situação de refugiados, infâncias dentro de um barco à deriva em um mar europeu, infâncias em condição de órfãos da Covid 19, infâncias em contexto rural, urbano, periférico, infâncias superprotegidas, abandonadas e infâncias articuladas com as tecnologias. Portanto, esta tese reconhece que as experiências de vida produzidas por essas condições resultam em multiplicidades de infâncias. Dornelles (2011, p.78) chama atenção para o fato de que a “modernidade ocidental, ao universalizar e naturalizar apenas uma destas infâncias como dependente e necessitando proteção, passou a deixar de lado a sua diversidade”. Isto é, não percebeu que “as infâncias são múltiplas e inventadas como produtos sociais e históricos. Muitas das crianças que vivem suas infâncias hoje fazem parte de um mundo em que explode informações” (DORNELLES, 2011, p.78), no caso desta tese, explode conteúdo produzido pela própria criança em seu canal no *YouTube*.

Considerando esses aspectos, esta tese compreende a infância na perspectiva de Agambem (2012) e Walter Kohan (2015), que abordam a infância como sendo “a experiência que é própria das crianças”, como um acontecimento intempestivo. Dessa forma, o argumento geral desta tese é: o modo de vida youtuber mirim, produzido por meio do Canal Julia Silva, não se esgota na exposição de si em frente à câmera, mas, antes de tudo, instaura um saber fazer que não está fora das relações de poder que envolvem o processo de plataformação da vida e que engendra a produção de subjetividades infantis, pela articulação das técnicas de si, como o rever a si, o dizer de si e o empresariar a si mesma, implicando a constituição de modos de existir de uma parcela da infância contemporânea.

Para o desenvolvimento desse argumento geral, nesta tese, as discussões teóricas foram organizadas e as análises realizadas em quatro capítulos, além deste capítulo introdutório. O segundo capítulo – **UM MODO TEÓRICO-METODOLÓGICO DA PESQUISA** – está dividido em duas partes: na primeira parte, é traçado o fio teórico conceitual de “Subjetividade” e “Modos de Existência”, tentando mostrar como esses referenciais favorecem a produção de uma análise da materialidade empírica. Na segunda parte, é apresentada a abordagem qualitativa como perspectiva profícua de pesquisa para a ambiência plataformação. Na sequência, é descrito como o fio do Estudo de Ciência e Tecnologia atravessa a entrada em campo, discutindo-se o que significa ir a campo quando o campo é uma plataforma empresarial. Ponho em destaque o termo de serviços do *YouTube*, os desdobramentos do aspecto técnico do

*design* do *affordance* e a recomendação algorítmica, entendendo-os como constitutivos da plataforma do YouTube. A partir dessa reflexão, mostro como se deu a composição do *corpus* da pesquisa. E, por fim, descrevo os procedimentos desenvolvidos na investigação.

‘No terceiro capítulo – **YOUTUBER MIRIM: INSTAURAR UM SABER-FAZER E DIZER DO SEU MODO DE VIVER** –, apresento como ocorreu a passagem da Julia Silva do espaço privado para o público articulado em plataforma, a partir das narrativas produzidas em alguns vídeos disponibilizados em seu canal; descrevi como a *youtuber* mirim não escapou de certa naturalização da gramática do treino que dociliza o corpo infantil para a maternidade, a partir da relação com a boneca; identifiquei como a Julia Silva foi ágil na operação de produzir a imagem que informa a partir da experiência de se mover no espaço vivido da cidade; por fim, descrevi como a *youtuber* mirim esquadrinhou as prateleiras e produziu inventário de brinquedo em um “supermercado cultural global”. Nessa direção, ela aprendeu a produzir a subjetividade *youtuber* mirim conhecedora de brinquedos, o que a dotou de certo *status* no *YouTube*.

No quarto capítulo – **YOUTUBER MIRIM: UM MODO DE SE CONSTITUIR COMO EMPRESÁRIA DE SI** –, investigo como Julia Silva engendrou “técnicas de si” e conseguiu plasmar relações de *network* com a marca Bambola. Realizo um esforço teórico analítico para pensar o que significa ceder a imagem do seu rosto para que a marca fabricasse o rosto da primeira boneca *youtuber* do Brasil. Ter uma boneca como marcador de referência do seu próprio percurso de construção *youtuber* mirim, bem como articular-se com empresa do mercado de brinquedos são elementos constitutivos da empresária de si. Por fim, descrevo como a *youtuber* Julia Silva se apresentou na feira da ABRIN, para mostrar que virar boneca *youtuber* constitui tanto posição social quanto uma construção discursiva do modo de como ela se constituiu como empresária de si.

No quinto capítulo – **YOUTUBER MIRIM: UM MODO DE EXISTÊNCIA EDITADO** –, mostro como se produz um deslocamento da ideia de quarto para pensar como “espaço da heterotopia”. Acompanho os detalhes do gesto, do sorriso, do afeto, da reflexão e da afirmação desse modo de existência; discuto que a *youtuber* mirim ao (re)nomear os vídeos analisados em *reliquia* e *homenagem*, está (re)significando sua produção audiovisual; realizo um esforço teórico e analítico para pensar como o modo de vida editado se articula com as temporalidades: *chrónos*, *kairós* e *aíon*; evidencio a propositiva criativa de que a *youtuber* mirim coloca em perspectiva a narração e a narradora como possibilidade de produzir qualidade técnica na produção de vídeos. Por fim, no sexto capítulo, são apresentadas as **CONSIDERAÇÕES FINAIS** desta tese.

## 2 UM MODO TEÓRICO-METODOLÓGICO DA PESQUISA

Para trabalhar a matriz teórico-metodológica da pesquisa, dividi o capítulo em duas partes. Na primeira parte, início com algumas considerações teóricas pós estruturalista, com base em Michael Peters (2000). Na sequência, apresento a seção do dispositivo teórico-conceitual “subjetividade” inspirada nos aportes de Michel Foucault (1995; 2001 a; 2001 b); Dianna Taylor (2018) entre outros, além do conceito de “modo de existência” apoiada em Étienne Souriau (2020) e David Lapoujade (2017). Na segunda parte, apresento a abordagem da pesquisa qualitativa e as “técnicas do observador” (CRARY, 2000) e descrevo o modo de como foi feita a entrada em campo, incorporando à discussão o estudo da plataforma que deriva da interlocução com o Estudo de Ciência e Tecnologia. Esses referenciais contribuíram para a formulação do processo analítico desta pesquisa.

Não podemos esquecer a obra de Michael Peters (2000) intitulada *Pós estruturalismo e filosofia da diferença*, publicado no Brasil em 2000, que ainda hoje é referência obrigatória para produzir reflexões teórico-metodológicas para esta tese. O autor, apoiado em Mark Poster, afirma que o termo “pós estruturalismo” tem sua origem nos Estados Unidos e que a expressão “teoria pós-estruturalismo” produz nomeação de uma prática baseada na assimilação do trabalho de uma gama bastante diversificada de teóricos. Apesar de o termo ter surgido nos Estados Unidos, Peters (2000, p.9) alega que não se pode perder de vista que o pós-estruturalismo francês é “uma resposta filosófica específica – fortemente movimentada pelo trabalho de Friedrich Nietzsche e Martin Heidegger contra as pretensões científicas do estruturalismo”. Foi o que forneceu as fontes de inspiração para muitas de suas inovações teóricas, principalmente, a partir das leituras de Nietzsche feitas por Deleuze, Foucault desde o início dos anos 60 até os anos 70 e 80 do século XX. Para Peter (2000, p.29) o “pós-estruturalismo não pode ser simplesmente reduzido a um conjunto de pressupostos compartilhados, a um método, a uma teoria ou até mesmo a uma escola”.

Peters (2000, p.29), ressalta que o pós-estruturalismo se caracteriza pela pluralidade da interpretação; pela ênfase filosófica e estética ao processo de “auto devir; com a importância dada ao conceito de vontade da potência e suas manifestações como vontade de verdade e vontade de saber” (PETERS, 2000, p.32). O autor põe em destaque que a contribuição do pensamento filosófico de Michel Foucault ao pós-estruturalismo se deve pelo aporte da genealogia nietzschiana como uma forma de história crítica concentrando-se, nos conceitos de “proveniência e emergência”. Ele considera que Foucault “vê a verdade como o produto de regimes ou gêneros discursivos que têm seu próprio e irreduzível conjunto de regras para

construir sentenças ou proposições bem formadas” (PETERS, 2000, p.32). E explicita a “constituição discursiva do eu – sua corporeidade, sua temporalidade e sua finitude, suas energias inconscientes e libidinais – e a localização histórica e cultural do sujeito” (PETERS, 2000, p.36), que são elementos caracterizadores do pós-estruturalismo francês.

O pensamento pós-estruturalista desenvolveu várias perspectivas metodológicas como a arqueologia, a genealogia, a desconstrução, cada um dos quais funciona de acordo com sua própria lógica, mas, considerados em seu conjunto, eles tendem a enfatizar “as noções de diferenças, de determinação local, de rupturas ou descontinuidades históricas, de serialização, de repetição. Essa posição epistemológica que se recusa a ver o conhecimento como uma representação precisa da realidade” (PETERS, 2000, p. 37). E mais, os pós-estruturalistas trabalham em proximidade com “a literatura, e demonstram sensibilidade textual nas estratégias e abordagens filosóficas altamente inovadoras e sofisticadas para a análise de textos e de artefatos históricos e culturais” (PETERS, 2000, p.37). O autor considera que o interesse de Foucault em examinar como são construídas as “relações diferenciais de poder”; e “governamentalidade” (PETERS, 2000, p.42) contribuíram para o entendimento das configurações políticas contemporâneas, a partir da obra *Segurança, território, população*.

O termo *governamentalidade* utilizado por Foucault (2008) foi cunhado no contexto de sua análise do liberalismo e do neoliberalismo, o qual produziu um corpo substancial de trabalhos contemporâneos em filosofia política. O uso do termo *governamentalidade* foi para se referir à arte do governo e para assinalar a emergência de um tipo característico de governo, o qual se tornou a base da política liberal moderna. Para Peters (2000), Foucault sustenta em sua análise que a “arte do governo” emergiu no século XVI, e apresenta, em seu bojo, diversas *nuanças*, entre elas: “o governo de si (conduta pessoal); o governo das almas (doutrina pastoral); o governo das crianças (pedagogia). [E na] economia é introduzida na prática política como parte da governamentalização do Estado” (PETERS, 2000, p.42). Há ainda, na visão de Peters (2000, p.42), o entendimento de que para Foucault o importante era mostrar “como o poder é exercido”. Para Foucault “o poder é produtivo. [E] está disperso por todo o sistema social, estando estreitamente vinculado ao saber” (PETERS, 2000, p.44). Isso significa dizer que o poder não é apenas repressivo, mas também cria novos saberes.

Sendo assim, pode-se sumarizar que o pós-estruturalismo francês se caracteriza do seguinte modo: (1) “pela pluralidade da interpretação; (2) pela ênfase filosófica e estética ao processo de “auto devir; (3) [pela força conceitual] de “vontade da potência; vontade de verdade e vontade de saber” (PETERS, 2000, p.32). Acrescenta-se, ainda, (4) a “constituição discursiva do eu – sua corporeidade, sua temporalidade; [...] e a localização histórica e cultural

do sujeito” (PERTERS, 2000, p.36). O conjunto das características apresentadas por Peters (2000) ajudou-me a situar que uma parte do repertório conceitual da escrita analítica da tese está ancorada nos teóricos da primeira geração do pós-estruturalismo, no caso em tela Foucault, Lyotard, e outros articulados com os estudos culturais. A seguir, apresento a seção da primeira parte do capítulo teórico-metodológico desta tese.

## 2.1 PERSPECTIVA TEÓRICA PARA COMPOR A CENA ANALÍTICA DA PESQUISA

Esta seção do capítulo se concentra em apresentar os atributos dos conceitos “Subjetividade” e “Modos de Existência”, mostrando como cada um deles opera como ferramenta analítica e ajuda a compor a interlocução entre os estudos pós-estruturalistas com a produção da informação operada em campo. É preciso dizer que o conceito de subjetividade já estava previsto na formulação do projeto de pesquisa desde 2017. Já o conceito de “modos de existência” só emergiu após a entrada em campo, devido a densidade empírica durante o desenvolvimento direto da observação. Ao observar aspectos empiricamente importantes do contexto investigado, fez-se necessário alargar o referencial conceitual para conseguir dar conta da dimensão analítica da pesquisa. Portanto a incorporação de mais um conceito a esta tese se deve à compreensão de que os conceitos são campos de força que operam por meio de fios que formam redes de reflexão e produzem sentido, concatenados e relacionados com as ideias que surgiram durante o processo de investigação.

Sendo assim, esta tese se afasta do entendimento de que trabalhar com dois conceitos para falar da mesma coisa é algo desnecessário. Ao contrário, o esforço empreendido aqui está ancorado no entendimento de que, quanto mais se dispõe de conceitos, maior será nossa capacidade de ler, questionar e conhecer a situação estudada, dito de outro modo, maiores serão nossas possibilidades de ampliar o repertório analítico da situação investigada. É o que procuro explorar a seguir

### 2.1.1. As subjetividades da youtuber mirim

Trazer o conceito de subjetividade na perspectiva de Michel Foucault foi um desafio para esta pesquisa. Isso se deve ao fato de que o conjunto de obras do Foucault se apresenta de forma heterogênea e multifacetada, devendo ser considerados livros, entrevistas, cursos, artigos, conferências. Somam-se a isso, as próprias inflexões conceituais e temáticas do seu pensamento. Isso significa que a produção da escrita do conceito não conseguiu dar conta de uma busca detalhada de tentar ver, nas entrelinhas, as afinidades teóricas de Foucault a fim de

compreender a complexidade que envolve o conceito de subjetividade. Para dar conta da complexidade do conceito de subjetividade, penso que foi preciso não só as leituras, mas também cursos, debates, sistematizações, principalmente, para a pesquisadora que não pertence ao campo formativo da Filosofia. Compreender a perspectiva de Foucault não é algo que acontece num lampejo.

Assim, o esforço empreendido aqui foi seguir na trilha da leitura para não só aprender a atualidade do pensamento de Foucault, mas também entender o conceito como instrumento, a fim de pensar como se dão os processos de constituição da subjetividade *youtuber* mirim. Foucault nos convoca a compreender a história como a história do presente. Nas palavras de Antonio Negri (2016, p.16), com “Foucault, a análise histórica torna-se uma ação, o conhecimento do passado uma genealogia, a perspectiva do amanhã um dispositivo”, completando: “do ponto de vista das lutas. Conhecer é produzir subjetividades”. Assumir a perspectiva foucaultiana é reconhecer que a produção de subjetividade não é descolada do contato com a situação histórica determinada, isto é, “com aquela figura do desenvolvimento capitalista que vê o comando investir a vida, e as relações que reproduzem a vida de maneira plena” ((NEGRI, 2016, p.17). No caso desta tese, trata-se da produção de subjetividades vinculadas ao contexto do capitalismo de plataforma do *YouTube*.

Negri (2016, p.16) sumariza a forma como Foucault organizou a sua produção teórica e aponta três perspectivas temáticas em que Foucault aplicou a sua atenção: (1) o estudo das formações das ciências humanas nos anos 60 – corresponde ao estudo da arqueologia do saber e à “desconstrução do conceito de episteme”; (2) o esforço empreendido, nos anos 70, em torno da temática “relação saber-poder, das formas disciplinares e o desenvolvimento do conceito de soberania da modernidade”; (3) e “as análises dos processos de subjetivação” ocorridos nos anos 80. Parece que a distinção temática está relacionada não só com as condições históricas e as necessidades políticas com que Foucault se confronta, mas também com as afinidades teóricas. Quanto a esse último aspecto, Carozzi (2014, p.129) afirma que o pensamento de Nietzsche está presente em Foucault, sobretudo, contra a noção do “sujeito constituinte” e contra as “filosofias de origem”. O sujeito, para Foucault (1995), é constituído dentro da história e não fora dela. Em seu texto *O sujeito e o poder*, alega que se envolveu com a questão do poder, mas afirma: “meu trabalho [...] foi criar uma história dos diferentes modos pelos quais, em nossas culturas, os seres humanos tornaram-se sujeitos” (FOUCAULT, 1995, p. 231). O que as palavras de Foucault expressam é que o sujeito é, em si mesmo, constituído na história. Isto é, “o sujeito é uma forma em oposição a uma substância” (TAYLOR, 2018, p. 15). O termo *sujeito*, não se refere a um conceito “substancial”, mas a um conceito “relacional”. Foucault

(1995) se distancia de qualquer pretensão da noção de um sujeito fundador, mas parece associado ao entendimento de um pensamento constituído na e pela história.

Para Carozzi, (2014), o esforço empreendido por Foucault é para mostrar que o sujeito não existe como entidade universal. Ele não vai tratar da história tradicional do sujeito enquanto “instância fundante”, mas a história do sujeito enquanto “efeito de uma constituição”. Isso significa entender que “os modos de constituição do sujeito são determinados pelas práticas situadas historicamente” (CAROZZI, 2014, p.19). A pesquisadora complementa, afirmando que “Foucault vai na contramão do significado do sujeito como constituinte ou fundador para defender que o sujeito é constituído historicamente” (CAROZZI, 2014, p.66). Uma construção histórica, portanto, deve ser entendida e tratada como tal.

Nesse sentido, parece ser possível considerar que Foucault não fala do homem ocidental como entidade única, mas sobre “a constituição histórica da subjetividade” (CAROZZI, 2014, p.132) em seus vários desdobramentos e contingências. Entendo, com Carozzi (2014, p.132), que subjetividade é aquilo que produz “os homens, seja por práticas de saber e de poder, seja por práticas de si. Práticas que, se modificam na história, estão ligadas às várias formas em que os sujeitos se relacionam com os campos de saber, poder e consigo mesmo”. A subjetividade para Foucault, segundo Carozzi (2014), não tem natureza ou essência. Ela está inserida em um contexto histórico e somente a partir disso poderemos conhecer, de forma parcial, o sujeito, pois sempre haverá outros modos de conhecê-lo e produzi-lo.

Segundo Diana Taylor (2018), Foucault dedicou vários dos seus cursos no Collège de France à análise das diferentes formas de subjetividades a partir de contextos distintos – antigos, helênicos e cristãos. Para a autora, quando Foucault empreende esses estudos, ele os traz como suporte ao seu argumento de que “a subjetividade é uma forma social, cultural e histórica” (TAYLOR, 2018, p. 16) em vez de uma substância, dada de antemão. A dimensão sócio-histórica do conceito de sujeito, dentro da tradição filosófica ocidental, assume-o como algo “objetivo e neutro”, entretanto Foucault nos permite compreender que “a ideia de ser sujeito está implicada nas relações de poder” (TAYLOR, 2018, p. 16). Trata-se de algo constitutivo da nossa relação com os nossos próprios atos. Foucault (1995, p.243) afirma que as relações de poder são “um conjunto de ações sobre ações possíveis; ele opera sobre o campo de possibilidades onde se inscreve o comportamento dos sujeitos ativos; ele incita, induz, desvia, facilita ou torna mais difícil, amplia ou limita”. O filósofo continua: “[...] torna-se mais ou menos provável; no limite, ele coage ou impede absolutamente, mas é sempre uma maneira de agir sobre um ou vários sujeitos ativos, e o quanto eles agem ou são suscetíveis de agir. Uma ação sobre a ação” dos outros (FOUCAULT, 1995, p. 243).

Carozzi (2014), assim como Negri (2016), nos mostra que o trabalho de Foucault reúne três formas de constituição da subjetividade por ele investigados: “o processo de constituição da subjetividade através do saber ou do discurso; o processo de constituição da subjetividade através do poder ou da prática de poder; o processo de constituição da subjetividade pelo próprio sujeito de técnicas de si” (CAROZZI, 2014, p.133), da genealogia da ética. Nesse sentido, o conjunto dos processos de constituição das subjetividades assim se compõe: (1) *do saber ou do discurso*; (2) *do poder ou das práticas de poder*; e (3) *das técnicas de si*. Para a autora, os dois primeiros processos delineiam formas de “constituição da subjetividade que são objetivadoras, ou seja, elas constituem o sujeito fazendo dele objeto de uma sujeição. Estão entrelaçadas aí práticas de saber e/ou de poder” (CAROZZI, 2014, p.133). Ela explicita que esse entendimento requer cautela, pois não trata de um processo passivo, cuja subjetividade não pertence ao indivíduo. O que Foucault vai chamar atenção é para o fato de que “os conceitos, o discurso, as práticas sociais produzem [tanto as] identidades, [e] conceitos, [quanto] produzem formas de vida e sujeitos” (CAROZZI, 2014, p.133). Compreendo a partir do pensamento de Carozzi (2014, p.133) de que Foucault está alertando para a ideia de que “não somos seres puros cuja essência é uma forma que transita no mundo sem se alterar”, mas “seres existentes em constante relação com o contexto histórico”, e isso inclui a sociedade, instituições e os outros.

Foucault (1995) nos mostra que, enquanto continuarmos a aderir a uma compreensão limitada do poder, não poderemos entender efetivamente os processos presentes nas relações de poder. Assim, partindo dessa compreensão de Foucault (1995, p.244) sobre as relações de poder, indago: sendo o exercício do poder “um modo de ação sobre as ações dos outros”, como entender as ações que incitam os sujeitos a operar cada vez mais ações em estrutura tecnológica da plataforma?

Parece-me importante entender essa indagação porque ela já diz do contexto desta pesquisa: a plataforma do *YouTube*. Nesse sentido, trata de explicitar como os modos de constituição do sujeito são produzidos pelas práticas situadas historicamente, neste caso específico, em uma plataforma digital. Para dar conta de compor a resposta na perspectiva foucaultiana, me apoio na explicitação de Negri (2016, p.191-192), o qual afirma “que não existe nada fora da história. E é precisamente aí que se deve retomar o discurso”.

Inspirada por essa ideia, procurei indícios que mostrassem como se dá essa incitação às ações na plataforma e a produção de subjetividades. Ao acessar o *site YouTube Creators*<sup>14</sup>, me

---

<sup>14</sup> Ver *site YouTube Creators*. Parece que o *Youtuber Creators* é uma figura com distintivo por cumprir as regras do *YouTube*. Conforme o *site*, “os prêmios para criadores são concedidos a critério do *YouTube*, e apenas os criadores de conteúdo que seguem, as regras se qualificam. Os canais passam por análises antes de receber esse

chamou a atenção a frase: “vamos celebrar seu esforço”. É nesse tom valorativo que o *site* afirma que “os criadores de conteúdo fazem os vídeos de corpo e alma e, por isso, é uma honra comunicar o momento em que eles alcançam os marcos de inscrição dos prêmios para criadores” (PRÊMIOS, [2020]). Seja o Prêmio Prata, Prêmio Ouro ou mesmo Prêmio Diamante, parece ser criada na Plataforma uma hierarquia que nos possibilita pensar que “a subjetividade é formada em e através de relações de poder” (TAYLOR, 2018, p.221). Entendo com isso que o site, ao forjar o discurso de que os criadores de conteúdo produzem “*vídeos de corpo e alma*”, também está nos mostrando como se produz a subjetividade de “horaria de prêmio”. Parece que cabe aqui entender como o *site* estabelece relações de poder que impulsionam as pessoas à disposição de produzir conteúdo de *corpo e alma*, engendrando assim a produção do sujeito com honraria para prêmio. No *site*, aparece a seguinte orientação: “reivindicação do prêmio – se o seu canal estiver qualificado, publicaremos uma notificação no Estúdio de Criação [...] com a informação de que você atingiu um dos marcos dos prêmios para criadores” (PRÊMIOS, [2020]). Na sequência, alerta-se que o criador deve cumprir os itens previstos no *site* como o de preencher os “formulários no portal do resgate com mensagem com código exclusivo, nome de seu canal e as informações do envio”, só a partir desse protocolo que “começaremos a personalizar seu prêmio” (PRÊMIOS, [2020]).

Assim, a criança que habita a plataforma do *YouTube* tem um canal, trabalha de “*corpo e alma*” na produção de vídeos, empenha-se para alcançar grande número de inscritos para o canal, como também para se manter no e com o *status* de criadora de conteúdo; é uma criança que é, em si mesma, efeito das relações de poder acionadas no tempo presente. O poder tem aqui o sentido de caráter ativo, ele *produz*, ele é na verdade um *campo de forças*, está sempre em relação. Nas palavras de Foucault (2001e, p.248), “o poder é sempre um feixe de relações mais ou menos organizado, mais ou menos piramidalizado, mais ou menos coordenado”. No caso desta tese, implica compreender como o poder irradia ao se tratar da plataformização da vida. Foucault (2001e, p.249) chama atenção para o modo de como “as grandes estratégias de poder se incrustam, encontram suas condições de exercício em micro-relações de poder”. [E nos lembra ainda que] “sempre há movimentos de retorno, que fazem com que as estratégias

---

reconhecimento”. O *site* ainda estabelece que são três os marcos dos prêmios para criadores: “prêmio prata para criadores com 100 mil inscritos; prêmio ouro para criadores com 1 milhão de inscritos; prêmio diamante para criadores com 10 milhões de inscritos” (PRÊMIOS. *YouTube Creators*, [2020]). Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/awards/>. Acesso em: 15 jun. 2020).

que coordenam as relações de poder produzam efeitos novos e avancem sobre domínios”. Mas sempre associado ao imbricamento entre poder e saber.

Cabe aqui retomar ao discurso do *YouTube Creator* e assinalar o que é mais ou menos coordenado de relações de poder que permite a análise de que a plataforma produz saberes a respeito de como aqueles que querem ser nomeados como criadores devem se comportar, inserindo-os em relações de poder. Pareceu-me que *YouTube Creators* lança mão de uma técnica: “Premiamos os criadores que têm contas em situação regular, sem aviso de direitos autorais nem violações das diretrizes da comunidade ou manipulação da contagem dos inscritos, entre outros critérios” (PRÊMIOS, [2020]). Ele apresenta uma espécie de estatuto das relações de poder, em que os criadores estarão envolvidos e, nesse processo, estabelece “uma ação sobre a ação, sobre ações eventuais, ou atuais, futuras ou presentes” (FOUCAULT, 1995, p. 243). É uma ação produzida pela corporação digital *YouTube*, estabelecendo critérios de premiações na dinâmica de incitar e regular simultaneamente e, a partir disso, tornar possível a produção da subjetividade de honraria de prêmio.

Nesse horizonte da produção de constituições das subjetividades em contexto da plataforma do *YouTube* e relacionada à técnica do *YouTube Creator* através do qual convida e incita a criança *youtuber* a produzir cada vez mais conteúdos em vídeos e faz com que ela se (re)invente estrategicamente no canal diante de outras crianças cujo efeito ‘talvez’ seja despertar que outras crianças queiram experimentar, de forma naturalizada, a passagem do privado para o público na ambiência platformizada. Isso nos permite entender que essa passagem do privado para o público seja algo resultante do efeito do exercício do poder que acontece sobre outras crianças. Expresso de outro modo, parece-me que se desfaz a fronteira marcada pela opacidade entre público e privado na exposição do sujeito infantil. Isso porque, ao mostrarem a si mesmas e o seu cotidiano, as crianças “usuárias”<sup>15</sup> do *YouTube* levam, para o espaço público, o que estava restrito à esfera privada. É nesse entrelaçamento público/privado que emerge o sujeito infantil inserido nas relações de poder na plataforma do *YouTube*. Ainda que a criança não conceba abstratamente as relações de poder em seu cotidiano, ela está inserida em tais relações, ao mesmo tempo em que as produz. O cotidiano da criança nesse contexto é marcado pela visibilidade e articula-se a certa intimidade com tecnologias, redes de comunicação e compartilhamento de conteúdo no seu canal na plataforma.

Para Taylor (2018, p.17), é no âmbito das relações de poder que Foucault discute que “a subjetividade não é simplesmente imposta externamente. Nós assumimos e ocupamos as

---

<sup>15</sup> O vocábulo “usuário” é uma nomeação dos Termos de Serviço do *YouTube* – referindo-se a todas as pessoas que usam o serviço da plataforma, seja como consumidor ou como criador de conteúdo.

posições de sujeitos que nosso contexto sócio-histórico nos disponibiliza: sujeitos não são apenas feitos, nós nos fazemos”. Na perspectiva da autora as relações de poder perpassam em qualquer tipo de relação humana em que se tenta dirigir a conduta do outro. Nas reações de poder nós nos movemos e nos refazemos o tempo todo, devido às circunstâncias sócio-históricas em que estamos inseridos na sociedade. Para a autora, relações de poder não é algo dado, são, ao contrário, móveis e é preciso que haja liberdade. O importante é a possibilidade de experimentar “as normas e valores da sociedade de novas maneiras, trabalhar na criação de formas totalmente novas de subjetividades” (TAYLOR, 2018, p.17). Nesse horizonte de passagem do privado para o público, emerge outro marco das relações de poder produzido pela criança, entendido como uma ação atravessada pela dimensão de liberdade.

Nesse sentido, a criança criadora de conteúdo produz relações de poder em duas frentes; de um lado, mantém as atividades produtivas conforme o critério do *YouTube*, isto é, navega nas relações de poder cumprindo os ditames da plataforma, e, do outro lado, mantém-se em “relação de poder em ato” (FOUCAULT, 1995, p. 242), articulada em rede de comunicação com outras crianças inscritas em seu canal. Nesse sentido, Foucault afirma: “as relações de poder são produtivas” (FOUCAULT, 2001b, p.236), e certas relações de poder produzem subjetividades. Diante dessa dinâmica, o que se modula é a constituição de subjetividade “navegadora nas relações de poder”. Isso porque “as relações de poder se enraízam no nexo social. Viver em sociedade é, de qualquer maneira, viver de modo que seja possível a alguns agirem sobre a ação dos outros” (FOUCAULT, 1995, p. 245-246). Trata-se do exercício de poder que se modifica, se organiza e se assegura dos procedimentos aceitos socialmente.

Parece-me que certos procedimentos aceitos socialmente podem ser conferidos quando as crianças usuárias do *YouTube* agem ativamente travando redes de relações, comprometidas com a busca por uma possível popularidade. Tomaz (2017, p.73) nos mostra que essas relações de trocas na busca por popularidade são expressas das seguintes maneiras: [Postam na área destinada aos comentários] “Me ajude a chegar a 100 inscritos”; “Minha meta é de 500 inscritos; Troco inscrições”; “Pronto, já me inscrevi no seu. Agora, se inscreva no meu”. O que essas crianças articulavam no campo do “comentário dos vídeos<sup>16</sup>” são exercícios de *relações de poder*. Um *modo de ação sobre as ações dos outros*. Em outras palavras, o que elas produziram no espaço do comentário de vídeos, foi *micropolítica*, entendida aqui como a arte de decidir o que deve ser feito. Elas se articularam e decidiram operar coletivamente as relações

---

<sup>16</sup> Em fevereiro de 2019, o *YouTube* desativou a área de comentários em canais infantis (YOUTUBE combate vídeos com comentários de pedofilia. *Tecnoblog*, 2019. Disponível em: <https://tecnoblog.net/279928/youtube-combate-videos-comentarios-pedofilia/>. Acesso em: 11 jul. 2020).

de trocas de inscrições, sem, necessariamente, violar as diretrizes normativas na contagem dos inscritos, do *YouTube*.

Para Foucault (1995, p.244), “o poder só se exerce sobre ‘sujeitos livres’, enquanto ‘livres’ – entendendo-se por sujeitos individuais ou coletivos que têm diante de si um campo de possibilidades onde diversas condutas, diversas reações e diversos modos de comportamento podem acontecer”. No caso em tela, as crianças que demandam por experiências com fins de popularidade mostram como interagem com as tecnologias para “produzirem imagem de si, de modo que estejam socialmente visíveis, como também para ampliarem o número de pessoas que as veem” (TOMAZ, 2017, p. 73). O que se pode inferir dessa micropolítica das relações de poder, no campo dos comentários dos vídeos, é que não se trata só da constituição da subjetividade navegadora nas relações de poder, mas também da constituição da subjetividade do empenho de si para ser conhecida.

Na perspectiva de Taylor (2018, p.13), “o poder e a liberdade [podem ser lidos como] mutuamente constitutivos”, por considerar que a liberdade “não é um estado que ocupamos, mas sim uma prática que empreendemos”, e “trata-se da prática de navegar as relações de poder de forma a mantê-las abertas e dinâmicas; ao fazê-lo, permite-se o desenvolvimento de novos modos alternativos de pensamento e existência” (TAYLOR, 2018, p. 14). Esse modo de busca de existência pela lógica do estar visível é necessariamente uma tentativa de ser “alguém”. E, para isso, a plataforma do *YouTube* parece uma poderosa arquitetura tecnológica para que o sujeito infantil opere a chave de entrada que se constitui em processos sucessivos de visibilidade por meio do uso sistemático das tecnologias de plataformas.

Na perspectiva de Taylor (2018, p.15), Foucault caracteriza a liberdade como um “trabalho em curso. E postula uma relação entre poder e liberdade, [no sentido] de conceber uma relação entre poder e subjetividade”. Isso significa dizer que, na análise dos modos constitutivos das subjetividades, o que importa é compreender como foi o processo da *youtuber* mirim de instaurar a produção de si a partir do binômio poder/subjetividade. Juntamente a isso, compreendo que a liberdade e a subjetividade não se traduzem como algo de oposição, mas de interconexão em relações de poder.

Segundo McGushim (2018), Foucault argumenta que o sujeito não é um ser autônomo, algo como “essência ou substância” que existe dentro de nós, quer o procuremos ou não. “Ele é trazido à existência como resultado de alguma forma de atividade relacional. A subjetividade, como relação dinâmica e ativa, pode assumir uma série de diferentes formas” (MCGUSHIM, 2018, p. 168). Dessa maneira, as diversas marcas de subjetividades apontadas aqui – subjetividade criadora de conteúdo; subjetividade de honraria de prêmio; subjetividade

navegadora nas relações de poder e subjetividade do empenho de si para ser conhecida – derivam das atividades da *youtuber* mirim como também compõem um panorama aberto no processo de constituição de subjetividades *youtuber* mirim. É possível que isso ocorra devido ao fato de que, quando a criança *youtuber* (tanto no singular quando no plural) assume essa relação dinâmica consigo mesma, parece produzir e se apresentar em diferentes modos de constituir subjetividades como *youtuber* mirim.

Para McGushin (2018, p.168), quando perdemos o horizonte das diferentes formas de produzir subjetividades, “começamos a aceitar uma ideia estática e fixa de quem e o que nós somos, e então nos vemos inclinados a negligenciar o desenvolvimento da relação ativa, que é a vida e o cerne reais da subjetividade [sic]”. O autor nos mostra que “a definição de subjetividade de Foucault traduz como um contínuo devir, não um ente fixo” (McGUSHIN, 2018, p.184). Dessa forma, propor o conceito de subjetividade como operador analítico implica aproximar-se de um ambiente de plataforma, dito de outra maneira, habitar o *YouTube* e observar as maneiras pelas quais a criança opera e coloca em prática formas distintas de constituição de subjetividades. É o que apresento no decorrer desta tese.

### 2.1.2 Os modos de existência da *youtuber* mirim

Segundo o *Dicionário Aurélio*, o vocábulo *existência* é proveniente do latim (*existentia*) e quer dizer “o fato de existir, de viver; vivência. Vida – tem existência longa. Na Filosofia são modos de ser dos objetos lógicos que se definem pela não contradição. Modo de ser atual, concreto. Modos de ser próprio do homem” (FERREIRA, 2009, p.854). É a partir desse vocábulo originário que começo a pensar a noção que compõe o sintagma *modos de existência*. Segundo David Lapoujade (2017), o conceito de modos de existência atravessa diversos campos do saber, como psicologia, filosofia, epistemologia, mas principalmente o campo da filosofia da arte. Para esta tese, o entendimento do sintagma *modo de existência* se constitui como operador analítico, um esforço de adaptação que permite me orientar a entender o fazer de uma criança *youtuber*, por meio do qual ela busca trazer à existência – o seu ponto de vista em sua produção videográfica. Trata-se, portanto, de compreender menos o modo de ser e mais o modo de apropriação – de como “conquistar tantas maneiras de ser como se fossem tantas dimensões de si mesmo” (LAPOUJADE, 2017, p.95). Sendo assim, analisar a produção videográfica a partir do sintagma *modo de existência* parece trazer uma das perspectivas de compreender e ver expresso esse modo de existência *youtuber* mirim.

Para Lapoujade (2017, p. 15), “o modo de *modus* pensa a existência a partir dos seres”. Isso significa entender que “o modo não é uma existência, mas a maneira de fazer existir um ser em determinado plano. É um gesto. Cada existência provém de um gesto que o instaura, de um ‘arabesco’ que determina que será tal coisa. Esse gesto é imanente à própria existência”. O autor pensa os modos de existência a partir das diversas situações de vida, música, figuras geométricas, arquiteturas, literatura e personagens. Nesta tese, prestar atenção na figura dos personagens literários pareceu-me valioso, uma vez que isso nos ajuda a entender os diversos modos de existência.

Dessa forma, cabe a nós aproximarmos-nos da nuance de um personagem para compreender como se compõe o sintagma instaurador modos de existência. “Ele sempre passeia pelas ruas de Lisboa. [Aparece] de chapéu na cabeça, óculos finos sobre o nariz, como faz todos os dias, Fernando Pessoa, o homem de múltiplos heterônimos. Como todos os dias, é tomado pelo cansaço e pela lassidão”; e prossegue: “ele se sente isolado do mundo exterior e constata o vazio da própria existência” (LAPOUJADE, 2017, p.9). O autor evoca mais um fragmento da literatura de Fernando Pessoa<sup>17</sup>, o qual afirma: “entre mim e a vida há um vidro tênue. Por mais nitidamente que eu veja e compreenda a vida, eu não posso tocar [sic]” (LAPOUJADE, 2017, p.9). Mas “de repente, como se um destino médico me houvesse operado de uma cegueira antiga com grandes resultados súbitos, ergo a cabeça, da minha vida anônima, para o conhecimento claro de como existo” (LAPOUJADE, 2017, p.11). Esse exercício proposto por Lapoujade nos permite compreender como o conceito de existência está intrinsecamente ligado à vivência desse personagem.

Diante disso, cabe indagar: o que esse personagem está nos demonstrando? Segundo Lapoujade (2017, p.11), temos a “busca [por] uma entrada na existência, quando já se está totalmente nela”. O autor chama a atenção para a força da extensão dos modos de existência: “Um amor que intensifica, um projeto que se realiza, a construção de um edifício, um roteiro levado às telas, a execução de uma partitura” (LAPOUJADE, 2017, p. 11). Parece-me poder incluir nesse rol as criações de conteúdo, a produção de vídeo na modalidade “*react*”; o modo como realizou um vídeo novo a partir de uma produção anterior; o modo como instaurou o repensar, rever, (re)posicionar do próprio trajeto *youtuber* mirim; o modo como lidou com a dimensão do *design* da plataforma se tinha ou não visualização no canal; e o modo de administrar o próprio canal digital. Todos esses últimos itens são elementos constitutivos de um projeto de extensão dos modos de existência de uma criança *youtuber*.

---

<sup>17</sup> Ver: PESSOA, Fernando. *Livro do desassossego*. São Paulo: Cia das Letras, 1999. p. 110.

A *youtuber* mirim, ao fazer rever, reposicionar e repensar a partir do vídeo na modalidade “*react*”, parece nos indicar que não está fechada sobre si mesma, ela está aberta pelas perspectivas que suscita. Lapoujade (2017, p.47) nos possibilita entender esse engenho quando indaga: “como fazer ver essas perspectivas, essas composições? Uma vez que fazer ver é fazer existir”. Para o pensador Etienne Souriau (2020, p.89), o fazer existir sustenta com o gesto “de inventar (como se ‘inventa’ um tesouro); de descobrir modos positivos de existência que vêm ao nosso encontro com suas palmas, para acolher nossas esperanças, nossas intenções ou especulações problemáticas, para recolhê-las e confirmá-las”. Assim, a partir desse vértice, pareceu-me que abriu a passagem para o entendimento de que a movência produzida pelo vídeo na modalidade “*react*” fez instaurar o movimento de “fazer existir de certa maneira – a cada vez (re)inventada” (LAPOUJADE, 2017, p. 89).

Soma-se a essa interlocução, a perspectiva de Renato Jacques (2019), apoiando-se na filosofia de Souriau, nos mostra a maneira de como acontece a intensificação de tais existências inventadas. Para o autor, a intensificação “requer trabalho, o trabalho de instauração. [É] o que dá acesso ao caminho pelo qual se poderá seguir em frente. Uma história, uma vida, até um país, [...] precisam ser instaurados para existir minimamente” (JACQUES, 2019, p.338). Trabalhar implica se entregar à responsabilidade por fazer as coisas e, de maneira alguma, acontece pelo caminho mais fácil. No caso desta tese, parece indicar que tanto a responsabilidade quanto a problematização acontecem de forma intercalada no continuo fazer e rever-se, e seguir em frente na administração do canal na plataforma do *YouTube*

Jacques (2019, p.338) busca problematizar: “Por que fazer? Por que o trabalho? Por que a instalação?” A resposta produzida ancora-se em Souriau – “porque são as únicas experiências íntimas, imediatas e diretas que temos à nossa disposição”. E indaga: “o que é o fazer? É uma instância na qual, por meio de nossa eficácia pessoal, assumimos a responsabilidade pelo vir a ser, pelo vir a existir, pela instauração de algo tão concreto e pleno quanto for possível” (JACQUES, 2019, p.338). Para o autor, Souriau entende que “nada existe por si, tudo precisa ser completado”, visão que traz a noção de que “o trabalho de instauração da obra a ser-feita é o mesmo trabalho de instauração da vida a ser vivida (JACQUES, 2019, p.339). Essa compreensão traduz a noção de que “não há obra acabada”, mas “há obras a serem acabadas”, mesmo considerando aquela que se apresenta como já “feita”, pois o que existe é sempre, “a responsabilidade solene de fazer algo sobre si mesmo” (JACQUES, 2019, p.340); responsabilidade no sentido de dedicação e engajamento. A pessoa (criança, no caso desta tese) parece se dedicar ao trabalho não só de instaurar produzir vídeo, mas como também instaurar um modo de existência.

Lapoujade (2017, p.14), por sua vez, relendo o filósofo Étienne Souriau, afirma que há diferentes modos de existência, isto é, há um “pluralismo existencial”, no sentido de “que não há um único modo de existência para todos os seres que povoam o mundo. Como também não existe um único mundo para todos esses seres; não esgotamos a extensão do mundo”. O que o autor expressa é que um ser não está predestinado a um único modo de existência, ele pode existir segundo vários modos. Existir de diversos modos significa coexistir. Isso pode ser conferido em “Hamlet, que existe como personagem em Shakespeare, como presença no palco, como referência em discurso, como herói de filme. Um ser pode ver sua existência se triplicar, enfim, pode existir em vários planos distintos permanecendo numericamente um” (LAPOUJADE, 2017, p. 14). Isso indica que em todos e em cada um a existência reside integralmente e se realiza.

De acordo ainda com Lapoujade (2017), a existência reside e se realiza. Isso implica ater-se ao “pluralismo existencial”, no sentido de perceber que não há um único modo existencial para todos os seres e que não esgotamos todas as possibilidades de modos de existência. Essa compreensão permite-me pensar que o modo de existência de uma criança atleta em natação não é o mesmo de uma criança que participa das olimpíadas de matemática. Assim como o modo de existência de uma criança bailarina não é o mesmo de uma criança que treina *skate* para competir nas olimpíadas. Também não é o mesmo modo de existência de uma criança *youtuber*. Todos são forças infantis demandando modos de existências distintos. Para Souriau (2020, p.131), seria “autonomia da existência (existir, dizíamos, é optar, escolher, tomar partido corajoso e deliberadamente por um modo de existência), como também a condição para algo mais”. Na perspectiva do autor, o que se percebe ao “se conceber esse ‘existir mais’ é, antes de qualquer coisa, um ‘mais’ quantitativo, por ser com efeito, reunião de numerosos gêneros de existência, tão diversos quanto possível. É também um ‘mais’ de maestria. [...] Uma espécie de obra-prima da arte de existir” (SOURIAU, 2020, p.136).

Como nos mostra Jacques (2019, p.342-343), “o feito de Souriau permite pensar (experimentar e viver) existências não apenas por meio de mera contabilidade (mais coisa, mais existências), mas também conforme sua intensidade (maior ou menor)”. Sendo assim, passamos da “quantidade de existências para a qualidade das existências”. Disso decorre pensar que os modos de existência são distintos em cada criança, não são algo que está predestinado a ser um único modo de existência. Ao contrário, essas mesmas crianças podem existir em seus mais diversos modos. Nesse sentido, parece-me que a existência da criança *youtuber* se realiza a partir de diversas possibilidades, enquanto criadora de conteúdo, enquanto dona do diário *Julia Silva*, enquanto criança que sabe lidar com o imperativo da visibilidade, enquanto criança que

instaura *hashtags* no conteúdo editorial, enquanto criança que gerencia os inscritos no canal. São várias as possibilidades da maneira de ser que se manifesta no sintagma *modos de existência*.

Lapoujade (2017) faz referência à obra *Les Différents modes d'existence* de Étienne Souriau, em que este afirma que “não existe Ser sem a maneira de ser. Só podemos chegar ao Ser por meio das maneiras que ele se manifesta. A arte do Ser é a variedade infinita das suas maneiras de ser ou dos modos de existência” (LAPOUJADE, 2017, p. 13). O autor nos mostra que o processo criador de Souriau passa necessariamente pela compreensão das maneiras de ser dos personagens, por isso afirma: “Souriau quer se tornar uma espécie de advogado desses modos de existência” (LAPOUJADE, 2017, p. 21). Obviamente, operar como advogado requer ao personagem invocar características relacionais, dinâmicas ou existenciais, mas também e principalmente características “jurídicas”. Para Lapoujade (2017), isso não constitui um problema porque há várias descrições de modos de existência de filósofos como inquisidores, legisladores, juízes, sempre apoiadas em casos momentâneos.

Com esse contexto, Lapoujade nos mostra que Souriau desenvolveu uma maneira de ver outro personagem que pertence à esfera jurídica, mas sua existência se apresenta como a “figura da testemunha” (LAPOUJADE, 2017, p. 22). A figura da testemunha é aquela que tem “certas percepções privilegiadas [que] suscitam o desejo de testemunhar a “favor” da importância ou da beleza do que elas viram” (LAPOUJADE, 2017, p. 22). O autor prossegue, “a testemunha nunca é imparcial. Ela tem responsabilidade de fazer ver aquilo que teve o privilégio de ver, sentir ou pensar” (LAPOUJADE, 2017, p. 22). Ele explicita ainda que o personagem-testemunha é o sujeito que amplia sua condição de apenas sujeito para tornar-se “sujeito criador (fazer-ver). Isso porque, atrás da testemunha, emerge outro personagem, o advogado”. É ele que convoca a testemunha, quem faz com que toda criação se torne um discurso de defesa a favor das existências que ela faz aparecer, ou melhor, comparecer” (LAPOUJADE, 2017, p. 22). Assim, tanto a figura do advogado quanto a da testemunha são personagens, mas trazem as nuances dos modos de existência inventariados por Souriau.

O modo de existência da figura da “testemunha” constitui-se como um sujeito que vê para se tornar um sujeito criador de fazer ver. Parece-me que essa ideia articula-se com a noção do modo de existência de criança ancorada em plataforma, pois, ao usar a voz como gesto cuidadoso de falar de criança para criança, ela também se torna a testemunha desse modo de existência. Nessa posição de testemunha, ela nos permite ver as primeiras vivências em contexto digital, como quando nos fala de quando começou a utilizar a câmera para filmar, de quando não tinha editor para publicar o vídeo, de como lidou com a “incerteza” acerca da

quantidade de visualizações do vídeo postado por ela. Isso parece que são modos de fazer ver como testemunha. A criança nessa posição aparece como se fosse cada vez mais capacitada para se fazer ouvir cada vez mais cedo, seja no âmbito privado ou público, seja na economia, seja na pesquisa acadêmica.

Souriau (2020, p.164), ao inventariar as variedades dos modos de existência que habitam o mundo, insiste em nos mostrar que

[...] quando vejo o escultor trabalhar, vejo como estátua, a princípio obra a fazer absolutamente distinta do bloco de mármore, a cada golpe da marreta e do cinzel pouco a pouco se encarna no mármore. Pouco a pouco, o mármore se metamorfoseia em estátua.

Continua o pensador, “pouco a pouco, a obra virtual se transforma real. Cada ato de escultor, cada golpe do cinzel sobre a pedra constitui a distinção móvel da passagem gradual de um modo de existência a outro” (SOURIAU, 2020, p.164). O que expressa Souriau é, em outros termos, o que diz Lapoujade (2017, p.20): “os modos de existência são ocupações de espaço-tempos”. Para esta tese, interessa perceber, na perspectiva de Souriau, o momento da passagem, do trabalho, da metamorfose do esboço “à obra”/vídeo; algo que qualifica o agir, apresentar (ou sonhar) um modo de existência.

E, por fim, a maneira de viver da criança em plataforma digital é indissociável dos planos de existência que ela acolhe ou que ela rejeita, assim como a vida é inseparável da forma de vida, e uma vida é inseparável de suas variações. Nesse sentido, essa visão modifica o enquadre do olhar, não mais como “de ser isso ou aquilo”, mas pensando como emergem “tantas novas maneiras de ser como se fossem tantas dimensões de si mesmo” (LAPOUJADE, 2017, p. 59). Partindo desse vértice, é possível pensar que o sintagma *modos de existência* tem força conceitual e alcance teórico para proceder à analítica desta tese, no sentido em que permite mostrar a pluralidade e a força da figura *youtuber* mirim.

Em suma, acredito que as incursões tanto em subjetividade, na perspectiva de Foucault, quanto em modo de existência, nas perspectivas de Souriau e Lapoujade, constituíram-se como dispositivos teórico-conceituais capazes de viabilizar a produção analítica desta tese. Assim, no vértice desses pensadores, juntamente com outros interlocutores, foi possível pensar como a criança em contexto de *YouTube* produz subjetividades infantis e, com isso, procurei ativar as análises nos desdobramentos dos capítulos.

## 2.2 REFLEXÕES METODOLÓGICAS DO PERCURSO DA PESQUISA

A segunda parte deste capítulo está organizada em quatro subseções. Na primeira, apresento a abordagem qualitativa situada na ambiência “plataformizada” (VAN DIJCK, 2013) e abordo como a “técnica do observador” (CRARY, 2012) constituiu a possibilidade adequada para o Canal Julia Silva no *YouTube*. Na segunda subseção, descrevo como foi o processo de conceber a plataforma do *YouTube* como *cibercampo* e os desdobramentos conceituais para a análise empreendida em decorrência da aproximação do estudo da plataforma aos Estudos de Ciência e Tecnologia. Mostro como a dimensão do regramento do Termo de Serviço do *YouTube*, o aspecto técnico do *design – affordance* – e a recomendação algorítmica estão imbricados no contorno de parte do percurso da pesquisa. Na terceira subseção, apresento como se deu a composição do *corpus* da pesquisa e, por fim, na quarta, descrevo como se constituíram os procedimentos metodológicos da pesquisa.

### 2.2.1 A abordagem qualitativa situada na ambiência “plataformizada”

A metodologia de pesquisa é compreendida nesta tese como um processo de manejo de não “tomar como natural aquilo que é cultural” (LAPLATINE, 2004, p. 30). Na verdade, fazer pesquisa que se vale da narração da criança e, mais especificamente, conduzir a pesquisa através do processo da análise da produção de conteúdo do canal Julia Silva, no *YouTube* requer entender que o significado que a criança dá a sua produção de vídeos e à sua vida são focos de atenção especial da pesquisadora. Para isso, lancei um olhar microfísico para as produções videográficas da Julia Silva, privilegiando o modo de viver da youtuber mirim na ambiência “plataformizada”.

Ao tomar como objeto o canal Julia Silva, foi preciso manter em vista como se constituíam as subjetividades na ambiência plataformizada. Isso significa dizer que, na pesquisa qualitativa, a técnica da observação e a análise da produção de conteúdo videográfico do canal Julia Silva figuraram como forma pelas quais pudesse ver e compreender como o modo de habitar a plataforma me possibilitou explorar reportagens, vivências, falas, fotos, gestos, relatos, eventos que passaram a compor a materialidade para que pudesse compreender o processo da visibilidade do modo de existência de uma criança youtuber.

Nesse sentido, o propósito desta tese consiste, então, em compreender o que está sendo produzido pela criança, e isso só poderá se desenvolver mediante a possibilidade de acompanhar o Canal Julia Silva, em que a fala da criança está sendo enunciada. O Canal Julia Silva está

situado em um aparato tecnológico e num sistema de conexão digital que modula a vida cotidiana (o que coloca a investigação no entorno da vida plataformizada). Entendo vida plataformizada como maneira de atuação inserida no contexto das tecnologias de plataformas em diferentes níveis, esferas e camadas da vida social. Sendo assim, o caminho percorrido buscou investigar como se dá o processo de construção da *youtuber* mirim e como ela atua na produção das subjetividades infantis no *YouTube*.

Cabe lembrar que a elaboração do projeto de tese aconteceu em 2017, quando havia certa conformidade pela legitimidade das práticas netnográficas (KOZINETS, 2010) da pesquisa, no sentido de que esta abarcava a noção de *ciberespaço*, comunidade virtual e liberdade. A noção de *ciberespaço* é entendida como espaço de inovação, abolição de fronteiras, solidariedade, compartilhamento na rede e criatividade. Simultaneamente a isso, circulava a aceção de que a *cibercultura* encarnava “uma forma horizontal simultânea puramente espacial de transmissão. Sua principal operação é a de conectar no espaço, de construir e de estender os rizomas de sentido” (LEVY, 1999, p. 249) em uma sociedade da comunicação e informação que alimentava um “ideal de liberdade”, das tecnologias digitais da comunicação. Aos poucos, essa conformidade de “ideal de liberdade” foi sendo revista ou ainda está em curso. Isso se deve ao fato de que, com a entrada das tecnologias de plataformas na internet, configura-se outro cenário, a buscar resultados lucrativos para os empreendimentos empresariais.

Van Dijck (2013), ao estudar a entrada das tecnologias das plataformas na internet, especificamente, a plataforma do YouTube, criado em 2005, no Vale do Silício, na Califórnia (Estados Unidos), chamou a atenção para não limitarmos ao entendimento de que a plataforma do *YouTube* é só uma “mídia social” de comunicação pública, mas entender que se trata de um conglomerado corporativo. Ela nos ajuda a compreender que, por mais que as outras sociabilidades sejam instauradas e interações sejam produzidas pelas pessoas que utilizam a plataforma, as mudanças vão sendo operadas, conforme avançam os objetivos do empreendimento empresarial.

Considero que, quando o Google comprou o *YouTube*, em 2006, efetivou algumas mudanças expressas no processo de “*broadcast Yourself*”, no sentido de que “não se referia apenas à capacidade de site de distribuir de modo geral o conteúdo pessoal doméstico (*broadcast Yourself*), mas implementar à habilidade para redistribuir conteúdo profissional já transmitido pela televisão (*you can broadcast it yourself*)” (VAN DIJCK, 2013, p. 114). A operação de mudança se consolidou em 2011, quando a plataforma alterou o processo de funcionamento. Em decorrência desse processo, mais vídeos foram sendo produzidos em diversas partes do mundo e são carregados na plataforma do *YouTube*.

Juntamente a isso, em 2018, a “algoritmização” (ROUVROY; BERNS, 2018) da vida na ambiência plataformizada ganhou impulso e promoveu uma multiplicidade de novos sistemas automatizados de “modulação do social” (ROUVROY; BERNS, 2018, p.107). O *modus operandi* baseado em algoritmo, que passa a tomar decisões e a operar como filtros, é alimentado pelo manancial de dados fornecido voluntariamente por nossas operações na plataforma. Isso significa dizer que a emergência do sistema algorítmico não surgiu espontaneamente no mundo digital, de maneira autônoma e independente de toda intencionalidade humana, de todo roteiro tecnológico, mas é parte constitutiva da força do capitalismo, que se reinventa para não desfalecer o modo como opera o poder.

O vetor mais contundente de como opera o poder de todo roteiro tecnológico dessas transformações são as tecnologias implicadas na criação e na circulação de imagens digitais: câmeras acopladas a telefones celulares, aplicativos, algoritmos, sensores, assinatura digital, reconhecimento facial e inteligência artificial. O que projetamos e compartilhamos treinam algoritmos que nos classificam, vigiam e nos controlam. Não se pode perder de vista que, o roteiro tecnológico, não é algo dissociado do “caráter performático” das plataformas (GONÇALVES, 2020, p.4).

Isso pode ser entendido a partir de dois aspectos: o primeiro diz respeito a que a “revelação, em 2018, dos abusivos usos de dados oriundos do Facebook pela empresa *Cambridge Analytica* pode ser tomada como um marco em meio a uma sucessão de escândalos e incertezas protagonizados pelas plataformas online” (D’ANDRÉA, 2020, p.3). O segundo fator refere-se ao “caráter agenciativo e performático [das plataformas] que passou a ser fator imprescindível na compreensão das configurações dessas esferas sociais, o que ficou [explícito] no Brasil pelas eleições de 2018 e o debate em torno do uso das redes sociais” (GONÇALVES, 2020, p.4) relacionado ao processo de divulgação da (des) informação na vida social.

Dito de outra forma, as eleições brasileiras de 2018 mostraram os efeitos sociais e políticos, por serem dependentes de plataformas digitais. E parece que ficou explícito que o modelo de negócio da *Big Tech* funciona de tal maneira que não importa se as mensagens disseminadas são verdadeiras ou falsas. “Tudo que importa é se elas viralizam (ou geram números recordes de cliques e curtidas), uma vez que é pela análise de nossos cliques e curtidas, [...] que essas empresas produzem seus enormes lucros. Verdade é o que gera mais visualizações” (MOZOROV, 2018, p11). Isto é, sob a ótica da plataforma, o que interessa é o produto mais lucrativo.

Giselle Beiguelman (2021) considera que, conforme avança a plataformização da vida, também acelera a “economia liberal dos likes”, e suas fórmulas de sucesso, no sentido de que

tende a homogeneizar tudo o que produzimos e vemos. Padroniza ângulos, enquadramentos, cenas e modos de operar o uso da plataforma na cotidianidade. Disso derivam “os critérios de organização dos dados para que sejam mais rapidamente “encontráveis” nas buscas e os modos como os algoritmos contextualizam os conteúdos nas bolhas específicas a que pertencemos (algo que não controlamos e que nos controla)” (BEIGUELMAN, 2021, p.40). A economia liberal de like, nunca antes experimentada, selfies, memes, aplicativos de manipulação, internet das coisas e inteligência artificial mudou o cotidiano do mundo contemporâneo e sua conexão com o mundo da vigilância.

Beiguelman (2021), chama atenção para nos atermos ao *modus operandi* dos algoritmos das plataformas. No decorrer desta pesquisa, sempre me deparei com sugestões de perfis que deveria seguir ou de propagandas desconexas que nos são direcionadas e aparecem nas nossas *timelines*. Isso acontece porque estamos sob a égide das “prerrogativas de ordenamento do ranking (que tem critérios difusos, indo do número de seguidores ao número de comentários), que determinam quem terá visibilidade nas redes sociais. Nesse caso é o algoritmo que desempenha o papel performático” (BEIGUELMAN, 2021, p.40). Sendo assim, parece que há um entrelaçamento em sintonia fina entre “caráter performático” das plataformas e “papel performático” dos algoritmos, cumprindo todo o roteiro tecnológico latente no processo de plataformização da vida.

A plataformização da vida é um processo que nos incita a experimentar um mundo em que a autoexposição é o vetor central do agir e está diretamente relacionada à disputa pela inserção social e, principalmente, a necessidade de se tornar-se visível, de maneira a colocar “quase todos” na linha compulsiva do “show do eu” de que fala a pesquisadora Paula Sibilia (2016). Por isso, não surpreende que os sujeitos contemporâneos adaptem os principais eventos de suas vidas às exigências da câmera ou de vídeo. O torna-se visível tornou-se habitual e engendra a “espetacularização da intimidade cotidiana, com todo um arsenal de técnicas e estilização das experiências de vida” (SIBILIA, 2016, p.81). Isso faz com que, youtubers, ou mesmo pessoas comuns, passando por empresas, um enorme contingente de usuários consiga se adequar às normas dos serviços para ter um canal no YouTube e com isso buscar visibilidade. Nesse sentido, parece ser possível afirmar que “os algoritmos são o aparato disciplinar de nossa época, que ganha eficiência quanto mais as pessoas procuram responder a suas regras para se tornarem visíveis” (BEIGUELMAN, 2021, p.40) na ambiência plataformizada.

Dado esse cenário, da ambiência plataformizada criou as condições para conformar dois entendimentos teórico metodológicos para o andamento desta investigação. O primeiro é que esta tese não opera com a perspectiva netnográfica (KOZINETS, 2010), em decorrência do uso

da dimensão semântica em torno dos termos ciberespaço e cibercultura. Ou seja, esta tese afasta-se da abordagem da netnografia e coloca em suspensão a cibercultura. O segundo é que esta tese se movimenta para entrar em campo e, para isso, se aproxima do referencial teórico etnográfico de Nestor Garcia Cancline (2015), mas não há a pretensão de produzir etnografia, isso porque, na perspectiva Marizia Peirando (2014, 383), a “etnografia não é método [e sim] formulações teórico-etnográficas”. Sendo assim, o percurso da pesquisa foi sendo conformado pela possibilidade de conduzir, por meio da esfera teórica, o exercício da “bricolagem intelectual” (PEIRANDO, 2014, p.381). Na visão de Peirando (2014), a “recombinação intelectual” é algo processual e constitutivo da investigação e nos ajuda a não só reconfigurar a questão da pesquisa, mas também a trazer outras questões. No caso em tela, acrescentaria também a possibilidade de situar a entrada em campo.

Para dar conta do processo investigativo da pesquisa, foi necessário compreender a “recombinação intelectual” com a modalidade da “técnica do observador” conforme preceitua Jonathan Crary (2012, p.15), para quem, “o problema do observador é o campo no qual se pode dizer que se materializa, se torna visível, a visão da história”. Para ele, “a visão e seus efeitos são inseparáveis das possibilidades de um sujeito observador, que é a um só tempo produto histórico e o lugar de certas práticas, técnicas, instituições e procedimentos de subjetivação” (CRARY, 2012, p.15). Ele alega que a maior parte dos dicionários estabelece pouca distinção semântica entre as palavras “observador” e “espectador”, e o uso comum em geral as converte em sinônimos. É possível conferir no *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (on-line)* que o termo *observador* significa aquele “que observa, que presta atenção às coisas” (OBSERVADOR, 2021). Já o termo *espectador* significa “o indivíduo que assiste a qualquer tipo de espetáculo. [...] Pessoa que acaba por presenciar uma ação ou um fato, testemunha. Quem observa atentamente, indivíduo que examina, observador” (ESPECTADOR, 2021).

Na perspectiva de Crary (2012) o termo observar tem o sentido de “conformar as próprias ações, obedecer a, como quando se observam regras, códigos, regulamentos e práticas. Um observador é aquele que vê, em um determinado conjunto de possibilidades, estando inscrito em um sistema de convenções e restrições” (CRARY, 2012, 15). Ele considera que, em qualquer período da história, um observador específico “é somente um efeito de um sistema irreduzivelmente heterogêneo de relações discursivas, sociais tecnológicas e institucionais. [No sentido, de que] não há um sujeito observador prévio em contínua observação” (CRARY, 2012, 15). Essa reflexão de Crary (2012) parece se aproximar de Foucault (2001) quando trata do quadro

metodológico em relação as condições de possibilidade, das modalidades e da constituição dos objetos, dos domínios por ele analisados. Afirma Foucault (2001f, p.7):

[...] Queria ver como estes problemas de constituição podiam ser resolvidos no interior de uma trama histórica, em vez de remetê-los a um sujeito constituinte. É preciso se livrar do sujeito constituinte, livrar-se do próprio sujeito, isto é, chegar a uma análise que possa dar conta da constituição do sujeito na trama histórica. É isto que eu chamaria de genealogia, isto é, uma forma histórica que dê conta da constituição dos saberes, dos discursos, dos domínios de objeto, etc; sem ter que se referir a um sujeito, seja ele transcendente com relação ao campo de acontecimentos, seja perseguindo sua identidade vazia ao longo da história (FOUCAULT, 2001f, p.7).

Foucault (2001f) chama atenção de que tanto os discursos quanto os objetos não são dissociados da dimensão histórica. Em suas palavras, “creio que a verdade não existe fora do poder. [...] Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discursos que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiro. (FOUCAULT, 2001f, p.12) Diante disso, é possível pensar que produzir pesquisa em ambiente plataformizado, de certa forma requer atenção da pesquisadora para que dê conta de perceber que “o regime de verdade” funciona com diferentes arranjos de forças do ambiente.

Portanto, o desafio consiste em perceber como o regime de verdade é produzido e “faz funcionar como verdadeiros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade” (FOUCAULT, 2001f, p.12). Nesse sentido, observar não é só um manejo, mas também “um efeito da construção de um novo tipo de sujeito” (CRARY, 2012, p.23) que é inseparável da maneira pela qual mecanismos de poder dispersos coincidem com novos modos de subjetividade.

Nesse sentido, articular a metodologia por meio da “recombinação intelectual” e da “técnica do observador” significou, no percurso da investigação, produzir o movimento de apropriação do referencial teórico de Nestor Garcia Canclini (2015) para problematizar a ambiência plataformizada e entender a sua complexidade enquanto ambiente. Juntamente a isso, foi possível uma aproximação do arcabouço teórico dos estudos da plataforma, a partir de Thomas Poell, David Nieborg e José Van Dijck (2020), entre outros, o qual me possibilitou ampliar a compreensão do desenho funcional da estrutura tecnológica das plataformas. Ao fazer esse entrelaçamento entre duas abordagens teóricas, foi sendo delineado um *modus operandi*, de ressignificar a “entrada em campo”.

Foi um modo que me permitiu aprender que a construção teórico-metodológica se faz no caminhar, não só para ressignificar a entrada em campo, mas, principalmente, compreender como funciona o processo de “bricolagem intelectual”, como um traço metodológico. Isto é, constituiu o exercício de movimentar-me na fronteira de dois campos de saber para

compreender como funciona a complexa estrutura tecnológica digital. Esse exercício de certo modo me habilitou a apresentar as marcas visíveis da ambiência plataformizada, tanto no âmbito normativo quanto no saber dizer sobre seu funcionamento e como emergiu o *corpus* da pesquisa.

Na tentativa de racionalizar meus próprios esforços de conduzir-me no percurso da investigação, digo que, de um lado, fortaleci-me pela abertura intelectual ao aprender e pensar a partir da aproximação de abordagens teóricas distintos. De outro, também experimentei a sensação de não saber se o caminho perfilado era “seguro” para entrar em campo no sentido de produzir o traço metodológico. E mais, a entrada em campo não se assentou em esquema fixo, mas foi algo do movimento de ir e vir, o qual parece coincidir com a “imagem do sobrevivente”, como mostra Marco Antônio Souza Alves (2021, p.102), ancorado no filósofo italiano Luciano Floridi, ao afirmar que traz “a imagem do sobrevivente que precisa construir a jangada enquanto nada. No sentido, de que não é possível parar de nadar para construir a jangada. [Algo] similar de pensar criticamente a tecnologia da informação estando já imerso em um mundo mediado por elas”. Isso intensificou a compreensão de que, ao produzir o esforço para catalisar as possibilidades de trabalhar em campos teóricos de saberes distintos, já me encontrava imersa na ambiência plataformizada. Daí dizer que também me reconheci como “imagem da sobrevivente,” tanto pela imersão para conhecer os aspectos sociotécnicos da estrutura tecnológica digital, quanto pela simultaneidade em aprender que o aporte teórico-metodológico é um processo de produção de sentido reflexivo. As ideias aprendidas me levaram à compreensão de que a imersão em campo é feita de estratégias práticas da experiência na cena social plataformizada do presente.

Em suma, apoiada em Crary (2012), Foucault (2001f), Van Dijck (2013), Rouvroy; Berns (2018), Beiguelman (2021) e outros, busquei tornar evidente a importância de investir em perspectivas analíticas que enfatizem as dimensões das plataformas. Penso que a matriz conceitual e metodológica nos ajuda a entender as implicações de produzir pesquisa a partir do canal da *youtuber* Julia Silva - situada na plataforma do *YouTube*. Dessa forma, deixo explícito que a abordagem metodológica desta tese é a pesquisa qualitativa. A abordagem qualitativa é uma perspectiva profícua de pesquisa, no quadro panorâmico do estudo contemporâneo, em torno do canal da Julia Silva na plataforma do *YouTube*.

Enfim, para encerrar esta seção, indago: Como a abordagem da pesquisa qualitativa e a técnica do observador enquanto processo teórico-metodológico me possibilitaram pensar analiticamente a produção de vídeos do Canal Julia Silva para esta tese? Creio ser possível

sumarizar em cinco aspectos: (1) Se considerarmos que “o observador é aquele que vê”, inspiro-me em José Americo Almeida, escritor e político paraibano, autor do romance *A Bagaceira*, ao dizer que “ver bem não é ver tudo: É ver o que os outros não veem”. Propondo uma torção, cabe dizer que observar bem não é observar tudo, mas observar a vida a partir do ponto de vista da criança que habitualmente povoa aquele cenário na cena social do presente. (2) Eu insistiria em dizer que a metodologia qualitativa e a “bricolagem intelectual” me possibilitaram tanto produzir a observação quanto aprender pela observação, além de me possibilitarem produzir a descrição dos vídeos, entendendo-os como materialidade a ser analisada. (3) A metodologia qualitativa abre a possibilidade para compreender não só como a criança produz sentido deste seu modo de vida ancorado em canal do *YouTube*, mas também ajuda a entender uma nova maneira de enxergar a criança em contexto de plataforma. (4) A abordagem qualitativa ajuda ainda a produzir a escrita analítica que busque traduzir a experiência autêntica e relatável do modo de vida da criança *youtuber*, como uma maneira para entender o que está acontecendo. (5) Soma-se a isso, a viabilidade para entender a complexidade e os limites metodológicos proporcionados por esse tipo de abordagem, sem perder de vista as dúvidas, as decisões que tomei e as dificuldades que vivenciei para gerar as considerações finais desta investigação.

### 2.2.2 O modo como concebi a plataforma como *cibercampo*

A entrada em campo constituiu um modo de maratonar<sup>18</sup>, isto é, assistir a vários vídeos disponibilizados na Plataforma *YouTube*, com o propósito de produzir as informações e analisar como acontece o processo de construção da *youtuber* mirim e como ela atua na produção de subjetividades infantis na contemporaneidade. Esse processo foi articulado com outras atividades de estudos, práticas de leituras e anotações. Foi nesse movimento inicial com a interface entre campo e leitura que me deparei com a seguinte formulação de Néstor Garcia Canclini (2015, p.142): “o que significa ir a campo, quando o temos aqui?” Confesso que tal formulação convocou-me a pensar como é constituído esse campo que “temos aqui”, isto é, a plataforma digital que ancoraria todo o meu movimento de *maratonar* para construir o percurso da pesquisa.

---

<sup>18</sup> Segundo o *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*: “Maratona – [Aldeia grega a cerca de 42 km de Atenas]. 1 – No esporte – Corrida pedestre de grande fundo que decorre de estrada. 2 – Conjunto de negociações longas e difíceis, debates laboriosos. 3- Atividade muito prolongada.” (Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/MARATONA>. Acesso em: 20 out. 2019). Na atualidade, entretanto, o termo *maratona* ganhou mais um sentido, abrindo espaço para o verbo *maratonar*, que consiste na ideia de assistir de uma só vez, geralmente por meio de plataformas de *streaming*, a vários episódios de determinado seriado ou programa. (Disponível em: <https://canaltech.com.com.br/series/netflix-divulga-dados-sobre-o-habitude-maratonar-serie-107924>. Acesso em: 10 maio 2020).

*A priori*, o entendimento que predominava era de que o *YouTube* é um ambiente aberto disponível, com um grande volume de informação; bastaria estabelecer um tema/problema de pesquisa, fazer um recorte, focar no objetivo, produzir a informação, organizá-la e proceder à análise, que o propósito da pesquisa, de certo modo, se consolidaria. Ao me servir da formulação de García Canclini (2015), passei a me dar conta de que esse campo aparentemente disponível apresenta peculiaridades, pois o *YouTube* é uma plataforma empresarial<sup>19</sup> e apresenta *acontecimentos discursivos* (FOUCAULT, 2005) próprios. De certo modo, isso levou-me a entender que se tratava de um *cibercampo*<sup>20</sup>, o que demandaria apreendê-lo, refleti-lo e entender sua especificidade e as implicações disso para o desenvolvimento da pesquisa. Isso porque o *cibercampo* é uma plataforma empresarial e traz no seu desenho algo para *ser ofertado*, assim como algo que *nos regula*.

Esta foi a minha primeira atitude de decisão teórico-metodológica qualitativa: não operar com a passagem direta ao fenômeno cultural a ser investigado sem antes compreender algumas das nuances e especificidades desse *cibercampo*: a plataforma *YouTube* como um espaço complexo. Para Eric Felinto (2011, p.3), “o prefixo *ciber* é decalcado do grego *kybernets* (governante, navegador). Esse é o sentido central que Nobert Wiener buscava explorar quando cunha o termo cibernética”, que traz expresso a ideia de controle.

---

<sup>19</sup> O uso da expressão *plataforma empresarial* parte da compreensão de que a plataforma *YouTube* é uma empresa privada que opera no mercado capitalista. Isso significa que não se trata de compreendê-la apenas como espaço de desenvolvimento de potencialidades individuais, sem qualquer vínculo com aqueles que a controlam e dominam. Segundo Hertzog (2019, p.21), “cria-se uma imagem que a coloca apenas como ‘plataforma’, e boa parte dos trabalhadores neste contexto sequer sabem a existência de seus chefes Sergey Brin, Larry Page e Eric Schimidt. A plataforma do *YouTube* está envolvida em sua rede que conecta diversos atores, dos usuários aos acionistas majoritários, passando por uma variada gama de empresas subsidiárias ligadas a *Alphabet*”. Nesse sentido, é importante registrar que “a plataforma do *YouTube* pertence ao *Google*. Essa megacorporação opera por suas múltiplas ramificações e atua em diversos segmentos da economia. O *YouTube* faz parte desta rede de circulação de informações e capitais. Os investimentos não são apenas na área audiovisual e na economia em torno da internet, mas projetos avançados de inteligência artificial, pesquisa científica em diversas áreas como saúde, robótica, longevidade e urbanismo” (HERTZOG, 2019, p. 22).

<sup>20</sup> O uso da expressão *cibercampo* nesta tese é uma adaptação do termo *ciberespaço*, oriundo do livro de ficção científica *Neuromancer* (1984), de William Gibson (1991). A expressão *ciberespaço* saiu do livro de ficção científica e foi sendo prontamente utilizada pelos usuários e criadores de redes digitais. Para Lévy (1999, p.92), *ciberespaço* é “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores”. Quanto ao entendimento para uso do termo *cibercampo* nesta tese, este deriva de dois processos que ocorreram de forma simultânea: a ação de etnografar o canal da *youtuber* mirim pesquisada e a leitura de referencial teórico de dois campos de conhecimento: o campo dos Estudos Culturais, particularmente as contribuições de Néstor García Canclini, e o campo dos Estudos Sociais de Ciência e Tecnologia (STS), sobretudo as reflexões de Talerton Gillespie (2010). e Thomas Poell, Davi Nieborg e José Van Dijck (2020). A partir desse esforço de abstração e da ação na plataforma, considerei pertinente o uso do termo *cibercampo* atrelado ao desenho teórico-metodológico desta pesquisa, no sentido de que demarca uma visão crítica de que a plataforma do *YouTube* apresenta normas e regramento próprios, visando o controle sobre o usuário. Isso implicou qualificar conceitualmente a discussão do que sejam a plataforma, seus termos de uso, *design* e o imbricamento desses elementos no processo de pensar o percurso investigativo na escrita desta tese.

Mas, antes, é preciso situar em que circunstância se instaurou a formulação de García Canclini (2015). Ele nos mostra que tal formulação emergiu no campo de estudo da antropologia, em contexto cultural de debate em torno da análise crítica da discursividade etnográfica contemporânea. Ele explicita que Geertz foi fundamental nesse debate pela “tensão entre estar lá e estar aqui” (GARCÍA CANCLINI, 2015, p.143) com o seguinte desdobramento: “saber se o investigador esteve em campo, o que lá fez e como fez continuará a ser uma questão eticamente importante, mas epistemologicamente insuficiente” (GARCÍA CANCLINI, 2015, p. 132). Isso significa que a produção da “prova empírica é insuficiente para resolver incertezas teóricas”, conforme expressa García Canclini (2015, p. 142), que ainda nos mostra que, após esse debate, “muitos investigadores<sup>21</sup>, depois de amplos períodos de campo fora das suas sociedades, dedicaram-se a maior parte da vida a elaborar perspectivas antropológicas sobre a sua nação, seu sistema político, os ritos contemporâneos ou a globalização” (GARCÍA CANCLINI, 2015, p. 143). Na perspectiva do autor, esse movimento ganhou impulso crítico no “estatuto epistemológico” ao pensar uma “investigação das diferenças que não exclua a desigualdade, num trabalho de campo sobre os processos empiricamente localizável que não desconecte das redes transnacionais, num saber atento à voz dos atores” (GARCÍA CANCLINI, 2015, p.147-148). Observa-se que a discussão teórica de García Canclini situa-se no âmbito da epistemologia, algo relevante para repensar o processo da pesquisa etnográfica.

No caso desta tese, cabe dizer que, ao trazer a formulação “o que significa ir a campo, quando o temos aqui?” de García Canclini, a intenção não foi continuar o debate epistemológico, mas me apropriar da formulação e operar uma torção para o interesse da discussão teórico-metodológica desta tese, com a intenção de pensar o que significa *estar aqui* quando o *cibercampo* se assenta em uma plataforma digital – *YouTube* –, sendo nela que foi efetuada a investigação de como acontece o processo de produção dos *youtubers* mirins, visto

---

<sup>21</sup> Os pesquisadores referidos por García Canclini são Abéle, Arjun Appadurai, Marc Augé, Ulf Hannerz, entre outros. Segundo García Canclini, “surgem nesta perspectiva da disciplina novos objetos teóricos e inovadores conceituais, que mudam a relação com outras ciências sociais ao contribuir para a redefinição do que estas ciências consideram seus objetos próprios. Sabe-se que a noção de não lugar, elaborada por Marc Augé a partir da surpresa que a expansão das unidades de sentido não territoriais (aeroportos, *shoppings*) produz num antropólogo, contribuiu para interpretar processos de deslocalização e desnacionalização das trocas socioeconômicas. Ulf Hannerz renovou os estudos sobre a globalização ao descrever as distintas maneiras transnacionais, por parte dos empresários, de se expor à diferença as vivências do papa nas suas viagens, ou dos turistas, dos antropólogos e dos correspondentes estrangeiros. [...] Tudo conduz a uma concepção não linear da mundialização: em vez de imposição do centro às periferias, relações de ida e volta periferia-centros-periferias.” O autor prossegue, fazendo referência ao estudo do “antropólogo brasileiro Gustavo Lins Ribeiro que fez minuciosos trabalhos de campo sobre os brasileiros na Califórnia, mostrando modos distantes de reconstrução de identidade; “os bichos-de-obra”, ou seja, os nômades argentinos e paraguaios; a segmentação étnica do mercado de trabalho nas elites gerenciais globalizadas, tomando o caso do Banco Mundial; e as comunidades transnacionais imaginadas-virtuais constituídas na internet, que geram experiências e representações de copertencimento e integração mundial” (GARCÍA CANCLINI, 2015, p. 143; 144 ;145).

que operar a pesquisa implica habitar essa plataforma e conhecer as características que a constituem. Foi a partir dessa circunstância que me inspirei na problematização de García Canclini para pensar que nada sei sobre esse *cibercampo* que habitei para produzir as informações da investigação.

Diante disso, foi possível apreciar três modos-chave para pensar o espaço na cena do *estar aqui* na plataforma digital *YouTube*, de modo a conferir sentido e qualificar a compreensão técnica e normativa desse *cibercampo*. O primeiro aspecto diz respeito à dimensão conceitual de plataforma; o segundo evoca o âmbito normativo da plataforma *YouTube*, e o terceiro focaliza o aspecto sociotecnológico que se sintetiza na concepção de *affordances*.

Para o primeiro aspecto, anco-ro-me em Tarleton Gillespie (2018), o primeiro pesquisador a apresentar uma abordagem conceitual sobre a discussão de plataforma na academia. Ele propôs a utilização do termo *plataformas* em substituição a *redes sociais*, por entender que *plataforma* abarca os aspectos políticos, econômicos e sociais desses espaços, indo além da simples mediação informacional. O autor assinala que o uso do vocábulo *plataforma* foi, inicialmente, demarcado por serviços das corporações digitais, tais como o *YouTube* e o *Google*. Outros pesquisadores, como David Nieborg e Thomas Poell (2018) e José Van Dijck, Thomas Poell e Martijn Wall (2018), partem do entendimento de que estamos em meio à *plataformização* da vida. Isso significa dizer que a *plataformização* é um processo por meio do qual práticas e imaginários culturais se reorganizam em torno de plataformas.

As plataformas são infraestruturas digitais programadas que organizam, facilitam e moldam interesses para a interseção dos usuários e integram diferentes setores econômicos por meio de suas infraestruturas. Para Van Dijck (2013, p.12), “plataformas são sistemas automatizados que projetam e manipulam conexões”, contemplando a conexão humana e a conectividade automatizada. Assim, partindo dessa compreensão conceitual, é oportuno assinalar que, nesta tese, é assumido o uso da expressão *plataforma digital* em detrimento de *rede social* porque a pesquisa ocorre em uma plataforma empresarial, com suas deliberações próprias e normas regidas por termos de serviços.

Quanto ao segundo aspecto, considero oportuno guiar-me pela indagação: o que significa pesquisar em um *cibercampo*, quando a entrada nele requer o entendimento da sua especificidade normativa? Para conhecer essa especificidade normativa, foi necessário analisar o que preceituam os Termos de Serviço do *YouTube* (2018). Foi a partir do percurso da leitura sobre desta regulamentação da plataforma de vídeos que pude apreender um outro sentido: o de (des)construção da compreensão do *cibercampo* como espaço aparentemente *livre*. Pude

entender como esse espaço estabelece condições do uso com determinação formal de controle, algo a ser entendido antes mesmo de se adentrar o fenômeno a ser investigado.

Assim, propor criar uma conta no *YouTube* significa formalizar um ato jurídico por via dos Termos de Serviço, prática protocolar de governança da relação da plataforma para com o usuário. E mais, a expressão *termo* é usada para descrever todos os acordos e providências das relações contratuais do usuário com a plataforma digital. Nesse processo, passei a entender que, seja qual for o propósito de vida na plataforma, a diretriz estabelecida pelo documento é a de que somos *usuários* (TERMOS DE SERVIÇO DO *YOUTUBE*, 2018). Isso significa que a minha condição na plataforma *YouTube* é de *usuária* pesquisadora.

Foi a partir dessa leitura que passei a reconhecer que o documento “Termo” é claramente organizado para ser lido e compreendido por um grande número de usuários da plataforma digital, sejam eles criadores de conteúdo ou não. Aprendi que os escritos contratuais exigem leitura para adesão e que os pontos estabelecidos no texto firmam o contrato entre duas partes, ainda que poucas pessoas compreendam o que de fato está sendo contratado. A seguir, destaco alguns regramentos estabelecidos pelo documento intitulado Termos de Serviço do *YouTube* de 2018: (1) o serviço; (2) Uso geral do serviço – Permissões e Restrições; (3) uso do conteúdo; (4) seu conteúdo e conduta; (5) políticas de cancelamento; (6) disposição geral (TERMOS DE SERVIÇO DO *YOUTUBE*, 2018).

No item (1) **serviço**, estabelece-se que usuários e criadores de conteúdo são responsáveis pelo uso do conteúdo e programas ‘embutidos’ no *YouTube*. Entenda-se como ‘embutido’ aquele conteúdo que inclui textos, *software*, *scripts*, gráficos, fotos, sons, música, vídeos, combinações audiovisuais e outros materiais que os usuários podem ver, ter acesso, ou contribuir para o Serviço. O item (2) uso geral do Serviço – permissões e restrições estabelecem que o conteúdo nele veiculado não pode ser distribuído sem autorização prévia do *YouTube*, com exceção de funcionalidades oferecidas (como *player* embutido, utilizado em *blog*). Isso significa dizer que fica proibida a venda de acesso ao *YouTube*, a venda de publicidade e patrocínios ou promoções vinculando a plataforma ou o conteúdo. Segundo Hertzog (2019), no ano de 2007, o *YouTube* autorizou a manutenção de um canal original para promoção pessoal ou utilização em empreendimento artístico. Também ficou estabelecido que o “uso de técnicas de mineração de dados para fins comerciais [explorada pelo usuário] é proibido, podendo ser utilizado para outros fins não comerciais” (HERTZOG, 2019, p.147).

Quanto ao item (3) uso do conteúdo, o *YouTube* estabelece que o *site* é restrito a fins pessoais, não podendo ser copiado, reproduzido, distribuído, transmitido, exibido, vendido, licenciado, baixado ou de alguma forma explorado por qualquer maneira que não seja destinada

à funcionalidade prevista da plataforma. E mais, o *YouTube* estabelece que o usuário, ao aceitar o termo de uso, compreende que:

[...] poderá estar exposto a Conteúdo que seja impreciso, ofensivo, indecente ou censurável, e Você concorda em renunciar, como o faz de fato, a qualquer direito ou indenização legal ou justa, presente ou futura, contra o YouTube em relação a esses temas, e, na medida do permitido por lei, concorda em indenizar e isentar o YouTube, seus Proprietários, Operadores, afiliadas, licenciadores e licenciados, na medida máxima permitida por lei, em relação a todos os assuntos relativos ao uso do YouTube (TERMOS DE SERVIÇO DO YOUTUBE, 2018).

Nesse sentido, cabe lembrar que, em julho de 2018, a empresa informou aos usuários que houve alterações em seu algoritmo na tentativa de combater as *fake news*<sup>22</sup>. Ela explicita que, na página inicial, são privilegiadas pelo algoritmo notícias de fontes oficiais, supostamente mais confiáveis, por meio da observação de números de citações na Internet e pela credibilidade histórica das publicações, não se limitando à popularidade do vídeo.

No item (4) condutas permitidas e proibidas, a empresa define que as responsabilidades de publicações de um conteúdo são de inteira responsabilidade daqueles que o enviam. Ao enviar um conteúdo, o usuário cede a licença para sua reprodução e distribuição ao *YouTube* e, em relação aos comentários postados, as licenças cedidas são permanentes e irrevogáveis. Em outras palavras, isso significa dizer que o usuário, ao enviar um texto ou um áudio à plataforma, cede o direito de qualquer uso do conteúdo. Segundo Hertzog (2019, p.147), a discussão sobre “os direitos autorais no *YouTube* foi fonte de controvérsias, porque materiais protegidos por direitos autorais (filmes e músicas) são enviados à página constantemente. Por diversas vezes são alvos de bloqueio a pedido dos detentores dos direitos”. As disputas impulsionaram a criação das “Redes Multicanais<sup>23</sup>” que oferecem os serviços de “desenvolvimento do público, programação de conteúdo, colaborações com criadores, gestão de direitos digitais, rentabilização e/ou venda” (HERTZOG, 2019, p. 147).

No item (5) a política de cancelamento da conta, a plataforma preceitua que o cancelamento de uma conta é algo tratado com rigor quando o conteúdo enviado à plataforma infringir os termos de serviços, especialmente em relação aos direitos autorais, “a pornografia, material obsceno ou difamatório (difamação, calúnia ou injúria) ou excessivamente longo”

---

<sup>22</sup> Ver: YOUTUBE announces sweeping changes to the way it handles breaking news. Disponível em: <https://mashable.com/2018/07/09/youtube-announces-changes-breaking-news-video-search/#D3QOUKLn7gq2>. Acesso em: 7 fev. 2020.

<sup>23</sup> Ver: VISÃO geral da Rede Multicanal (RM) para criadores de conteúdo do *YouTube*. *Google Support*. 2021. Disponível em <https://support.google.com/youtube/answer/2737059?hl=pt-BR> Acesso em: 23 fev. 2021.

(TERMOS DE SERVIÇO DO *YOUTUBE*, 2018). Segundo Hertzog (2019, p.147) a plataforma possui duas modalidades de controle: o “controle por inteligência artificial e controle individual dos usuários”. O autor nos mostra ainda que, em 2018 o *YouTube* instituiu em seu regramento a “Política de *Strikes*”. Isso significa que os canais podem ser derrubados ao infringirem três vezes as políticas da plataforma. Soma-se à “Política do *Strikes*”, o sistema nomeado de *flag*. O sistema de *flag* opera quando “um criador de conteúdo envia à plataforma um vídeo que possui partes de um vídeo não produzido por ele, o produtor do vídeo original cujas partes são veiculadas pode marcar o vídeo solicitando que ganhos com aquele vídeo sejam revertidos para ele” (HERTZOG, 2019, p.148). Conforme o regramento do *YouTube*, “as opções para os detentores dos direitos autorais são: bloquear o vídeo, monetizar ou rastrear dados de visualizações para obter estatísticas – como países onde o conteúdo é popular” (HERTZOG, 2019, p.148). Juntamente ao *flag* manual, o *YouTube* utiliza um sistema chamado “Conteúdo ID, que rastreia possíveis combinações com um banco de dados de um século de conteúdo protegido por direitos autorais (música, filmes, livros etc.)” (HERTZOG, 2019, p.148).

Cabe ainda destacar o item (6) disposição geral, que fala sobre o Tribunal competente para dirimir conflitos, aceitação do termo e faixa etária. Quanto ao tribunal competente para dirimir conflito, o documento dos Termos de serviço do *YouTube* afirma que as relações contratuais são regidas pelas leis internas do Estado da Califórnia “independente dos princípios de conflito de leis”. As eventuais reclamações devem ser dirimidas nos tribunais competentes localizados no condado de Santa Clara. O texto deixa explícito que os Termos de Serviço, em conjunto com o Aviso de Privacidade e outros avisos legais publicados pelo *YouTube* no Serviço, integram o contrato entre o usuário e o *YouTube* em relação ao Serviço. Informam, ainda, que são contratos dinâmicos, podendo ser alterados a qualquer momento sem aviso prévio, e, por mais que uma cláusula seja invalidada por decisões de tribunais, todas as outras continuam em vigor.

Quando ao item aceitação, o texto informa que, caso o usuário concorde com os Termos de Serviço, ele também aceita cumprir as eventuais modificações e revisões futuras. Caso não concorde com o disposto nos Termos, o *site* não deverá ser acessado. Na perspectiva de Bruno Bione (2019), existe um controle que atravessa assimetricamente a lógica binária dos “termos e condições”. Ele afirma que “o consentimento é um traço marcante da abordagem regulatória e passou a ser adjetivado, como devendo ser livre, informado, inequívoco, explícito e/ou específico” (BIONE, 2019, p.117). Em contexto de plataforma, o consentimento é um ato previsto eletronicamente com todas as cláusulas do termo e todas as demais políticas estabelecidas pela plataforma.

Para o autor, o ponto central do qualificador livre é investigar qual é o nível de assimetria de poder em jogo. Em síntese, não há opção de cardápio à disposição do usuário para dizer “o quão livre é o seu consentimento, na exata medida em que esse menu equaliza tal relação assimétrica. O leque de opções das ferramentas se apresenta como uma lógica binária do *take-it* ou *leave-it*” (BIONE, 2019, p. 197), traduzindo ao português, corresponde a uma lógica binária do *pegar ou largar*. Na visão do autor, toda vez que clicamos em *aceitar* os termos e condições de uma plataforma empresarial, não temos nenhuma escolha a fazer além dessa. Nesse contexto, o instrumento contratual parece-me que constitui um ato unilateral, “sendo esta a razão pela qual a suscitada externalidade social negativa em relação a custo tempo de leitura atinge somente os consumidores” (BIONE, 2019, p.174 -175); dito de outro modo, atinge somente os usuários.

Essa dimensão do aceite como um ato unilateral levou-me a pensar na produção desta tese e buscar saber o que esse documento estabelece sobre a condição da criança que habita e produz na plataforma *YouTube*. Assinalo que esse documento, o dito Termos de Serviço do *YouTube* (2018), é omissos em relação à expressão *criança*, isto é, a palavra em questão não aparece nenhuma vez no texto<sup>24</sup>. Essa constatação encontra-se no tópico *Aceitação* do Termo de Serviço, em sua letra *D*, que preceitua que “em qualquer circunstância, Você afirma ter mais de 18 anos, visto que o website do *YouTube* não é projetado para jovens menores de 18 anos” (TERMOS DE SERVIÇO DO *YOUTUBE*, 2018). Isso significa distinguir a capacidade jurídica de quem pode ou não celebrar o ato jurídico do aceite aos Termos de Serviço. Se não é projetado para jovens menores de 18 anos, então, como compreender o crescimento de crianças produtoras de conteúdo, que mobilizam pessoas para se inscreverem em seus canais na plataforma *YouTube*? A omissão do vocábulo *criança* causou-me estranhamento, mas cabe registrar que esta mesma letra *D* estabelece uma ressalva, isto é, enfatiza como estratégia a expressão *menor emancipado* ou que esteja “de posse de autorização legal dos pais e tutores”

---

<sup>24</sup> Cabe informar que, a partir da versão 2019 dos Termos de Serviço do *YouTube*, o vocábulo *criança* aparece no texto. E a atual versão 2021 apresenta a palavra *criança* no item: “Quem pode usar o serviço? Restrição de idade:” Com o seguinte texto: “Você precisa ter no mínimo 13 anos de idade para acessar o Serviço; no entanto, crianças de todas as idades podem utilizar o Serviço e o YouTube Kids, se disponível na região do usuário, caso ele tenha sido ativado pelos pais ou responsável legal”. No item “Permissão dos pais ou responsáveis”, estabelece que “Se você tem menos de 18 anos, declara ter recebido a permissão dos seus pais ou do seu responsável para usar o Serviço. Peça a eles para que leiam este contrato junto com você. Se você é pai /mãe ou responsável legal de um usuário menos de 18 anos, ao permitir o uso do Serviço pelo seu filho, você fica sujeito aos termos deste contrato, é responsável pelas atividades do seu filho no *YouTube*. Na nossa central de ajuda no *Family Link Google*, você encontra ferramentas e recursos para ajudar no gerenciamento da experiência da sua família no *YouTube*. (inclusive como permitir que uma criança com menos de 13 anos use o seu serviço *YouTube kids*)”. (Disponível em: <https://www.youtube.com/static?gl=BR&template=terms&hl=pt>. Acesso em: 11 jul. 2021).

(TERMOS DE SERVIÇO DO *YOUTUBE*, 2018). Nesse sentido, parece ser possível dizer que a responsabilização pelo clicar no aceite dos Termos de Serviço passa a ser de um ente parental, que assume, assim, a responsabilidade do percurso de vida da criança em habitar e produzir para seu canal na plataforma *YouTube*<sup>25</sup>.

Ainda na perspectiva do documento, é necessário observar os propósitos corporativos em relação às missões e aos valores da plataforma, conforme expresso nesse documento:

[...] nossa missão é dar a todos uma voz e revelar o mundo. Acreditamos que todos têm o direito de expressar opiniões e que o mundo se torna melhor quando ouvimos, compartilhamos e nos unimos por meio das nossas histórias. [...] nossos valores se baseiam em direitos e liberdades que definem quem somos. (TERMOS DE SERVIÇO DO *YOUTUBE*, 2018).

Observa-se que tal preceito alinha-se “aos valores liberais, fundamentado na liberdade de expressão, no direito à informação, direito à oportunidade e na liberdade de pertencimento” (HERTZOG, 2019, p. 142).

Diante disso, é oportuno assinalar que essa passagem pelos Termos de Serviços do *YouTube* na versão 2018 foi a chave assumida nesta tese como uma fonte de informação, isto é, um observatório para compreender como são forjadas as prescrições que nos incitam a experimentar a *plataformização* da vida e, ao mesmo tempo, regulam esses mesmos modos de vida por meio dos Termos de Serviço. Em suma, esses elementos são alguns dos traços marcantes da abordagem regulatória dos Termos de Serviço da plataforma *YouTube*, versão 2018, itens constitutivos que compõem o percurso metodológico desta tese.

Por fim, cabe dizer que fazer passagem pela abordagem regulatória dos Termos de Serviço do *YouTube*, constituiu um modo de posicionar teórico-metodológico frente os dispositivos normativos do YouTube para compreender as relações imbricadas de produzir pesquisa em ambiência plataformizada. Ainda que de forma não explícita, esse percurso foi inspirado na perspectiva pós-estruturalista, principalmente Michel Foucault com a noção de

---

<sup>25</sup> No dia 09/11/2019, recebi um comunicado do *YouTube* com o seguinte conteúdo: “Atualizaremos nossos **Termos de Serviço** (“Termos”) para facilitar a leitura e ter mais transparência. As mudanças não alteram a **Política de Privacidade do Google** nem a maneira como coletamos e processamos seus dados. Fornecemos um **resumo das principais mudanças**, mas abaixo você encontra uma lista do que pode esperar da atualização: Termos mais claros e fáceis de entender, com links úteis para ajudar você a navegar pelo *YouTube* e conhecer melhor nossas políticas. Ampliação do compromisso de avisar sobre mudanças que podem afetar você, como atualizações do produto ou alterações futuras nos Termos. Melhor alinhamento entre os Termos e a maneira como o *YouTube* funciona atualmente. As mudanças entrarão em vigor no dia 10 de dezembro de 2019. Leia os **Termos atualizados** com atenção. Para mais informações, acesse nossa central de ajuda. Caso você tenha filhos que usam o *YouTube Kids*, é importante lembrar que você também está concordando com os novos Termos em nome do(s) seu(s) filho(s). Você sempre acessa sua conta do *Google* para revisar suas configurações de privacidade e gerenciar como seus dados são usados. Agradecemos sua participação na comunidade do *YouTube*”.

governamentalidade e Gilles Deleuze com a noção de sociedade de controle, entendendo como inspiração fundamental para os possíveis diálogos entre estudos da Ciência e Tecnologia e de plataforma. Acredito que este modo de entrar em campo, apoiada nos estudos das plataformas e na análise do Termo de Serviço do YouTube mostrou que o “está aqui” (GARCÍA CANCLINI, 2015) na plataforma do YouTube não pode ser dissociado daquilo que Foucault (2014) chamou a atenção, o modo como a revolução industrial coincidiu com o surgimento de “novos métodos para administrar” a população urbana com seus grandes contingentes de trabalhadores, estudantes, prisioneiros, pacientes hospitalares e outros grupos. No caso em tela, a maneira de administrar/regular os usuários do YouTube ocorre pelo instrumento contratual do Termo de Serviço.

Passo agora ao terceiro aspecto no sentido de qualificar a compreensão do *estar aqui* nesse *cibercampo*. Para isso, cabe retomar a Gillespie (2010, p.349-350), o qual afirma que a “plataforma tem uma ressonância discursiva e articula quatro territórios semânticos: computacional, arquitetura, figurativa e política”. Esses quatro aspectos transformam e influenciam o curso da ação por meio da codificação de atividades sociais em (meta)dados processados por algoritmos e protocolos via interfaces amigáveis, baseadas em configuração-padrão, de acordo com os interesses estratégicos de seus proprietários (GILLESPIE, 2010). Devo reconhecer que não se pode desconsiderar a especificidade técnica em torno da plataforma a fim de tentar identificar qual a implicação desta no processo da pesquisa. Nessa direção, a visão de Helmond (2015) trouxe contribuições importantes, pois, para ele, as plataformas são caracterizadas pela combinação do modelo de *infraestrutura programável* e extensiva com o modelo econômico de conectar usuários finais e anunciantes.

Partindo dessa visão técnica, o estudo de Salgado (2018, p.155) chama a atenção para a dimensão figurativa da plataforma, isto é, as “condições de ação (*affordances*) presentes [em seu *design*] permitem a comunicação e a comercialização”. Nesse sentido, cabe perguntar: o que são *affordances*<sup>26</sup>? Gibson (2015) nos mostra que são as possibilidades de ações presentes no ambiente, ou seja, é aquilo que compõe um ambiente e o torna habitável. Para o autor, as plataformas digitais constituem uma espécie de ambiente composto de caminhos e recursos. Ele salienta, ainda, que não há duas plataformas digitais iguais, embora muitos tendam a usar recursos com finalidades semelhantes, como curtidas, compartilhamentos, comentários ou *hashtags*. Para os pesquisadores Bucher e Helmond (2018), a *affordance* é multivalente e passa

---

<sup>26</sup> O termo *affordance* foi conceituado e operacionalizado através de várias fronteiras disciplinares. Originalmente foi desenvolvido no campo da psicologia ecológica (GIBESON, 2015) e, posteriormente, adotado em estudos de *design* (NORMAN, 1988). Para maiores informações, ver Buchet e; Helmond (2018).

a ser um termo-chave para compreender as relações entre a tecnologia e seus usuários. Isso significa dizer que as *affordances* consistem naquilo que a plataforma oferta e provê aos usuários. É algo da relação entre o ambiente e o usuário.

Esta compreensão sobre as *affordances* só emergiu após os referenciais de leitura do campo de Estudos Sociais de Ciências e Tecnologias (STS), pois possibilitou ver e compreender que não se trata apenas de observar suas “superfícies, seu *layout* e suas cores e texturas” (GIBSON, 2015), mas, principalmente, de compreender as possibilidades de ação que a plataforma pode oferecer e, a partir daí, entender que o ato de clicar em um *affordances* não só produz significado, mas também possibilita variadas compreensões. Quanto a essa dimensão de produzir interpretação, Bucher e Helmond (2018) consideram importante ater-se à interpretação daquilo que é “o oficial, corporativo”, pois é a partir dele que ocorre a tentativa de “estabilizar os significados”, isto é, uma busca para padronizar um modo de engajamento no serviço da plataforma (BUCHER; HELMOND, 2018).

Para Bucher e Helmond (2018), o conceito de *affordance* foi originalmente concebido em psicologia ecológica por James Gibson para designar todos os tipos de possibilidades de ação latentes ao ambiente físico. Ele explorou o modo como nós vemos o ambiente ao redor. Sua principal discussão foi sobre não percebermos o ambiente como tal, mas por meio das possibilidades de ações que ele pode oferecer. Para Gibson (2015, p.121), as *affordances* são invariantes, e o observador pode ou não as perceber, mas elas estão sempre lá, por isso, a “*affordance* é concebida como uma propriedade relacional, que aponta para dois lados, para o ambiente e para o observador”. Salienta ainda o autor que o importante não é só perceber a *affordance*, mas entender que não podemos fazer qualquer coisa com os *layouts*, pois *layouts* diferentes permitem diferentes comportamentos. Segundo Gibson (2015, p.127):

[...] as *affordances* não causam comportamento, mas restringem e controlam.  
[...] As pessoas que se comportam, se movem ou simplesmente existem em um ambiente fornecem pistas importantes sobre como os outros devem se comportar, mover ou coexistir.

Na perspectiva de Bucher e Helmond (2018), as *affordances*, entendidas como ações comunicativas, referem-se às qualidades materiais da tecnologia como parcialmente constitutivas da sociabilidade. Os autores acima fazem referência a Gaver, que considera que as *affordances* existem não apenas para a ação individual, mas também para a interação social. Dito de outro modo, são *concessões* para a sociabilidade. Segundo Bucher e Helmond (2018),

elas permitem compreender as maneiras pelas quais a tecnologia permite ou restringe a ação social do usuário.

Em suma, tomar as *affordances* como constitutivo do *cibercampo* ajudou-me a entendê-las não só como dispositivo sociotecnológico, mas também como “relações de poder” engendradas por meio do curtir, compartilhar, comentar e inscrever no Canal Julia Silva. O apelo às usabilidades das *affordances* apareceu no final de cada vídeo, conforme analisado nesta tese, expresso como: “Clique no gostei. Se inscreva no canal se ainda não for inscrita”, conforme mostra a epigrafe na introdução desta tese.

Nesta seção, mostrei como a formulação de García Canclini (2015, p.142) – “o que significa ir a campo, quando o temos aqui” – me inspirou a problematizar o que significa o “estar aqui” em campo quando ele é uma plataforma proprietária. Para dar conta de construir o entendimento da plataforma como *cibercampo* para esta investigação, passei por três aspectos: o que é plataforma, o termo de serviço do *YouTube* versão 2018, e as *affordances*. Com isso, mostrei como a plataforma não se limita apenas aos aspectos informacionais, mas também políticos, econômicos e sociais. Analisei como os Termos de Serviço do *YouTube* apresentam as prescrições que nos incitam a experimentar a *plataformização* da vida e, ao mesmo tempo, regulam esses mesmos modos de vida por meio do Termo de Serviço. Reconheci como as funcionalidades das *affordances* já estão incorporadas em nossas ações dos cliques curtir, comentar, compartilhar e se inscrever nos canais de nosso interesse na plataforma do *YouTube*. Com isso, pude compreender, nas perspectivas de García Canclini (2015) e Crary, (2012), que todo esse processo teórico-metodológico de conceber o estar aqui no *cibercampo* foi um trabalho de pesquisa qualitativo analítico situado na ambiência plataformizada. Assinalo que esse movimento foi importante porque ampliou o modo de ver e conhecer o meu próprio movimento de investigar, no sentido de alinhar uma conduta aberta e alerta para operar as mudanças, quando necessárias ao desenho teórico e metodológico da pesquisa.

### 2.2.3 “O que dei a ver aos outros” ao produzir o *corpus* da pesquisa

Ao passar a habitar a plataforma *YouTube*, em março de 2017, para produzir as informações da pesquisa, as atividades consistiam em buscar os vídeos produzidos por uma criança *youtuber* mirim e iniciar o processo de *maratoná-los*, reunindo-os, posteriormente, com base no histórico da própria plataforma. Na sequência desse processo, utilizei aquilo que é ofertado por ela. Passei a operar com as *affordances*, isto é, me inscrevi no canal da *youtuber* mirim pesquisado; com isso, tornei-me uma pesquisadora *inscrita* no canal. E acionei uma outra

*affordance* ao clicar no sininho do alerta, que avisa quando a *youtuber* mirim publica um novo vídeo, assim como também operei a *affordance* de curtir os vídeos. Nesta tese, a *affordance* é entendida como a potência de exploração à vista no *cibercampo*, compreensão esta qualificada conceitualmente pelo campo dos Estudos Sociais de Ciência e Tecnologias (STS).

No primeiro semestre de 2018, até o mês de abril, mantive a dinâmica exploratória de *maratonar* as produções dos vídeos e iniciei o manejo da observação mais detalhada, seguida de anotações. Porém, só no final do segundo semestre de 2018, foi possível redobrar os esforços nessa tarefa de imersão e observação. Essa atividade consistia em reassistir aos vídeos, conferir as primeiras revisões das anotações e produzir a descrição das observações. Essa (re)imersão no final do ano de 2018 se estendeu até o primeiro semestre de 2019. Foi uma atividade de descrição bastante intensa, no sentido de que “a descrição é ao mesmo tempo uma exploração do vocabulário e do fenômeno do qual tentamos dar conta” (LAPLATINE, 2004, p.31), por entender que a escrita descritiva “não é uma atividade particularmente imaginativa: ela elabora listas, estabelece relatórios, procede inventários”<sup>27</sup> (LAPLATINE, 2004, p.31). O autor afirma: “não inventamos os fenômenos sociais ou acontecimentos aos quais assistimos enquanto observadores ou dos quais participamos. A composição intervém a partir dos diários de campo” (LAPLATINE, 2004, p. 36), sobre os quais emergem as escolhas de uma seleção interessada dos fenômenos aprendidos a partir de certo ponto de vista ou mesmo por desconhecimento de outras perspectivas possíveis.

Nesse período de imersão entre *maratonar* e proceder à descrição da observação foi que me dei conta de que uma outra camada de vídeos se impunha quando acionava a plataforma *YouTube*. O que ficava evidente era que não se tratava dos vídeos já selecionados na fase exploratória, muito menos de vídeos novos impulsionados por um dos elementos da potência da *affordance* sininho, mas tratava-se de um rol de vídeos da *youtuber* mirim pesquisada que emergiam sucessivamente. Esse sistema passou a ser recorrente, uma espécie de regime *procedimental* da plataforma; não o inventei, apenas o enxergava durante o manejo metodológico da observação. Isso que observei no sistema da estrutura tecnológica do *YouTube* é explicitado por Hertzog (2019) como sistema de “recomendação algorítmica”. O autor infere que os “algoritmos do *YouTube* são perceptíveis quando os usuários se deparam com o sistema de recomendações de vídeos da plataforma. O propósito dos algoritmos é mostrar aos usuários o que eles querem ou o que o algoritmo pensa que eles querem” (HERTZOG, 2019, p. 158). Diante desse sistema da plataforma, indaguei-me: “O que fazer com isso?”. Na condição de

---

<sup>27</sup> Segundo François Laplatine (2004, p.31), “no século XVII, a maior parte dos dicionários apenas dá o sentido judiciário da descrição”.

pesquisadora *inscrita*, foi preciso manejar com atenção os vídeos que emergiram devido à *recomendação algorítmica*, mas pensando como operar com essa outra possibilidade que atravessou o processo de observação e como alargar o desenho teórico-metodológico da pesquisa.

Diante disso, cabe dizer que essa percepção do algoritmo agindo pela lógica da recomendação foi bem mais visível após um trabalho intensivo de *maratonar* e observar o canal da *youtuber* mirim na plataforma *YouTube*. E mais: não teria como ignorá-lo, pois ele se impõe como uma espécie de governança. Essa noção de governança nos remete a Foucault (2008), que nos mostra que “a palavra governo, antes de adquirir seu significado político a partir do século XVI, abrange um vastíssimo domínio semântico, de significados materiais, físicos, espaciais, de dirigir, de fazer ir em frente. “Governar é seguir um caminho ou fazer seguir um caminho” (FOUCAULT, 2008, p. 162). Fazendo uma passagem pelos séculos XVII e XVIII, Foucault produz uma análise da política sobre questões do governo e da *governamentalidade* e observa:

[...] governar também tem os significados de ordem moral. Governar pode querer dizer conduzir alguém, seja no sentido, propriamente espiritual, do governo das almas no sentido que vai durar e subsistir por muito tempo, governar pode querer dizer impor um regime. (FOUCAULT, 2008, p.163).

Foucault (2008, p.143) ressalta: “[...] por esta palavra, ‘governamentalidade’, entendo o conjunto constituído pelas instituições, procedimentos, análises e reflexões, cálculos e táticas que permitem exercer essa forma bem específica, complexa, de poder que tem por alvo principal a população”. Isso acontece pela “principal forma de saber a economia política e por instrumento técnico essencial, os dispositivos de segurança” (FOUCAULT, 2008, p. 143). Prosseguindo em sua análise, Foucault (2008, p.143-144) afirma que, por *governamentalidade*, entende “a tendência, a linha de força que, em todo o ocidente, não parou de conduzir, e desde há muito, para a permanência desse tipo de poder que podemos chamar de governo sobre todos os outros”. Na visão de Foucault, governamentalidade é uma ação orientada administrativa em que o comportamento da população passa a estar em conformidade com o Estado, o que pode ser traduzido como comportamento governamentalizado.

Partindo da acepção de governamentalidade de Foucault (2008), cabe indagar que tipo de especificidade de governar a lógica do sistema digital de *recomendação algorítmica* abarca. Dito de outro modo: que relações de poder aí se manifestam? Antoinette Rouvroy e Thomas Berns (2018), ancorados em Foucault, nos convocam a pensar que a governamentalidade

algorítmica é algo que não atua exatamente sobre o corpo, mas sobre a mente. Esses autores nos alertam:

[...] quando evocamos o caráter anormativo da governamentalidade algorítmica, não estamos afirmando que os dispositivos técnicos da governamentalidade algorítmica surgiram espontaneamente do mundo digital, de forma autônoma e independente de toda intencionalidade humana, de todo “roteiro” tecnológico. (ROUVROY; BERNIS, 2018, p. 108).

Esses processos não são etapas naturais no desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação: “a governamentalidade algorítmica é um modo de operar, administrar e ocorre em três modalidades, a coleta de quantidade massiva de dados e constituição de *datawarehouses*; tratamento de dados e produção do conhecimento; ação sobre os comportamentos” (ROUVROY; BERNIS, 2018, p. 111-114). Isso nos leva a pensar que essa “ação sobre os comportamentos” se aproxima daquilo que Foucault (1995, p.244) afirma sobre o ato de governar e que consiste em “[...] estruturar o eventual campo de ação dos outros”. A ideia de Foucault de que governar é conduzir condutas atrela-se à noção de que o poder não expressa apenas confronto, o poder constitui também vínculos relacionais desenvolvidos para determinada finalidade.

No caso desta tese, ou melhor, no contexto de imersão no *cibercampo* para produzir a informação, entendo que a finalidade da governamentalidade algorítmica não passou pelo controle do corpo, mas pela produção e pelo controle do perfil. O algoritmo é uma conformação técnica difícil de ser percebida, mas ele age desde o momento em que se cria uma conta na plataforma digital e continua indefinidamente operando pelo controle automatizado em cada busca que realizamos, em cada *link* que acessamos, em cada vídeo a que assistimos cotidianamente por meio da plataforma *YouTube*, por exemplo. Para Silveira (2017, p. 272), “os algoritmos são invisíveis, complexos e escritos em linguagem matemática”. A partir de nossas ações na plataforma, o algoritmo aprende sobre os temas que mais nos interessam, conhece nossas escolhas de canais, aquilo que compartilhamos e curtimos, ou seja, todos os outros elementos que conformam as nossas opções e preferências. Todas essas informações são processadas como dados e são constitutivas da produção de perfil. A lógica da governamentalidade algorítmica não só atua na produção de perfil, mas também governa pelo processo de recomendação algorítmica na plataforma *YouTube*. É uma espécie de governança de condutas, que age a partir de tudo o que fazemos na plataforma, pois, ao agir, geramos dados que alimentam esse mesmo perfil.

Sobre governança, Doneda e Almeida (2018, p.141) afirmam:

[...] a disponibilidade de um poder computacional e de conjuntos de dados [...] permite que os algoritmos realizem tarefas de magnitude e complexidade. [...] seus efeitos são capazes de tirar os seres humanos do circuito de seus processos decisórios.

Na perspectiva dos autores, “o algoritmo funciona a partir de um conjunto heterogêneo de atores, [...] sua governança pode se basear em ferramentas que atuam não apenas no próprio algoritmo como também sobre elementos de seu ambiente” (DONEDA; ALMEIDA, 2018, p.144). Explicitam, ainda, que são diversas as abordagens sobre “a governança dos algoritmos”, porém, alguns pontos de vista são estritamente “jurídicos e regulatórios até uma postura puramente técnica” (DONEDA; ALMEIDA, 2018, p. 145). A literatura aponta os vários usos dos algoritmos, como também os diversos enfoques analíticos, tais como manipulação, viés, censura, discriminação, violações de direitos, entre outros. As abordagens da governança dos algoritmos abarcam discussões de grande abrangência e importância no mundo da cultura digital.

Nesse sentido, esta tese se aproxima do enfoque analítico de Taina Bucher (2018), que discute e pensa o algoritmo a partir da dimensão epistemológica. Ela nos convoca a refletir quando pergunta: “o que significa conhecer algo que é invisível?”. E complementa: “como você conhece algo que você não pode acessar ou que você não vê?” (BUCHER, 2018, p. 166). Para a autora, é preciso olhar o “mundo empírico” e tentar entendê-lo e, nesse sentido, diz ser importante “interrogar os algoritmos e as diferentes formas de conhecimentos a eles associadas”, e nos instiga a “olhar com profundidade para esses objetos sociotécnicos contemporâneos” (BUCHER, 2018, p. 166). Mostra-nos que, seja qual for a plataforma que estivermos habitando, o olhar “será sempre uma atualização de diferentes tipos de relações que se juntam ali para então moldar uma realidade”, ressaltando ainda que “um algoritmo ou um sistema de aprendizado de máquina é, por definição, não uma ‘coisa’, é sempre um devir” (BUCHER, 2018, p. 167). Isto é, “somos convidados a assumir um modo ‘devir’ de pesquisar os algoritmos, as práticas políticas associadas a ele” (BUCHER, 2018, p. 166). Isso significa entender o aparecimento da recomendação algorítmica no fundamento teórico-metodológico desta tese.

Diante disso, cabe assinalar que o foco deste trabalho não é pesquisar o algoritmo, mas compreender como ele atuou na definição das recomendações feitas à usuária pesquisadora e, na perspectiva de Bucher (2018), indagar: como reconhecer que o algoritmo atravessou o processo de observar os vídeos no canal da Julia Silva na plataforma do YouTube, no sentido

de que a sua materialidade é *quase* invisível? A autora nos mostra que o ecossistema da plataforma e seus algoritmos mapeiam aquilo que executo nesse ambiente. E é no rastro do conteúdo do meu executar que o algoritmo age de modo *invisível*. Entendi que, ao operar intensamente em plataforma digital como um *cibercampo*, produzo os “*rastros digitais*” (BRUNO, 2013, p.123). E é a partir dos rastros digitais que os algoritmos agem e realizam as suas mediações. Nesse sentido, na perspectiva de Bucher (2018, p.167), a noção de devir é fundamental no sentido metodológico, pois “seja o que for que estudemos, trata-se de algo em seu devir”. Isso significa dizer que “o algoritmo é tecnicamente bastante distribuído, mas também é muito distribuído socialmente. Ele vive diferentes tipos de vidas” (BUCHER, 2018, p. 168). No caso desta tese, ele viveu a vida da pesquisadora. Dito de outro modo, ele perfilou as ações da pesquisadora inscrita no canal da *youtuber* mirim Julia Silva pesquisada na plataforma *YouTube*.

A perspectiva de Gillespie (2018) difere da abordagem filosófica e epistemológica de Bucher (2018), mas é bem relevante, no sentido de que nos mostra uma outra compreensão de como o algoritmo de recomendação opera a partir do modo de vida dos usuários ancorados em plataforma digital. Diz ele: “os algoritmos de recomendação mapeiam nossas preferências [...] trazendo ao nosso encontro sugestões de fragmentos novos da cultura. Eles gerenciam as nossas interações em sites de redes sociais, destacando [...] ou excluindo as novidades” (GILLESPIE, 2018, p.97). O autor também ressalta que os algoritmos são inertes e só operam se estiverem articulados a uma base de dados sobre os quais venham a funcionar. Nesse sentido, “os algoritmos não são apenas o que seus designers fazem deles, ou o que eles fazem a partir da informação que processam. São também o que nós fazemos deles dia após dia” (GILLESPIE, 2018, p. 113).

Sendo assim, cabe assinalar que a lógica de funcionamento do algoritmo de recomendação, nesse percurso do *cibercampo*, operou não apenas por governar a minha prática enquanto pesquisadora, mas também abriu a possibilidade de ampliar a compreensão da dimensão técnico-política que envolve o ato de pesquisar em plataforma. Isso porque o algoritmo é algo constitutivo dessa ambiência plataformizada. Assim, a partir dessa compreensão, nesta tese, admito a condição possível da recomendação algorítmica como elemento da decisão de constituir uma parte na produção do *corpus* da pesquisa. O Quadro 1, a seguir, mostra como diferentes ações (buscar por vídeos, assistir a um vídeo recomentado pelo algoritmo ou assistir a um vídeo indicado a partir do acionamento do *affordance* sininho) levaram-me à constituição dos vídeos que foram analisados no Canal Julia Silva.

Quadro 1– Composição do *corpus* da pesquisa para o Canal Julia Silva

Nº	Via de entrada - vídeos	Nomes dos vídeos	Minutagem do vídeo	Nº de visualizações	Nº de curtidas e não curtidas	Data/ Publicação
1	Ação da pesquisadora “inscrita”	“Julia Silva Bastidores da gravação para o programa Hoje em Dia TV” <sup>28</sup>	13:50	160.411	4,9 mil curtidas 369 não curtidas	29/01- /2016
2	Recomendação algorítmica – após a busca pelo primeiro vídeo	“Cuidando de Katie da Charlie – Baby – Julia Silva”	12:04	7.868.765	27 mil curtidas 4.4 mil não curtidas	23/11/2013
3	Recomendação algorítmica	“Torre <i>Eiffel</i> , <i>Champs Élysées</i> – Vlog: um dia em Paris 1 – Julia Silva”	10:16	364.715	10 mil curtidas (802 não curtidas)	15/12/2015
4	Recomendação algorítmica	“Tour pelo Toys R Us – França – Julia”	19:42	159.101	10 mil curtidas 802 não curtidas	16/12/2015
5	Ação da pesquisadora “inscrita” <i>Affordance</i> / alerta(sininho) Assistir ao vídeo recomendado a partir da <i>affordances</i> .	“Virei boneca: Julia Silva”	4:10	418.792	11 mil curtidas 790 não curtidas	17/03/2017
6	Ação da pesquisadora “inscrita” <i>Affordance</i> / alerta (sininho)	“Lançamento da minha boneca Julia Silva na ABRIN – 2017”	3:07	37.839	2,2 mil curtidas 129 não curtidas	06/04/2017
7	Ação da pesquisadora <i>Affordances</i> / alerta (sininho)	“Reagindo a vídeo antigo (e privado)”	29:16	242.619	13 mil curtidas 580 não curtidas	25/07/2018

Fonte: Elaboração da Autora (2020).

Aqui cabe explicitar o caminho percorrido antes de chegar a este Quadro 1. O projeto de tese encaminhado ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Conhecimento e Inclusão Social, na linha de pesquisa Currículos, Culturas e Diferenças, em 2017, apresentava como proposta investigar quatro canais no *YouTube*: Canal Julia Silva, Canal Vida de Amy, Canal da Bel para Meninas e Canal Caduzinho Carvalho.

<sup>28</sup> BASTIDORES da gravação para o programa *Hoje em Dia*, Tv Record. Videografia Julia Silva, 29 jan.2016. Disponível em : <https://www.youtube.com/watch?v=uf8j9MISJik&t=4s> . Acesso em: jan. 2019.

A fase exploratória (maratonar) da investigação iniciou-se em 2017 com os quatro canais selecionados. Esta fase consistiu em buscar uma visão panorâmica dos canais. Assim, foram produzidas algumas anotações básicas como nome do canal, título do vídeo, data de lançamento do vídeo e o conteúdo abordado. No primeiro semestre de 2018, especificamente, a partir do mês de maio, por motivo de “força maior”, não foi possível desenvolver nenhuma atividade de produção da informação nos canais. Apenas acompanhei as informações das *affordances* do sininho indicando os novos lançamentos de vídeos e fiz as anotações.

No final de 2018, retomei as atividades da fase exploratória, ampliando o procedimento de anotações (não só nome do canal, título do vídeo, data de lançamento do vídeo, conteúdo abordado), mas também organizando o número de vídeos assistido em cada canal e outros detalhes), com o seguinte resultado: (1) Canal Julia Silva com 28 vídeos; (2) Canal Vida de Amy com 12 vídeos; (3) Canal Bel para Meninas com 14 vídeos, (4) Canal Caduzinho com 10 vídeos, contabilizando, no total, 64 vídeos.

Em 2019, a fase temática consistiu em não só retomar aos vídeos de cada canal já agrupados na fase exploratória, mas também compreender, relacionar e ordenar as ideias entre o conteúdo dos vídeos e o problema da pesquisa. Nesta fase, fiz o exercício de tentar traduzir, ou melhor, expressar em um microrresumo os conteúdos predominantes do conjunto de vídeos de cada canal (Quadro 2).

Quadro 2 – Resumo da fase temática

°	Canal	Anotação sucinta dos principais conteúdos dos vídeos
1	Julia Silva	Ênfase em mostrar a interação com brinquedo, como lida com a exposição de si, como se estabelecem parcerias com marcas. O modo como relata as viagens internacionais e como (re)visita a sua própria produção videográfica.
2	Vida de Amin	Apresentar objetos infantis para brincar e para a escola. Mostra como desafiar a si mesma na produção do afeto medo. Mostrar ambientes pouco usuais para passar a noite. (dentro do carro na garagem do prédio onde mora, dormir em casa de cachorro em um supermercado 24 horas). Soma-se a isso, incitar as práticas de <i>haters</i> .
3	Bel para Meninas	Apresenta os vídeos, mas quem performa é a mãe. Traduzo como o “marketing de si” e o apagamento da filha.
4	Caduzinho	A ênfase é em jogos de <i>game</i> e futebol.

Fonte: Elaboração da Autora (julho de 2019).

A fase temática da produção da informação a partir dos vídeos constituiu um modo de como aprendi a proceder ao processo de eliminação dos canais O primeiro eliminado foi o canal Bel para Meninas, visto que o conteúdo explorado pelo canal fugia ao escopo do objetivo desta investigação. Quanto ao canal Vida da Amin, *a priori* considerei que poderia ser possível

proceder à escrita analítica, mas a discussão de práticas de *haters* não alinhava com os referenciais teóricos propostos nesta tese. Cheguei ao processo de qualificação com o foco no Canal Julia Silva e com a carta de intenção de trabalhar o Canal Caduzinho. Porém, a banca sugeriu continuar apenas com foco em um canal – o de Julia Silva. Sendo assim, o canal de Caduzinho também foi deixado de lado e segui o processo da escrita analítica contemplando apenas o Canal Julia Silva, conforme espelha o Quadro 1.

Com a diminuição do número de canais, aprendi que a pesquisa se constrói e toma forma mais durante o processo do que no projeto inicial. Com isso, foi necessário tomar dois posicionamentos: O primeiro foi a atitude de não *fetichizar* a grande quantidade de informação produzida na fase exploratória do Canal Julia Silva. O segundo, operar um recorte e, para tanto, houve a necessidade de me orientar tanto pela questão da pesquisa – “como se dá o processo de constituição do modo de vida da *youtuber* mirim e como ela atua na produção de subjetividades infantis na contemporaneidade?”, quanto para pensar a possível articulação com a perspectiva teórica desta tese. Assim, esses dois modos (não *fetichizar*/e operar o recorte apoiada no problema da pesquisa e no referencial teórico) possibilitaram elencar e trabalhar com apenas 7 (sete) vídeos, deixando de lado os demais, conforme mostra o Quadro 1.

Aqui também, aprendi que a pesquisa é mesmo caminhar com o objeto. O objeto constituído em vídeo publicado no canal a que se assiste (a fala da criança, o modo de contar como tudo começou, a forma de como aprendeu a fazer vídeos, as histórias de viagens com a família, o modo como mostrava e dizia que estava no cenário, a maneira de se relacionar com os objetos do cotidiano infantil, brinquedo, material escolar, roupa e amizades da escola). Caminhar com o objeto significou articular com outros repertórios, as rasuras em livros, os escritos dos fichamentos, a literatura, os vestígios de sentidos e conexões dos conteúdos com os títulos dos vídeos e referenciais teóricos outros, de diversos campos de conhecimento. Sendo assim, o *corpus* constituído por sete vídeos me pareceu oferecer a materialidade suficiente que desse conta de compor a escrita analítica desta tese e, com isso, fosse possível responder ao problema da pesquisa.

Para fechar este tópico, cabe assinalar que, durante o manejo teórico e metodológico da pesquisa em ambiência plataformizada, me dei conta de que, como pesquisadora, passei por três adjetivações em decorrência de habitar a plataforma *YouTube*. A primeira percepção da adjetivação aparece expressa no texto dos Termos de Serviço do *YouTube*, uma vez que minha condição nessa plataforma é de *usuária*, o que quer dizer que me tornei uma pesquisadora *usuária*. A segunda adjetivação situa-se no âmbito da dimensão sociotecnológica das *affordances*, uma vez que minha condição no Canal *Julia Silva* é de pesquisadora *inscrita*

(pesquisadora seguidora da *youtuber* mirim). Por fim, a terceira insere-se no campo do governo algorítmico, já que a minha condição se vincula à existência de um perfil. Um perfil que se interessa por vídeos em canal de *youtuber* mirim, e, em decorrência disso, todo o meu percurso na plataforma, meu percurso de maratona, minhas curtidas, o retorno aos mesmos vídeos ou a vídeos diferentes vão conformando uma espécie de experiência digital do cotidiano.

Em decorrência disso, parece-me que o governo algorítmico agiu conformando o ambiente da minha ação. Nesse sentido, é preciso dizer que ele não age prescrevendo condutas, mas conformando o ambiente através do qual eu agia – o *cibercampo*, na plataforma *YouTube*, que, no caso em tela, operou na recomendação de novos vídeos. Desta experiência em ambiência plataformizada, aprendi outro elemento do governo algorítmico: trata-se do processo de comando computacional da ordem da predição. A ordem da predição não é algo apenas referente ao saber do monitoramento de nossa conduta. É da ordem da ação que se volta sobre nós e assume uma forma preditiva transformadora de nossa conduta. É aí que existe o valor dos dados, que, no caso desta investigação, pode ser traduzido na aceitação da recomendação algorítmica como elemento constitutivo do *corpus* da pesquisa.

Cabe ainda dizer que, na ordem “preditiva”, não se busca apenas antecipar nosso comportamento, mas sua relevância se sustenta nas relações de negócio da plataforma digital com o mundo corporativo comercial. Esse mundo comercial, por sua vez, disputa a nossa atenção, nos ofertando produtos e serviços em nossa tela do computador. Isso, de certo modo, explicita a operação da *recomendação algorítmica* demandando duas frentes: a de *recomendar* sucessivos vídeos de *youtubers* mirins e a de receber, na tela do computador, um fluxo de mensagens e propagandas de lojas comerciais oferecendo, por exemplo, diversos tipos de bonecas. Em suma, as três modulações produzidas, seja como usuária, seja como inscrita (seguidora da *youtuber* mirim), seja como perfil, são conformações oriundas do sistema tecnológicos da plataforma *YouTube* que o estudo empírico desta tese percorreu.

#### 2.2.4 Alguns procedimentos metodológicos na cena dos bastidores da escrita

Neste tópico, busco mostrar como os procedimentos metodológicos aconteceram na cena dos bastidores da escrita nesta pesquisa. Isso significa dizer que tanto os procedimentos quanto a perspectiva teórico-metodológica foram manejados com alinhamento com a pergunta-chave da investigação: **como se dá o processo de construção da *youtuber* mirim e como ela atua na produção das subjetividades infantis na contemporaneidade?** Do ponto de vista teórico, a escrita analítica, juntamente com abordagem teórica pós-estruturalista, tornou um caminho

possível para esse intento, à medida que viabilizava observar a materialidade empírica produzida pela criança em seu canal, a qual nos diz do seu percurso e nos fala de como se constitui como *youtuber* mirim.

Aprendi, nesse processo, que refletir sobre metodologia em pesquisa não se limita a escolher uma abordagem de método e seguir com ele. Foi necessário um exercício de compor e recompor, como se fosse uma cena, a busca pela melhor forma de articular diálogos e caminhar com o objeto de pesquisa. Também percebi que a escrita da tese não acontece de forma linear, como se pudesse produzir um riscado pontilhado, bastando seguir e preencher o espaço, e, aí, conseguiria fluir a produção analítica. Ao contrário disso, foi necessário um esforço contínuo de pensar como articular o arco teórico e o *corpus* da pesquisa para produzir a escrita analítica.

Esta articulação entre arco teórico e *corpus* foi construída no decorrer do processo da escrita. O que tento fazer aqui é sumarizar como foi acontecendo o processo de produzir a escrita, abarcando três aspectos: (a) incorporação da literatura na escrita e o equilíbrio das vozes lado a lado, sem hierarquia; (b) o modo de viver *youtuber* entre marca e evento e a intensificação teórica neoliberal; e (c) as temporalidades gregas e a espiral dos modos de existência, como descrito a seguir.

A experiência de incorporação da literatura na escrita desta tese foi fundamental (mesmo que tenha sido restrita a apenas um capítulo) para a abertura da seção do capítulo analítico. Aprendi como poderia produzir uma escrita em que o tom das vozes pudesse perfilar pelo fio da igualdade, tanto na narrativa da criança que dizia do seu modo de vida de criança *youtuber* quanto nos personagens da literatura. Foi algo valioso no sentido de que o texto ganhou outro modo de fazer as palavras ressoarem em seu espaço e tempo distintos, de modo a entender como se interceptam e reverberam no presente. Esse exercício constituiu um desafio à medida que procurei estabelecer o mesmo procedimento com os interlocutores de matriz teórica pós-estruturalista, sem cair na armadilha de tentar hierarquizar as vozes.

Isso modificou o meu modo de ver o próprio gesto da escrita à medida que produziu sentido e pareceu mobilizar os afetos. Foi a partir dessa experiência que pude compreender que o percurso teórico-metodológico da escrita pode compor as cenas sem produzir hierarquia das vozes e dos acontecimentos.

A *youtuber* mirim, ao fazer parceria com marca e evento, instigou a produção analítica de modo a compreender que trabalhar com abordagem qualitativa e com matriz conceitual pós-estruturalista implicava não só articular a narrativa da criança posta em circulação nos vídeos, como também fazer coincidir e explorar o modo analítico de ler o que acontecia na produção

videográfica de Julia Silva, acentuando a crítica à perspectiva neoliberal. Para dizer de outra maneira, esse processo começou com a descrição da experiência do modo de viver da *youtuber* mirim e o esforço da escrita em querer explicitar como a subjetividade neoliberal estava sendo constituída naquela experiência *youtuber* mirim. Foi um desafio produzir a escrita tentando “esquadrinhar” o modo de vida *youtuber* mirim sob a ótica neoliberal, pois, mesmo que quisesse ler sob outra perspectiva, naquele momento algo se impunha pelas evidências que ali se conformavam nas relações de engajamento da criança aos interesses corporativos que demandavam construir as parcerias. Na escrita da tese, procurei capturar as nuances que se constituíam a partir dos acontecimentos que ali se formalizavam em eventos, em ambiente de negócios, evidenciando como estratégias neoliberais pairavam de modo quase ‘naturalizado’ em torno da criança.

Assimilei, também, como ocorre o processo de instaurar os modos de existência construídos pela *youtuber* mirim. A maneira como produziu o vídeo serviu de guia ou, melhor, indicou como a escrita deveria perfilar, direcionando-me a aprender como trazer a esta tese outro conceito – o modo de existência. A espiral fabuladora do modo de existência emergiu do *corpus* da pesquisa; esta foi a maneira como a *youtuber* demandou reflexão nesta tese. Compreendi, em seu próprio roteiro de vídeo, não só como produzir a escrita, mas quem seriam os interlocutores de modo a fazer ler e compreender as diferentes maneiras de se constituir como *youtuber* mirim. O roteiro é dela – ela afetou-me com sua produção videográfica e ofereceu outras possibilidades de formular a escrita a partir de múltiplos acontecimentos. Foi preciso produzir a escrita atenta a gestos, palavras, posicionamentos, acontecimentos, afetos, ao corpo e à maneira de pensar. Em suma, foi outra maneira de habitar o canal e seguir o seu próprio movimento, evidenciando que produzir vídeo não é só um modo de estar no mundo, mas um modo da *youtuber* se recriar e se reconstituir.

Por fim, cabe dizer que o esforço contínuo de pensar como articular o arco teórico e o *corpus* da pesquisa para produzir a escrita da tese culminou na organização dos capítulos. O procedimento metodológico foi guiado pela pergunta: que elementos desse *corpus* se aproximavam de uma possível resposta à questão-problema desta tese? Isso demandou o trabalho de decupagem do conjunto da materialidade empírica, para o qual foi possível delimitar três capítulos analíticos, até o momento da defesa da tese. Organizei o primeiro capítulo analítico a partir de quatro vídeos: *Julia Silva Bastidores da gravação para o programa Hoje em Dia - TV Record*; *Cuidando de Katie da Charlie – Baby – Julia Silva*; *Torre Eiffel, Champs Élysées - Vlog: um dia em Paris 1 – Julia Silva e Tour pelo Toys RUs – França*, contabilizando 55 minutos e 4 segundos de vídeo. O segundo capítulo analítico foi produzido a partir da

materialidade empírica de dois vídeos: *Virei boneca: Julia Silva* e *Lançamento da boneca Julia Silva ABRIN – 2017*, contabilizando 7 minutos e 17 segundos. Por fim, o terceiro capítulo analítico foi produzido a partir de apenas um vídeo: *Reagindo a vídeo antigo – e privado*, contabilizando 29 minutos e 16 segundos de duração. É o que apresento a seguir.

### 3 YOUTUBER MIRIM: INSTAURAR UM SABER-FAZER E DIZER DO SEU MODO DE VIVER

Um ano antes de sua morte, Kafka viveu uma experiência singular. Passeando pelo parque de Steglitz, em Berlim, encontrou uma menina chorando porque havia perdido sua boneca. Para acalmar a garotinha, inventou uma história: a boneca não estava perdida, mas viajara, e ele, um “carteiro de bonecas”, tinha uma carta em seu poder que lhe entregaria no dia seguinte. Naquela noite, ele escreveu a primeira de muitas cartas que durante três semanas, entregou pontualmente à menina, narrando as peripécias da boneca vividas em todos os cantos do mundo (SIERRA I FABRA, 2009).

A passagem acima foi extraída do livro *Kafka e a Boneca Viajante*, de Jordi Sierra i Fabra<sup>29</sup> (2009), que conta essa narrativa passada no parque Steglitz, um lugar qualificado pelo autor como “um bálsamo” que “transpirava vida naquele início de verão” de 1923 (SIERRA I FABRA, 2009, p. 13). Segundo o narrador, foi nesse lugar que o personagem Franz Kafka percebeu o choro da menina: “Ela chorava em pé, desconsolada, tão angustiada que parecia trazer no rosto toda a dor e a aflição do mundo” (SIERRA I FABRA, 2009, p. 14). Franz Kafka manteve sua atividade de observação: “olhou para um lado e para o outro. Ninguém notava a menina. Estava sozinha. Não sabia o que fazer” (SIERRA I FABRA, 2009, p. 15).

Conforme a narrativa, o observador permaneceu mobilizado, indagando a si mesmo: “Que fazia uma menina tão pequena ali sozinha? Tinha se perdido? Nunca tinha visto nem ouvido alguém chorar daquele jeito” (SIERRA I FABRA, 2009, p. 15). Por fim, parece ter-se conformado, diante dessa singular experiência humana ao dizer: “muitas vezes a vida não nos deixa escolha. Era ela que traçava o caminho”; então, deu o primeiro passo em direção à menina, “retirou o chapéu para parecer menos sério e iluminou o rosto com seu melhor sorriso” (SIERRA I FABRA, 2009, p. 16). Parou diante da garota e iniciou o diálogo:

- Olá.
- O que aconteceu? Você se perdeu? – Perguntou Franz Kafka diante de seu silêncio.
- Eu não. – Estranhou a resposta. “Eu não.” Em vez de dizer “Não”, dissera “Eu não”.
- Quem então?
- Minha boneca (SIERRA I FABRA, 2009, p. 17-19).

Notando a angústia da menina Elsi, Kafka criou um estratagema para que ela deixasse de sofrer. Ele afirmou que a boneca não estava perdida, mas viajando, e que deixou cartas para sua

---

<sup>29</sup> A obra *Kafka e a Boneca Viajante* recebeu o Prêmio Nacional de Literatura Infantil e Juvenil de 2007, concedido pelo Ministério da Cultura da Espanha. O escritor Jordi Sierra i Fabra é espanhol e tem mais de 300 obras publicadas, de gêneros diversos. Criou a Fundação Taller de Letras Jordi Sierra i Fabra para América Latina, na Colômbia, que desenvolve intenso trabalho com crianças e jovens para estímulo à leitura e à criança literata.

dona. A partir daí, uma relação diária se estabeleceu entre Kafka e a garota, intermediada pelas cartas da boneca, nas quais são narradas as aventuras que ela tem vivido em sua viagem pelo mundo. As cartas da boneca viajante, de nome Brígida, chegavam de várias partes do globo. “Brígida percorria o mundo numa velocidade estonteante e suas aventuras eram cada vez mais insólitas, mais bonitas, mais dignas de uma fascinante odisséia de boneca e da fantasia de um escritor do que da realidade, por mais estranha que fosse” (SIERRA I FABRA, 2009, p. 73).

Como nos mostra o narrador, Brígida atravessou um vasto percurso, não só por Londres: ela viajou a Paris, Veneza, cruzou o extenso Deserto do Saara, explorou a Índia, percorreu a grande Muralha da China, nadou no Mar Morto e escalou os altos picos do Himalaia. Ela esteve em Pequim, em Tóquio, em Nova Iorque, em Bogotá, no México, em Havana e em Hong Kong. O que, de fato, importava não era apenas o processo da boneca Brígida circular de um continente a outro, mas compreender que, nas mãos e na imaginação de Kafka, “a boneca fizera o mundo ficar pequeno” (SIERRA I FABRA, 2009, p. 74).

Apresento essa obra tanto pela genialidade estética literária em torno da boneca, quanto para pensar como esse artefato se entrelaça ao modo de vida infantil em diferentes épocas e espaços. Neste capítulo, o foco recai sobre as produções de uma *youtuber* mirim que se relacionam com a boneca, para analisar como são produzidas subjetividades infantis com determinadas características. Intensifico, com isso, a aproximação da perspectiva teórico-metodológica da pesquisa qualitativa pós - estruturalista com o imaginário literário no qual me ancoro. Ainda que, no livro, a narrativa seja feita por um adulto, que traz ideias sobre o que pensa ser uma boneca e, na produção videográfica, quem faça isso seja uma criança, considero que as duas materialidades podem ser articuladas para mostrar diferentes formas de significar a boneca e de produzir subjetividades infantis. Não pretendo estabelecer uma oposição entre um modo de ser adulto e um modo de ser infantil, mas evidenciar de que maneira o artefato boneca se cruza em dois materiais distintos para produzir modos de ser infantil que circulam socialmente e atuam na produção de subjetividades.

Discuto, então, o modo de vida *youtuber* mirim a partir do *corpus* composto por quatro vídeos publicados no Canal Julia Silva, na plataforma do *YouTube*. Por meio da articulação entre o livro com que introduzo este capítulo e os vídeos analisados, minha intenção é mostrar de que modo as bonecas foram significadas nos vídeos aqui analisados para produzir um determinado modo de ser infantil.

Tenho como objetivo, neste capítulo, analisar as narrativas produzidas em vídeo em torno da boneca como artefato cultural, visando entender como se produz a subjetividade *youtuber* mirim. Além disso, intento compreender a *expertise* da criança em capturar imagens de uma

manifestação de rua e produzir, a partir disso, conteúdo que informa. Por fim, descrevo a visita feita pela *youtuber* a uma *megastore* e como foi produzida uma curadoria de brinquedos. Argumento que a criança *youtuber* é uma figura singular que emerge em situação socialmente pública, movida por força da plataforma do *YouTube* que garante a sustentação tecnológica para que ela produza modos de vida e se torne o que é. Isto é, uma criança produtora de experiência pública implicada em mobilizar sentido a outros sujeitos infantis; produtora, portanto, de subjetividades, cuidadora de bonecas e conhecedora de brinquedos.

Diante disso, organizo o capítulo em três seções: na primeira, identifico como foi a passagem da exposição de si no ambiente familiar para o ambiente público digital. Mostro como a experiência de uma viagem internacional despertou o seu interesse para o modo de viver de meninas que mostravam brinquedos na plataforma do *YouTube*. Na segunda seção, descrevo como a *youtuber* forjou narrativas a partir do artefato cultural boneca. Na terceira, exponho como ela experimentou o espaço vivido nas ruas e o que produziu ao visitar um supermercado de brinquedos.

### 3.1 A EMERGÊNCIA DA EXPOSIÇÃO DE SI EM FRENTE À CÂMERA

Para buscar compreender o que está sendo contado pela criança na construção de si por meio da plataforma do *YouTube*, há um vídeo, já mencionado, publicado pelo Canal Julia Silva, no qual ela mostra o momento em que a equipe do programa *Hoje em Dia*, da TV Record, foi até a sua residência no interior de São Paulo a fim de conhecer o seu estúdio e entrevistá-la (BASTIDORES..., 2016). O propósito da entrevista foi de identificar como Julia Silva instaurou a sua trajetória. É preciso dizer que o referido vídeo não se trata de uma produção autoral da *youtuber* mirim, uma vez que foi produzido com a menina na condição de entrevistada. Apesar disso, considero legítimo trazer tal produção por entender que a entrevista percorreu interstícios e desvios, e, nesse processo, fez emergir um conjunto de narrativas por meio das quais tornou-se possível perceber os traços que constituem o desenho da trajetória de vida da *youtuber* mirim.

Michel Foucault (2005, p.56) me ensinou a ater-me em *quem fala* e analisar, nesse processo, dentro de um “conjunto de todos os sujeitos falantes”, qual é o *status* daqueles que são aceitos socialmente para proferir um discurso. Nesse sentido, é preciso reconhecer que o *status* dessa criança para proferir o discurso na reportagem de TV decorre da “verdade” digital, devido ao fato de possuir um número significativo de inscritos em seu canal e, com isso, ter adquirido o *status* para falar do seu próprio processo de se constituir enquanto *youtuber* mirim e significar essa subjetividade que se produz na contemporaneidade.

No horizonte de reconhecer quem fala, a criança falante desempenha o papel qualificador de alguém que sustenta a autoridade de si. Para dizer como se dá a constituição de tal modo de viver, começo com essa micronarrativa enunciada por Julia Silva: “*Eu nasci com o YouTube, no mesmo ano, em 2005*” (BASTIDORES..., 2016). A *youtuber* mirim apresenta, como ponto significativo, a relação temporal entre o seu nascimento e a emergência da plataforma do *YouTube*, ambos situados no ano de 2005. Tal fala me parece uma estratégia de entendimento que justifica a sua imersão na cultura digital. Ao produzi-la, ela pensa a si mesma enquanto criança e se mostra como autoridade no sentido de saber dizer sobre a construção de si, uma criança do tempo do *YouTube*, pelo elo do alinhamento da narrativa temporal. Nessa perspectiva, penso que esse modo de compreensão do alinhamento temporal se inter-relaciona discursivamente, pois demarca a instauração de um modo de vida em plataforma digital, o qual gira em torno de quem fala, de onde se fala e do que se fala.

Julia Silva, a *youtuber*, nos mostra como foram instauradas as condições de surgimento de seu modo de vida ao dizer que “*tudo começou desde que eu era bem pequeninha. A minha mãe sempre me gravou, mas deixava no privado do YouTube, só para a família, não era público [sic]*” (BASTIDORES..., 2016). Essa forma de uso, que “deixava no privado”, é uma das possibilidades de ação presente no *design* da plataforma do *YouTube*. Isso parece ter favorecido para que essa experiência transcorresse de forma ordenada em ambiente privado, no qual se engendravam relações de forças familiares para a instauração da prática de uma cultura digital. Paula Sibilia (2016) chama atenção para a reconfiguração da noção de espaço privado e público com a entrada das tecnologias digitais em nosso cotidiano. Para ela, a nova reconfiguração aponta para a ideia de que “o privado se tornou público”, que há “uma imbricação de ambos os espaços [...] afetando intensamente a produção de subjetividades, pois nesses ambientes metamorfoseados germinam modos de ser” (SIBILIA, 2016, p.114-116).

Nesse contexto, a peça-chave para esse processo, ao que parece, não foi o uso da plataforma como repositório de vídeos privados, mas, principalmente, a emergência da prática da exposição de si em frente à câmera. Para Dominique Cardon (2012, p.60), “a exposição de si é uma estratégia; muito mais que a esperança de conseguir seus 15 minutos de celebridade”. A exposição de si não é uma forma unívoca como processo narcisista e sem reflexão, mas uma prática por meio da qual se podem distinguir as formas daquilo que se quer mostrar, as diferentes maneiras de se mostrar as pautas que deseja sublinhar e o conteúdo que se almeja produzir para depois compartilhar.

Nesse sentido, compreendo a exposição de si como uma técnica de si para produção da subjetividade *youtuber* mirim. Segundo Foucault (1993, p.207), as técnicas de si são “processos

pelos quais o indivíduo age sobre si próprio”. No vídeo aqui analisado, a exposição de si aparece como uma técnica que Julia teve que aplicar sobre si mesma para ser capaz de se tornar *youtuber*. Ela precisou exercer poder sobre si, a fim de deixar o espaço privado e assumir o lugar público, produzindo um modo de ser diante da tela.

Esse processo não se deu fora de certas condições de existência peculiares dessa criança. Julia nos conta, nessa entrevista, que *“teve uma época que meu pai foi a trabalho no exterior e eu fui com minha mãe. Lá, eu comecei a descobrir mais o YouTube. Então, eu sempre assistia vídeos de meninas de outros países que gravavam vídeos de bonecas e casinhas [sic]”*. Ela mostra, em sua experiência internacional, a possibilidade de apreciar os vídeos de meninas com bonecas, e afirma, sobretudo, que foi *“aí [que] eu comecei a apaixonar por aquilo”* (BASTIDORES..., 2016). Nessa direção, é possível ver que a técnica de si acionada pela menina se articula a um determinado contexto social por ela vivido. Trata-se de uma criança branca, de classe média alta, que, tem acesso a diferentes bens culturais e que pode viajar pelo mundo a fim de mostrar aquilo que considera relevante.

Parece que o “apaixonar-se”, presente no trecho em análise, isto é, se interessar vivamente “por aquilo”, foi fundamental para que ela pudesse se constituir como criança produtora de vídeos, mesmo que ela diga que *“tudo isso começou sem querer. Não foi nada pensado. Tudo foi do nada”* (BASTIDORES..., 2016). Parece ser operada aqui uma tentativa de quase naturalização do processo de migração do espaço privado para o espaço público digital. Tal processo de produção de si mesma como *youtuber* não se restringe ao microespaço da esfera familiar. Julia aciona saberes e aplica certas técnicas sobre si mesma para se produzir no ambiente público digital.

Dessa forma, ela inaugura outro movimento, e parece se dar conta disso ao reconhecer a dimensão do *outro* em seu processo de existir enquanto *youtuber* mirim quando diz: *“Agradeço a todo mundo, porque sem essas pessoas eu não seria nada”* (BASTIDORES..., 2016). Na narrativa por ela construída, é o outro, provavelmente o público inscrito no canal, que imprime admiração por sua presença na plataforma e, de certo modo, valoriza a sua produção de conteúdo. Essa postura de agradecimento ao outro parece conferir a ela uma qualidade que lhe permite viver diversamente e melhor com as outras pessoas que a seguem em seu canal no *YouTube*.

O que emerge da narrativa presente no vídeo é que o valor a ser afirmado com as outras pessoas é o de uma afinidade relacional, uma possibilidade de alargar o alcance desse modo inaugural de viver. Reconhecer que *“sem essas pessoas eu não seria nada”* parece ter sido um modo de “dizer a verdade [...] que lhe permite conduzir-se a si próprio” como criança que

experimenta outros modos de vida, “sem perder o domínio de si próprio” (FOUCAULT, 1993, p. 208). No caso em tela, o “domínio de si próprio” significa o alinhamento tanto em se empenhar para produzir narrativas para o canal, quanto em observar, simultaneamente, o seu próprio percurso e, com isso, reconhecer o outro como elo de relevância social pela disposição em ouvi-la em suas narrativas videográficas e em ampliar a rede comunicacional, inscrevendo-se em seu canal no *YouTube*.

Dessa forma, a subjetividade *youtuber* mirim se produz nessa relação entre técnicas de si (como a exposição de si e o domínio de si próprio para produzir vídeos constantemente) e uma técnica de poder que vem do outro, algo que Foucault (1993) nomeia como técnicas de dominação. Essa dominação não se dá por meio da opressão, mas pelo reconhecimento e pela interação que se estabelecem entre a *youtuber* e o público que assiste ao canal. Nesse sentido, embora historicamente a infância tenha sido construída como incapaz de gerenciar a si mesma, parece que o *YouTube* emerge como um espaço de possibilidades para algumas crianças que têm acesso a determinadas condições sociais. Isso não se dá fora das relações de poder e governo que moldam um determinado modo de ser infantil nessa plataforma.

É preciso ainda dizer que Julia Silva, ao nos contar de sua experiência internacional, também está, de certa forma, evidenciando o seu pertencimento a uma família de classe social que se move em padrões de privilégios econômicos. Pode-se considerar, portanto, que essa condição economicamente favorável que lhe proporciona experiências internacionais, de certa maneira, possibilitou a ela conhecer diferentes tipos de bonecas e brinquedos existentes, o que, na visão de Renata Tomaz (2017, p.127), “concede certo tipo de autoridade e poder de fala frente a outras crianças, se considerarmos o importante papel que tem o brinquedo na organização social do universo infantil”.

Julia Silva nos diz ainda: “*Eu tive que voltar para o Brasil antes do meu pai. E eu e minha mãe começamos a preparar móveis de boneca para a casinha que meu pai tinha prometido que iria montar quando ele voltasse para o Brasil [sic]*” (BASTIDORES..., 2016). Entendo que esses objetos fazem parte de uma construção cultural distinta nos múltiplos contextos em que eles são constituídos. Mas, no caso em tela, essa construção de brinquedo foi dotada de uma intencionalidade: “*Eu quis gravar um vídeo com móveis de materiais reciclados. Muita gente pediu para [eu] gravar vídeo ensinando a fazer cadeirinha giratória. Era a cadeirinha que eu fiz para as bonecas com a minha mãe. Deu certo, as pessoas gostaram, e me sinto muito feliz [sic]*” (BASTIDORES..., 2016). Segundo Tomaz (2017), os brinquedos sempre orbitaram o universo da criança. Tanto aqueles produzidos artesanalmente quanto os industrializados, os brinquedos servem às construções criativas, imaginárias e teatrais. O que se pode atribuir a Julia

Silva ao interessar-se por produzir o brinquedo artesanal, isto é, a cadeirinha giratória para boneca, e depois gravar vídeo ensinando a sua construção, parece decorrer da vontade de continuar a exposição de si.

Em suma, nessa entrevista, Julia Silva nos mostra o modo com o qual associa o seu nascimento ao surgimento da plataforma do *YouTube* como elo de valoração do seu modo de vida. Ela também aborda como se inspirou em produzir vídeos de bonecas para o *YouTube* e reconheceu o outro como elo de relevância social por apreciar o modo de vida *youtuber* mirim. Esse conjunto de acontecimentos parece ter agregado sentido ao processo de construção de si na plataforma do *YouTube*. Entende-se, aqui a construção de si no sentido de empenhar-se em “um trabalho contínuo de si sobre si. [...] [como] procedimentos de constituição de uma subjetividade ou de subjetivação” (FOUCAULT, 2016, p.227-228) de um corpo infantil que enseja habitar e produzir um modo de vida na plataforma do YouTube.

### 3.2 SUBJETIVIDADE YOUTUBER MIRIM CUIDADORA DE BONECAS

Nesta seção, abordo outra maneira da Julia Silva se empenhar no contínuo trabalho de si, constituindo sua individualidade enquanto *youtuber* mirim, produzindo vídeos que se articulam ao artefato cultural boneca. Isso parece poder ser conferido a partir do vídeo<sup>30</sup> intitulado *Cuidando de Katie e da Charlie-Baby Alive*, postado no Canal Julia Silva em novembro de 2013. Nesse vídeo, há um distanciamento do brinquedo artesanal (que inicialmente foi o que motivou a produção dos vídeos do Canal, como visto na seção anterior) e a aparição de bonecas bebês, fabricadas pela indústria de brinquedos. As bonecas *Katie e Charlie* são dispositivos tecnológicos que piscam os olhos, giram o pescoço, emitem sons de palavras e reproduzem pequenas expressões em língua inglesa.

A escolha do título do vídeo é a tradução exata do encadeamento das cenas de Julia operando os cuidados com as bonecas. Para Roland Barthes (1993), em análise do contexto europeu, os brinquedos franceses eram inteiramente constituídos pelas técnicas da vida moderna adulta e, dessa maneira, preparavam a criança para aceitá-las de forma naturalizada, antes mesmo que pudessem refletir sobre o mundo. Parece-me que essa ideia também se aplica ao vídeo aqui analisado, já que nele Julia Silva naturaliza certo modo de brincar que remete ao que se estabelece para as mulheres na sociedade, particularmente com relação ao cuidado. Para Marlucy Paraíso e Maria Carolina Caldeira (2018, p.13), a naturalização do cuidado não pode

---

<sup>30</sup> CUIDANDO de Katie e da Charlie-Baby. Videografia Julia Silva, nov.2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZQ6BoeiSczk&t=100s> . Acesso em: 6 jan.2019.

ser analisada fora de uma perspectiva de gênero, sendo este aqui entendido como a “teoria explicativa dos processos históricos e culturais de construção do masculino e feminino”. Isso significa dizer que aquilo que se considera como feminino e masculino é resultado de um longo processo de construção social, em que diferentes elementos são acionados. Considero que o cuidado se refere a um desses elementos, sobretudo se considerarmos a base do sistema patriarcal em que o cuidar é apresentado como tarefa das mulheres e sendo bastante desvalorizado na sociedade contemporânea. Nesse sentido, cabe observar como Julia produziu a prática do cuidado na qual parece reproduzir o modo de vida do adulto, como afirma Barthes (1993) e conforme poderá ser conferido nesta produção analítica.

No vídeo em análise, Julia Silva organiza a trama em torno do cuidado das bonecas bebês Charlie e Katie. As cenas dos procedimentos de cuidados com as bebês são produzidas, de certo modo, permeando a naturalização de tais práticas, como tirá-las do berço, despi-las de suas roupinhas, levá-las para o banho, enxugar os seus corpos, vesti-las, colocar a fralda descartável e, depois, as demais roupinhas. A partir das cenas do vídeo, percebe-se que Julia forja dois perfis de bonecas implicadas no ato de cuidar. O primeiro perfil desenhado foi o da boneca Charlie. Uma boneca bebê *tranquila*: aceita com agrado a papinha, emite sons de satisfação, pede mais papinha, degusta, morde a colher. Charlie também se suja com a papinha, e Julia cuidadosamente limpa sua boca. A boneca Charlie é traduzida em um perfil de bebê *adorável* e produz encantamento ao dizer “*thanks, mother*” [obrigada, mãe] em sua relação com Julia.

Para Barthes (1993, p.41), é a partir dessa qualidade literal da imitação que se institui a forma de “preparar a menina para a causalidade doméstica, e provavelmente ‘condicioná-la’ para a sua futura função de mãe”. É dentro desse padrão de treino que se pressupõe que as crianças “aceitem passivamente” situações específicas no futuro, como a maternidade. Nessa direção, cabe ater-se à perspectiva de Chimamanda Ngozi Adichie (2017, p.14), quando chama a atenção para o fato de que “a maternidade é uma dádiva maravilhosa, mas [desde que a pessoa] não seja definida apenas pela maternidade. Seja uma pessoa completa”. Adichie (2017, p.18) se posiciona criticamente quando há uma tentativa de afirmar que o “trabalho de cuidar de casa e dos filhos é uma seara particularmente feminina, ideia que repudio vivamente. O trabalho de cuidar da casa e dos filhos não deveria ter gênero”.

A partir da visão de Barthes (1993), Adichie (2017) e Paraíso e Caldeira (2018), percebe-se como Julia Silva traz para a cena do cuidado questões de gênero e forja o perfil da segunda boneca. Julia diz: “*agora eu vou ter que dar papinha para a Katie*” (CUIDANDO..., 2013). A cena mostra Julia tentando dar a papinha para essa boneca, ao passo que ela responde com o gesto de girar o pescoço para a direita e para a esquerda, negando o alimento oferecido. Diante

das tentativas sem resultado, outro objeto aparece na cena, ao lado da bebê Katie: um *tablet*. Na parte superior da imagem do desenho, está a expressão “coma comigo”. Finalmente, a bebê Katie se interessa pela comida e começa a comer. Parece-me que o desafio de Julia nessa cena foi forjar um tipo de bebê *insurgente*: que resiste a se alimentar, se comunica gestualmente para dizer *não* e supõe requerer algum tipo de conexão com o dispositivo digital para fazer aquilo que a menina deseja. Ainda assim, a menina continua com seus esforços para cuidar das duas bebês, usando de diferentes recursos para que isso se torne possível.

As ações de cuidado e a tentativa de forjar perfis nos aproximam novamente de Barthes (1993, p.41), quando este salienta que o brinquedo fornece uma espécie de *catálogo* daquilo que atravessa o adulto, o que ele chama de signo da *literalidade da imitação*. Muitas vezes, essa literalidade é atravessada por questões de gênero, que definem lugares fixos para homens e mulheres. Nessa linha, Adichie (2017, p.25) complementa ao afirmar: “eu gostaria que os brinquedos fossem divididos por tipos, não por gêneros”. Paraiso e Caldeira (2018, p.18) nos alertam a pensar “se é possível pensar que a nossa liberdade está em questionar as práticas nas quais estamos inscritos/as [ou que] somos enquadrados/as e subjetivado/as”. Observando a montagem das cenas nesse vídeo em análise e apoiada nas reflexões de Barthes (1993), Adichie (2017) e Paraiso e Caldeira (2018), parece ser possível afirmar que essa criança não conseguiu escapar de certa naturalização da gramática do treino que dociliza e domestica o corpo infantil feminino para a maternidade.

Gostaria de insistir, agora, em outra perspectiva de se ler essa experiência do cuidado produzida por Julia em sua relação com as bonecas, no sentido de entender que ela não está alheia aos elementos técnicos. Os gestos de comer, de girar o pescoço e de falar das bonecas foram capturados por ela, que nos mostra como se serviu deles para compor o conteúdo de sua ideiação e, com isso, produzir os perfis das bonecas bebês na trama de um cotidiano de cuidados. Dessa forma, Julia organizou o episódio e produziu a narrativa em torno da ‘bebê boazinha’ e da ‘bebê insurgente’, cada uma demandando cuidados específicos, de modo a constituir a subjetividade infantil cuidadora de bonecas.

A subjetividade infantil cuidadora de bonecas, no caso em tela, se apresenta como uma forma de treino que produz corpos infantis femininos. Para Dianna Taylor (2018, p. 16), “a subjetividade é uma forma social, cultural e histórica, em vez de uma ‘substância’ dada de antemão que esteja fora das normas e valores socioculturais e, portanto, distintas deles”. A autora prossegue afirmando que a “subjetividade não é imposta externamente. Nós assumimos e ocupamos as posições de sujeito que o nosso contexto sócio-histórico nos disponibiliza: sujeitos não apenas são feitos, nós nos fazemos” (TAYLOR, 2018, p. 17). A autora ainda nos

mostra que, na medida em que “fazemos a nós mesmos podemos desfazer a nós mesmos, ou fazer-nos diferentemente, podemos usar as normas e valores da nossa sociedade de novas maneiras, trabalhar na criação de formas totalmente novas de subjetividade” (TAYLOR, 2018, p. 17).

Dreyfus e Rabinow (1995, p.138), analisando o estudo de Foucault sobre o diagnóstico do presente, afirmam que as práticas culturais “fazem de nós aquilo que somos” e são “forçosamente, um solo comum a partir do qual podemos, compreender e agir”. Assinalam que “este tipo de solo não é universal, garantido, verificado ou fundamentado. [...] Elas incorporam literal e materialmente uma forma de vida historicamente constituída” (DREYFUS; RABINOW, 1995, p.139). A partir dessa compreensão pode-se dizer que a subjetividade demandada pela e para a criança pode ser lida como sendo forjada com base no cuidado. Nesse vídeo, cuidar dos bebês se constitui como uma prática cultural fabricada e compartilhada com as seguidoras do Canal Julia Silva na plataforma do *YouTube*. Nesse sentido, não se trata de uma imposição, mas de uma apresentação sutil de normas e valores que acabam por instituir verdades e atuar na produção da subjetividade cuidadora.

Dessa forma, Julia organizou o episódio e produziu a narrativa em torno da bebê boazinha e da bebê insurgente, cada uma demandando cuidados específicos. Nesse movimento analítico, pode-se compreender que a *youtuber* mirim, na posição de autoridade na produção de vídeos, também produziu a subjetividade infantil cuidadora de bonecas.

Em suma, diante da perspectiva de Taylor (2018), parece-me que a preocupação da autora é nos manter em estado de atenção em relação à condição da subjetividade imposta. Para ela, é preciso ater-se a isso e, se possível, tentar *escapar* de qualquer pretensão de subjetividade fixa. No caso em tela, caberia a Julia ater-se com atenção ao se deparar com qualquer outra gramática que possivelmente possa atravessar o seu percurso de constituir-se como *youtuber* mirim. Soma-se a isso a visão de Adichie (2017, p.23) quando nos alerta que, ao se pensar em educar crianças feministas, não se pode perder de vista o cotidiano para perceber “como o mundo começa a inventar papéis de gênero desde cedo” e o quanto somos desafiadas a produzir uma resposta a partir de estratégias diversas para questionar a imposição patriarcal na vida cotidiana. O fluxo a seguir trata-se de manter o olhar sobre Julia Silva para observar o que ela nos mostra na próxima cena do vídeo.

### 3.3 SUBJETIVIDADE YOUTUBER MIRIM CONHECEDORA DE BRINQUEDOS

Nesta seção, mostro como a Julia Silva experimenta outra possibilidade de produção de vídeo. Sigo o seu percurso, tentando vê-la a partir de outra perspectiva – a da rua, capturando as cenas das “redes da indignação” e, depois, a do “supermercado cultural global”. Em ambos os lugares, ela nos mostra o seu processo de construção de si como *youtuber* mirim que tem autoridade para falar para outras crianças. Para vê-la na perspectiva da rua, trago o vídeo<sup>31</sup> intitulado *Torre Eiffel, Champs Vlog: um dia em Paris*, postado no Canal Julia Silva em dezembro de 2015, no qual a criança nos conta: “*hoje estou em Paris, mas mesmo assim vão ter vídeos novos aqui no canal. E, se vocês tiverem ideias para eu ir, coloque aqui nos comentários [sic]*” (TORRE..., 2015). Essa abertura apresenta um modo amigável, e até mesmo simpático, de dialogar com o público, pois, ao anunciar que está em viagem internacional, se mostra aberta a sugestões de lugares que possa conhecer em Paris. E mais: parece evidenciar que a vida da *youtuber* mirim é uma espécie de fluxo contínuo de produção de vídeos, já que, mesmo em viagem, ela não deixa de produzir conteúdo para o seu canal.

Na sequência da abertura do vídeo, ela parece sentir a necessidade de se justificar para os inscritos em seu canal quando diz “*Eu estou aqui porque meu pai está aqui há um mês a trabalho. Aí, para ele não passar o natal sozinho, eu e minha mãe, a gente veio aqui [sic]*” (TORRE..., 2015). Essa condição favorável de viajar e conhecer outros países indica um lugar de privilégio de Julia Silva, a qual tem conseguido falar, sob sua ótica, sobre aquilo que conhece e aprecia no universo infantil com certa vivacidade, evocando a comunicação pela via da produção de vídeos.

Sob a luz da sua câmera, ela passeia por Paris, vai até o cais e nos mostra de onde saem os barcos para o passeio pelo rio Sena. Continua o *tour* pelas ruas de Paris, onde captura imagens de alguns transeuntes com faixas e cartazes. Nesse instante, a câmera focaliza o seu rosto, e ela informa: “*eu tô aqui embaixo da Torre Eiffel, e pelos arredores tem muita gente se manifestando, por causa da Conferência Mundial do Clima.*”<sup>32</sup> *Essa conferência tá [acontecendo] aqui em Paris [sic]*” (TORRE..., 2015). Ao que parece, as imagens das pessoas

<sup>31</sup> TORRE Eiffel. Champs Élysées – Vlog um dia em Paris 1. Videografia Julia Silva, dez. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MdZeYYaGSqM&t=120s>. Acesso em: 18 dez. 2018.

<sup>32</sup> OMS. De 30 de novembro a 11 de dezembro de 2015, aconteceu em Paris, na França, a 21ª Conferência das Partes (COP 21) da Convenção – Quadros das Nações Unidas sobre Mudança Climática (UNFCCC) e a 11ª Reunião das Partes no Protocolo de Quito (MOP-11). (Disponível em: <https://nacoesunidas.org/cop21/>. Acesso em: 29 mar. 2020). Ver: também: BBC News - Brasil. *Conferência do clima termina com “acordo histórico” contra aquecimento*. 12 dez. 2015. (Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151212\\_acordo\\_paris\\_tg\\_rb#:~:text=Ap%C3%B3s%20duas%20semanas%20de%20intensas,os%20feitos%20do%20aquecimento%20global.\\_](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151212_acordo_paris_tg_rb#:~:text=Ap%C3%B3s%20duas%20semanas%20de%20intensas,os%20feitos%20do%20aquecimento%20global._) Acesso em: 29 mar. 2020).

na manifestação constituem uma evidência: as pessoas estão insatisfeitas e conclamam por mudanças diante do risco que oferece o clima no planeta.

Julia não apenas capturou essas imagens e produziu um vídeo com elas, mostrando as condições do mundo, como também produziu uma imagem a partir de uma fotografia na qual segura um cartaz em que se lê: “*climate – justice – Peace*” (clima – justiça – paz). Essa fotografia é a captura de um acontecimento da polifonia das ruas materializada no seu próprio movimento de deslocamento do seu estúdio para as ruas de Paris. Conforme afirmam Helena Silva e Paula Ziviane (2014, p.10) “as ruas são os espaços vividos das cidades”. É isso que Julia nos mostra nesse vídeo; o espaço ao redor da Torre Eiffel tornou-se “o lugar das manifestações, mas também [...] [conforma] o sentido das reivindicações”, marcado pelos manifestantes do tempo presente em direção à luta global por direitos ao clima, à justiça e à paz, conforme evidencia a mensagem da fotografia.

O que Julia nos mostra é como ela transita com certa desenvoltura pelo *espaço híbrido* (CASTELLS, 2013), isto é, entre a plataforma digital e *os espaços vividos das cidades* ao mesmo tempo. Diante de tantas imagens de ruas de Paris, ela escolhe capturar o instante daquilo que a interpelou. Ao ser atravessada pelos atos de protesto do movimento global pelo clima, ela age e produz a imagem de si, como já mencionado, que também pode ser lida como a *imagem que informa*. Ao fazer isso, parece-me que ela produz uma *curadoria*, espécie de capacidade de se ver no espaço livre das ruas, filtrar, apropriar-se do instante, falar do que está acontecendo e colocar tudo em circulação para a rede de inscritos do seu canal. Ou seja, ela foi atravessada por um fluxo de um ativismo global e, ao mesmo tempo, agiu na produção de um vídeo desse acontecimento.

*Acontecimento*, aqui, é compreendido no sentido foucaultiano de “relações de forças, [...] as forças que se encontram em jogo na história, [...] ao acaso das lutas” (FOUCAULT, 2001c, p.28). O autor também chama a atenção para “o lugar do acontecimento e as condições de sua aparição” (FOUCAULT, 1996, p. 56). Lançar-se aos movimentos propostos pelo outro não apenas porque se trata de uma estratégia global de lutas, mas também porque se quer, de fato, realizar trocas e partilhar com o outro a fim de que tiremos os melhores efeitos deste. No vídeo em análise, Julia Silva foi ágil e produziu para si a *imagem que informa* algo importante para a vida.

Nesse sentido, ao ser atravessada pelo ativismo global do clima, ela também viveu esse acontecimento. Parece que produzir a imagem que informa foi uma das maneiras de se diferenciar das temáticas produzidas anteriormente em seu canal no *YouTube*. Para Castells (2013, p.162), a plataforma “*YouTube* foi provavelmente uma das mais poderosas ferramentas

de mobilização nos estágios iniciais dos movimentos<sup>33</sup> de redes de indignação e esperança espalhados pelo mundo. Julia parece inserir-se no movimento ao apresentar a si mesma como alguém que informa, produzindo para si esse modo de ser e se constituir.

Esse caminho pelas ruas de Paris nos convoca a retomar *Kafka e a boneca viajante* e tentar acompanhar a leitura da carta cujo envelope tinha o selo francês. “– Paris! – Exclamou Elsi”. O personagem Kafka pergunta: “– Você sabe onde fica Paris? – Claro, na França! – Respondeu Elsi – Meus pais estiveram lá! Tem uma torre muito alta, de ferro!” (SIERRA i FABRA, 2009, p. 60). Após o diálogo, Elsi rapidamente abriu o envelope e tirou as duas folhas de papel. Examinou-as e entregou ao carteiro da boneca para que ele realizasse a leitura: “Estou em Paris! Acredita? Nesta segunda etapa da minha viagem, eu resolvi navegar pelo Sena, ver o museu do Louvre, passear pelos *Champs Élysées* e subir na torre *Eiffel*. [...] Vou contar tudo o que tenho feito. Quer saber?” (SIERRA i FABRA, 2009, p. 61).

A boneca Brígida era muito especial. Apreciadora da cultura, visitou o museu do Louvre, mas também descobriu a animada vida noturna parisiense. Ela foi ao Moulin Rouge, para ver um espetáculo de dança. Além disso, seu dia e suas horas pareciam elásticos. “Subir na torre Eiffel, passear pelo *Bois de Boulogne*, navegar pelo Sena, percorrer as pontes que o atravessam e fazer compras. Também jantou no *Maxim’s*, foi à ópera e dormiu no melhor quarto do hotel George V” (SIERRA i FABRA, 2009, p. 62). Brígida viajara de trem, de navio, de carro: um espírito de aventura.

É preciso assinalar que a cidade de Paris não está apenas registrada nas cartas de *Kafka e a boneca viajante*. Em 16 de dezembro de 2015, Julia publica outro vídeo<sup>34</sup>, nomeado de *Tour pela Toys RUs - França*, no qual traz novamente a cidade de Paris, não mais o cenário da rua, mas um outro espaço. Ela adentra um lugar amplo, com corredores, prateleiras com diferentes tipos de caixas organizadas estrategicamente para facilitar a visualização e reconhecimento das marcas e seus respectivos produtos. Trata-se da loja de nome *Toys RUs*.

Daniel Miller (2013, p.212), sobre esse lugar, afirma: “a loja de brinquedos *Early Learning* [foi] logo substituída por *Toys RUs*, um lugar de completa aversão para muitas mães, onde não há nenhuma possibilidade de fugir à percepção dos brinquedos como mercadoria de massas com cheiro de materialismo”. Para Gordon Mathews (2002), trata-se de um “supermercado cultural global”. Para o autor, uma vez dentro do “supermercado global não se

<sup>33</sup> Os movimentos de que Manuel Castells está tratando são vários: a revolução egípcia em 2010 e 2011; as insurreições árabes em 2010 e 2011; os Indignados na Espanha entre maio de 2011 e maio de 2012; *Occupy Wall Street*, de fevereiro de 2011 a março de 2012.

<sup>34</sup> TOUR pelo ToysRUs França. Videografia Julia Silva, 16 dez. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OQxjXEZd6K0>. Acesso em: 18 dez. 2018.

pode retornar para o lar, mas somente lutar para imaginar o lar de dentro dos corredores do supermercado” (MATHEWS, 2002, p.325). É a partir desse *supermercado cultural global* que Julia nos mostra, detalhadamente, o universo do mercado dos brinquedos.

Ela esquadrinha as prateleiras, as várias seções da loja, e explora as caixas de brinquedos. Ela organiza uma espécie de inventário, categoriza os brinquedos produzidos especificamente para as crianças menores e identifica os nomes dos fabricantes. Parece que, nessa observação, ela (re)conhece que parte desses artefatos são produtos oriundos da cultura audiovisual, e os demais são produtos de fabricantes da indústria do brinquedo. Ao apreciar a prateleira da *Peppa*, ressalta os diferentes tipos de *kits*: “*a Peppa, que toca música, a Peppa que tem uma van, a Peppa que se suja na lama. A casa de Peppa feita de lego, “tudo fofo!”* [sic] (TOUR..., 2015). Nesse apreciar, Julia demonstra saber que a *PeppaPig* é um desenho animado britânico endereçado às crianças bem pequenas. E os personagens da série são antropomórficos: embora sejam animais, apresentam comportamentos humanos como dirigir, cozinhar, limpar a casa, andar de bicicleta, ir à escola, tomar chá, calçar sapatos, etc. Nesse sentido, Julia cria uma aproximação entre Paris (que pode ser distante daqueles que assistem ao seu canal) e um artefato provavelmente conhecido por eles. Parece ser essa uma estratégia para criar uma conexão com o público.

Julia qualifica alguns outros produtos quando diz: “*Aqui são os brinquedos criativos: tem máquina de costura e o kit de experiências*”. Ao examinar as caixas da *Frozen*, diz “*Gente! Que lindas essas bonecas. A Frozen carruagem, caminha da Frozen, a bicicleta da Frozen, são princesas*” [sic] (TOUR..., 2015). *Frozen* é um produto estadunidense, oriundo do filme de animação musical da Disney intitulado “*Frozen – uma aventura congelante*” (2014). A história traz duas personagens femininas, Ana e Elsa, as quais possuem forte vínculo de amor e amizade e não necessitam se submeter à aprovação dos personagens masculinos para serem felizes. Agora, elas são materializadas em artefatos e expostas nas prateleiras do “supermercado cultural global”.

Em outra prateleira, Julia observa o boneco *Ciccio-bello*, um artefato da indústria italiana de brinquedos. Ela, ao esquadrinhar os *kits* do *Ciccio-bello*, nos mostra que esse boneco aparece em inúmeras variações, desde “*Ele dodói, ele de dormir, ele de passeio Gente! Muito legal! Esse aqui é ele de médico, e essa bebezinha, o computador do raio-x*” [sic] (TOUR..., 2015). O boneco *Ciccio bello* nos remete a Barthes quando o autor nos mostra que o brinquedo vinculado à prática da vida adulta na medicina era materializado na forma do “estojo miniatura de instrumentos médicos [e] sala de operação para bonecas” (BARTHES, 1993, p.41). Parece-

me que a intenção do fabricante ao propor o *kit Ciccio bello* médico aponta para uma profissão de privilégio masculino de modo a familiarizar a criança com essa profissão.

Julia continua esquadrinhando as prateleiras. Faz uma parada, sorri para a câmera e diz: “*Olha que fofo que encontrei aqui, a Lily Papillon – borboleta que voa, e aqui são as fadas voadoras*”. E complementa: “*Eu assisti essa série na Netflix*” [sic]. E termina o vídeo, com a seguinte informação “*Aqui também tem fantasias, coisas de festas, videogames, eletrônicos [...] e objetos que estão em alta*” (TOUR..., 2015). Parece-me que, aqui, a *youtuber* mirim mostrou o sentido de uma subjetividade conhecedora de brinquedo, tanto pela escolha estratégica do lugar, o *Toys RUs*, um supermercado global de brinquedos, quanto pela rapidez de reunir um conjunto de informações objetivas sobre os diferentes tipos de brinquedos. Com isso, evidenciou o modo como se aprende a conhecer sobre brinquedo e a produzir um discurso interessado sobre ele.

Segundo Mathews (2002), “a geração atual nasceu para comprar – ou pelo menos olhar vitrines no supermercado cultural mundial, desafiada, mas também assustada pelas opções oferecidas” (MATHEUWS, 2002, p.337). O autor, apoiado em Jean François Lyotard, considera que “viver dentro do supermercado é um estado sem verdade nem raízes para guiar alguém, mas somente suas próprias preferências, da maneira que são moldadas pelo mercado” (MATHEWS, 2002, p.339), e sugere um exercício: “Pegue seu carinho de supermercado de compras e agarre o que lhe agrada! [...] Não há nada de frívolo nessas escolhas” (MATHEWS, 2002, p.325), no sentido de que “tudo é escolha mediada pelo mercado” (MATHEWS, 2002, p. 340).

Enfim, a partir da produção do inventário realizado por Julia Silva nas prateleiras da *Toys RUs* e apoiada na visão de Mathews (2002), entendo que a *youtuber* mirim operou um movimento como se estivesse em um microcampo de pesquisa como observadora do nicho do mercado dos brinquedos. Ao produzir esse inventário de brinquedos, parece que ela se constitui, enquanto *youtuber* mirim, como autoridade para falar de brinquedos, já que os (re)conhece dentro de um “supermercado cultural global”.

Nesse sentido, torna-se uma criança com *expertise* no assunto, o que significa ser capaz de trazer as *novidades* para os inscritos do seu canal. Esse processo de empenhar-se é um modo constitutivo de uma subjetividade *youtuber* mirim conhecedora de brinquedos. E mais: ao se constituir dessa forma, também nos mostra que aproveita da sua condição de pertencer a uma família com privilégios econômicos, seja porque o pai trabalha em outro país, seja por ter condições de fazer a viagem para Paris.

Desse modo, cabe destacar que tanto a criança na obra Kafka e a boneca viajante quanto a criança *youtuber* apresentam singularidades em seus modos de vida, ainda que ambas tenham parte de sua narrativa articulada à cidade de Paris. De um lado, vimos que a criança na literatura experimentou uma forma de viver de encontros no parque Steglitz, para ouvir a leitura das cartas produzidas pelo carteiro de bonecas como forma de estima à vida alimentada pela força criadora do personagem Kafka. Do outro lado, vimos que Julia Silva encontrou uma forma de viver de encontros na plataforma do *YouTube*. É nesse espaço digital que ela opera o tempo da narrativa da vida. O que converge em ambas são as narrativas atravessadas pelo elo do artefato cultural boneca e, em sua temporalidade histórica, continua no mundo da infância. O artefato cultural boneca faz parte do cotidiano infantil e reflete a sociedade na qual estamos inseridos.

Em suma, nesta seção, procurei mostrar como Julia Silva foi ágil em produzir vídeos em contexto de viagem. A possibilidade de flunar pelas ruas de Paris, inserir-se na multidão da rua, identificar o que ali se passava – as redes de protesto de “indignação e esperança” –, capturar a imagem que informa, produzir vídeo e colocá-lo em circulação em seu canal, pareceu-me que esse foi o modo-chave do agir e de se produzir como *youtuber* mirim. A outra chave do agir foi a imersão no supermercado cultural global e nos mostrar como se faz para aprender sobre o brinquedo, desde esquadrihar as prateleiras do supermercado, conhecer os fabricantes, os tipos de brinquedos, relacionar a idade de criança com o tipo específico de brinquedos. Identificar os brinquedos que derivaram dos estúdios cinematográficos, ou mesmo de séries da mídia televisiva. E finalmente, produzir vídeos falando dos brinquedos – constituindo assim a subjetividade *youtuber* mirim conhecedora de brinquedos.

Cabe agora voltar à entrevista com a qual iniciei as análises deste capítulo, mais especificamente ao recorte temático em que Julia relata ter atingido o número expressivo de um milhão de pessoas que assistiam ao seu canal na plataforma *YouTube*. Com essa marca, ela ganhou o título de *youtuber* mirim, e narrou: “*eu fiquei muito impressionada com a internet. É só uma câmera e um celular e pode levar ao mundo todo*” (BASTIDORES..., 2016). Essa narrativa nos remete a Foucault (2005, p.50), quando ele afirma que “[...] não se pode falar de qualquer coisa em qualquer época; não é fácil dizer alguma coisa nova”. A formulação de Foucault não se referiu ao contexto contemporâneo digital, mas é pertinente para essa reflexão, pois nos ajuda a entender como é tornar-se o que se é em uma plataforma digital, cujo modo de viver é medido em *ranqueamentos*: foi preciso ter um milhão de pessoas que assistiram aos vídeos produzidos e postados pela criança na plataforma digital para que ela lograsse o título de *youtuber* mirim.

Esse processo de tornar-se o que é pela via do ranqueamento implica entender que o ecossistema do *YouTube* funciona por meio da lógica de algoritmos que expressam a dimensão política dessa plataforma. Para Antoinette Rouvroy e Thomas Berns (2018, p.107) estamos sob a égide do “novo regime de verdade digital [que] se encarna numa multiplicidade de novos sistemas automáticos de modelização do social”, conformando, assim, a “governamentalidade algorítmica” (ROUVROY; BERNES, 2018, p.116), que aprisiona “uma multiplicidade dos regimes de existência, encerrando o real (digital) sobre ele mesmo” (ROUVROY; BERNES, 2018, p.110), operando com o propósito de reduzir a grande variedade de futuros possíveis a um, e apenas um, futuro.

Para Rouvroy (2020), o uso dos algoritmos para decisão parece desconsiderar qualquer possibilidade de produzirmos uma visão crítica. Segundo a autora, perder qualquer possibilidade de produzir crítica no âmbito da governamentalidade algorítmica significa colocar “o fim da ‘retrocritica’ genealógica e arqueológica”; e prossegue: “permitir uma ação preventiva para dissipar os custos da incerteza para o agente ou instituição usando os algoritmos de aprendizado da máquina é também uma forma de ‘des-pensar’, [isto é], o mesmo que exaurir o futuro” (ROUVROY, 2020, p.19).

Na perspectiva Alves (2017), os estudos genealógicos conduzidos por Foucault (2001a) relacionam sempre o poder à constituição do sujeito, mostrando como este é fabricado historicamente no seio das relações específicas. Para o autor, “as transformações no domínio do saber e do poder produzem novos ‘modos de ser’ e afetam os processos nos quais alguém se torna o que é” (ALVES, 2017, p.177). Nesse sentido, cabe dizer que o título *youtuber mirim* está vinculado à política de funcionamento da plataforma *YouTube* pelo “regime de verdade digital”, expresso quantitativamente em números de inscritos no canal e de visualizações dos vídeos. Isso significa que se tornar o que se é passa tanto pelo *ranqueamento* como pelo imperativo da “governamentalidade algorítmica” para se produzir um modo de vida *youtuber mirim*.

Em suma, este capítulo foi pautado pelo argumento de que a criança *youtuber* é uma figura singular que emerge em situação socialmente pública, movida por força da plataforma digital, que garante a sustentação tecnológica para que ela produza modos de vida e se torne o que é. Para entender esse processo, mostrei, no movimento analítico, como se deu a passagem da criança pelo espaço privado, metamorfoseado em público e digital. Descrevi como a *youtuber mirim* forjou perfis de bonecas para dar sentido às tramas das narrativas, dando visibilidade a uma subjetividade cuidadora de bonecas, entendendo que ela não escapou de certa naturalização da gramática do treino que dociliza e domestica o corpo infantil feminino para a

maternidade. Identifiquei como ela foi ágil na operação de produzir a imagem que informa a partir da experiência de se mover no espaço vivido da cidade de Paris. Descrevi como ela esquadrinhou as prateleiras e produziu inventário de brinquedo em um “supermercado cultural global”, um modo de aprender e produzir a subjetividade *youtuber* mirim conhecedora de brinquedos. Por fim, mostrei como se dá o processo de se tornar o que é *youtuber* mirim, pelo “regime de verdade digital” do ranqueamento, e como este tem imbricação com a lógica da “governamentalidade algorítmica” no funcionamento do ecossistema da plataforma do *YouTube*.

## 4 YOUTUBER MIRIM: UM MODO DE SE CONSTITUIR COMO EMPRESÁRIA DE SI

Este capítulo parte das narrativas de dois vídeos postados no Canal Julia Silva, que reúnem elementos significativos que tratam do modo de como se produz uma *youtuber* mirim. Para compreender esse processo, argumento que Julia Silva engendrou “técnicas de si” para mostrar que, em seu horizonte de vida, foi possível plasmar, como *youtuber* mirim, relações de *network* com a marca Bambola, de maneira a se constituir também como empresária de si mesma. Em função das relações estabelecidas, ela teve a possibilidade de ter uma boneca com suas características e seu nome como marcador de referência do seu próprio percurso de construção *youtuber* mirim. Esse processo de se tornar boneca foi registrado em vídeos que são analisados neste capítulo. Compreendo que “virar boneca” *youtuber* constitui tanto posição social, quanto uma construção discursiva que integra a constituição como empresária de si.

O capítulo está organizado do seguinte modo: na primeira seção, exponho os possíveis significados do título de um dos vídeos analisados (*Virei boneca*) e a descrição desse mesmo vídeo, procurando enfatizar a discussão em torno da noção de empresária de si. Na segunda, apresento como a *youtuber* inventou uma forma narrativa entre cenário e caixas para mostrar a materialidade da boneca e apresentá-la aos inscritos em seu canal. Na terceira, mostro como ela forjou o figurino e, com isso, operou a tipificação das bonecas. E, na quarta seção, abordo como Julia Silva ocupou-se como *youtuber* numa feira de negócio comercial de brinquedos.

### 4.1 “TORNAR VISÍVEL O QUE É VISÍVEL”: DO TÍTULO E DA DESCRIÇÃO DO VÍDEO

Em março de 2017, Julia Silva publica em seu canal um vídeo, significativamente intitulado “*Virei boneca: Julia Silva*”<sup>35</sup>. Essa nomeação parece entrelaçar três aspectos que justificavam a escolha do título. O primeiro parece ter sido pensado, estrategicamente, para incitar que outras crianças inscritas no canal queiram conferir como foi o processo de “virar uma boneca”. Trata-se de uma incitação à curiosidade para mostrar como uma menina pode se tornar uma boneca. O segundo parece querer evidenciar a noção de autoria, no sentido de invenção de narrativa videográfica que confere valor de criação, apresentação e publicação no canal da Julia Silva. Assim, é Julia quem narra a si mesma no processo de se tornar uma boneca.

---

<sup>35</sup> VIREI Boneca. Videografia Julia Silva, mar. 2017. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=YaSoxI\\_Kwbo&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=YaSoxI_Kwbo&t=1s). Acesso em: 30 mar. 2017.

O terceiro nos possibilita pensar que o acontecimento de virar boneca foi a confirmação do resultado das ações do empenho de si, agora, materializado no artefato boneca como marco do seu percurso de “ser” *youtuber* mirim.

A noção de “ser” *youtuber* mirim, nesta tese, abarca o sentido de que esse “ser não coincide necessariamente com aquilo que é estável, fixo, permanente, mas tem antes a ver com o acontecimento, a interpretação” (VATIMO, 1996, p.17). O “ser” relaciona-se ao florescimento da criança imbuída em narrativa não apenas com informação, mas um “saber-poder” sobre si como *youtuber* mirim. Para McGushin (2018, p.184), apoiado em Foucault, o “ser si mesmo é uma questão de tentativa extenuante e astúcia determinada porque o eu é um contínuo devir, não um ente fixo”. Dito de outro modo, “ser” *youtuber* mirim não significa permanecer idêntica a si mesma, imóvel, mas ao contrário indica algo da experiência que lhe permita reconhecer-se nele pelo tempo que operou redes de relações com pessoas, fabricante de brinquedo e inscrito no canal do *YouTube*.

Dessa forma, a nomeação “virei boneca” tanto indica posição de *status* quanto faz “tornar visível o que é visível, ou seja, o que está tão intimamente ligado a nós mesmos que, em função disso, não o percebemos” (FOUCAULT, 2004, p.44). Inspirada em Foucault, aproprio-me da expressão “tornar vivível o que é visível<sup>36</sup>” para compor o título desta tese, por entender que o sujeito é uma invenção histórica, produzido por diferentes discursos e modos de identificação. O que me pareceu notável, no caso em tela, foi que tornar visível as visibilidades da nomeação “virei boneca: Julia Silva”, pareceu-me um manancial da prática de um discurso produzido nas redes de relações de poder que a fazem funcionar e, com isso, emergem os efeitos de poder que ela induz, produzindo subjetividades ou seja, formas de experiência de si e com os outros. As relações de poder estabelecidas com os outros, no contexto em tela, são os inscritos no Canal Julia Silva e a empresa de brinquedos que fabricou a boneca.

---

<sup>36</sup> A expressão de Michel Foucault “tornar visível o que é visível” foi proferida na conferência realizada na cidade de Tóquio, em 1978. O autor definiu o objetivo daquilo que chamou “Filosofia Analítica da Política”: tornar visível o que é visível, fazer aparecer aquilo que é tão íntimo de nós que se tornou, de alguma forma, imperceptível. Para ele, se a ciência se esforça para descobrir o que está oculto, a filosofia, por sua vez, faz ver aquilo que vemos, tornar visível as visibilidades. Foucault parece não hesitar em explicitar que a tarefa da filosofia consiste em tratar de uma analítica das relações de poder.

Sendo assim, partindo da formulação de Foucault, penso que o “virei boneca” faz aparecer uma outra maneira de constituir-se como *youtuber* mirim. Em outras palavras, o “virei boneca” foi um modo de fazer aparecer visível certo redesenho da *youtuber* mirim, evidenciando como foi capaz de incorporar, a seu modo, as formas de relações sociais que refletem a “ordem” do mundo neoliberal e, dessa forma, parece se constituir como “empresária de si”.

Mas o que significa ser empresária de si? Segundo Margareth Rago, em palestra no programa *Café Filosófico*, em 2016, “a expressão *empresária de si mesmo* é resultado de uma doutrina econômica: o liberalismo”. Ela explicita que é um conceito teórico oriundo da economia e passou a ser uma filosofia de vida. Essa visão invadiu o nosso cotidiano, alterando nossa forma de viver e de ver o mundo. Para ela, é preciso entender o desafio que “o neoliberalismo está nos colocando, como ele afeta a vida cotidiana de todos nós e de que forma ele atinge também a luta e as questões do feminismo” (RAGO, 2016). A pesquisadora faz referência ao estudo de Michel Foucault, produzido em 1979, segundo o qual, o neoliberalismo é uma “racionalidade governamental”, uma arte de governar, o que significa uma “arte de conduzir as condutas” (RAGO, 2016).

Nessa mesma perspectiva, Pierre Dardot e Cristian Laval (2016, p.151) observam que a valorização do empreendedorismo se baseia em ideias que se articulam “às formas contemporâneas da governamentalidade neoliberal. [...]”, e essa governamentalidade redefine o sujeito como aquele com a “capacidade de se tornar empreendedor nos diversos aspectos de sua vida ou até mesmo de ser o empreendedor de sua vida”. Esses autores nos mostram que a “estratégia neoliberal” se caracteriza como “o conjunto de discursos, práticas, dispositivos de poder visando à instauração de novas condições políticas, a modificação das regras de funcionamento econômico e a alteração das relações sociais de modo a impor esses objetivos” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.191).

Esse entendimento da racionalidade neoliberal também é discutido por Byung-Chul Han (2020, p.26), o qual afirma que “na sociedade do desempenho neoliberal, negatividades como mandatos, proibições ou punições dão lugar a positividades como motivações, auto-otimização ou autorrealização”. Nesse sentido, entendo que o “virei boneca” se constitui como um dispositivo neoliberal eficiente. Julia se apresenta como alguém capaz de articular diferentes esferas e empreender no contexto do *YouTube*, a fim de constituir a si mesma como boneca.

Interessa-me, nesse percurso, entender como Julia Silva, na posição de “empreendedora de si”, produz determinadas coisas consigo mesma, de forma a tornar visível o *status* de que ela virou boneca. Para isso, trago a narrativa produzida por ela, apresentada na descrição do vídeo

em análise, a qual diz: “*Nesse vídeo, eu mostro como foi a minha reação ao receber a minha boneca youtuber e mais detalhes dela. Em breve ela estará disponível nas lojas. Esse foi mais um grande sonho meu que se tornou realidade!!! Espero que gostem!*” (VIREI..., 2017).

Observa-se, nesse excerto, que Julia Silva articula três possibilidades de ações, presentes no vídeo: (1) mostrar a reação ao recepcionar a boneca; (2) informar que a boneca estará disponível nas lojas; e (3) contar o sonho materializado em um artefato. Penso que esses elementos articulam-se a determinadas “técnicas de governo de si”. Apesar de expressarem um objetivo prático, elas definem um determinado modo da menina se constituir como empresária de si.

Assim, a primeira ação consistiu em mostrar “*a minha reação ao receber minha boneca youtuber*”. Em princípio, parece que é uma atitude da criança de maneira espontânea, mas também é uma maneira como ela própria se “governa” como “empresária de si”. Isso nos suscita a pensar que, no âmbito da plataforma do *YouTube*, produzir uma reação significa também produzir um efeito, no sentido de que, nesse ambiente digital, tudo tende a se tornar mensurável e avaliável, “mesmo aquilo que era considerado não quantificável (as opiniões, os afetos, a atenção, os gostos, as temporalidades sociais)” (LAZZARATO, 2017, p.180).

Então, ao mostrar a “reação”, pressupõe-se que a Julia Silva esteja atenta para gerenciar os efeitos tanto pela possibilidade de acontecer o clique no *like*, pelo qual “opera-se a avaliação, a medida, a ordenação e a quantificação” (LAZZARATO, 2017, p.180), quanto para acontecer o clique no *dislike*, ou seja, o *não gostei*<sup>37</sup>, uma operação qualificada como não desejada. Para Han (2020, p.14), “na sociedade do curtir o *like* é o signo, o analgésico do presente. Ele domina não apenas as mídias sociais, mas todas as esferas da cultura.” O autor chama atenção para o fato de que “a vida é despida de toda narrativa promotora de sentido. Ela não é mais o narrável, mas mensurável e o contável” (HAN, 2020, p.36), principalmente quando se trata de trilhar pela via da plataforma digital. Nesse sentido, a reação da criança não pode ser apenas espontânea. Ela precisa se mostrar de determinada maneira, controlando falas e gestos a fim de ganhar o maior número de *likes* possível e manter sua posição social de *youtuber* mirim reconhecida.

A segunda intencionalidade trata-se de informar que “*em breve ela [boneca] estará disponível nas lojas. Espero que gostem!*” (VIREI..., 2017). Nesse trecho, parece visível a ação da conduta como empresária a si. De acordo com Dardot e Laval (2016, p.146), a “pura dimensão do empreendedorismo [é que ele se realiza pela constante] vigilância em busca da oportunidade comercial, é uma relação de si para si mesma”. O que os autores nos alertam é

---

<sup>37</sup> No vídeo em análise, o número de *dislikes* foi de 790 até a última consulta, em setembro de 2019.

que, na estratégia neoliberal, “somos todos empreendedores, ou melhor, todos aprendemos a ser empreendedores. Apenas pelo jogo do mercado nós nos educamos a nos governar como empreendedores” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.146). Nesse sentido, o que a *youtuber* tentou produzir estrategicamente foi não só conduzir a conduta dos inscritos do canal para monitorarem a chegada da boneca nas prateleiras das lojas, mas informar o projeto pessoal e a pareceria comercial em curso.

Para Han (2017, p.29), o indivíduo no “regime neoliberal [...] passa a não mais compreender a si mesmo como sujeito submisso (*subject to*) mas como projeto lançado”. Isso acontece porque o regime neoliberal produz o sujeito do desempenho. Para o autor, “tudo é possível, tudo é iniciativa e projeto” (HAN, 2017, p.29). Assim, a expressão em tom amigável da *youtuber* mirim ao dizer “*espero que vocês gostem!*”, também parece indicar que no “mundo da positividade só são admitidas coisas que são consumidas” (HAN, 2017, p.31), principalmente, quando o consumo ocorre na temporalidade do clique. Nesse sentido, Julia Silva se ancora nessa perspectiva de empresária de si de maneira a se produzir também como um produto.

Na terceira ação, Julia Silva escreve: “*esse foi mais um grande sonho meu que se tornou realidade!!!*” (VIREL..., 2017). Parece que aqui se evidencia como é o seu modo de viver infantil em plataforma digital que “sonha acordada” com objetos ou formas de vida, fazendo a experiência de modo imaginativo a se tornar realidade. É um modo de imaginação para se tornar pública e circular nas plataformas digitais. Para Han (2020, p.27), “somos permanentemente requeridos a comunicar nossas carências, desejos e preferências e a narrar a nossa vida”. Cabe aqui retornar a Foucault (2004, p.95) quando nos mostra que as sociedades, permitem aos indivíduos realizar, por eles mesmos, “um certo número de operações em seu corpo, em seus pensamentos, em suas condutas, de modo a produzir neles uma transformação, e a atingir um certo estado de perfeição, de felicidade. Chamaremos essas técnicas de técnicas de si”. Julia parece acionar algumas dessas técnicas para se apresentar como boneca e atingir um determinado grau de felicidade.

Desse modo, o que se tentou mostrar aqui foi como a Julia se valeu tanto da nomeação do vídeo quanto da descrição dele, como técnicas de governo de maneira a tornar “visível as visibilidades” de como a *youtuber* se constituiu como empresária de si. Considerei que a técnica de governo de si foi, de certo modo, um mecanismo formador de sentido da *youtuber* mirim como um ser que fala, vive, produz conteúdo para seu canal no *YouTube*. Sendo assim, cabe seguir o percurso para compreender como Julia Silva forjou as cenas do vídeo “Virei boneca” a fim de entender como ela operou essas técnicas ao se produzir como empresária de si.

#### 4.2 “O CENÁRIO É O FUNDO DA CAIXA. A GENTE PODE TIRAR O FUNDO” E ENTRAR EM CENA

Gostaria de prosseguir a produção analítica, começando pela saudação de Julia Silva no vídeo em análise. Ela diz: “*Oi, pessoal!*” e aparece na cena do vídeo com o rosto iluminado com seu melhor sorriso de criança e diz: “*Hoje estou gravando um vídeo muito especial*” (VIREI..., 2017). Nesse trecho, a ênfase recai sobre o vocábulo especial do latim *speciale*, que significa fora do comum. Com esse dito *muito especial* de Julia, pode-se pensar que este *especial* é amplamente tributário daquilo que Dardot e Laval (2016, p.333), com base em Bob Aubrey, afirmam: “falar de empresa de si mesmo é traduzir a ideia de que cada indivíduo pode ter domínio sobre sua vida: conduzi-la, geri-la e controla-la em função dos seus desejos e necessidades, elaborando estratégias adequadas”. Assim, o [eu] “*estou gravando um vídeo muito especial*” parece traduzir o trabalho da *youtuber* mirim que busca se aprimorar continuamente, de forma a se tornar sempre mais eficaz. Nesse sentido, parece que é um esforço de “aprimoramento” que ela realiza sobre si mesma, levando-a “a melhorar incessantemente seus resultados e desempenhos” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.333).

Na linha de tentar demarcar a singularidade do desempenho de Julia, busco entender o modo como a *youtuber* nos informa de onde fala quando diz: “*eu tô no meu cenário, não tô em nenhum lugar diferente*” [sic] (VIREI..., 2017). A ênfase ‘*tô no meu cenário*’ [sic] traz a noção de habitar um lugar regularmente e se mostrar nele para o mundo, a partir de palavras, gestos e imagens, com toda a sua vivacidade e intensidade, as quais entrelaçam fortes laços afetivos com os seguidores do seu canal. Esse “*cenário*” exibido no vídeo apresenta alguma materialidade reconhecível: trata-se de um quarto com parede rosa com algumas mobílias: mesa de estudo, computador, armário com prateleiras cheias de bonecas e outros produtos oriundos do universo de desenhos e filmes infantis. É nesse recinto da casa nomeado de cenário que ela nos mostra como transcorre parte da narrativa desse modo de vida *youtuber* mirim. É nesse espaço “metamorfoseado” de apagamento da fronteira público e privado que Julia Silva deixa seus vestígios de como aconteceu a sua ascensão e aceitação e de como conseguiu ser conhecida como *youtuber* mirim. Especificamente, é um “espaço demarcado de sua história e com sua história e com a sua interioridade laboriosamente exteriorizada ali dentro” (SIBILIA, 2016, p.120) e agora compartilhado para o fora.

Sendo assim, como, então, entender o sentido eu “*estou no meu cenário*”? A noção de cenário não diz apenas da materialidade, mas pode ser entendida aqui como uma metáfora

teatral. A metáfora teatral constitui, na perspectiva de Eneida Maria Souza (2012, p.111), “um procedimento largamente empregado nas manifestações discursivas, aglutinando o texto ao espaço de encenação”. Nesse sentido, entendo que a *youtuber* não apenas se vê no cenário, mas age em cena de modo singular, pois ela se posiciona de modo seguro em frente à câmera e nos mostra como “se constitui no ato mesmo de se fazer ver pelo outro” (BRUNO, 2013, p.69). Assim, parece que a *youtuber*, ao dizer que “*estou no meu cenário*”, fala de um ideal de realização de algo “inseparável de um cuidado com a imagem e com o olhar do outro, que é menos da ordem da interdição (que limita ou impede de fazer o que deseja) do que da ordem da performance (que incita à altura do seu desejo, do seu ideal)” (BRUNO, 2013, p.80). Afirmar que [eu] “*estou no meu cenário*” é afirmar que o cenário é um espaço inventado, um lugar privilegiado de exposição de si para que o olhar do outro “a reconheça e ateste a sua visibilidade” (BRUNO, 2013, p.80) em cena.

Com isso, parece que ela se movimenta “na estreita passagem da representação para atuação, menos deliberada, com espaço para o improvisado, para a espontaneidade [...]” (PELBART, 2016, p.265). Nesse sentido, foi possível notar um modo monólogo<sup>38</sup> de conversação, reinventado na plataforma *YouTube*, que é também constitutivo do se produzir como *youtuber* mirim. Nesse contexto analítico, parece-me que Julia usa a teatralidade para seduzir um público específico – o infantil. De certa forma, há uma espécie de aproximação do funcionamento do teatro no sentido literário do termo, como o lugar privilegiado da representação. Observa-se que, mais do que sedução, ela contribui para desenhar configurações novas do visível, do dizível e do pensável de uma produção *youtuber* mirim. Na cena do vídeo em análise, trafegam narrativas e intencionalidades de comunicação com crianças inscritas em seu canal, ou crianças que apenas assistem ao canal, mas que, possivelmente, têm os mesmos interesses pelo modo de vida *youtuber* mirim.

Aqui é preciso considerar que a *youtuber* mirim emerge da plataforma do *YouTube*, e é nesse espaço que ela mostra a sua produção. Mas isso não impede que ela circule por outras plataformas digitais e informe sobre os vídeos que publica em seu canal. Isso pode ser conferido quando ela produz a seguinte narrativa no vídeo em análise “[...] [para] *quem não me viu nas minhas redes sociais, eu vou ter uma boneca minha*” (VIREI..., 2017). Esse circular por plataformas diferentes, parece ser uma ação propositiva de empenho de si para informar aos

---

<sup>38</sup> Monólogo – “que fala só”, segundo o *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa* (FERREIRA, 2009). No Teatro, é a cena em que um só ator representa, interpretando um personagem que fala ao público ou consigo mesmo. É famoso o monólogo de Hamlet, da peça de mesmo nome, de Shakespeare. No Canal Julia Silva, o modo monólogo é a *youtuber* mirim *que fala só*; o contato face a face é substituído pelo contato tela a tela dos *smartphones*.

demais seguidores das redes sociais que vai ter uma boneca. Percebo que circular em outras redes sociais tem efeito estratégico no sentido de produzir resultado quantitativo. O resultado, no caso desse vídeo, foi que até a última data de acesso, 2 de setembro de 2019, havia 418.792 visualizações e onze mil curtidas do referido vídeo, conforme pode ser lido no *design* da plataforma do *YouTube*.

Shoshana Zuboff (2020, p.387) chama atenção para o contexto do capitalismo de plataforma em que o resultado não é dissociado de “processos, técnicas e táticas de máquinas (sintonizar, pastorear, condicionar) para moldar o comportamento do indivíduo, do grupo e da população de maneira que melhorem de modo contínuo a aproximação de resultados garantidos”. No caso em tela, o resultado parece vinculado à ação de Julia Silva de circular por outras plataformas, o que também indica como ela também foi capturada pela “*tática de máquina que molda o comportamento do indivíduo*” de modo a fazer agir para obter o resultado. Em outras palavras, conforme pode ser lido por “máquinas técnicas que permitem, ao mesmo tempo, uma nova medida e uma nova avaliação” (LAZZARATO, 2017, p. 180) do resultado.

Na sequência do vídeo em análise, percebe-se a constituição da *youtuber* como *empresária de si* no seguinte fragmento: “*eu já vi a foto dela. E hoje é o dia, então, eu estou muito animada, estou muito feliz. A boneca vai vir para cá e aí eu vou mostrar para vocês a boneca e a minha reação*” (VIREI..., 2017). Parece-me que esse trecho traduz um certo encantamento, no sentido de que produz sensação de deslumbramento, admiração, grande alegria e prazer, que emerge como reação a alguma coisa boa que acontece. No caso em tela, refere-se à chegada da boneca *youtuber* naquele cenário. Dito de outra forma, trata-se de gerenciar a materialidade da boneca *youtuber* presente naquele ambiente, para ser exibida, vista, admirada e apresentada aos inscritos no canal.

O que Julia opera aí é uma “técnica de poder”, no sentido que mostra Foucault (2001d, p.183) “o poder [...] como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia”. Assim, ter uma boneca de si mesma, criar um ambiente para recepcioná-la, mostrar a boneca e apresentar sua “reação” são modos produzidos que dão forma à *youtuber* mirim como *empresária de si*. Há um empenho de “conseguir ser o instrumento ótimo de seu próprio sucesso social” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.350). Todo esse empenho é transposto para o vídeo também com o objetivo de encantar aqueles que o assistem e, em certa medida, incentivar tanto os *likes* no canal, como um possível incremento (velado) de venda da boneca.

No sentido de trabalhar e mobilizar formas para produzir as cenas, é preciso prestar atenção ao modo como se forjou o momento da chegada da boneca no cenário: Alguém bate à porta. Inicia um som musical, a *youtuber* mirim caminha em direção à porta e a abre. Entra uma

moça jovem com uma grande caixa rosa, decorada com grandes adesivos da Bambola, a fabricante. A jovem entra no ambiente e diz: “*Boneca da Bambola para você. Vamos lá pra conhecer a sua boneca!*”. Risos! (BAMBOLA..., 2017). Toda essa produção foi articulada para que a cena acontecesse para celebrar a chegada da boneca *youtuber*. E pode ser lida, como um “evento [no sentido de que] é um momento da “verdade”. [...] um novo modo de ser, um modo de ser totalmente diferente, na situação dada, no costume de *habiter*” (HAN, 2017, p.79). Parece que aquilo que se produziu no “momento de verdade” foi mostrar como “o poder funciona e se exerce em rede” (FOUCAULT, 2001d, p.183), já que todos os elementos presentes no vídeo (cenário, monólogo, entrada da visitante, risos) se articulam para produzir um determinado efeito. Cumpre-se assim, o objetivo prático do exercício do poder na configuração de “investimento” de se construir e manter como empresária de si.

Na sequência da cena, Julia abre a caixa da Bambola. Percebe-se, nesse momento, um som musical, e saem da caixa vários balões, que voam pelo cenário. A *youtuber* sorri. Finalmente, retira de dentro da grande caixa rosa outra embalagem: a da boneca *youtuber* Julia. É preciso dizer que a marca<sup>39</sup> Bambola Brinquedos chegou ao mercado em 2015, com sede em Laranjal Paulista, São Paulo. Segundo a marca Bambola, “os cuidados com os produtos começam desde a produção até chegar nas mãos dos pequenos consumidores”. O vocábulo *Bambola* é de origem italiana e significa *boneca* (BAMBOLA ..., 2019). Segundo Guedes (2017), foi a Bambola que convidou a *youtuber* mirim para o projeto da criação da boneca. Cabe lembrar que, na linguagem ‘gerencial’, não se trata de uma amizade com a marca Bambola, mas uma relação de *networking* como oportunidade de negócio de mercado. É nesse sentido que a modulação empresária de si vai produzir uma forma de subjetivação em um determinado formato visível em que a figura *youtuber* mirim aparece como empreendedora de si mesma.

A entrada da jovem carregando uma grande caixa adesivada parece ter sido um artifício para forjar a sensação não só de relação de *networking*, mas de estreitamento de laços afetivos, dando legitimidade à marca e à noção de que “uma marca autêntica seria aquela cujas mensagens, afirmações e cujos comportamentos são comprováveis e confiáveis” (CARRERA,

---

<sup>39</sup> A opção de usar o termo *marca* em vez de *fabricante* se justifica por entender que, a partir de 1990, as marcas passam a configurar como objetos de estudo e de análise intelectual. O estudo de Semprini (2006, p.36) nos mostra que “a expansão das marcas não deve ser entendida só como desenvolvimento puramente quantitativo (número de marcas, importância da marca, volume de negócios realizados), mas também como evolução qualitativa e metamorfose, como ampliação de seu papel e transformação de sua influência sobre o espaço social. A história recente das marcas nos mostra como seu desenvolvimento é associado aos ciclos econômicos e às condições gerais do contexto social, político, mesmo geoestratégico”. Ele também salienta “o quanto é importante, quando se analisa o lugar das marcas no espaço social, distinguir entre poder material das marcas e poder simbólico, entre poder econômico e poder de sedução, entre legitimidade comercial e legitimidade cultural”.

2018, p. 178). Ainda segundo a autora, as marcas estão sob avaliação dos consumidores, em caso de compartilhamento ou de viralização que tanto “pode ser positivo para a memorabilidade de campanhas, quanto pode ser extremamente prejudicial para a imagem da marca” (CARRERA, 2018, p.178). Assim, é necessário cuidar da relação que se estabelece com os parceiros a fim de evitar repercussões prejudiciais à imagem da marca.

Observa-se, nesta cena da chegada da boneca, o modo particular da fabricante de colocar em destaque a caixa. Nesse sentido, na esteira de Marc Gobé (2002), cabe analisar a caixa a partir da noção de embalagem. Segundo o autor, “a embalagem é um comercial de meio segundo. Deve funcionar instantaneamente para chamar a atenção ou estabelecer a familiaridade com o produto. A mensagem precisa ser direta, altamente invasiva e ao mesmo tempo conectada” (GOBÉ, 2002, p. 256). Nessa mesma linha de percepção, é possível dizer que o artefato cultural foi apresentado por meio de uma mensagem sensorial produzindo admiração e surpresa: caixa rosa, som musical e balões voando.

Como descreve Gobé (2002, p.119), “os sons entusiasmam e têm um efeito imediato e, em grande parte, cognitivamente pessoal sobre a lembrança e as emoções”. Percebe-se, nesse evento, que o “momento da verdade” acontece entre embalagens, sons, balões e sorrisos de Julia Silva. Com isso, produziu-se a sensação do encontro alegre da boneca *youtuber* com Julia Silva, tendo ao fundo um som musical. Para Gobé (2002), estudos mostram que atividades como ouvir música estimulam a produção de endorfinas no corpo, ativando os poderosos centros de prazer do cérebro. Ele faz referência à marca japonesa Nagasakiya Mera Chan, destacando que ela vende chocolate às crianças com um instrumento musical integrado na embalagem, convidando-as a explorar o produto por meio dos sentidos; do tato, do ouvido e não só do paladar. Gobé (2002) menciona ainda a pesquisa desenvolvida por Gerald Gorn em *The Effects of Music in Advertising on Choice Behavior*. Segundo esse estudo, uma apresentação de produtos acompanhada por música de fundo faz com que grande parte dos indivíduos (80%) escolham os produtos que foram acompanhados pela música que mais apreciaram. *A priori*, o uso da música de fundo nessa cena não foi apenas uma aplicação bem planejada, mas também um meio de produzir emoções.

No caso da boneca *youtuber*, a embalagem tem um objetivo prático. Isso pode ser conferido quando Julia abre e explora a embalagem da referida boneca e diz: “O cenário dela é esse aqui. É o fundo da caixa. A gente pode tirar o fundo e brincar” (VIREI..., 2017). Na visão de Gobé (2002, p.256-257), a embalagem não se limita a proteger os produtos, mas, principalmente, se preocupa em “criar um contato emocional com os consumidores para poder ser apreciada. Uma vez que o produto é comprado, a experiência da descoberta pode e deve

continuar”. Nesse sentido, os diferenciais do brinquedo da Bambola são a caixa que vira um cenário e o fato de que vem com um suporte de papelão para celular. A ideia é que a criança use a embalagem como brinquedo para gravar seu vídeo. Parece que o objetivo da marca é edificar uma roupagem exclusiva de propriedade da Bambola, um projeto de embalagem para atrair uma nova geração, isto é, crianças que compartilham e apreciam o modo de vida *youtuber* mirim. O estudo de Gobé (2002) mostra que, desde que Andy Warhol exaltou o papel da embalagem da sopa Campbell como parte da cultura *pop* americana, muitas técnicas de pesquisa sofisticadas foram desenvolvidas em relação ao impacto da embalagem na vida dos consumidores. Decorre desse processo de estudo, a noção de que a embalagem “define culturas e períodos de tempo” (GOBÉ, 2002, p.262), assim como “pode também contar história e, o que é muito importante, pode inspirar-nos a criar nossas próprias histórias” (GOBÉ, 2002, p. 264).

Partindo da perspectiva desse autor, entendo que essa ideia de nos inspirar a criar e contar as nossas próprias histórias articula-se com o propósito discursivo da marca Bambola Brinquedos (2019). Discurso no sentido de “sua realidade material de coisa pronunciada ou escrita” (FOUCAULT, 1996, p.8). No *site*<sup>40</sup> da Bambola, há o seguinte texto: “o único objetivo é fazer parte da fase mais importante da vida, a infância. [...] não se trata simplesmente de fabricar brinquedos, também fabricamos memórias e imaginação, que são lembradas com muito carinho por gerações” (BAMBOLA BRINQUEDOS, 2019). Esse ponto da narrativa da Bambola atravessa o modo de vida *youtuber* mirim no sentido de uma infância que tenta inventar-se e fabular a vida para si, ao mesmo tempo em que compartilha suas histórias e seu sonhos por meio da plataforma. No caso de Julia, o sonho materializado é não apenas a boneca, mas, principalmente, o sentido de se constituir como empresária de si.

Retornando as cenas do vídeo em análise, vê-se que a *youtuber* já está com a sua boneca em mãos, abre o maior sorriso e diz: “Mãe, olha isso! [Risos] Pai! Obrigada! Nossa!” (VIREI..., 2017). Nesse contexto do encontro alegre de Julia Silva com a sua boneca *youtuber*, a representante da Bambola e os pais, ela não consegue conter o impulso que a leva a dizer: “Eu não sei o que falar. Eu não tenho nem palavras. Olha que linda!” (VIREI..., 2017). Na sequência, vira-se na direção da jovem, a representante da Bambola, aproxima-se, despede-se com beijos e a acompanha até a porta.

O que se produziu por meio desse trecho do vídeo foi uma tentativa de ação de exteriorizar, mesmo diante da falta de palavras, para produzir um relato. O que ela conseguiu fazer foi sorrir. O sorriso, nesse contexto, é a condição de visibilidade da exposição de si. Sibilia

---

<sup>40</sup> BAMBOLA BRINQUEDOS. Institucional, 2019. Disponível em: <http://www.bambolabrinquedos.com.br/>. Acesso em: 1º jul. 2019.

(2016, p.21) afirma que a “visibilidade e a conexão sem pausas constituem vetores fundamentais para os modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo”. A exposição constante condiz com o modo de vida da *youtuber* mirim, no sentido de que traduz a força dessa criança que “narra, que assina e que atua na visibilidade interconectada concentra-se de fato em seu peculiar modo de ser e estar no mundo” (SIBILIA, 2016, p.308). Mundo este que parece existir para ser mostrado e narrado em vídeo em canal do *YouTube*.

Diante disso, é possível compreender que a noção de *empresária de si* vincula-se à parceria com a Bambola Brinquedos, evidenciando que Julia estabeleceu a relação com a marca não apenas focada na criação do produto, mas na construção de sentido na relação com as crianças inscritas no canal. Como sublinha Semprini (2006, p.211), reforçar a relação entre a marca e os destinatários significa “introduzir uma intensidade emocional que só o contato com o ser humano pode criar”.

Até aqui, foi possível compreender como a *youtuber* mirim, ao se produzir como *empresária de si*, também exercita o trabalho de se relacionar, a seu modo, não apenas com a marca e as crianças inscritas em seu canal, mas também com a alquimia das palavras e emoções. A partir disso, supõe-se que ela compreenda que se articular com marcas também implica relacionar-se com o capitalismo corporativo. O mundo corporativo é um espaço de negócios persistente e tenaz. Nesse sentido, formular parcerias com as marcas implica produzir narrativas a elas vinculadas, reconhecendo que estas também já produzem seu modo de agir em cena e em rede. Nesse sentido, cabe prosseguir a produção analítica do vídeo “Virei boneca”, mas observando como Julia modificou os enquadres e produziu narrativa para mostrar outro desdobramento com a boneca *youtuber*.

#### 4.3 “EU TROQUEI MINHA ROUPA PARA FICAR COM ESTILO IGUALZINHO AO DELA”

O vídeo “Virei boneca” foi produzido com um corte de edição e, ao ser retomado, a *youtuber* mirim aparece em outro cenário. Esse cenário é um quarto personalizado com o nome Julia Silva escrito em uma faixa e cheio de bolas de luzes pendurados na parede. O que a cena nos mostra é Julia e a sua boneca *youtuber*. Essa boneca, segundo Guedes (2017), tem 46 centímetros, e seu corpo é confeccionado em vinil. Julia diz: “*Eu troquei minha roupa para ficar com estilo igualzinho ao dela. Olha que legal! Até o laço a gente está usando igual. Nós*

*somos gêmeas. Olha isso aqui*” (VIREI..., 2017). E, num gesto, aproxima o seu rosto do rosto da boneca, numa posição de *close*, bem em frente à câmera.

Parece que o que se quer nesse vídeo é provocar percepções sobre a presença do corpo infantil e do artefato boneca como exercício de imaginação para invenção de figurinos. Vestir o mesmo modelo da roupa da boneca para produzir a cena me pareceu um gesto que pode ser lido não só como o sonho que virou realidade, mas como um processo de *inventar-se a si mesma*. Inventar a si no sentido de operar a técnica de si naquilo que “impele os indivíduos a fazer o que devem fazer, sem que ninguém tenha que lhes dizer para fazê-lo, utilizando conhecimentos que eles são os únicos a deter ou buscar” (DARTOT; LAVAL, 2016, p.144). Assim, vestir a mesma roupa da boneca foi uma operação no corpo infantil que confere à *youtuber* a técnica de poder de antecipar as ações para agradar outras crianças e suscitar que elas possam também produzir a imaginação para invenção de figurino de boneca.

Na sequência da cena, a *youtuber* apresenta a seguinte informação: “*A Bambola mandou fazer o molde da cabeça da boneca na Espanha. Quem fez foi um artista espanhol<sup>41</sup>, e ele é muito talentoso, porque está igualzinha a mim*” (VIREI..., 2017). E complementa de modo a valorizar a boneca: “*Eu gostei muito, muito mesmo! Olha que legal! O olho é muito parecido. O sorriso é muito parecido quando a gente cobre os olhos*” (VIREI..., 2017). Essa afirmação sobre a boneca ser *igualzinha a ela* parece-me lhe conferir relevância na cultura infantil, pois ter uma boneca parecida consigo mesma é um acontecimento de significação estética para uma criança. Nesse sentido, cabe retomar a Foucault (1998, p.14) quando menciona que as técnicas de si são “práticas refletidas e voluntárias através das quais [pessoas] fixam regras de conduta [e] procuram se transformar, modificar-se em seu ser singular e fazer de sua vida uma obra de arte, [com] certos valores estéticos e [...] certos critérios de estilo”. Julia parece modelar-se para tornar-se essa boneca, realizando práticas sobre si mesma (como vestir-se igualmente e procurar pontos de contato com o artefato cultural) a fim de adquirir relevância no contexto da cultura infantil. Diante de tudo isso, a *youtuber* mirim diz: “*Eu estou muito feliz!*” (VIREI..., 2017).

No vídeo em análise, essa narrativa de felicidade é visível pelo semblante alegre e pelo sorriso que Julia Silva produz em frente à câmera. Na cena, ela diz: “*Eu postei uma foto no Instagram mostrando só a boquinha dela [da boneca], parecia que era eu. Ó, deixa eu mostrar para vocês, não parece? Tá muito parecida. O narizinho também. O olho*” (VIREI..., 2017). Essa maneira de proceder é compreendida aqui como uma experiência de contentamento alegre do modo de vida *youtuber* mirim. Modo este de viver pautado por itinerários múltiplos, sem

---

<sup>41</sup> Entrei em contato com a fabricante Bambola Brinquedos pedindo informações sobre esse artista. Mas a empresa não respondeu até o dia da escrita desta seção do capítulo.

limites nem trajetórias fixas, mas sempre articulado com produtos, encontros com os outros e exibição de si. Soma-se a isso, a disposição para exercer o ato de gerenciar não só o que posta e como posta no canal, mas também estar atenta aos efeitos que essa disposição produz.

Dardot e Laval (2016, p.338) chamam a atenção para o fato de que “se a ética neoliberal do eu não se restringe aos limites da empresa, [...] [é] porque a gestão moderna tenta “aliciar as subjetividades” com ajuda de controles e avaliadores de personalidade, inclinações de caráter, maneira de ser, falar e mover-se”. Para os autores (2016, p.338), “o discurso gerencial envolve múltiplas técnicas [...] desde a mais tenra idade”. Eles consideram que Foucault ampliou a análise quando nos mostra que “certo governo de si, certa subjetivação, era a própria condição para o exercício de um governo. [...] Tal como pensada na ética grega clássica: aquele que é incapaz de se governar é incapaz de governar os outros” (DARTOT; LAVAL, 2016, p.339). Nesse sentido, o que Julia Silva nos mostra quando posta no Instagram a foto de apenas uma parte do rosto da boneca, parece ser uma maneira de acionar o governo de si, para confirmar não só que a boneca é parecida com ela, mas também o modo de vida *youtuber* mirim que engendra a empresária de si na cultura cotidiana das plataformas digitais.

Observa-se que Julia está falando na plataforma *YouTube*, mas faz referência a uma outra plataforma, o *Instagram*. Esse modo de se conduzir, isto é, circular por plataformas digitais, parece-me ser estratégico para quem é *youtuber* mirim. Dito de outro modo, circular pelas demais plataformas digitais é uma maneira de intensificar o imperativo: “ser multiplataforma” (KARHAWI, 2017, p.53). Nesse sentido, considero que o caso em tela parece nos dizer que esse ideário de se constituir como empresária de si demanda a predisposição para ser produtiva em diferentes plataformas. Isso implica formular pautas, produzir conteúdo e colocar em circulação um modo assertivo, na tentativa de manter uma rede de relações com os inscritos, seguidores, amigos nas duas plataformas distintas, operando no prisma do poder produtivo da visibilidade e de sua parceria com a marca.

Nesse vídeo em análise, ela nos mostra ainda que: “*Vão ser quatro modelos de bonecas. E essa daqui é a youtuber. Também vão ter os temas ‘escola’, ‘viagem’ e ‘pop star’*” [sic] (VIREI., 2017). Esse modo de tipificar e informar significa maximizar a posição de *empresária de si* no sentido de uma posição diferencial de negócio, isto é, que está atrelada a relações com marcas convertidas em ganhos monetários. Ela não está na posição de associar a sua imagem a qualquer produto, mas àquele produto que diz do seu mundo. Ela se associa a ele como um sonho, como referência legítima de credibilidade de uma *youtuber* mirim. Tipificar as bonecas parece estratégico no sentido daquilo que Dardot e Laval (2016, p.368) abordam como “a identificação com grupos de consumo, [...] marcas da moda e da publicidade, [que] funcionam

como substituições substitutivas em relação aos lugares ocupados na família ou ao status na cidade”. No caso em tela, outro substituto aparece: *youtuber* mirim capaz de produzir narrativas estabelecendo os tipos das bonecas.

Segundo Guedes (2017, n.p.), Julia disse em entrevista: “O que eu mais queria era ver as crianças brincando com roupas e acessórios da minha boneca e o cenário que eu mesma improvisava”. Para Guedes (2017), a intenção foi seguir o conceito de *fashion dolls*, que são bonecas desenhadas para refletir as tendências da moda, noção que nos remete a Benjamin (2019, p.1117) ao afirmar que “as bonecas manequins [emergiram] para divulgar as novas criações da moda. [...] Nos séculos XVII e XVIII essas bonecas eram dadas às meninas como brinquedos, depois de terem terminado sua função de figurinos de moda”. O autor nos mostra ainda que “nos concursos de ornamentação material do vestuário, entra em ação o gosto pelas bonecas. [...] As meninas [eram] encarregadas de apresentar as bonecas e os manequins que serviram para a escolha” (BENJAMIN, 2019, p.1120). No caso de Julia Silva, a boneca possui as mesmas roupas que ela usa. A moda de se vestir, se adornar, de interferir sobre os corpos são elementos que “produzem modos de ser, os modos de relação a si: as subjetividades” (MESQUITA, 2004, p. 15).

Na perspectiva de Mesquita (2004, p.16), a *moda vestuário* traz consigo a necessidade de “ver, imaginar histórias, vida, casa, trabalho, trilha sonora, amigos, presente e futuro”. Nesse sentido, retomo o fragmento da entrevista com a *youtuber* mirim concedida a Guedes (2017), na qual diz: “Escolhi todos os acessórios e roupas [da boneca *youtuber*], e tudo ficou muito melhor do que [eu] imaginava”. Diante disso, é possível pensar em que tipo de história Julia se inspirou para produzir a ideia de um vestuário que traduz e atravessa o seu modo de vida *youtuber* mirim, com o propósito de se vestir e vestir as bonecas em tipos e estilos tão diferentes como *youtuber*, escola, viagem (também conhecida como Paris) e *pop star*.

Agamben (2009) traz uma discussão de moda que nos sugere deslocamentos no modo de ver no contexto desta produção analítica. Para ele, “a moda introduz no tempo uma peculiar descontinuidade, que o divide segundo a sua atualidade ou inatualidade, o seu estar ou não estar mais na moda” (AGAMBEN, 2009, p. 66). E continua: “[...] essa censura, ainda que sutil, é perspicua no sentido em que aqueles que devem percebê-la a percebem exatamente desse modo, atestam o seu estar na moda; mas, se procuramos objetivá-la e fixá-la no tempo cronológico, ela se revela inapreensível”, alegando ainda que “o ‘agora’ da moda, o instante em que esta vem a ser, não é identificável através de nenhum cronômetro” (AGAMBEN, 2009, p. 66). Na esteira de Agamben, indago: qual é o *agora* da moda de quatro estilos de temas para vestir as bonecas: “escola, viagem, *pop star* e *youtuber*”? Para responder a essa questão, ancoro-me

nesse autor no sentido de que a moda não se fixa, mas o seu não se fixar implica circunscrevê-la ao momento de sua aparição. No caso em tela, o tempo da sua aparição é o tempo da *youtuber empresária de si*, que não só ganha uma boneca *youtuber*, mas nos diz com que estilo se deve vesti-la.

Partindo dessa compreensão, cabe descrever os estilos, entendidos como modos de vestir. Trata-se de estilos inspirados no universo dos vídeos de Julia. O estilo *escolar* faz referência ao tempo da escola, e a boneca aparece vestida com uma roupa do tipo uniforme escolar. O estilo *viagem* ou *Paris* parece ter sido pensado a partir dos sapatinhos pretos. Isso porque o vestido apresenta leve estamparia, próximo a um certo minimalismo nas cores preta e branca. No estilo *pop star*, vê-se a boneca vestida com uma blusa com estamparia em estrela e com uma saia preta cujo barrado é tecido em filó. Para compor esse *look*, ela traz um ponto de luz: um cinto rosa-choque acoplado a um filó na mesma tonalidade. Ela veste uma meia longa preta e calça botas pretas. No estilo *youtuber*, a boneca veste um vestido listrado azul e branco. É um modelo tipo saia *godé*, com a cintura bem demarcada, com um cinto vermelho que harmoniza com os sapatinhos e o acessório de cabelo da mesma cor.

Para Agamben (2009, p.67), “a moda, ao menos em nossa cultura, é uma assinatura teológica da veste”. Para ele, o *agora* da moda pode transitar entre o estilista que concebe o traço que definirá a nova maneira da veste ou a alfaiataria que confecciona o protótipo ou mesmo o desfile, em que a veste é usada pelas únicas pessoas que estão sempre na moda. Para Svendsen (2010, p.37-38), a moda “está em toda parte, mas isso significa também que não está em parte alguma [...]”. Nesse sentido, a moda nunca é, está sempre num estado de vir a ser”.

Vimos, nesta seção, como Julia Silva operou diversas ações: (a) produziu o corte na edição no vídeo “Virei boneca” para mostrar outro cenário; (b) vestiu um figurino igual ao da boneca; (c) narrou que postou foto de partes do rosto da boneca no Instagram; (d) produziu um gesto com a mão para cobrir parte do rosto da boneca com foco apenas na boca e no sorriso para confirmar que é muito parecido com o dela; (e) forjou diferentes tipos de boneca personalizadas pelo figurino. Esse conjunto de ações constituiu exercícios produzidos por Julia Silva sobre si. Dessa forma, o aparecimento da boneca *youtuber* fortalece o entendimento de que a vida em plataforma se tornou um eixo organizador de vida para esse tipo de criança, que engloba a infância *youtuber* mirim. Entretanto a *youtuber* mirim opera com maestria *o tornar visível o que é visível* na divulgação da boneca *youtuber* em outro espaço, como veremos a seguir.

#### 4.4 OCUPAR-SE ENQUANTO *YOUTUBER* E GERENCIAR A SUA IMAGEM ATÉ AO SEU TOTEM

No período de 21 a 24 de março de 2017, ocorreu em São Paulo a 34ª Feira Internacional de Brinquedos – ABRIN, um evento promovido pela Associação Brasileira de Fabricantes de Brinquedos – ABRINQ. Esse evento organiza e integra os vários fabricantes, lojistas e profissionais do setor para promover a maior feira de brinquedos da América Latina, onde são apresentados os produtos e os novos lançamentos do setor. Em 2017, o lugar que sediou a referida Feira foi a Expor Centro Norte, em São Paulo. A marca Bambola Brinquedos estava presente, e o produto central em seu estande era a boneca *youtuber*. A referida marca também organizou uma recepção calorosa para a *youtuber* mirim Julia Silva. A produção analítica a seguir perfila a passagem da *youtuber* mirim pela ABRIN, a partir do vídeo produzido pela fabricante Bambola Brinquedos, mas postado no canal Julia Silva.

Nesse vídeo<sup>42</sup>, Julia Silva aparece na Feira Internacional de Brinquedos – ABRIN. para acompanhar o lançamento da sua boneca *youtuber* e, juntamente a isso, cumprir uma agenda de compromissos contratuais. Na cena inicial do vídeo analisado, Julia aparece segurando a “boneca *youtuber*” e, de posse de um microfone, ocupa-se em produzir uma fala que anuncia: “Está agora acontecendo o lançamento da minha boneca”. É um sujeito infantil que fala, que narra e se mostra por toda a parte com os ímpetus do espetáculo. E, ao mesmo tempo, demonstra o quanto está engajada com o propósito da marca Bambola. A presença da Julia na Feira da ABRIN ecoa dinamismo com força de vida na vitrine da Bambola para o lançamento da primeira boneca *youtuber* do Brasil.

É preciso prestar atenção na expressão produzida pela *youtuber* mirim: “Foi uma coisa especial para mim, foi um sonho realizado.” Essa breve narrativa de sua existência nos possibilita pensar que a experiência de sonhar parece ser convocada como processo de se colocar em movimento, um impulso por meio do qual somos enviados a outros tempos e lugares, em um constante desalojamento da posição que ocupamos.

A experiência de sonhar da *youtuber* mirim parece passar pela dimensão de criar um mundo e torná-lo significativo, de modo vivaz e polissêmico. É um sonho dessa criança, que é materializado em artefato e agora exposto em uma Feira Internacional de Brinquedos e que poderá ser transformado em história a ser contada e narrada para outras crianças.

---

<sup>42</sup> BAMBOLA BRINQUEDOS. *Facebook*, Feira Internacional de Brinquedos – ABRIN, 21-24 mar. 2017. Disponível em: <https://www.facebook.com/Bambolabrinquedos/videos/1496495930370243/>. Acesso em: 3 jul. 2019.

Nesse sentido, a história a ser contada condensa esse momento de Julia Silva ocupar-se enquanto *youtuber* mirim num estande, em um espaço de negócio da Bambola, no evento da ABRIN. Julia Silva põe em “evidência a imagem de si que lhe parece favorável à socialização” (CARRERA, 2018, p. 149). Conforme a descrição do vídeo, ela, ao se posicionar nesse espaço, não demonstrou despreparo para conduzir o modo de ocupar-se como *youtuber*. Pelo contrário, mostrou desenvoltura diante da câmera e em relação ao uso do microfone, espontaneidade nas interações com transeuntes e seguidores e vivacidade para verbalizar as emoções suscitadas pelo lançamento da boneca. Dessa forma, ela produziu certo tipo de técnica de como conduzir a experiência, a fim de lhe conferir autoridade do lugar de onde fala para o mundo do negócio de brinquedo nesse evento. Sendo assim, parece que a ABRIN-2017 foi o evento estratégico, um espaço imbuído de sentidos sociais, culturais e mercadológicos.

Nesse percurso, dois verbos foram mobilizados: ocupar-se na feira e gerenciar-se como *youtuber* mirim. Esses elementos fazem parte da estratégia de empresária de si para cumprir as tratativas do projeto da criação da boneca *youtuber* com a marca Bambola Brinquedos. Conforme o *Dicionário Aurélio* (FERREIRA, 2009), “ocupar” significa “[do latim, *occupare*]: Estar na posse de: exercer”. Neste caso, significa exercer determinadas funções a fim de garantir o cumprimento do acordo da agenda da Bambola. O verbo “gerenciar” significa “exercer as funções de gerente em uma empresa”. No caso em tela, ocupar e gerenciar estão imbricados pelo verbo “exercer”, algo que remete a uma obrigação, seja com a agenda da Bambola, seja com as crianças presentes na feira, seja com o tempo que for necessário para concluir o evento. Nesse sentido, todas as técnicas usadas por Julia Silva, de certo modo, estão articuladas com os procedimentos relacionados a um produto específico, a boneca *youtuber*, desde a concepção do produto até a exposição em uma feira de negócios de brinquedos.

Dessa maneira, foi possível observar como Julia Silva ficou atenta ao que acontecia na feira, principalmente no momento em que outras crianças adentraram o espaço da Bambola. As expectativas dessas crianças eram intensas, elas se comunicavam umas com as outras e parecia que estavam alegres e ansiosas, não apenas para o encontro com a *youtuber* mirim, mas, sobretudo, movidas pelo instante de produção de *selfies* – a prática contemporânea de produção de registros, memórias digitais de si mesmo –, do encanto e encontro com Julia Silva.

Segundo Sibilia (2016), até 2012 ninguém tinha ouvido o vocábulo *selfie*. Porém, ele virou a palavra do ano em 2013, segundo o *Dicionário Oxford*<sup>43</sup>. Conforme mostram as cenas

---

<sup>43</sup> Em 2013, o vocábulo *selfie* foi acrescentado ao *Oxford English Dictionary* e ganhou o título de *palavra do ano* pelos especialistas da publicação. (WORD of the year. Disponível em: <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>. Acesso em: 2 abr. 2019). O *Google*, por exemplo, estipula

do vídeo, Julia Silva conduziu e gerenciou esse momento com muitos sorrisos e atenção a cada criança que se aproximava para produzir *selfies*. O momento para a *selfie* foi preparado pela marca da Bambola. Isso nos leva a entender que a prática de *selfies* no referido evento parece ter sido forjada, no sentido tanto da produção de imagem, de estratégia na engrenagem comunicacional da Bambola com os consumidores mirins que estavam presentes no evento, quanto para a construção de reputação da marca nas redes sociais.

Além disso, o momento da *selfie* demandava de Julia uma determinada forma de se relacionar com o público que constitui um modo de “gerenciar” as “múltiplas técnicas que propõe um trabalho do eu para facilitar a eclosão da [pessoa]-ator de sua vida” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.338). Nesse sentido, ocupar-se enquanto *youtuber* significa colocar-se em posição para operar o trabalho a fim de se tornar mais produtiva. Produtiva no sentido de “exercícios que supostamente melhoram a conduta do sujeito, visam transformá-lo num ‘microcosmo’ em perfeita harmonia com o mundo da empresa e, para além dele, com o ‘macrocosmo’ do mercado mundial” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.343). No caso em tela, as técnicas que a *youtuber* mirim demandou nesse evento remetem a “um universo social em que a “apresentação de si” mesmo é um desafio estratégico para a empresa”. Esse entendimento está ancorado na ideia de que “se o indivíduo deve ser “aberto”, “síncrono”, “positivo”, “empático”, “cooperativo”, não para a felicidade dele, mas sobretudo e em primeiro lugar para obter do colaborador o desempenho que se espera dele” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.343-344).

Parece que todos esses exercícios práticos foram operacionalizados pela *youtuber* mirim para a produção de *selfie* com as pessoas que a aguardavam no evento da Bambola na ABRIN. Isso significou que ela produziu encontro com as outras pessoas, percorrendo múltiplas direções com envolvimento preciso para ecoar reconhecimento para outra possível operação de se ocupar enquanto *youtuber* mirim. Nesse evento, produzir *selfies* com Julia Silva *youtuber* mirim também significa alcançar a dimensão de “produção interacional discursiva” (CARRERA, 2018, p.276) que agencia os sujeitos, cujas imagens produzidas serão imediatamente postas em circulação nas plataformas digitais. Ter sua *selfie* com a *youtuber* demonstra certo *status* para aquele que produziu a *selfie* e, ao mesmo tempo, produz ganhos para a empresa e para a *youtuber*, que aumenta sua visibilidade em diferentes plataformas digitais.

---

que, só no ano de 2014, os proprietários do dispositivo móvel *android* tiraram cerca de 93 milhões de *selfies* por dia. (GOOGLE divulges numbers at I/O 20 billion texts, 93 million selfies and more. *Bizjournals*, 2014. Disponível em: <http://www.bizjournals.com/saujose/new/214/06/25/google-divulges-numbers-at-i-o-20-billion-texts-93.html>. Acesso em: 2 abr. 2019).

Essa demonstração de encantamento pelo modo de vida *youtuber* parece ampliar as relações de poder exercidas sobre a vida de outras crianças. Entendo que isso ocorre por se tratar de um tipo de *youtuber* mirim *mainstream*<sup>44</sup> em que ela é convocada a reconfigurar-se permanentemente, agora em função da boneca *youtuber* – artefato exposto no estande da Bambola nesse evento internacional de negócios do mercado de brinquedos.

Nesse sentido, cabe tentar compreender as relações de poder que emergem quando uma criança chamada Laura, seguidora e admiradora da Julia Silva e que estava presente na Feira da ABRIN – 2017, expressa a seguinte narrativa: “*Eu acho a Julia bem legal, ela é uma criança bem influente*” (Laura, admiradora mirim). Registrar a noção de que Julia é *bem influente* não é algo que diz apenas acerca do momento da feira da ABRIN – 2017, mas de uma aptidão perceptiva da admiradora mirim, cuja compreensão está vinculada à posição ocupada pela *youtuber* na cultura digital, justificada pelo tamanho do seu canal, pela dinâmica de circular pelas multiplataformas e por ter um canal robustamente ancorado em número de inscritos. Opero aqui com elementos da análise de discurso desenvolvida por Foucault para compreender esse dito. Ele chamou atenção que essa análise deve “definir relações que estão na própria superfície dos discursos” (FOUCAULT, 2000, p.146). Assim o exercício feito por ele é o de tentar “tornar visível o que só é invisível por estar na superfície das coisas” (FOUCAULT, 2000, p.146). Diante disso, tento ater-me ao trecho da Laura para entender uma determinada maneira de se pensar o que significa ser influente, sem procurar um sentido profundo, mas buscando compreender aquilo que emerge em relação com outros ditos e estudos acerca dos influenciadores.

Nesse sentido, convém aproximarmo-nos do campo teórico dos estudos do *marketing* para tentar entender, a partir desse campo, o sentido de *ser influente* ou dos *influenciadores digitais*. Os estudiosos do *marketing* Malcolm Gladwell (2000), Brown e Hayes (2008) e Brian Solis (2012 b) abordam o fenômeno do influenciador digital a partir de formulações enfáticas e classificações, como demonstra o Quadro 3 a seguir.

### Quadro 3 – Classificação de influenciador digital na perspectiva do *marketing*

---

<sup>44</sup> *Mainstream* é “uma palavra de difícil tradução, significa literalmente ‘dominante’ ou grande ‘público’, sendo usada em geral para se referir a um meio de comunicação, um programa de televisão ou um produto cultural que vise um público amplo. Por extensão, a palavra também remete a uma ideia, um movimento ou um partido político (a corrente dominante) que tem o objetivo de seduzir todo mundo. *Mainstream* permite analisar a política e o *business*, que também querem ‘falar a todo mundo’. A expressão ‘cultura *mainstream*’ pode ter conotação positiva e não elitista, no sentido de ‘cultura para todos’, ou mais negativa, no sentido de ‘cultura de mercado’, comercial (MARTEL, 2012, p.20-21).

<b>Ênfase</b>	<b>Tipos</b>	<b>Tipos</b>	<b>Tipos</b>	<b>Pesquisadores</b>
<b>Processos</b>	<i>Expert</i>	<b>Comunicador</b>	<b>Vendedor</b>	<b>Malcolm Gladwell (2000, p. 71)</b>
	O <i>expert</i> seria o equivalente ao perfil com muito capital cultural, ou seja, visto como autoridade pela sua rede social.	O comunicador seria o perfil com amplo alcance, ou seja, dotado de muitas conexões e com fácil disseminação da mensagem.	O vendedor seria o perfil que persuade ou convence seu público a agir, ou seja, influencia a decisão da audiência.	
<b>Pessoas/ Formas</b>	<b>Alcance do mercado</b>	<b>Qualidade do impacto</b>	<b>Frequência do impacto</b>	<b>Brown e Hayes (2008, p. 50)</b>
	O alcance do mercado é a capacidade de a mensagem ser absorvida por muitas pessoas ou organizações.	A qualidade do impacto é o fato de a mensagem ter relevância por ser transmitida a partir de uma autoridade ou especialista.	A frequência de impacto é a presença constante da mensagem ou do emissor na transmissão.	
<b>Pilares</b>	<b>Alcance</b>	<b>Ressonância</b>	<b>Relevância</b>	<b>Brian Solis (2012) b</b>
	O alcance seria a popularidade do perfil e sua relação de poder de propagação em publicações nas plataformas digitais.	A ressonância seria a expectativa da audiência para com o conteúdo do perfil, ou seja, frequência e identificação do público com o influenciador, como interações do público com o conteúdo ou usuários retornantes e/ou seguidores fiéis.	Relevância seria a autoridade reconhecida do influenciador perante sua rede, podendo ser via recomendações espontâneas nas redes sociais ou conversões geradas no canal do influenciador.	

Fonte: Elaboração da Autora (2020).

Nas palavras de Gladwell (2000), os influenciadores na perspectiva do *marketing*, conforme Quadro 3, são considerados uma *epidemia social*, em que “os *experts* fornecem as informações, os comunicadores são a cola social, espalhando a mensagem [...]. E os vendedores nos convencem a acreditar e agir” (GLADWELL, 2000, p. 71). O que se percebe nessa classificação é que a ênfase recai mais sobre o processo de difusão do que sobre a caracterização do influenciador. Isto é, para ele, o influenciador é como precursor de tendências e ideias, considerando a potencialização que isso ganha quando ele opera a conexão com as pessoas. Espera-se, com isso, produzir não só conexão, mas sentido de vida, tanto para o comunicador quanto para aquela geração que se articula nas plataformas digitais.

Diferentemente da visão de Gladwell (2000), os pesquisadores Brown e Hayes (2008) enfatizam não os processos, mas as características da pessoa. Eles analisam os influenciadores

pelo modo como exercem sua influência, isto é, “os influenciadores são os agentes dos processos das influências em suas múltiplas formas, desde emocionalmente até de forma regulatória ou criando uma necessidade”<sup>45</sup> (BROWN; HAYES, 2008, p. 50). Eles estabelecem como importante o elemento da proximidade de decisão, ou seja, a capacidade de gerar ação concreta por meio da influência da mensagem.

As ideias do consultor Brian Solis (2012b) sobre os meios digitais podem ser consideradas um complemento à visão de Gladwell (2000), bem como se aproximam de Brown e Hayes (2008) pela ênfase à pessoa. Para Brian Solis (2012b), a influência digital se constrói a partir de pilares, e o volume de interações é um número de ações ou respostas que um *post* recebe, podendo ser mensurado por meio de interações públicas, tais como curtidas, comentários e compartilhamentos. Acrescentam-se a isso as ações que ocorrem em nível interno: os cliques. Juntamente a esses parâmetros, a análise das interações também deve ser feita com um olhar qualitativo, já que abrange não apenas curtidas ou compartilhamentos, mas também os comentários. As mensagens produzidas pelos usuários sobre o conteúdo do influenciador são indícios da relevância e do valor qualitativo acerca do que o influenciador produz.

Considerando esses diferentes enfoques, o que significa ser influente na visão da criança seguidora de Julia Silva? Na perspectiva desta cena analítica, parece ser possível aproximar essa concepção da visão de Gladwell (2000), por entender que parte do processo da Julia Silva, enquanto *youtuber*, se constituiu pelo modo de como ela acionou as técnicas de si para operar ações produtivas em seu canal, seja pela alta *expertise* em produção de vídeos, seja pelo empenho em constituir relações de poder para que possa torna-se autoridade no que produz e fala em suas redes sociais.

Nesse sentido, cabe retomar mais um trecho da narrativa produzida pela Laura durante seu encontro com Julia Silva na ABRIN –2017, a qual é bastante enfática quando disse: “É outra realidade, as crianças de hoje gostam mesmo é de *youtubers*” (Laura, admiradora mirim). Observe-se que ela se expressa no plural, como nos ensina Lipovetsky (2004, p.80): “as exterioridades coletivas dos sentimentos vinculam-se aos acontecimentos do presente”. Nesse contexto, constata-se que *ser influente* e *gostar de youtubers* são construções da atualidade, que envolvem a dimensão da subjetividade. Isto é, “são modelizações que dizem respeito aos comportamentos, à sensibilidade, à percepção, a certos processos de constituição da subjetividade coletiva, que não são resultado da somatória de subjetividades individuais” (GUATTARI; ROLNIK, 2013, p.37). No caso da análise aqui realizada, a produção de

---

<sup>45</sup> Tradução minha para fins deste trabalho.

subjetividade infantil na plataforma digital se dá, entre outros aspectos, por meio da apresentação de Julia Silva enquanto uma *youtuber* empresária de si que desperta interesse e encantamento por parte de outras crianças, que passam a desejar ser como ela.

Ainda na cena da Feira, Laura avalia a boneca *youtuber* da seguinte maneira: “*Eu acho a boneca dela muito bonitinha, muito fofinha, bem parecida com ela*” (Laura, admiradora mirim). Parece que essa avaliação converge para aquilo que Gladwell (2000) considera que é o influenciador, uma pessoa que tem força pelo seu alcance de conexão com as pessoas e pela possibilidade de influenciar e *convencer a agir*. No caso em tela, essa força de conexão com as crianças foi algo assertivo pelo fato de que as crianças tiveram de se deslocar de suas residências e ir até a Expor Centro Norte, o lugar que sediava a ABRIN, em São Paulo, para expressar o desejo de avaliar a boneca *youtuber*, como fez Laura. Nesse sentido, entendo que essa narrativa tem uma função valorativa para as crianças que buscam conhecer ou mesmo comprar a boneca.

Nesse processo, cabe retomar ao imbricamento dos verbos ocupar e gerenciar, que escolhi como centrais para a produção analítica aqui realizada, e perceber que Julia Silva não apenas cedeu a imagem para produzir a boneca como algo que traduz esse tipo de infância na contemporaneidade digital, mas também produziu imagens, conforme a cena do vídeo em análise. Com a câmera na mão, ela aparece filmando as bonecas no estande da Bambola e, na cena subsequente, se apresenta dando autógrafos às crianças e aos transeuntes. Ela também produziu *exposição de si* ao iluminar o rosto com um sorriso, ficando de pé ao lado do totem personalizado de papelão em tamanho real, colorido que continha sua foto juntamente à foto da boneca, com o título *A primeira boneca youtuber do Brasil*. Uma imagem que parece traduzir aquilo para o que Dardot e Laval (2016, p.333) chamam atenção, a ética do nosso tempo que “exalta “o homem que faz a si mesmo”. Os autores abordam, à luz de Foucault, que a “estetização da ética teria antecipado a mutação neoliberal, fazendo precisamente da invenção de si uma nova norma” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.399). Nesse vídeo em análise, ceder a imagem, ocupar-se enquanto *youtuber*, produzir a *exposição de si* ao lado de um totem personalizado, traduz o *status* de ser a primeira boneca *youtuber* do Brasil, que materializa a *youtuber* empresária de si.

Na visão de Karhawi (2017, p.57), esse acontecimento passa a existir como um “efeito de verdade”, isso porque “os efeitos de verdade conferem credibilidade e direito à palavra”. Eles repercutem previamente como aceleradores da “expansão de um regime de visibilidade fascinado em tudo ver, tudo mostrar, tudo provar, nada esconder” (CARERRA, 2018, p.231). Para Sibilia (2016, p.35), o que se evidencia é o caráter “alterdirigido” da subjetividade, isto é,

“o que se é deve ser visto – e cada um é aquilo que se mostra de si”. O que Julia Silva, enquanto *youtuber*, nos mostrou foi como ela se constituiu como empresária de si na Feira e nas redes.

Conclui-se, portanto, neste capítulo analítico como Julia Silva engendrou as técnicas de si e conseguiu plasmar, como *youtuber* mirim, relações de *network* com a marca Bambola. Para isso, ela precisou ceder a imagem do seu rosto para que a marca fabricasse o rosto da primeira boneca *youtuber* do Brasil. Essa parceria com a marca possibilitou à Julia Silva ter uma boneca como marcador de referência do seu próprio percurso de construção *youtuber* mirim. Assim, este capítulo perfilou diversos elementos produzidos pela *youtuber* mirim, sobre este acontecimento de que ela “virou boneca”. Esses elementos foram diversos, desde o nome do vídeo, sua descrição, a produção dos cenários, dos figurinos, tanto da *youtuber* mirim quanto dos diferentes tipos de bonecas. Somam-se a isso, a divulgação de partes do rosto da boneca no *Instagram* e as narrativas produzidas em torno desse artefato. Ela também nos mostrou como foi sua atuação na Feira da ABRIN em 2017. Enfim, parece ser possível dizer que esse conjunto de ações foram exercícios produzidos por Julia Silva para nos mostrar que virar boneca *youtuber* constitui tanto uma posição social quanto uma construção discursiva do modo de como ela se constituiu em se *tornar visível o que é visível* como empresária de si.

## 5 YOUTUBER MIRIM: UM MODO DE EXISTÊNCIA EDITADO

A apropriação do *YouTube* por Julia Silva não se deu apenas por conta de ter criado um canal, mas principalmente por aquilo que a *youtuber* foi capaz de produzir e publicar no canal nessa plataforma, atividade por meio da qual ela confere novos sentidos aos temas postados e parece agradar aos inscritos no canal. Entre os diferentes temas produzidos nessa plataforma, há dois tipos que se destacam no que se refere aos *youtubers* mirins e que se fundem no vídeo que analiso neste capítulo. Trata-se dos vídeos tematizados, como o *tour* pelo quarto e *react*.

Para se ter a noção da quantidade de vídeos tematizados como o *tour* pelo quarto, basta fazer uma breve consulta ao *Google* usando a expressão *tour pelo quarto* para perceber que essa plataforma nos mostra aproximadamente 12.200.000 resultados (em 0,35 segundos). Uma pesquisa utilizando a expressão *tour pelo quarto youtuber mirim* retorna aproximadamente 352.000 resultados. Observa-se, nesse horizonte quantitativo de resultados, não só ver a explícita convergência do fluxo monotemático de *tour pelo quarto*, mas também perceber algo em curso: que o *privado se tornou público*, como concebe Sibilia (2016).

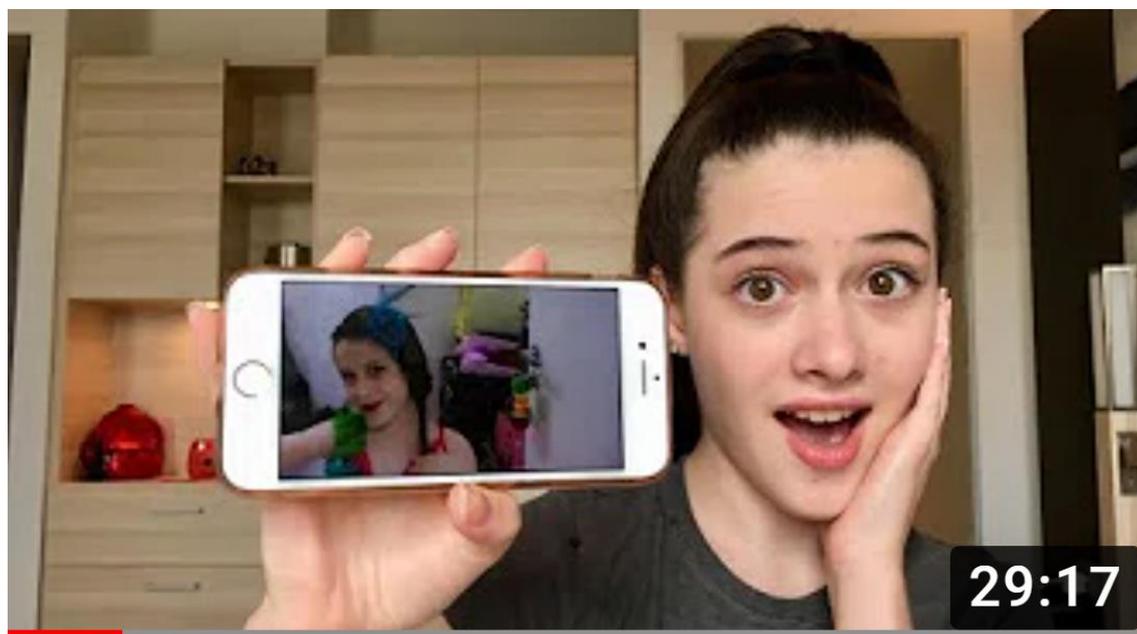
O site *Renderforest*<sup>46</sup>, de serviço de *marketing*, alega que criar conteúdo original de vídeos está se tornando cada vez mais desafiador. Diante disso, ele se coloca na posição de oferecer serviços que tomam forma de ideias e processos criativos de produção de vídeos para *youtubers*. E apresenta uma lista extensa de sugestões de temas para produzir vídeos que envolvem ideias variadas: música, dança, jogos, *tech*, desafios, turnê de sala de jogos, novos produtos de consumo, *gadget* em seus diversos usos na vida cotidiana, *react* e *tour* pelo quarto, etc. Parece-me que a *youtuber* mirim Julia Silva se inspira nessa lista ou pelo menos segue alguns princípios do que nela está apresentado quando, em 25 de junho de 2018, publica em seu canal no *YouTube* o vídeo intitulado *Reagindo a vídeo antigo (e privado)*<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup> A matéria publicada pelo *Site Renderforest* se intitula “120 + Ideias básicas para vídeos de vídeos YouTube [lista atualizada]”. Disponível em: <https://www.renderforest.com/pt/blog/first-youtube-video-ideas>. Acesso em: 6 ago. 2019.

<sup>47</sup> REAGINDO a vídeo antigo (e privado). Videografia Julia Silva, 25 jun. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yahq7wMSLIQ&t=118s>. Acesso em: 22 dez 2018.

Figura 1 (*Thumbnail*) – Reagindo a vídeo antigo (e privado)



Fonte: Canal Julia Silva –*YouTube* (2018).

Nesse vídeo *Reagindo a vídeo antigo (e privado)*, Julia Silva propõe reagir e nos conduz a compreender, a partir de sua perspectiva, como se valeu do *tour* pelo quarto para rever a si. Para isso, ela parte da sua própria produção de vídeo, precisamente, ela toma o seu primeiro vídeo com a temática do *tour* pelo quarto e tenta nos mostrar que não se trata apenas de que o *privado se tornou público*, mas é a partir desse ambiente *metamorfoseado* (SIBILIA, 2016) que ela se constitui como *youtuber* mirim, como modo de existir ancorada na produção de vídeo para o canal na plataforma *YouTube*.

O que Julia Silva põe em prática é rever o seu primeiro vídeo com o tema *tour* pelo quarto e, para isso, lança mão da metalinguagem (LAUDONIO, 2018)<sup>48</sup>. Isto é, ela produziu outra narrativa em vídeo para falar de si mesma, a partir de um vídeo anterior de sua própria autoria. Dito de outro modo, ela nos mostrou como produziu um vídeo pela forma do *react* como uma estratégia de provocar a si mesma e com o intuito de gerar reação. O conteúdo dessa reação, no caso em tela, tornou-se a materialidade para se produzir um outro vídeo.

<sup>48</sup> “A metalinguagem é um recurso em que a própria linguagem é utilizada como tema e conteúdo daquilo que será escrito” (LAUDONIO, 2018, n.p.). Trata-se de um recurso usado no cinema, na pintura, em livros, clipe, música, *game*, série.

Essa materialidade parece que pode ser lida como: o gesto cuidadoso de falar de criança para criança, o modo de como colocou em circulação diversas narrativas cheias de vida e de entusiasmo, os pontos de vista sobre o seu modo de criança de apresentar os vídeos, e o processo de aprender a operar a câmera para filmar. Somam-se a isso, as amizades da escola e o seu gosto pessoal. Assim, a partir dessa materialidade, foi possível entender como Julia Silva se empenhou para fazer existir outro modo de produzir o percurso pelo quarto, ou melhor, nos mostrou outro modo de ver o *tour* pelo quarto.

Nesse sentido, o vídeo em análise neste capítulo permite ver como Julia Silva constrói modos de relatar para cumprir o desafio do *reagindo* a partir do *tour* pelo quarto, mas também permite compreender como ela ampliou sua perspectiva de olhar a si e produziu resposta sofisticada ao (re)pensar o próprio percurso de vida *youtuber* mirim como o modo de existência editado.

Observa-se que acrescentei, ao sintagma modo de existência, o vocábulo editado. Sendo assim, é necessário um esforço para explicitar o que estou considerando como modo de existência editado neste capítulo. O “modo de *modus* não é uma existência, mas a maneira de fazer existir um ser em determinado plano. É um gesto” (LAPOUJADE, 2017, p.15). Étienne Souriau (2020, p.159) afirma que “a existência realizada não é apenas uma esperança, mas também corresponde a um poder. Ela exige um fazer, uma ação instauradora”. Por fim, o ‘editado’ revela que “os fragmentos combinados são capazes de ‘significar’ um espaço, assim como sugerir, significar um tempo. [...] O editar é a criação de sentido e provém de seu relacionamento decompondo uma cena em plano” (XAVIER, 2012, p.87-88). Portanto, diante dessa composição, entendo que o modo de existência editado consiste no conjunto de operações combinadas do viver, do rever o que se viveu, do gerir e editar a si mesma (como Julia Silva), atribuindo outro sentido. Para esta tese, o gerir e editar a si mesma estão implicados na produção de ações capazes de (re)*significar* tanto o gesto da (re)edição das imagens “captadas” pela câmera quanto do (re)alinhar os relatos de forma a produzir sentido nas *ocupações do espaço-tempos dos modos de existência* dessa infância *youtuber* mirim.

Nesse sentido, cabe lembrar que a noção infância/criança que esta tese abarca insere-se na perspectiva dos estudos pós-estruturalistas para pensar a criança a partir daquilo do que fala e mostra em sua produção de conteúdo para vídeo. Sendo assim, não se trata de uma identidade que iguala as crianças a um padrão de condutas ou mesmo um modelo a ser seguido, mas de tentar compreender a infância naquilo que ela produz como modo de existência.

Dessa forma, é propício lembrar do que Vattimo (1996, p.17) salienta, registrado no capítulo anterior, de que o “ser não coincide com aquilo que é permanente [...] mas tem a ver

com o acontecimento”. Nesse sentido, entendo a possibilidade de enxergar a criança na cena analítica como “*intempestivo, como experiência no contemporâneo*” (AGAMBEN, 2009, p.58). Referendar essa noção significa conduzir o olhar a criança de frente, naquilo que se esboça como horizonte, isto é, “testemunhar a infância do encontro, [...] o acolhimento que acontece, o respeito pelo acontecimento” ((LYOTARD, 1993, p.116). Isso requer observar “o crescimento da complexidade na maior parte dos domínios, incluindo os modos de vida, a vida cotidiana” (LYOTARD, 1993 p.103). As perspectivas de Agamben e Lyotard nos ajudam a entender que pensar a criança no horizonte do seu cotidiano da produção de conteúdo é permitir vê-la não só a partir daquilo que é inventado/criado, mas também que seu cotidiano está engendrado no “regime de poder situado na plataforma” (D’ANDREA, 2020, p.14). Isso significa, neste âmbito analítico, valorizar a produção em vídeo de Julia Silva a fim de compreender como essa infância *youtuber* mirim demandou formas de se mostrar a partir do vídeo *Reagindo a vídeo antigo (e privado)*.

Tal entendimento é bastante oportuno neste capítulo por dois motivos. O primeiro porque ajuda a compreender como Julia Silva ressignificou a sua própria produção videográfica, assumindo a possibilidade de pensar o seu percurso como criadora de conteúdo. O segundo é porque, ao realizar o entrelaçamento entre o vídeo *Antigo e privado* de 2012 e o vídeo *Reagindo* de 2018, ela nos ajuda a entender o seu modo singular de posicionar-se de maneira sofisticada sobre o modo de existência editado. Esse modo de existência parece possível de ser traduzido como um movimento: ‘veja-me’, ‘veja como eu produzia e como eu penso essa produção hoje’. Assim, tanto ressignificar o vídeo quanto produzir posicionamento com certa sofisticação reúnem um conjunto de possibilidades para criar narrativas sobre o *modo de existência* (LAPOUJADE, 2017; PELBART, 2019 a) *youtuber* mirim.

Diante disso, neste capítulo, estou atenta para o fato de que o modo de existência da *youtuber* mirim na plataforma do *YouTube* é também uma porta de possibilidades de reflexão sobre a infância atravessada pela temporalidade grega em suas modalidades: “o *chrónos*, o *kairós* e o *aión*” (KOHAN, 2007). Cabe explicitar que as perspectivas da temporalidade grega não são conformações fechadas, cada uma na sua caixa, ao contrário disso, elas se entrelaçam e se sobrepõem aos fenômenos da vida.

Assim, para compor o desenho analítico deste capítulo, argumento que, no vídeo *Reagindo a vídeo antigo e (privado)*, Julia Silva não só produziu o *tour* pelo quarto, mas, ao realizar o *tour*, também produziu nomeações estratégicas: “vídeo relíquia” e “vídeo homenagem”, interpondo inflexões entre eles. Com isso, ela potencializou o movimento do (re)ver a si mesma atravessada por múltiplas temporalidades. Além disso, ela ampliou o

espectro de expor os acontecimentos por meio do tour de maneira a evidenciar o processo de produção do modo de existência editado de uma criança *youtuber*.

No desenvolvimento do tema, o capítulo está organizado em três seções. Na primeira, abordo a noção de infância *youtuber* na temporalidade *chrónos*. No curso analítico, mostro como os discursos normativos e institucionais sobre a criança se guiam pela temporalidade *chrónos*. Na segunda seção, apresento noções da infância em sua novidade e discuto como a *youtuber* mirim entra em cena, demandando o movimento do re entre os vídeos relíquia e homenagem, na temporalidade *kairós*. Por fim, na terceira seção, discuto o *que pode o corpo youtuber mirim* no movimento de afetar e ser afetado na temporalidade *aion*. É o que veremos a seguir.

### 5.1 A PRODUÇÃO DO TOUR COMO MODO DE EXISTÊNCIA NA TEMPORALIDADE CHRÓNOS

Nesta seção, opero com dois microrrecortes do vídeo “*Reagindo a vídeo antigo (e privado)*”: um, com foco na descrição do vídeo que aparece no *design* do canal; e o outro com foco na breve abertura do vídeo, para buscar compreender, a partir daí, o entrelaçamento da noção de modo de existência com a de temporalidade *chrónos*. Para isso, vale lembrar as ponderações de Souriau (2020), que considera a necessidade de nos contentarmos com a noção de “pluralidade existencial”. O autor chama atenção para o modo em vão de tentar fixar, antecipadamente, o número de modos de existência. A “existência a tem necessidade da variedade, como a palheta do pintor tem necessidade de muitas cores ou a flauta elementar do músico tem necessidade de diversas notas”; e prossegue: “[...] com duas ou três cores, com quatro ou cinco notas, podemos fazer nobres pinturas ou belas melodias. Sem excluir que haja inovação, que se acrescentem novas cores a essa pintura ou novas notas a essa escala rústica” (SOURIAU, 2020, p.115). O que o autor expressa é que as tentativas de unificação são possíveis desde que não sejam “vãs totalizações buscando fechar o conjunto desses elementos em um discurso finito, em universo único” (SOURIAU, 2020, p.116). A visão de Souriau nos parece propícia para entender como o tour pelo quarto, produzido por Julia Silva, parece poder inserir a temporalidade *chrónos* sem a pretensão de totalização, mas atenta ao fio do *chrónos* para entender como ele atravessa o trajeto da *youtuber* mirim e abre a possibilidade de expandir a compreensão do modo de existência dessa infância.

Sendo assim, cabe, nesta análise, ater-me à singularidade da infância e tentar entendê-la em outra possibilidade: “o que ela tem e não do que lhe falta: como presença e não como

ausência; como afirmação e não como negação, como força e não como incapacidade” (KOHAN, 2007, p. 41). O autor ainda afirma que “essa via de percepção produz mudanças nos espaços outorgados à infância no pensamento e nas instituições pensadas para acolhê-la” (2007, p. 41). No caso desta tese, essa via de percepção não só ver a mudança, mas ver como foi produzido o ‘estranhamento’, no sentido de que a ‘instituição’ plataforma não foi feita para a criança. Mas é nela que, de certa forma, foi possível emergir a produção de uma infância *youtuber* mirim que carrega possibilidades de acontecimentos diferentes na contemporaneidade. Acontecimentos circunscritos ao próprio movimento da criança, na perspectiva da filosofia, parecem situados como o “lugar dos inícios afirmativos”, conforme nos mostra Kohan (2007, p. 41).

A perspectiva de Larrosa (1998, p.238) nos sugere “aceitarmos a infância e acolhê-la em sua novidade”, o que significa “tomá-la em sua absoluta heterogeneidade”. Esse modo de compreensão tenciona nosso olhar em direção a “tirar a infância de alguns lugares que a tradição consagra para ela há muito tempo” (KOHAN, 2007, p. 42). Dito de outro modo, nos tenciona a olhar e entender o “processo de desinstalação da infância das posições e lugares onde sempre esteve na modernidade: basicamente família e na escola, para vir ocupar outras posições” (CASTRO, 2002, p.55). Cabe assinalar que, para esta pesquisa, o esforço não é investigar a infância dos lugares da tradição ou mesmo comparar, mas compreender como a criança, Julia Silva, se moveu e se instalou no lugar não pensado para ela. Isso indica ver como a infância ocupa outra posição, no caso em tela, a criança habitante e “possuinte” de um canal no *YouTube*.

Diante disso, a infância é aqui acolhida em sua *heterogeneidade*, tentando entender a criança tanto a partir do lugar que ela ocupa quanto em sua produção do *tour* pelo quarto. Isso demandou percorrer outros campos teóricos que refletem sobre esse modo de habitar, produzir e pensar o modo de existência editado em contexto de plataforma.

Assim, a partir dessa compreensão da infância em sua *absoluta heterogeneidade*, esta seção do capítulo segue o microrrastrado da *hashtag* de conteúdo editorial da descrição do vídeo *Reagindo a vídeo antigo (e privado)*. Nesse processo, levanto as reverberações que dela derivam e a desenham em seu percurso na esteira da temporalidade. Esta seção também propõe uma aproximação da dimensão *chrónos*, mas sem a pretensão de fechamento.

No campo da descrição do vídeo, Julia Silva dá lugar de destaque à *hashtag* “#conteúdo editorial”. As “*hashtags* são indexadores de temas, tópicos e/ou palavras-chave que agregam todos os *tweets*<sup>49</sup> que as contêm em um mesmo fluxo, onde é possível observar a formação de

---

<sup>49</sup> A *hashtag* surgiu no *Twitter* com a função de indexar temas. Depois, seu uso foi alargado para outras plataformas.

uma comunidade ao redor do uso específico da *hashtag*” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 108). A *youtuber* mirim usa esse indexador de tema e chama a atenção dos inscritos do canal para se aterem à sua proposta de vídeo. Na sequência, um breve texto explica o conteúdo do vídeo: “*Fiz um vídeo reagindo ao primeiro tour do meu quarto. Esse vídeo é bem antigo e um dos primeiros aqui do canal, gravei ele em outubro de 2012 (eu tinha 7 anos)*” (REAGINDO..., 2018). Observa-se, nessa breve descrição, algo que diz do seu próprio movimento como produtora de vídeo e, ao mesmo tempo, aponta para a inflexão de retomada do vídeo antigo.

Parece-me que é nesse sentido que ela instaura a *hashtag* “*#conteúdo editorial*” e elege um tema: “primeiro tour do meu quarto”. Ela está propondo narrar o seu ponto de vista sobre a sua própria produção, isto é, expressar-se como autora e/ou como produtora de vídeo e, a partir daí, produzir narrativa sobre esse modo de existência *youtuber* mirim. Dito de outra forma, Julia pretende expressar-se sobre o repertório já produzido, mas repensando outras maneiras de fazê-lo a cada dia. Seguindo a visão de Pelbart (2016, p.340), parece haver aqui outro modo “possível a ser inventado [...] coextensivo à realidade na sua produtividade própria”. Assim, pode-se dizer que é no âmbito dessa *hashtag* do conteúdo editorial que emergem os matizes das temporalidades para pensar como a criança produz o modo de existência editado.

A afirmação “[...] *gravei ele [o vídeo] em outubro de 2012*” é um breve texto que compõe o *conteúdo editorial*. Essa fala é algo que circunscreve o *chrónos*, conforme a perspectiva cronológica linear. No entanto, esse passado recente é algo que a *youtuber* mirim aciona, não para desconsiderar, mas para afirmar como processo demarcador desse modo de existência editado. Essa produção videográfica é materialidade para ser revista e analisada no percurso do *tour* pelo quarto. Walter Benjamin (1984) assinala que é possível acompanhar os rastros deixados no percurso, tanto no despedaçamento de imagens idealizadas, nos retalhos das vozes impressas na memória, quanto nas rubricas e nas cartas esquecidas. Acrescento que, no caso do vídeo em análise, parece que essa produção pode ser lida pela via daquilo que ela fala, nos mostra, pontua e reflete sobre o modo de existência em contexto de plataforma.

Nesse sentido, o esforço aqui empreendido é para analisar a proposta da Julia Silva a partir de “*#conteúdo editorial*” a fim de entender não só como ela mobiliza os inscritos no canal, para vê-la construir o seu *tour* numa perspectiva altamente valiosa e significativa, mas também o modo como ela evoca a dimensão da temporalidade cronológica de si ao dizer “*eu tinha 7 anos*” [quando produzi] “*o primeiro tour pelo quarto*”.

Segundo Kohan<sup>50</sup>, em conferência proferida no IV Seminário Internacional sobre Educação Infantil e Pós-Estruturalismo, realizado na Universidade Federal de São Carlos (2015), para Aristóteles o *chrónos* é “um movimento numerado”, ou seja, “a vida é movimento”. Nessa conferência, gravada em vídeo, Kohan (2015) nos propõe um exercício, “tente deter o presente. Tente ficar no presente. Tente ficar no agora. Ele escapa ele vai. Ele se torna passado. Ou ainda é futuro. Mas a vida é isso, o momento por vir”; e acrescenta: “o presente é uma dobradiça. Nós temos um passado e um futuro, isso é *chrónos*. O presente é o limite no movimento”. O *chrónos* tem como característica o movimento. O *chrónos* é a personificação do tempo. É também a definição do tempo cronológico físico, compreendido como os anos, os meses, os dias, as horas, os minutos e segundos.

Essa abordagem acentua uma vontade de compreender por que a ênfase em *chrónos*, por que me deter em *chrónos*. No caso desta cena analítica, parece que tanto a “#conteúdo editorial” quanto o ecossistema do *design* da plataforma estão implicados numa perspectiva de uma temporalidade *chrónos* e nos mostram um modo de existência. O *chrónos*, na perspectiva grega, é um tempo linear, um movimento “consecutivo, sucessivo e irreversível” (KOHAN, 2015). A plataforma do *YouTube* parece operar na lógica do *chrónos*. E é nela que a *youtuber* mirim habita e produz conteúdo. O Canal Julia Silva no *YouTube*, em seu *design*, parece ser constituído da representação do tempo grego. O *chrónos* é um marcador, está ali manifesto na data da publicação do vídeo, no tempo da duração do vídeo e no tempo da visualização do vídeo.

Observa-se que, para a *youtuber* dar conta de todo o “#conteúdo editorial”, precisou produzir um vídeo com 29 minutos e 16 segundos de duração, o que é marcado por uma temporalidade *chrónos*. É esse o tempo que cada criança inscrita no canal vai precisar para assistir a esse vídeo. Se levarmos em conta o número de crianças que assistiram a esse vídeo – correspondente aos números de 217.441 de visualizações e 12 mil curtidas até o dia em que foi realizada a etnografia –, há algo expressivo sobre essa travessia da temporalidade *chrónos*. Julia também apresenta essa noção de *chrónos* quando diz que aquele foi o primeiro *tour* pelo quarto; é o *movimento numerado* da sua própria produção. Nesse sentido, parece instaurar-se aí um fio de um modo de existência editado dessa infância atravessada pela dimensão da temporalidade *chrónos*.

Ao observar o vídeo em análise, algumas modos de narrar da *youtuber* mirim sobressaem e sugerem o seu aparecimento na cena analítica. Trata-se do momento da abertura do vídeo,

---

<sup>50</sup> Os trechos transcritos correspondem à fala do autor no vídeo (Cf. listagem final das Referências).

que ela inicia da seguinte forma: “*Hoje vai ser um vídeo de react. Nós vamos reagir a um vídeo bem antigo aqui no canal. Foi o primeiro tour pelo meu quarto. Eu tinha acabado de me mudar. O quarto era novo e estava todo bagunçado*” (REAGINDO..., 2018). Para Benjamin (1994), o narrador está sempre implicado naquilo que produz como narrativa. “A narrativa, que durante tanto tempo floresceu num meio de artesão – no campo, no mar e na cidade, é ela própria, num certo sentido, uma forma artesanal de comunicação” (BENJAMIN, 1994, p.205). Continua o autor, “[...] Ela mergulha a coisa na vida do narrador para em seguida retirá-la dele. Assim se imprime na narrativa a marca do narrador, como a mão do oleiro na argila do vaso. Os narradores gostam de começar sua história com a descrição das circunstâncias” (BENJAMIN, 1994, p.205), no sentido de fazer aparecer nas coisas narradas tanto “na qualidade de quem as viveu” quanto “na qualidade de quem as relata”, é isso que Benjamin (1994, p.205) reflete e nos mostra.

Voltamos, então, a Julia Silva, para vê-la implicada naquilo que narra – “*esse vídeo já não mais está no ar. Porque eu gravei um outro e ficou melhor. [Então] eu tirei esse vídeo do ar. Mas eu ainda tenho esse vídeo. É uma relíquia, ninguém tem*” (REAGINDO..., 2018). Nomear um vídeo *relíquia* parece-me uma maneira de dar sentido àquilo que viveu, que tem ali a sua singularidade do modo de existência *youtuber*; ainda que ela diga “*eu gravei outro melhor e tirei ele do ar*” (REAGINDO..., 2018), parece que não é um desfazimento, não subtrai a noção do valor da *relíquia*. O vídeo tem uma força, tem algo precioso de apreço que ela toma como referência de si. Lapoujade (2017, p.35), apoiado em Souriau, afirma que o “modo de existência não é substancial, mas sustentativo, na medida em que se alimentam de nossos afetos”. Nesse sentido, entendo que, ao nomear o vídeo como *relíquia*, ela invoca características relacionais dinâmicas de sua existência. O apreço pelo *vídeo-relíquia* é a intensidade do afeto e constitui a sustentação na sua produtividade própria do seu modo de existência *youtuber* mirim.

A *youtuber* mirim expande o seu *retalho de voz*, como nos fala Benjamin (1994), ao dizer “*Eu tinha 7 anos quando gravei este vídeo, seis anos atrás. Porque eu vou fazer 13 anos. Então esse aqui é como uma homenagem*”. Faz um gestual com os dedos, indicativo de aspas para a palavra *homenagem*. “*Meu aniversário está chegando dia 25 [sic]*”. (REAGINDO..., 2018). Apesar da ênfase na faixa etária, algo que diz da dimensão da temporalidade *chrónos*, o que ela evoca é a dimensão *kairós*, que será debatida na segunda seção do capítulo. A sua intenção é demarcada pela vontade de rever vídeos antigos, falar a partir deles, ou melhor, produzir a partir dele outro vídeo, nomeado por ela “vídeo-homenagem”. É o movimento de inflexão de si que ela está tentando produzir ou, nas palavras de Lapoujade (2017, p.22), “produzir novas realidades, onde antes ninguém tinha visto nada”. O autor indaga: “onde encontrar em si mesmo

os recursos para legitimar determinado modo de existência singular?” (LAPOUJADE, 2017, p.24). Trazendo essa pergunta para o contexto deste capítulo analítico, cabe pensar: caso Julia não tivesse outro lugar no mundo para fazer o *tour*, cabendo a ela apenas o *tour* pelo quarto, que modo de existência poderia ser aí produzido? Parece que Lapoujade (2017, p.24) ajuda a produzir uma resposta ao afirmar que “talvez as existências devam se submeter a outras existências para se colocarem elas mesmas ou se consolidarem, inversamente. Não existimos por nós mesmos; só existimos realmente porque fazemos existir outra coisa”; e continua em sua reflexão: “[...] toda existência precisa de intensificadores para aumentar sua realidade”. Partindo dessa compreensão, penso que o movimento de inflexão de Julia para produzir o *vídeo-homenagem* é o seu modo de busca a fim de intensificar a realidade de sua existência.

Cabe sublinhar mais um relato demarcado no início do vídeo em análise. A *youtuber* diz: “*Eu estou com medo deste react, vou confessar. Será que vou ficar com vergonha? Não, gente, tranquilo*” (REAGINDO..., 2018). Dentro deste microrrelato, é oportuno situar o vocábulo *confessar* pela sua significação semântica e translações sofridas no tempo. Nesse sentido, Sibilia (2016, p.147), ancorada em Foucault, afirma que “a confissão é uma técnica”, e assinala: “[...] é um desses instrumentos de poder cuja história é tão longa como fértil”. Após o seu nascimento no âmbito eclesiástico, essa técnica avança para outros campos de saber. “Ganha rendimento posterior no campo jurídico, essa técnica foi apropriada pelas práticas médicas e pelas pesquisas das ciências humanas no século XIX. E durante boa parte do século XX, pela psicanálise” (SIBILIA, 2016, p.147). No contexto desta cena analítica, pode-se considerar que, como ressalta Sibilia (2016, p.147), a confissão é uma “tática tão eficaz” que “brilha com novas roupagens nas telas digitais da internet. [...] Assim, no século XXI, a confissão midiática é mais interativa do que nunca”. Julia Silva, ao evocar a expressão “*vou confessar*” parece empregar a tática de poder tanto para afirmar que “está com medo” quanto para indagar a si mesma: “*será que vou ficar com vergonha?*”. De qualquer modo, a técnica de confessar empregada no caso em tela parece invocar novo sentido à experiência da *youtuber* como possuinte de um canal no *YouTube*.

No vídeo em análise, cabe prestar atenção a outro fragmento da narrativa que se impõe na cena analítica. Trata-se de quando Julia nos diz de uma percepção de dúvida sobre se alguém, de fato, assistia ou não ao vídeo em seu canal. Como nos relata: “*Gente! Outra coisa, muitas pessoas acham que eu comecei o canal, tipo assim, sabendo que as pessoas iam me assistir. Mas não, [quando] comecei o canal eu não esperava que ninguém ia me assistir*” (REAGINDO..., 2018). Observa-se aí um elemento sutil: não saber se teria ou não visualizações quando começou o canal. Essa percepção de Julia alinha-se ao estudo de Hertzog (2019), que

nos mostra que, até o ano de 2011, a plataforma do *YouTube* funcionava por meio de um algoritmo com ênfase na determinação de quais vídeos teriam um ranqueamento melhor que outros, através do número de acessos. “Isso gerou na plataforma um anseio dos produtores de conteúdo em conseguir o maior número de visualizações possíveis, ainda que os usuários da plataforma não assistissem aos vídeos na íntegra” (HERTZOG, 2019, p.158). Parece-me que é possível pensar, a partir daí, um elemento sutil crítico no relato de Julia ao não saber se teria ou não visualizações quando começou o canal, pois esta sua percepção sinaliza esse momento gerencial do funcionamento do ecossistema do *YouTube* na lógica dos “chamados *click baits* através de *thumbnails* chamativas”, mas “não garantindo o engajamento do usuário” (HERTZOG, 2019, p.158). São lógicas que expressam a dimensão política do negócio da plataforma do *YouTube*.

Essa percepção de Julia parece-me ter sido um pequeno lapso temporal, pois imediatamente ela põe em destaque: “*Quando eu gravei este vídeo [reliquia, em 2012] eu sabia que tinha gente me assistindo*” (REAGINDO..., 2018). Segundo Hertzog (2019, p.158), o *YouTube*, em 2012, promoveu uma “alteração em seu algoritmo passando a recompensar o tempo de engajamento com os vídeos ao invés dos cliques, deixando de lado as exibições em favor do tempo de exibição [sic]”. Continua o pesquisador: “com esta mudança a plataforma passa a monetizar o tempo que as pessoas desprendem ao utilizá-la, reconfigurando as maneiras pelas quais os engajamentos dos usuários são valorizados na economia digital” (HERTZOG, 2019, p.159). Observa-se que a atitude de Julia, ao confirmar que, no vídeo de 2012, já sabia que tinha alguém assistindo, é convergente com a mudança implementada pela plataforma ao passar a operar na modalidade *chrónos*, em sua economia política, pelo crivo do algoritmo, dando ênfase ao tempo de exibição do vídeo. Nesse sentido, penso que as percepções sutis que ela produziu são microssaberes em estreita relação com o funcionamento do ecossistema corporativo do capitalismo de plataforma, ainda que a criança não se expresse desse modo.

Para Zuboff (2020, p.353), “o capitalismo de plataforma se apoia em uma arquitetura global dominante de conhecimento e controle computacionais ubíquos estruturados e mantidos por todo o avanço *know-how* científico”. Ainda nesse contexto em que Julia está tentando nos mostrar como foi se configurando o seu entendimento de como funciona o ecossistema da plataforma *YouTube*, ela nos diz: “*No segundo vídeo, eu já tinha consciência [de] que tinha algumas pessoas me assistindo. É estranho, porque eu sabia que tinha visualizações, que alguma pessoa em algum canto tinha visto, mas é doido. Gente, eu não sei explicar. É engraçado*” (REAGINDO..., 2018). Observa-se aí que Julia tem uma vontade de saber – mas saber o quê? Penso que talvez seja entender a visão que está subjacente à racionalidade

algorítmica do ecossistema da plataforma. Mas, diante do vácuo, ela justifica ao seu modo – “*eu não sei explicar*” – e se contenta em apenas adjetivar a situação – “*é estranho*”, “*é doido*” (REAGINDO..., 2018) – diante da complexidade que engendra possuir um canal, postar vídeos e ter a precisão perceptiva de que alguém assistia a ela. Isso não significa uma inadequação de Julia, mas parece-me traduzir a dimensão do “capitalismo da informação” (ZUBOFF, 2018) que atravessa o modo de existência *youtuber* mirim.

Zuboff (2018, p.18) afirma que o “capitalismo da informação procura prever e modificar o comportamento humano como meio de produzir receitas e controle de mercado”. Para a autora, esse “capitalismo se formou gradualmente durante a última década, incorporando novas políticas e relações sociais que ainda não haviam sido bem delineadas ou teorizadas” (ZUBOFF, 2018, p.18). Partindo da experiência de Julia querendo saber, mas não sabendo explicar, juntamente com essa citação de Zuboff, parece-me ser possível pensar que a transformação da cotidianidade como modo de vida em plataforma é atravessada pela estratégia de comercialização, mas sob o “ofuscamento das divisões; a natureza da empresa e sua relação com a população” (ZUBOFF, 2018, p.19). No contexto desta seção analítica, entendo que Julia Silva é responsável por criar roteiros, pelo tempo de duração dos vídeos e manter a periodicidade das publicações dos vídeos em seu canal. Tudo isso engendra produzir no fio da temporalidade *chrónos*.

Nesse sentido, cabe lembrar que os Termos de Serviço do *YouTube* utilizam a temporalidade *chrónos* como força normativa e tomam a faixa etária do usuário como elemento determinante de quem deve ou não efetivar o clique do *aceito* aos termos e condições de uso da referida plataforma. Na perspectiva de Kohan (2015), a temporalidade *chrónos* é uma linha. É um movimento linear que não volta atrás. Não é reversível. Não pula. Um ponto segue outro ponto. A noção de *chrónos* de certa forma produz discurso como marcador da infância. Isso pode ser facilmente identificado no *Estatuto da Criança e do Adolescente*<sup>51</sup>, em seu art. 2º, que estabelece a definição de que a “criança é a pessoa até 12 anos incompletos” (BRASIL, 1990).. Pode-se pensar a partir desse estatuto a ligação identificada com a concepção do tempo *chrónos*, o qual parece justificar a concepção da criança como uma infância *chrónos*.

Esse entendimento da criança como uma infância *chrónos* está presente nas diretrizes e recomendações da Organização Mundial de Saúde – OMS<sup>52</sup> no que se refere à exposição aos

<sup>51</sup> BRASIL. ECA. 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm). Acesso em: 6 jan. 2020.

<sup>52</sup> OMS divulga recomendações sobre o uso de aparelhos eletrônicos por criança até 5 anos. abr.2019. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/oms-divulga-recomendacoes-sobre-uso-de-aparelhos-eletronicos-por-criancas-de-ate-5-anos/>. Acesso em: 8 dez. 2019.

conteúdos digitais. Essas recomendações, que podem ser conferidas no *site* da OMS, publicadas em abril de 2019, detalham a maneira como as crianças devem proceder ao se expor em contextos digitais e o tempo máximo que devem permanecer nele. Estabelece-se que crianças de até cinco anos de idade não devem passar mais de 60 minutos por dia em atividades passivas diante de uma tela de *smartphone*, computador ou TV. Soma-se a isso a dimensão do alerta: “os bebês com menos de 12 meses de vida não devem passar nem um minuto na frente de dispositivos eletrônicos” (OMS, 2019). As orientações da organização internacional determinam que crianças de 1 a 4 anos de idade devem estar ativas por pelo menos 180 minutos ao longo do dia. Tais diretrizes deixam em evidência a dimensão da temporalidade *chrónos*. Detalhes dessas prescrições da OMS estão no Quadro 4 a seguir.

Quadro 4 – Diretrizes da Organização Mundial da Saúde para a criança em contexto digital

<b>Classificação da Criança</b>	<b>Recomendações</b>	<b>Não recomendações</b>
Bebês (menos de um ano)	Devem estar fisicamente ativos várias vezes ao dia de várias maneiras, particularmente por meio de brincadeiras interativas no chão. Para crianças que ainda não sabem andar, essas atividades físicas devem incluir pelo menos 30 minutos em posição de bruços, repartidos ao longo do dia. Tempo de sono de boa qualidade: Do nascimento até três meses (14 a 17 horas por dia). De quatro a onze meses (12 a 16 horas por dia).	Não se recomenda que passem tempo diante das telas dos dispositivos digitais.
Crianças de um a dois anos de idade	Devem passar ao menos 180 minutos em uma variedade de atividades físicas com variações de intensidade (moderada a elevada) distribuída ao longo do dia. Tempo de sono: 11 a 14 horas por dia.	Não se recomenda nenhum período em atividade sedentária em frente a uma tela (assistindo à TV, a vídeos ou a jogos de computador). Exceção: para crianças de 2 anos de idade, o tempo em frente às telas não deve ser superior a uma hora.
Crianças de três a quatro anos de idade	Devem gastar ao menos 180 minutos em vários tipos de atividades físicas de qualquer intensidade. Pelo menos 60 minutos de intensidade moderada a elevada. Tempo de sono: 10 a 13 horas por dia.	O tempo em frentes às telas não deve exceder uma hora.

Fonte: Elaboração da Autora (2020)<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Com base no conteúdo disponível em: BRASIL. ECA. Disponível em: [www.planalto.gov.br/ccvil03/leis/1806.html](http://www.planalto.gov.br/ccvil03/leis/1806.html). Acesso em: 6 jan. 2020.

Observa-se que tanto o *Estatuto da Criança e do Adolescente* (BRASIL, 1990) quanto às Diretrizes da Organização Mundial da Saúde (2019) organizam sua forma de pensar a infância ancorada na temporalidade *chrónos*. Para Kohan (2015), o *chrónos* afeta nossa relação com a infância. Isso porque há uma compreensão de que a infância é como uma coisa, a primeira etapa da vida. Essa coisa é *chrónos*. O *chrónos* é o “‘movimento numerado’ de grande alcance no mundo. O *chrónos* serve ao capital<sup>54</sup> e às ciências. É o tempo que permite que os mercados se conectem, é o tempo do consumo. Tudo isso é *chrónos*.” (KOHAN, 2015).

Enfim, caso fosse necessário escolher um vocábulo que desse conta de traduzir esta seção do capítulo, parece-me que aquele que talvez mais se adequasse a esse propósito fosse: *timeline*. Isso porque, segundo Marques (2015, p.63), “a *timeline* é uma técnica [que] permite compreender as relações temporais entre os eventos”. Nesse sentido, ela auxiliaria a obter uma visão geral da produção analítica desta seção; focalizaria os detalhes relativos à *hashtag conteúdo editorial*; marcaria os eventos específicos do *chrónos* no ecossistema da plataforma digital; demonstraria como os *acontecimentos foram construídos* pela narrativa produzida pela *youtuber* mirim; colocaria em relevo que “existimos realmente porque fazemos existir outra coisa” (LAPOUJADE, 2017, p.24). Atentaria também para a força do *chrónos* como marcador da noção de infância, derivando daí os discursos normativos e institucionais. Finalmente, afirmaria que esta seção foi produzida utilizando a linha temporal de apenas dois minutos e trinta e três segundos, articulando vídeo-reliquia e vídeo-homenagem, e possivelmente apontaria que o descarrilhar de todo o vídeo só acontecerá nas próximas seções dos capítulos.

## 5.2 O TOUR COMO MODO DE EXISTÊNCIA NO ESPAÇO DA HETEROTOPIA: TEMPORALIDADE KAIRÓS

---

<sup>54</sup> Essa concepção de temporalidade *chrónos* como movimento numerado predominou no mundo industrial. Sibilía (2015, p.22) afirma que “a máquina emblemática do capitalismo industrial foi o relógio. A história do relógio remonta aos mosteiros da Idade Média, precursores das rotinas regulares e ordenadas, nos quais se praticava uma valorização inédita da disciplina e do trabalho. Somente no século XIII surgiu o primeiro aparelho mecânico, ainda muito rudimentar. Teriam sido os monges beneditinos, segundo o historiador da técnica Lewis Mumford, a grande ordem trabalhadora da Igreja Católica. Sua utilização foi se expandindo lentamente para fora dos muros dos conventos quando as cidades começaram a exigir uma rotina metódica, com todas as ações humanas sendo sincronizadas e as tarefas organizadas em intervalos regulares. Assim, para além dos sinos que ecoavam nos campanários assinalando certas horas do dia, em meados do século XVI tornou-se habitual a divisão das horas e dos minutos em sessenta partes iguais que passaram a servir como ponto de referência abstrato para todos os eventos. No século XVI o relógio doméstico faz sua aparição. O esquadramento do tempo não ocorreu sem violência: os organismos humanos tiveram que sofrer uma série de operações para adaptar aos novos compassos, dando à luz outras formas de ser, de estar e de movimentar-se nas coordenadas espaço-temporais”. Sibilía ainda chama a atenção para o “Observatório de Greenwich, na Inglaterra. Trata-se do ponto do planeta escolhido para operar como quartel-general do enquadramento do tempo em fusos horários, visando à sincronização mundial das tarefas humanas a serviço do capitalismo industrial”.

Nesta seção, procuro entender o quarto do *tour* a partir do lastro teórico desenvolvido por Foucault (2013), assumindo a sua definição proposta no texto *De espaços outros*. Busco acolher a criança em sua novidade, principalmente em seu narrar sobre como ela vive e sente a partir do *tour* pelo espaço da heterotopia. Procuro entender o *kairós* em sua intensidade – oportunidade em alinhamento com o plano *tour* como modo de existência. Atenta ao fio do acontecimento, apresento a reflexão sobre modo de existência de Peter Pál Pelbart<sup>55</sup> (2019 a) proferida no evento do I Encontro de Deleuze e Guattari: Desejo e Política, realizado na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, na Universidade de São Paulo em 2019, o qual afirma que “o julgamento impede a chegada de qualquer novo modo de existência. Pois o modo de existência se cria por suas próprias forças. Isto é, pelas forças que sabe captar e vale por si mesmo na medida que faz existir a nova combinação”. O autor prossegue: “talvez aí esteja o segredo: fazer existir, não julgar” (PELBART, 2019 a). A partir desse vértice, acompanho a entrada em cena da *youtuber* mirim Julia Silva demandando o movimento do *re* entre os vídeos *reliquia* e *homenagem* como um convite para ampliar o olhar analítico, portanto compreender o modo de existência editado.

Sendo assim, inicio com a seguinte indagação: o que se passa nas cenas do *tour* pelo quarto? Nesse sentido, cabe dizer que o proposto nesta tese se distancia da noção de que a criança é o *infans*, ou seja, aquela que ainda não fala. A criança inserida na cena do *tour* sabe falar. É uma menina *youtuber* – ela fala do que faz e produz seus modos de narrar a partir dos usos dos instrumentos câmera e vídeos. E assim nos mostra os acontecimentos e explicita com detalhes as surpresas desse *tour*. Ela produz vídeo e exhibe radiante a sua produção inscrita no mundo da plataforma do *YouTube*. Nesse vídeo em análise, o que aparece é o movimento de produzir o *re*. Produzir o movimento do *re* é entendido aqui como um modo de fazer realçar a vida, pela ação de rever, refazer e repensar, com certa leveza, o percurso pelo vídeo-reliquia. Lapoujade (2017, p.117) nos mostra que “os momentos mais emocionantes para Souriau são aqueles em que surge uma nova existência, como se ela estivesse saindo da bruma, e cuja realidade é preciso aumentar”, no caso em tela, tem o entendimento de que fazer aumentar o modo de existência editado, é algo diferente da imagem fixa de si.

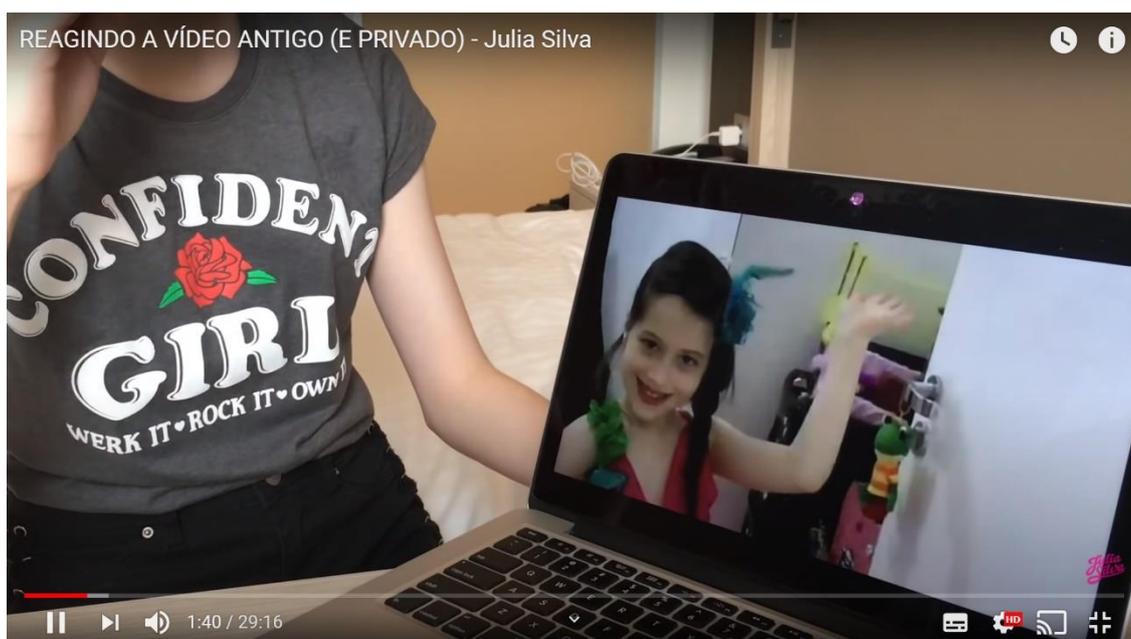
Posso pensar que é no movimento do *re* que a *youtuber* mirim reencontra a força para fazer ver o modo de existência editado na perspectiva do vídeo homenagem. Isso mostra que ela não só realizou outro percurso do *tour*, mas operou com intensidade na produção de um novo sentido. Sentido traduzido como a ação de buscar oferecer qualidade, como se fosse querer

---

<sup>55</sup> O trecho transcrito corresponde à fala do autor no vídeo (Cf. listagem final das Referências).

construir uma assinatura de sua produção videográfica. Desse modo, esta seção analítica segue acompanhando o movimento do *tour* pelo quarto e, a partir dele, discute os modos de existência atravessados pela noção da temporalidade *kairós*.

Figura 2 – Julia sentada na cama ao lado do *notebook*



Fonte: Canal Julia Silva – YouTube (2018).

Passemos, então, ao *tour*. O vídeo em análise inicia-se com Julia em seu quarto, sentada numa cama. Ao seu lado, um *notebook* com a tela aberta, e nele está sendo exibido o vídeo-reliquia. Ela aponta para a tela e diz: “*Deixa eu mostrar para vocês [sic]*”. Gira a tela em direção a câmera, na qual é possível ver a *youtuber* aos sete anos de idade, de pé em seu quarto, em frente à câmera, que diz: “*Oi, pessoal! Eu sou Julia. Estou de volta. Várias pessoas pediram pra eu fazer um tour do meu quarto*” (REAGINDO..., 2018). Aqui, parece-me necessário ampliar a compreensão desse espaço *quarto* para além de uma demarcação física de um cômodo da casa. Para isso, recorro ao meu encontro com o texto *Dos espaços Outros* de Foucault (2013), que me possibilitou compreender como os espaços expandem e deslocam sentidos. Foucault (2013, p. 115) questiona a noção moderna de espaço, ao mesmo tempo em que afirma que “o espaço é heterogêneo”. Nesse sentido, o quarto é entendido aqui como espaço estratégico e necessário não só como produção da imagem de Julia Silva entre cores e objetos, mas pela possibilidade de realizar uma leitura do processo de como foi construído o fio do modo de existência a partir do *tour* pelo quarto.

Foucault (2013, p.113) chama a atenção para o horizonte de nossa experiência, no sentido de perceber como estamos implicados nos “lugares onde as coisas se encontram alocadas por terem sido deslocados dos lugares de localização”. Para isso, ele sugere uma espécie de suspensão da palavra *utopia* e propõe sua substituição por um conceito mais operativo, nomeado por ele *heterotopia*. Segundo o autor, “a heterotopia tem o poder de justapor em um único lugar real vários espaços, várias alocações que são em si mesma incompatíveis” (FOUCAULT, 2013, p. 117). Na perspectiva de Foucault, a heterotopia atravessa diversos espaços, sejam eles materiais ou imateriais, que vigoram no espaço onde vivemos. O autor enumera os espaços de liberdade: “o teatro faz suceder, sobre o retângulo do palco, o cinema é uma sala retangular, no fundo da qual, sobre a tela de duas dimensões, se vê projetar-se um espaço de três dimensões; talvez, o exemplo mais antigo dessa heterotopia na forma de alocações sobrepostas” (FOUCAULT, 2013, p. 117). Ele também reflete sobre os lugares de confinamentos, como as prisões e os asilos.

Foucault (2013, p.117) nos mostra que o jardim é uma heterotopia por excelência. E detalha minuciosamente esse espaço a partir do tradicional jardim dos persas, que descreve do seguinte modo: “Dentro seu retângulo devia reunir quatro partes representando os cantos do mundo, tendo no meio um espaço mais sagrado, onde ficavam a fonte e o jato d’água, e toda a vegetação do jardim devia distribuir-se nesse espaço como uma espécie de microcosmo”. O autor amplia essa perspectiva de ler o espaço como uma heterotopia e faz uma breve passagem por bordéis, hotéis de luxo, museus, bibliotecas, colônias de férias, feiras populares, tapetes, espelhos e quartos.

Sendo assim, partindo da compreensão de que a heterotopia consegue sobrepôr, num só espaço real, vários espaços, “vários lugares que por si só seriam incompatíveis”, penso que seria possível dizer que o quarto demandado para realizar o *tour* é também uma heterotopia. Esse quarto era um lugar privado que rompeu com a noção de fronteira e tornou-se público, principalmente ao se tratar de uma realidade marcada pelas tecnologias de plataformas digitais. A zona de fronteira, nesse contexto digital, requer a própria marca de abertura, como decisão estratégica, mas nunca descontextualizada e fechada em si mesma. Isso significa dizer que, enquanto lugar de localização no espaço privado da casa, o quarto foi deslocado do seu lugar para ser alocado em um vídeo, que por sua vez também foi alocado em um canal de uma plataforma do YouTube. No contexto desta cena analítica, parece-me que esse movimento de alocação é um modo constitutivo de pensar o quarto como um espaço de heterotopia.

Nesse sentido, cabe retomar ao *tour* pelo quarto conforme a descrição do vídeo, mas agora concebendo o quarto como espaço da heterotopia, e demarcar as sucessivas pausas, seguidas

por comentários da *youtuber* mirim. A primeira vem de imediato, com a seguinte reação: “*Gente, a minha cara, eu estou assim*” – reproduz o gesto de si, a sua própria imagem aos 7 anos de idade. “*Poxa, gente! É engraçado, porque [...] eu não sei se o pessoal hoje em dia gostaria de assistir [a] um vídeo desse. Mas antigamente era esse o tipo de vídeo que tinha, entendeu?*” (REAGINDO..., 2018). Parece-me que esse comentário sugere o entendimento de que essa produção videográfica só tem sentido se for circunscrita a um tempo específico da experiência dessa criança, ao mesmo tempo em que reforça a impossibilidade de confiná-la à essa mesma imagem de si. Isso pode ser entendido quando Julia expressa: “*Realmente, está assustador*” (REAGINDO..., 2018) – a fala de Julia Silva está situada no contexto do *tour* pelo quarto no vídeo-relíquia, em que ela produz esse recorte problematizador, referindo-se à sua imagem no vídeo como algo *assustador*.

Esse estranhamento de si parece indicar uma capacidade de entrar em movimento, do vídeo-relíquia para o vídeo-homenagem. Também pode significar que ela está passando de uma situação a outra, mas recusando limitações, como nos mostra Safatle (2015, p.422) ao afirmar que “mover-se implica, tanto ter a percepção de deslocar-se quanto deixar-se ou não se mover. Não apenas saber-se saindo de um ponto ao outro, mas valorar querer se deslocar, tomar para si a fonte do movimento”. Sendo assim, a expressão *assustador* não parece tratar do ato de julgar, mas indica a capacidade de valorar a atividade do mover-se como processo possível de criação de novas formas de produzir sentido em seus vídeos.

Nesse sentido, a *youtuber* mirim, ao assumir uma postura de rever-se, também se coloca em outro processo, o de tentar, a partir daí, não só dizer alguma coisa nova dessa prática do *tour* pelo espaço da heterotopia, mas, principalmente, não julgá-lo. Pelbart (2019 a) nos mostra que “se julgar é tão repugnante não é porque tudo se equivale, mas ao contrário é porque tudo que vale só pode fazer-se e distinguir-se desafiando o julgamento”. O autor acrescenta ainda que “não temos por que julgar os demais existentes, mas sentir se eles nos trazem forças ou remetem à pobreza dos sonhos. [...] o que vale é a possibilidade de vida e a intensidade do que ela cria”. Penso que talvez o mais característico disso seja a vontade de Julia Silva ampliar o olhar para admirar e refletir a sua própria produção, demarcando a compreensão de como ela, *youtuber* mirim, esforça-se para movimentar-se, para valorar a possibilidade do modo de existência *editado*.

A esse respeito, cabe focar em outra pausa que ela fez sobre o vídeo-relíquia quando narra o seguinte: “*Nessa época, a gente não sabia editar vídeos. Cada um começou do nada, quem sabe a história sabe. Eu não vou contar porque é meio longa. Mas assim, a gente não tinha editor*” (REAGINDO..., 2018). Observa-se que não se pode desconsiderar essa situação técnica

que entrelaça o fenômeno da produção de vídeo, algo fundamental dessa forma de viver. O que acontece aí é que ela avalia as condições técnicas da produção de vídeo: “*Eu acho que a camerazinha [com] que a gente filmava, nem lembro [qual era] a câmera, mas a qualidade do vídeo [era] ruim*” (REAGINDO..., 2018). Observa-se, nessa breve narrativa, que a *youtuber* mirim se dá conta de como o objeto técnico é central para o seu modo de vida ao assinalar a ausência de um *editor*.

Isso tem como consequência a produção de imagem sem qualidade, algo que a menina reconhece como constitutivo do *vídeo antigo(privado)*, mas que não cabe em seu trabalho atual. Essa ideia parece articular-se às considerações de Xavier (2012, p.103), que nos mostra que a edição não é dissociada da compreensão de que “é o olho e o ‘cérebro’ da câmera que nos fornece a nova e mais perfeita imagem das coisas”. O direcionamento do olhar parece indicar a expressão viva da intenção de Julia Silva, tanto pela produção da imagem quanto pelo processo de edição do vídeo. A edição reverbera imagens de forma articulada e o repertório narrativo dessa infância de modo detalhado nas cenas, satisfazendo assim, o sentido como algo estratégico, um modo de tentar criar uma assinatura videográfica marcada pela qualidade técnica.

Percebe-se, no vídeo em análise, que Julia Silva reconhece que o trabalho de produção de vídeos implica trabalhar os cortes, fazer a montagem do processo de composição das cenas e criar uma narrativa. A ausência desse processo faz, na perspectiva de Julia, com que haja uma menor qualidade no vídeo antes realizado. Nesse sentido, é preciso observar a coragem da *youtuber* mirim para avaliar o vídeo quando diz: “*Com esse vídeo [eu] não faria sucesso. Eu não sei se hoje em dia vocês gostariam desse vídeo se eu postasse aqui no canal [risos]. Como relíquia, sim, mas não como vídeo tipo sério*” (REAGINDO..., 2018). Benjamin (1994, p.186) afirma que “não existe, durante a filmagem, um único ponto de observador que nos permita excluir do nosso campo visual as câmeras, os aparelhos de iluminação, os assistentes e outros objetos alheios à cena”. Essa preocupação de um vídeo não fazer sucesso hoje parece estar ancorada nessa impossibilidade técnica de um editor para finalizar um vídeo de qualidade naquele momento. Nos moldes atuais, um vídeo com menos rigor técnico não está atrelado ao seu modo de existência e, talvez, não teria relevância diante do seu público inscrito no canal. Mas ela se move com força diante disso e diz algo decisivo sobre o vídeo-relíquia, que engendra valores para si: “*Mas eu gostava. É um bom vídeo*” (REAGINDO..., 2018).

No contexto dessa narração de Julia e com base nas considerações de Benjamin (1994) e Xavier (2012), é possível aproximar-me de Pelbart (2019 a), o qual afirma que “modo de existência parece-nos que se poderia entender como uma forma de vida, como uma maneira de

viver, levando-se em conta os valores de tal maneira de viver postula e defende com apreço”. Na obra *Ensaio do Assombro*, Pelbart (2019 b, p.225) faz referência a Étienne Souriau quando aborda que “há existências singulares que não basta reconhecer, mas que é preciso instaurar”. O autor explicita ainda que, na perspectiva de Souriau, instaurar significa responder mais a um apelo do que criar, melhor, “trata-se de testemunho, mais do que de invenção. Referindo-se a modos de existências que precisam de nós para se desdobrarem em seu esplendor” (PELBART, 2019 b, p.226).

Pelbart (2019 b, p.226) nos mostra que a posição de testemunha se traduz como uma forma de “advogar em defesa do direito de existir a seu modo [...] Os seres reais, imaginários, virtuais, invisíveis, que se metamorfoseiam – é esse pluralismo existencial”. Sendo assim, parece-me um desafio pensar o modo de existência de uma vida modelada na plataforma do YouTube. No caso desta seção analítica, Julia Silva, ao intensificar pelo seu olhar, pela sua palavra, ou mesmo pelos dispositivos diversos que entram em ação (câmera, perguntas, objetos trocas afetivas, amizades), acaba por reivindicar um “direito a seu modo de existência” (PELBART, 2019 b, p.226). Entendo, pois, que ela não apenas reivindica, mas também compartilha a microvisão dessa sua forma de instaurar, que busco compreender como modo de existência editado.

Ainda na perspectiva de Pelbart (2019 a), entendo que “em um filme, um modo de existência é o roteiro; o outro modo de existência é a filmagem e o terceiro modo de existência é o cinema, são vários planos de existências”. Essa forma de pensar do autor está inserida em contexto cinematográfico, mas parece-me pertinente ao contexto de produção de vídeos. Trata-se, em ambos os casos, de uma heterotopia que sobrepõe diferentes espaços. O autor cita Souriau quando está tentando pensar “os modos de existência, sem nenhum antropocentrismo, nenhuma mistificação de um plano transcendente. Mas sim um trajeto, uma instauração, uma perspectiva” (PELBART, 2019 a). Partindo de Pelbart, parece-me que se pode entender, como modo de existência editado, uma força que se coloca em perspectiva, a narração e a narradora sustentando o trajeto de vida *youtuber* mirim em forma de vídeo. No vídeo em análise, o traço que emerge é a dimensão *re*, isto é, do (re)tomar, do (re)posicionar e do (re)encantar o modo de existência editado. No contexto deste capítulo, o modo de existência editado significa a possibilidade de se fazer existir em vídeo, e, portanto, pode ser retomado, alterado, fazendo existir com novos contornos e sentidos de vida.

Prosseguindo nesta visão analítica com foco nas pausas do vídeo, a *youtuber* mirim narra: “*Oh! 17 segundos eu já tenho que parar aqui. Meu sotaque como mudou. E, então, gente! A minha família é de várias partes do Brasil. A minha mãe fala com sotaque nordestino. Eu*

*não noto, mas as pessoas notam*” (REAGINDO..., 2018). Esse *re* de rever-se abre o caminho para entender as influências que atravessam essa criança em seu modo de pensar sobre o sotaque e sua família. Observa-se que Julia Silva nos fala da linhagem familiar oriunda do Nordeste, deste e da experiência de vida no Sudeste. Como aborda Albuquerque Júnior (2011, p.342), “a invenção do Nordeste<sup>56</sup> nasce de uma mudança na relação entre olhar e espaço, da desnaturalização deste, passando a ser pensado não mais como um simples recorte natural ou étnico, mas um recorte sociocultural”. Isso nos leva a Foucault (2001 e, p.171), que aponta “a genealogia como acoplamento do saber erudito e do saber das pessoas só foi possível e só se pôde tentar realizá-la à condição de que fosse eliminada a tirania dos discursos englobantes com suas hierarquias e com os privilégios da vanguarda teórica”. É esse processo genealógico que Albuquerque Júnior (2011) procura operar para mostrar a emergência do Nordeste, recuperando saberes das pessoas e inventando um outro modo de pensar essa região.

Na direção de compreender como o Nordeste foi construído no Brasil, o autor afirma que é preciso prestar atenção quando se diz sobre sotaque para entender o *significar* do Nordeste. Para ele, o “sotaque, a escuta da voz pode ser um som familiar que aproxima as pessoas ou provoca estranhamento, separação. Ele funciona como um dos primeiros índices de identificação e também de estereotipia”; e prossegue: “[o sotaque] remete a outras associações sonoras, imagéticas e discursivas que permitem construir, em torno da fala e de quem fala, pesados preconceitos” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011, p. 176). Observa-se que o sotaque a que Julia se refere no âmbito familiar é uma escuta que parece *não* provocar estranhamento, apesar de ela dizer algo sobre isso: “*Até hoje, o meu sotaque é meio diferente. Eu já morei em Itajubá. Eu tinha acabado de chegar em Minas. Então, o meu sotaque não está tão afetado*

---

<sup>56</sup> Segundo Albuquerque Júnior (2011, p.343), o “Nordeste, na verdade, está em toda parte desta região, do país, e em lugar nenhum, porque ele é uma cristalização de estereótipos que são subjetivados como características do ser nordestino e do Nordeste. Estereótipos que são operativos, positivos, que instituem uma verdade que se impõe de tal forma que oblitera a multiplicidade das imagens e das falas regionais, em nome de um feixe limitado de imagens e falas-clichês, que são repetidas *ad nauseam*, seja pelos meios de comunicação, pelas artes, seja pelos próprios habitantes de outras áreas do país e da própria região”. Para o autor (2011, p.347): “é preciso produzir uma permanente crítica das condições de produção do conhecimento e da cultura no país e em suas diversas áreas. É preciso ter um olhar crítico em relação a este olho grande que nos espia; ter uma voz dissonante em relação a estas grandes vozes que tentam nos dizer. Não se trata, pois, de buscar uma cultura nacional ou regional, uma identidade cultural ou nacional, mas buscar diferenças culturais, buscar sermos sempre diferentes, dos outros e em nós mesmos. [...] A história deve deixar de ser apenas um discurso sobre o passado ou sobre o futuro, para se debruçar sobre o presente, descobrindo este presente como multiplicidade espaço-temporal, pensando os vários passados que se encontram em nós, e os vários futuros que se pode construir. [...] Devemos sempre libertar as imagens e enunciados do passado, os temas que o constituem, os conceitos que o interpretam, de seu sentido óbvio, problematizando-os”. E continua (2011, p.348): “Em nenhum momento de sua produção literária Graciliano Ramos pretendeu realimentar uma imagem e um texto da região Nordeste, que reproduzem, exatamente, a dominação que abominava e queria extinguir. Ele inicia, na literatura brasileira, a suspeita de que não há relação direta entre as palavras e as coisas, de que a palavra mata tudo que é fixo e tudo que é fixo mata, fazendo da arte uma inimiga do embrutecimento, do costume e da repetição”. Outros aspectos podem ser vistos na obra referenciada.

*assim de Minas. Eu nasci em São José dos Campos, interior de São Paulo. Por isso, o meu sotaque é meio ‘trrr’*”(REAGINDO..., 2018). Para Albuquerque Júnior (2011, p.176):

[...] o sotaque permite identificar o migrante como um estranho por este estar associado, quase sempre, a um conhecimento prévio que permite enquadrar o falante em conceitos morais, valores, num regime de escuta, em que não são as pessoas que falam, mas a fala que diz da pessoa.

Julia ainda nos diz: “*É estranho para mim, eu estou falando normal o português. Mas aqui o meu sotaque está muito forte. Agora, eu acho que meu sotaque está mais leve. Tá mais português. Mas aqui [no vídeo-reliquia] estava muito forte, tipo ‘tourrr!’ pelo meu quarto*” (REAGINDO..., 2018). Neste trecho, é possível perceber que Julia aciona as interseções, sotaque *forte*/sotaque *leve*, falar português/falar outro idioma. Segundo Albuquerque Júnior (2011, p.182):

[...] desde a década de quarenta, no rádio e no cinema, e desde a década de sessenta, na televisão, os usos dos sotaques são usados para montar ‘os tipos’ mais constantes nos programas e filmes de humor. Geralmente são tipos montados sobre todos os estereótipos construídos em relação ao nordestino nas grandes cidades do sul.

No final da pausa na fala do vídeo, Julia produz um gesto de sorriso associado ao léxico “*Eu acho fofo! Eu gosto*” (REAGINDO..., 2018), referente a seu sotaque. E, com isso, ela segue do seu jeito o *tour* pelo espaço da heterotopia, sem problematizar tais relações e mostrando como a linguagem e o modo de se expressar também se constituem em uma multiplicidade de espaços presentes dentro de um mesmo espaço.

Do seu jeito, a *youtuber* mirim consegue nos mostrar a reação durante o *tour* pelo espaço da heterotopia e segue demarcando as pausas e produzindo as narrativas. Nessa pausa, ela faz o gesto de abrir o maior sorriso, olha para a câmera e diz: “*Hoje em dia eu dou uma gaguejada. Mas assim, quando eu gaguejo nos vídeos hoje em dia, eu tento parar e eu repito. [...] Mas aqui [no vídeo-reliquia] eu gaguejei e continuamos*” (REAGINDO..., 2018). Nesse relato, parece-me que ela está tentando entender como o ato de gaguejar a fez pensar em como as coisas chegam a ser o que são em sua trajetória. Ao refletir a partir de sua própria obra, no vídeo em análise, ela está chamando a atenção para evitar cair na armadilha de não querer interromper o curso da gravação. O que ela faz aqui é sublinhar e tornar visível o fato de que não se produz numa rota direta sem instaurar o movimento de retrair durante essa produção. Bruno Latour, em uma entrevista concedida a André Lemos (2013 b, p.277), afirma que “somos filhos de

nossas obras e com elas aprendemos a ser quem somos”. Nesse sentido, o ato de gaguejar tornou-se uma informação condensada no vídeo-relíquia que serve como marca singular de produção do seu modo de existência editado.

Nesse sentido, cabe assinalar a maneira como a *youtuber* mirim está implicada no seu processo de se reposicionar. Ela cita a si mesma: “*Eu errei*” (REAGINDO..., 2018), referindo-se ao vídeo-relíquia. Mas ela rapidamente se desloca e não se fixa nessa citação. E nos apresenta uma outra perspectiva: “*Muitos vídeos hoje em dia eu faço a entrada, só que no meio da entrada eu gaguejo. Ai eu digo: ‘Mãe, eu tenho que começar desde o início’*” (REAGINDO..., 2018). Parece-me que, nessa narrativa, ela explicita o modo de instaurar o crivo *re*, isto é, rever, (re)preparar, (re)explorar e (re)fazer todo o percurso para produzir uma espécie de assinatura do vídeo. Essa espécie de assinatura pode ser conferida quando ela afirma: “*Hoje em dia eu estou muito perfeccionista com vídeos*” (REAGINDO..., 2018). Essa tomada de posição é um desdobramento das diferentes maneiras que se tem para se alterar, para ser outro no percurso. Na perspectiva de Latour (2012, p.218), apoiado em Simondon: “*todos os modos de existência são transcendentemente uma vez que há sempre um salto, uma pausa, um deslocamento, um risco, uma diferença entre uma etapa e a seguinte, uma mediação e a seguinte, n e n+1 ao longo de um caminho de alterações*”<sup>57</sup>. Essa noção de perfeccionista parece-me uma pausa para garantir um salto na qualidade do vídeo e, com isso, instaurar uma assinatura no sentido de um diferencial em sua produção de vídeos e no modo de existência editado.

Passemos a mais uma cena no vídeo-relíquia, quando a *youtuber* mirim, aos sete anos, nos diz: “*Eu dei uma arrumadinha [no quarto], aqui está a porta com minha foto. Um passarinho com as florezinhas e outra foto minha*” (REAGINDO..., 2018). Imediatamente, uma outra pausa no vídeo-relíquia, e Julia comenta: “*Outra coisa. Eu sei que estou pausando muito [risos]. Deixa, eu falar para vocês*” [risos]. *Eu queria muito que minha mãe mostrasse as coisas, tipo assim: olha isso! É da Barbie. Só que a minha mãe não me acompanhava. Ela ainda está [com a câmera] na porta, e eu [já] estava mostrando [outra] coisa lá. Não tinha muita coordenação, sabe?*” (REAGINDO..., 2018). Observa-se que aqui ela chama a atenção para a compreensão em nível técnico. É preciso saber operar a câmera em sintonia e coordenação, pois esse espaço não é apenas um quarto, ele também é alocado como *set* de filmagem. Trata-se de um espaço que comporta outros espaços, tal como em uma heterotopia. Ela assinala que faltava a coordenação entre a captura da câmera e o que ela mostrava no quarto.

---

<sup>57</sup> Tradução minha para o trecho transcrito.

Sua narrativa parece trazer o tom de que é necessário entender a coordenação como condição ímpar para a precisão da qualidade para se produzir um vídeo com *assinatura*.

Nesse sentido, cabe citar Latour (2001, p.245), que afirma: “[...] conceber a humanidade e a tecnologia como polos opostos é, com efeito, descartar a humanidade: somos animais sociotécnicos e toda interação humana é sociotécnica”; e continua: “[...] jamais estamos limitados a vínculos sociais. Jamais nos defrontamos unicamente com objetos. [...] objetividade e subjetividade não são polos opostos, elas crescem juntas e crescem irreversivelmente”. Este parece ser o ponto em que Julia está buscando reencontrar, sob a forma de trabalho, a possibilidade de relacionar objetividade e subjetividade na produção da filmagem.

Em tom narrativo, ela prossegue com o mesmo assunto: “*Então, olha! Tem essa casa Monster High [...]. Como vocês sabem, eu comecei com a [boneca] Monster High, eu amo*” (REAGINDO..., 2018). Ela faz um gesto com as mãos, moldando com os dedos o desenho do coração. Na sequência, aponta para o vídeo-relíquia e nos mostra como acontecia o descompasso da câmera com o que estava mostrando na cena do *tour*. “*Tem essa casinha da Monster High e minha mãe ainda estava na porta*”. [E faz outro gesto com as mãos, como se estivesse segurando a câmera]. “*Aí eu falo: ‘mãe, vem para cá’. Às vezes no meu primeiro vídeo eu fiquei falando: ‘mostra, mostra’ [sic]*” (REAGINDO..., 2018). O que a *youtuber* nos fala é sobre a habilidade técnica no uso da câmera. Não basta ficar de frente para a câmera, é preciso simultaneamente monitorar quem opera a câmera. Nesta cena, ela aparece como uma *youtuber agente* da *assinatura* autorizada, habilitada a dirigir a cena. Isso talvez nos permita compreender a razão de ela possuir um canal com um grande número de inscritos na plataforma *YouTube*. Na visão de Latour (2001, p.200), toda a ação técnica de um ator “de modo algum, cancela a necessidade de uma composição de forças para explicar a ação”. Parece-me que toda essa dinâmica para produzir as cenas de um *tour* demandou trabalho dela juntamente com sua mãe, e trabalho com intensidade, que carrega experiência e forma peculiar de seu processo constitutivo de um modo de existência *youtuber* mirim.

Essas narrativas produzidas no vídeo-homenagem trazem intensidades que carregam marcas do modo de existência *youtuber* mirim. Assim, atenta a essas intensidades, parece-me ser possível aproximar-me da concepção grega do tempo em sua modalidade *kairós* para pensar o modo de vida infantil que emerge na plataforma. Kohan (2007) afirma que o *kairós* traduz o “tempo da oportunidade”. É o momento preciso de fazer alguma coisa. Nesse sentido, a propositiva de Julia de fazer um vídeo-homenagem parece ser uma produção do tempo da oportunidade. Na perspectiva de Kohan (2007), a temporalidade *kairós* introduz algo mais, que torna a vida mais completa. O autor faz referência ao estudo de Lidell e Scott, 1966, os quais

consideram que “o tempo ‘*kairós*’ significa ‘medida’, ‘proporção’ e, em relação com o tempo, ‘momento crítico’, temporalidade, oportunidade” (KOHAN, 2007, p. 86). Neste ponto, é possível aproximar-me de Agamben (2012, p.121-122), que concatena o *kairós* a partir do estoico, que “coloca a experiência libertadora de um tempo que não é algo de objetivo e subtraído ao nosso controle, mas brota da ação da decisão do homem”, daí que, comenta o autor, “o modelo é o *cairós*, a coincidência brusca [...] na qual a decisão colhe a ocasião e realiza no átimo a própria vida”. Ainda na perspectiva de Agamben (2012, p.122), “o *cairós* concentra em si os vários tempos. Ele é a cada instante, na própria vida, que livra radicalmente o homem da sujeição ao tempo quantificado”.

Agamben (2012, p.126) prossegue em sua reflexão, mas agora ancorado em Benjamin, ao afirmar que “o tempo [é] experimentado nas revoluções autênticas, as quais sempre foram vividas como suspensão do tempo e como uma interrupção da cronologia; porém, uma revolução da qual brotasse, não uma nova cronologia, mas uma mudança qualitativa do tempo (uma *cairologia*)”. Essa *cairologia*, no que está em análise, parece poder ser traduzida como esse momento da produção do vídeo-homenagem, em que a *youtuber* mirim nos diz do seu tempo oportuno, desse momento *kairós* atravessado pela sutileza do sotaque, do falar infantil ao gaguejar, da ausência de coordenação no uso da câmera. São essas as intensidades da *cairologia*, desse modo de existência, dessa infância *youtuber*.

A compreensão sobre a temporalidade *kairós* pode ser alargada e, para isso, cabe articular a reflexão de López (2008, p.100) quando ele afirma que o *kairós* “é o momento preciso da ação”. Ele chama a atenção para o fato de que não se trata de pegar rapidamente um presente que não deixa passar, como quem quer pegar um transporte em movimento. “O *Kairós* não se pega, se produz, mas se produz a partir de uma abertura, de uma sensibilidade como acontecimento” (LÓPEZ, 2008, p. 100). Soma-se a essa reflexão, a perspectiva de Byung-Chul Han (2018, p.86), que pensa a temporalidade *kairós* em contexto digital: “a comunicação digital torna possível a experiência de uma proximidade afortunada, o instante afortunado, o *Kairós*”. Isso significa dizer que “o passado se torna futuro, o futuro se torna passado, e ambos se tornam presentes” (HAN, 2018, p.86). Diante desse vértice teórico, entendo a noção de *kairós* como a ação eficaz que diz respeito a um tempo oportuno, que não se pode deixar passar nem antecipar: a ocasião. Em contexto de plataformização da vida, parece-me uma habilidade de agir no tempo, o *instante afortunado* em que Julia produz o vídeo-homenagem, alargando o seu horizonte *youtuber* mirim como modo de existência editado.

Assim, diante desse entendimento do *kairós* como *instante afortunado* em contexto de plataforma digital, cabe retomar o *tour* no espaço da heterotopia e observar a ocasião em que

Julia faz uma pausa, muda o tom e produz a seguinte narrativa: “*Tem gente que acha que sou obrigada a gravar vídeo*”. E complementa: “*Tem gente que fala que youtubers mirins não deveriam ter canal, porque não sabem das coisas direito*” (REAGINDO..., 2018). Nesse recorte, é preciso prestar atenção nas expressões “*tem gente*” [que] “*fala*” e e “*acha*”. Diante disso, cabe o esforço de problematizar quem faz parte dessa linhagem de “*gente*” que se assume como autoridade para dizer ou julgar como *juízes supremos* o modo de vida *youtuber* mirim. Penso ser importante aproximar-me de Lapoujade (2017, p.43) que, com base em Souriau, apresenta um relato de um evento que considero pertinente a esta seção analítica: “[...] uma criança dispôs diversos objetos de uma maneira que ela achou bonita e ornamental sobre a mesa de sua mãe. A mãe chega. Tranquila, distraída, pega um desses objetos do qual ela vai precisar, recoloca um outro no seu lugar de sempre, e desfaz tudo”. A criança começa a chorar, segundo o autor, que ressalta: “[...] as explicações desesperadas que acompanham os soluços contidos da criança lhe revelam a extensão do seu pouco caso, ela exclama desolada: ah, meu amor, eu não vi que era alguma coisa!” (LAPOUJADE, 2017, p. 43).

O que aconteceu? O que essa mãe não entendeu? Na perspectiva de Lapoujade (2017, p. 44), “o que ela não vê é o ponto de vista da criança: ela não vê que há um ponto de vista – que existe a seu modo”. Ele explicita: “[...] é uma virtualidade que ela não percebe, assim como um caminhante distraído não vê o esboço de uma ponte virtual numa sucessão de pedras alinhadas atravessando um riacho” (LAPOUJADE, 2017, p. 44). Pelbart (2019 a) comenta esse evento e afirma que o que a mãe não compreendeu foi “o agenciamento de objetos que a criança criou. É um mundo e tem o seu modo de existência própria. Foi isso que a mãe não viu. E destruiu. Ela não viu que era um modo de existência”. A mãe destruiu sem saber – e sem ter a intenção – esse modo de existência que a criança habitava.

Parece-me ser possível pensar, a partir desse evento, que o mesmo aconteceu com Julia quando ela relata que “*tem gente que fala que youtubers mirins não deveriam ter canal porque não sabem das coisas direito*” (REAGINDO..., 2018). Talvez essa “*gente*” a que Julia se refere, sejam alguns poucos usuários que tenham dificuldade de entender o modo de vida de uma criança na plataforma do *YouTube*. Como diz Lapoujade (2017, p.44), “são como espectadores que estivessem diante de uma anamorfose sem ver o que ela representa, porque não procuram o ângulo de visão que lhe permite decifrá-la”. Seria, possivelmente, uma espécie de cegueira dessa “*gente*”, que não leva em conta o ponto de vista da criança ou não compreende o modo

de existência da criança que habita e produz conteúdo para o seu canal<sup>58</sup> na plataforma do *YouTube*.

Acredito que Julia entende o *momento preciso da ação* – o *kairós* – e produz uma reflexão que se contrapõe a essa *gente* que apresenta uma espécie de cegueira sobre o modo de existência produzido em contexto digital. Ela se posiciona de forma firme: “*Gente! Eu acho que sei das coisas direito. Porque isso eu gosto muito. E eu sou muito feliz fazendo isso. É a melhor coisa da minha vida. Se eu não tivesse de ser youtuber eu seria feliz também, mas é uma coisa tão especial para mim, hoje em dia*” [sic] (REAGINDO..., 2018). Lapoujade (2017, p.48), apoiado em Souriau, afirma que “todo modo de existir envolve um ponto de vista, é exatamente nisso que ele se distingue da pura e simples existência”. Nesse sentido, é possível pensar que Julia explorou essa abertura em uma experimentação criadora de ver seu modo de vida *youtuber* mirim quando diz: “*Eu tô superfeliz fazendo o que faço. Os meus pais me apoiam. Se eu não quero gravar, a gente não grava; quando eu quero gravar, eu gravo. Por exemplo: agora eu tô gravando porque eu quero. [...] essas pessoas que falam essas coisas, gente, poxa, vamos parar* [sic]” (REAGINDO..., 2018).

Pelbart (2019 b) assinala a importância de entender a pluralidade dos modos de existência, mas não como etapas de um único processo evolutivo. Em sua obra *O avesso do niilismo: cartografia do esgotamento*, Pelbart (2016, p.395) chama atenção para o ângulo da observação de certo “pragmatismo da nossa percepção que, ao privilegiar as realidades sólidas e manifestas, desqualifica a pluralidade das perspectivas, dos planos de existências”. Isto é, não enxerga os pontos de vista, não enxerga os modos de existência, não enxerga, sobretudo, a pluralidade de modos de existências. Na perspectiva desse autor, caberia explorar e saber se não haveria um modo de existir pouquinho, “existir muito, existir a partir de gradações diversas, existir como possível e existir como potência” (PELBART, 2016, p. 396).

Julia continua no espaço da heterotopia produzindo o seu *tour*, fazendo longas pausas e operando no tom de (re)pensar sobre si quando diz: “*É isso. Eu não tenho vergonha das minhas coisas antigas. Sou eu. Eu não posso mudar o meu passado. Então, eu acho que a gente não*

---

<sup>58</sup> Acredito que há outras vezes que falam que crianças não deveriam ter canais, como aquelas que alegam que isso seria trabalho e que “tiraria a infância” das crianças. Observa-se, na mídia brasileira, a convergência de um modo de ver os *youtubers* mirins. Além de focar os riscos da fama das crianças e seus respectivos lucros e longo trabalho demandado pelos canais, também ecoa o alerta sobre os perigos aos quais as crianças podem estar expostas. Tais falas são produzidas por especialistas ouvidos pela imprensa, os quais abordam a preocupação com golpes em geral e pedofilia, bem como há uma “apreensão em relação aos limites da publicidade, os perigos da imensa rotina de celebridade infantil e mais uma série de fatores envolvidos pelo mundo online” (FRANÇA, 2016). Também é possível conferir em matérias que são endereçadas aos pais a responsabilidade de monitorar os filhos pequenos, com base no entendimento de que “na internet, uma esfera pública, eles não têm controle sobre a rede de pessoas que está se formando em torno dos seus filhos” (JANSER, 2015).

*tem que ter vergonha do nosso passado e das coisas que a gente fez*” (REAGINDO..., 2018). Isso não é um desafinamento, o que essa criança narra é a sua experiência de infância na posição *criança*. Aqui, há uma espécie de suspensão provisória do entendimento de que infância é uma experiência que existe na memória do adulto. O que Julia nos mostra é que o modo de existência editado traz um grande repertório de memória e que, a partir dele, se produz um rever, um repensar: de criança para criança. Dito de outro modo, parece-me que a criança *youtuber* não é expropriada de sua experiência de infância; aliás, ela potencializa a sua capacidade de fazer e transmitir a experiência que dispõe sobre si mesma.

O que Julia explora é a possibilidade aberta da experimentação criadora de produzir uma reflexão de si ainda na infância. É de criança para criança, instaurando a perspectiva do rever, do reposicionar a sua infância. Nesse sentido, Pelbart (2019 b, p.36), com base em Foucault, afirma que “certa reação de si” emerge “menos na ordem da obediência aos preceitos do que um trabalho de si”. Nesse sentido, é perceptível que a retomada ao vídeo-relíquia de 2012 produz ressonância após seis anos de sua publicação, não apenas por demarcar a sua trajetória inicial, mas por saber dizer de sua experiência *youtuber* mirim como modo de existência instaurado em seu canal na plataforma do YouTube.

Cabe lembrar, nesta seção analítica, que foi a partir do vídeo-homenagem que emergiu o traço da dimensão *re*, como já assinalado. No fragmento a seguir, uma microforma de colocar em relevo a experiência de narrar a si foi algo instigado pelo outro. Julia diz: “*As pessoas sempre me perguntam: ‘Você prefere um lápis pra escrever o futuro ou uma borracha para apagar o passado?’ Gente, eu não quero mudar meu passado, porque, se eu apagar alguma coisa no meu passado, eu não seria quem eu sou hoje*” [sic] (REAGINDO..., 2018). O que aconteceu aí? Parece-me ser possível problematizar para entender o que deriva desse tipo de pergunta endereçada à *youtuber* mirim em sua trajetória. Pergunto-me por que a visibilidade da *youtuber* mirim parece produzir no outro certo incômodo, a ponto de ser trazida a tensão entre apagar o passado e escrever o futuro. Explicando melhor: o que leva o outro a sugerir uma borracha a fim de produzir um apagamento da escolha cultural do modo de vida *youtuber* mirim? O que significa propagar um apagamento de uma existência *youtuber* mirim? Uma possível aproximação de resposta pode estar na forma como a infância foi construída na modernidade<sup>59</sup>.

---

<sup>59</sup> A ideia de infância no campo da pedagogia pode ser conferida no livro *Emilio ou Da educação* (1762), em que Rousseau apresenta os principais valores que sustentam a compreensão moderna de infância. O personagem Emilio é um aluno francês, rico e órfão, que será educado desde o nascimento até aproximadamente os seus 25 anos por uma espécie de tutor. Rousseau descreve uma educação que tinha como objetivo tornar o jovem autônomo, capaz de pensar de maneira independente de autoridades (ROUSSEAU, 2014).

Isso decorre, segundo Pereira (2015, p.288), do entendimento de que “a concepção de infância enquanto categoria social não [...] [consegue] nos livrar da armadilha de manter hegemônica a sua acepção moderna, pautada na diferenciação moral e cognitiva de um suposto mundo adulto e em reificadas prescrições de proteção e preparação para o futuro”. Essa visão hegemônica parece sustentar a convicção de que a criança devia ser retirada de toda tarefa que atrapalhasse seu percurso de formação. Transpondo essa ideia para a discussão, a narrativa anteriormente trazida parece sugerir desvincular a criança *youtuber* desse mundo social e cultural, pois esse modo de existência não corresponde ao ponto de vista desse *outro* que formulou a questão. Parece-me que esse *outro* é um observador assumido pela *anamorfose* e enxerga essa criança apenas na esfera de preparar-se para o futuro. Daí o imperativo prescritivo numa suposta versão de escolha: “*você prefere uma borracha*” para o apagar a existência *youtuber* mirim ou um “*lápiz para escrever o futuro*”, conforme a acepção moderna de infância.

Em suma, esta seção passou pela compreensão ampliada do *quarto* em suas sucessivas alocações, através de vídeos, canal e plataforma como espaços encarnados como heterotopia apropriada pela *youtuber* para produzir o *tour*. Nesse *tour*, Julia nos possibilita conferir a criança falando diretamente com outras crianças e nos mostra que o seu modo de vida *youtuber* mirim não é descolado do entorno familiar. A interlocução produzida entre o vídeo-relíquia e o vídeo-homenagem levou-a a produzir narrativas num horizonte de rever-se, repensar-se, reposicionar-se sobre o modo de vida *youtuber* mirim.

### 5.3 O QUE PODE O CORPO DA YOUTUBER MIRIM NO ESPAÇO DA HETEROTOPIA: TEMPORALIDADE AIÓN

Nesta seção, prossigo a abordagem analítica do mesmo vídeo *Reagindo a vídeo antigo (e privado)* – Julia Silva. Isso porque, nas seções anteriores, não foi possível perfilar todo o conteúdo nele contido. Retomo agora a noção de infância e procuro articular com o tempo *aiòn*. Analiso os afetos misturados, narrados pela *youtuber* mirim. Enfim, discuto o que pode o corpo *youtuber* mirim e como ele é afetado a partir do encontro com os diversos objetos.

Larrosa (1998, p.232) ressalta que “a presença enigmática da infância é [...] algo radical e irreduzivelmente outro, ter-se á de pensá-la na medida em que sempre nos escapa”. Esta noção das “infâncias que nos escapam” nos possibilita pensar que as infâncias são múltiplas, “inventadas como produtos sociais e históricos” (DORNELLES, 2011, p. 78). Nesse contexto, Girardello (2018, p.73) chama a atenção para o vocábulo *criança* no sentido de que “as crianças são seres do presente, e não ensaios do futuro”. A partir dessas reflexões, nesta tese, a noção de infância é concebida no plural – *infâncias* –, e a criança como uma pessoa produtora de

conteúdo infantil, expresso em vídeos e publicado no canal Julia Silva na plataforma do *YouTube*. O esforço, então, é trazer essa noção de infâncias no plural e tentar articular a compreensão da infância na temporalidade *aion*, como nos sugere Kohan (2007).

Na perspectiva de Kohan (2007, p.86), a infância não é apenas uma questão cronológica, mas uma “condição da experiência”. O autor, fundamentando-se em Heráclito, afirma que “o fragmento 52 de Heráclito conecta a [dimensão] temporal ao poder da infância”. *Aión* é “uma criança que brinca (literalmente, *criançando*), seu reino é o de uma criança” (KOHAN, 2007, p. 86). Prossegue o autor: “[...] esse fragmento parece indicar, entre outras coisas, que o tempo da vida não é apenas questão de movimento e que esse outro modo de ser temporal parece com o que uma criança faz. Se uma lógica temporal segue os números, outra brinca com os números” (KOHAN, 2007, p. 86). Nesse sentido, parece-me que o fragmento 52 de Heráclito nos possibilita entender “que esse outro modo de ser temporal”, do fazer da criança na dimensão do *aion*, abre a perspectiva para escapar da sucessão cronológica para, então, produzir a cena analítica na perspectiva do tempo *aión*.

Juntamente a isso, cabe retornar a Lyotard (1993) quando este chama a atenção para à “infância do encontro”. Para ele é preciso compreender que as ideias que atravessam a infância do encontro “não descrevem acontecimentos da infância, apoderam-se da infância do acontecimento, inscrevem aquilo que nele é inapreensível” (LYOTARD, 1993, p. 110). Segue sua explanação: “[...] o que faz um acontecimento do encontro de uma palavra, de um cheiro, de um lugar, de um livro, de um rosto, não é a sua novidade comparada com outros acontecimentos. É ter o valor de iniciação de si mesmo” (LYOTARD, 1993, p. 110). O autor (1993, p.111) nos convoca a prestar atenção nas relações da vida da criança em sua absoluta singularidade, nomeada por ele “singularidade da ressonância existência”. Nesse sentido, o ponto de contato entre a noção de *aión* e a noção de infância do encontro parece-me poder ser articulado pelo respeito do acontecimento de “procurar a infância em qualquer parte, mesmo que seja fora da infância” (LYOTARD, 1993, p. 126), traduzido aqui como um agir “criança-criançando”. No âmbito desta produção analítica, vê-se como um agir *criançando* articuladamente *brincando* não com *número*, mas entre o *vídeo-relíquia* e o *vídeo-homenagem*.

Assim, a partir das perspectivas de Lyotard (1993), Larrosa (1998), Kohan (2007), Dorneles (2011) e Girardello (2018), esta seção do capítulo prossegue com o mesmo vídeo, *Reagindo a vídeo antigo (e privado)*, mas agora adensando outros conteúdos ainda não perfilados. O esforço aqui consiste em tentar incorporar a dimensão *aión* para nos ajudar a pensar: o que pode o corpo *youtuber* mirim em seu tour pelo espaço da heterotopia?

Retornamos, então, ao vídeo *Reagindo a vídeo antigo (e privado)*, para prestar atenção de como Julia Silva continuou demandando o *tour* pelo espaço da heterotopia, quando diz: “*Eu tô muito feliz pra ver esse vídeo [referindo-se ao vídeo-relíquia], mas também com um pouco de medo. Então tá tudo misturado [sic]*” (REAGINDO..., 2018). Parece-me que esse trecho nos possibilita aproximarmo-nos de Spinoza (2017) para entender esses afetos misturados: “[...] ninguém pode desejar ser feliz, agir e viver bem sem, ao mesmo tempo, desejar ser, agir e viver, isto é, existir em ato”; e prossegue o autor: “[...] a própria coisa é evidente por si mesma, e também pelo desejo. Com efeito, o desejo de viver feliz ou de viver e agir bem é o esforço pelo qual cada um se esforça por conservar o seu ser” (SPINOZA, 2017, p. 171). Nesta cena analítica, a noção de estar muito feliz, na perspectiva de Spinoza, significa buscar coisas capazes de nos alegrar, algo comparado à satisfação de uma necessidade fisiológica, isto é, “alegria como alimento” (SILVA, 2013, p. 49), no sentido de favorecimento a toda atividade que pode trazer alegria e estimular o corpo.

Observa-se que ela também nos diz de outro afeto, conforme o seguinte trecho: “[...] *mas também [estou] com um pouco de medo. Então tá tudo misturado [sic]*” (REAGINDO..., 2018). A pergunta que cabe fazer é: o que está acontecendo nessa cena que leva Julia a expressar que seus afetos estão misturados? Ela está diante de uma possibilidade de produzir um vídeo novo a partir de um vídeo antigo e mostrar a reação, então, como isso a afetou? Segundo Safatle (2015, p.139), vem de Spinoza essa compreensão de que “o medo é uma tristeza instável surgida da ideia de uma coisa futura ou passada, de cuja realização temos alguma dúvida”. Entendo que, na perspectiva de Safatle (2015, p.141), o que está acontecendo com Julia é o “tempo da ânsia”, porque parece que ela está diante das condições de possibilidade para “a realização da ideia de coisa futura e/ou coisa passada, quando for objeto de esperança, ou seu afastamento, quando for objeto do medo”, por isso “esse tempo só poderá ser o tempo da ânsia” (SAFATLE, 2015, p.141). Derivaria daí o entendimento das razões pelas quais “Spinoza contrapõe a esperança e o medo a afetos mais fortes como o contentamento e a segurança” (SAFATLE, 2015, p.141-142).

A partir da visão de Spinoza, Safatle (2015, p.142) afirma que se deve “libertar o indivíduo do medo a fim de que ele viva, tanto quanto possível, em segurança, [...] a fim de que mantenha da melhor maneira, sem prejuízo para si ou para os outros, o seu direito natural a existir e agir”, pois, complementa, “desaparecido o medo ficamos enfim sob à jurisdição de nós mesmos, ficamos livres e seguros”. Para Spinoza (2017), a tristeza não ensina nada, e a alegria é sempre uma estrada para seguir adiante. A alegria vai ensinar, enquanto a tristeza vai tornar a pessoa mais fraca. A partir da perspectiva de Spinoza (2017), entendo que a criança vai estar

sempre buscando as alegrias, no máximo possível. A alegria exalta a criança e tem uma intensidade em seu próprio corpo.

Para Spinoza (2017), é fundamental as ideias de corpo e afeto, entendendo ele que o conhecimento parte do corpo. A resposta à pergunta “O que pode o corpo?” (SPINOZA, 2017, p. 101) é simples e já estava expressa na frase: “O corpo é movimento e repouso” (SPINOZA, 2017, p. 100). Dito de outro modo, “o corpo é um conjunto de relações de velocidade e lentidão” (SILVA, 2013, p. 107), de conexão e desconexão. Segundo Silva (2013, p.108), Spinoza define “um corpo pelos *afectos* de que é capaz”. Partindo dessa acepção, é possível indagar no contexto desta produção analítica: o que pode um corpo infantil? Ou melhor: o que pode o corpo de uma *youtuber* mirim? Na perspectiva de Spinoza (2017, p.103), “cada um regula tudo de acordo com o seu afeto”. Além disso, “aqueles que são afligidos por afetos opostos não sabem o que querem, enquanto aqueles que não têm nenhum afeto são, pelo menor impulso, arrastados de um lado para o outro” (SPINOZA, 2017, p.103). Diante disso, deduz-se que o corpo infantil pode ser afetado ao entrar em relação com outros corpos.

Nesse sentido, cabe entender como Julia Silva estabelece conexão com outros corpos, isto é, com os objetos que compõem sua vida e nos são apresentados em seu *tour* pelo espaço da heterotopia. Diante disso, faz-se necessário seguir atentamente a sua narrativa quando nos mostra outros corpos que atravessam esse corpo infantil. Ela diz: “*Aqui é meu guarda-chuva que parece um arco-íris. Aqui é meu violão, e [aqui são] as [bonecas] Monster High*” (REAGINDO..., 2018). Na sequência, uma pausa no vídeo-reliquia, e ela expressa: “*Gente, eu fui a primeira menina da escola a usar a mochila Monster High. As pessoas me achavam muito frufu. Eu amava as coisas da Monster High*”. E acrescenta “*Eu tinha caderno, estojo, lápis, caneta Monster High, garrafinha de água Monster High, tiarinha Monster High. Enfim, tudo o que você pode imaginar*” (REAGINDO..., 2018). Observa-se que a *youtuber*, ao ter um encontro com as *coisas Monster High*, foi afetada no sentido de produzir um modo frufu em seu próprio corpo. E mais: o modo frufu foi reconhecido pelo outro, e em outro ambiente, a escola. A relação *movimento e repouso do corpo* implica, segundo Silva (2013, p.110), um determinado “poder de afetar e ser afetado”. No caso em tela, poderia nos fazer compreender que o que há de comum, entre todos os corpos, é a capacidade em *afetar e ser afetado*, aumentando com isso a vitalidade dos corpos.

Nesse contexto, com base na perspectiva de Spinoza, talvez agora seja possível compreender como o corpo é atravessado por *afectos*, pensando na pergunta: o que pode o corpo de uma *youtuber* mirim como um conjunto de afetos necessariamente distintos? Aqui entende-se que “a ideia do corpo existente em ato é o esforço por afirmar a existência do nosso corpo”

(SPINOZA, 2017, p. 106). E o afeto “são flutuações do ânimo”, isto é, “as flutuações do ânimo [...] [provêm], na maioria das vezes, de um objeto que é causa eficiente tanto de um quanto de outro daqueles afetos” (SPINOZA, 2017, p.111). Diante disso, cabe continuar a tentar compreender o que pode esse corpo e como essa criança é capaz de preencher, de determinada maneira, os afetos produzidos no *tour* pelo espaço da heterotopia.

Dentro desse horizonte de encontro de corpos das “*coisas Monster High*”, cabe continuar prestando atenção em como esse encontro afetou o corpo de Julia, conforme a sua pretensa ideia, quando ela nos diz: “[Eu] *só não podia ir com roupa da Monster High, porque a escola tem uniforme. Se eu estudasse no Canadá desde sempre eu ia com roupa Monster High*” (REAGINDO..., 2018). A partir de um olhar atento poderíamos, então, entender o que se passa nessa narrativa; talvez seja um espectro de formulação de subjetividade em que se situa certo modo de não pertencer a nenhum espaço escolar, seja ele nacional ou internacional, mas pertencer ao “supermercado cultural global” (MATHEWS, 2002). Esta abordagem de *supermercado cultural global* já foi tratada na terceira seção do capítulo 3 desta tese. Portanto, aqui, distancio-me dessa vertente analítica para pensar a partir do agir “criança-criançando” (KOHAN, 2007) na temporalidade *aión*. Diante disso, seria possível pensar-se a noção de *aión* como uma temporalidade distinta daquela medida pelo relógio e pelos calendários, como aquela que nos ajuda a ver a criança pelo fio do tempo do seu olhar, ainda que incorporada na plataforma da vida, mas fazendo uma transposição para vê-la na temporalidade *aión*.

No rastro escolar, a *youtuber* diz com uma particular exatidão de afeto: “[...] *uma das minhas melhores amigas, que é até hoje. Eu fiz a amizade porque ela colecionava álbum de figurinhas da Monster High. Eu queria também. Ela sabia e todo mundo sabia das minhas coisas de Monster High*” (REAGINDO..., 2018). Pode-se ler esse encontro, a partir do vértice do convívio, como *sinergia* de encontros de corpos, quando se pensa o álbum de figurinhas *Monster High* como catalisador de sensações, lembranças, afetos e modos de se relacionar com o outro, instaurando-se no social por contágio, segundo o princípio da empatia e afinidade comum dessa infância. A ideia de colecionar álbum de figurinhas nos remete a Benjamin (2019, p.358), o qual considera que “o colecionador é tocado bem na origem pela confusão, pela dispersão em que se encontram as coisas no mundo. [...] O colecionador reúne as coisas que são afins; consegue, desse modo, informar a respeito das coisas através de suas afinidades”. No entanto, o mais importante, segundo Benjamin (2019, p.358), é que “em cada colecionador esconde-se um alegorista e em cada alegorista, um colecionador”. Para ele, é preciso ater-se ao fato de que, quando acontece de o colecionador nunca conseguir que sua coleção se complete e lhe falta uma única peça, “tudo que colecionou não passará de uma obra fragmentaria”

(BENJAMIN, 2019, p.358). No caso em tela, a relação com o álbum de figurinha, enquanto objeto de coleção favoreceu a construir laços afetivos de amizade com outra criança no convívio escolar.

Cabe aqui, então, pensar o fio da amizade na perspectiva de Agamben (2009): “a amizade é, de fato, uma comunidade e, como acontece em relação a si mesmo, também para o amigo: e como, em relação a si mesmos, a sensação de existir é desejável, assim será para o amigo” (AGAMBEN, 2009, p. 87). O autor afirma que “nessa sensação de existir insiste uma outra seção especificamente humana, que tem a forma de um com-sentir a existência do amigo. A amizade é a instância desse com-sentimento da existência do amigo no sentimento da existência própria”. E continua: “mas isso significa que a amizade tem um estatuto ontológico e, ao mesmo tempo, político” (AGAMBEN, 2009, p. 88-89).

Fernandes (2011), ancorada em Foucault, diz que o lugar do amigo não é o de qualquer outro. “Esse outro é o outro de nossa eleição, de nossa afinidade, por quem sentimos afetos, simpatia e [...] [com quem temos] o prazer de conviver” (FERNANDES, 2011, p. 388). O que pode um corpo nessa “infância do encontro”? A *youtuber* nos apresenta como resposta o afeto alegre que ela construiu, a amizade. Algo que não ficou restrito ao contexto escolar, mas continuam como melhores amigas. A amizade se move na lógica da qualidade ética: “forma e transforma: praticando-a, experimentando-a, exercitando-a, elabora-se tanto o si mesmo quanto o entre si” (FERNANDES, 2011, p. 388). Para Spinoza (2017, p.107), o afeto alegre envolve “a existência do corpo por todo o tempo que esse corpo existir” em virtude da potência da mente da qual ela imagina as coisas e delas se recorda. A alegria para Spinoza vai ser sempre a passagem do estado mais perfeito. É esse o momento das capacidades de afetar e ser afetado.

Na perspectiva de Spinoza (2017), as coisas estão perfeitas, estão percorridas, acontecem necessariamente, elas estão aí. Isso significa que sempre nos preenchemos de afetos, porque sempre nos preenchemos de alguma coisa que nos falta. Nesse sentido, cabe trazer para a cena analítica mais um recorte, tentando demarcar o que pode o corpo *youtuber* mirim. Julia nos diz: “*Gente, outra coisa. [Apontando para o vídeo-relíquia] Vocês tão vendo. Eu com essa roupinha rosinha. Vocês acham que eu só vestia para os vídeos. Mas não, [com] esse vestido eu ia pro shopping, pra rua e pro restaurante. [Eu ia] pra todo o canto com esse vestido [sic]*” (REAGINDO..., 2018). Ao dizer da sua preferência pela roupa rosa que foi usada durante todo o tempo em espaços diferentes, é algo que nos diz de um preenchimento de afeto no sentido de Spinoza (2017, p.108): “[...] durante todo o tempo em que o corpo humano estiver afetado de uma maneira que envolva a natureza de algum corpo exterior, a mente humana considerará esse corpo como presente”. Neste ponto, seria possível entender que o que pode o corpo *youtuber*

mirim é a sua capacidade de produzir mais existências que passem pelo preenchimento dos afetos.

Assim, compreender como as existências passam por preenchimentos dos afetos no modo de vida *youtuber* mirim parece se aproximar do que expressa Lapoujade (2017, p.57) ao afirmar que “há, inicialmente mundos “privados”, singulares, que formam, em seguida, um mundo comum por meio das suas comunicações múltiplas”. É uma espécie de movimento fazer com que mais coisas aconteçam conosco e com o mundo. Mais coisas interessantes são preenchidas. “Em vez de um mundo comum, há uma multiplicidade de maneiras ou de gestos: maneiras de percebê-lo, de se apropriar dele, de explorar suas potencialidades” (LAPOUJADE, 2017, p. 57). Talvez caiba pensar, a partir de Lapoujade e Spinoza, que aquilo que pode o corpo é a possibilidade de preencher os afetos; afetar e ser afetado de maneiras diversas. É algo que nos parece comum ou usual no modo de vida de Julia Silva. Observemos como ela detalha: “*Eu sempre quis usar as minhas tiaras espalhafatosas, porque as minhas tiaras eram tipo assim: de florzinha, toda brilhando [sic]*” (REAGINDO..., 2018). Parece-me que é nessa conexão da *tiara brilhando* que esse corpo infantil se preenche e se realiza na modalidade do tempo *aión*, no sentido da “intensidade da duração” (KOHAN, 2007). E mais, é no tempo *aión* que a “criança joga com os dados” e valoriza “a dimensão aberta do jogo” (AGAMBEN, 2012, p. 88) em seu próprio reino infantil. Nesse sentido, há sempre um limiar ótimo a se preencher no modo de existência dessa infância *youtuber*.

No vídeo em análise, a *youtuber* mirim avança em seu relato: “[Eu] *sempre quis usar [as tiaras espalhafatosas] para [ir] a escola, mas meu pai dizia: “Não, as pessoas vão olhar [e] vão achar que você é super... assim, tipo assim, querendo usar coisas demais. Sei lá, meu pai não deixava [sic]*” (REAGINDO..., 2018). Seguindo o mesmo caminho, cabe indagar: o que pode um afeto? Na perspectiva de Spinoza (2017, p.99), “o corpo humano pode ser afetado de muitas maneiras, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, enquanto outras tantas não tornam sua potência de agir nem maior nem menor”. Parece-me que, no caso em tela, a *tiara espalhafatosa* afetou um outro corpo – o do pai da criança. Esse corpo, ao preservar os traços do objeto, foi afetado por ele e, com isso, produziu um *estranhamento* quanto ao mesmo objeto. Decorre disso o aumento da potência de agir expressando o seu ponto de vista quanto ao não uso da *tiara espalhafatosa* em ambiente escolar. Silva (2013, p.215), seguindo o pensamento de Chantal Jaquet, observa que, na perspectiva desse autor, “os *afectos*, por definição, exprimem a unidade da potência de agir, pois implicam uma relação tanto ao corpo quanto à mente e convidam a estudá-los em conjunto”. Para Silva (2013, p.215), “os *afectos* manifestam de modo privilegiado a simultaneidade entre o que se passa no corpo e na mente”.

Nesse sentido, a *tiara espalhafatosa*, enquanto corpo, afetou de modo distinto dois outros corpos.

A apreciação de Julia pela *tiara espalhafatosa* se exprime, portanto, como gosto, de acordo com os corpos infantis que ela encontra na escola, pois tais encontros provavelmente ocasionam alegria. Transponho para esta cena analítica a demonstração da Proposição 56<sup>60</sup> da terceira parte de *Ética*. Entendo que na perspectiva de Spinoza é preciso “compreender as propriedades comuns dos afetos e da mente para que possamos determinar qual e quão grande é a potência da mente na regulação e no freio dos afetos” (SPINOZA, 2017, p. 137). O autor considera que, embora haja diferenças

[...] entre este e aquele afeto de amor, de ódio, ou de desejo, por exemplo, entre o amor para com os filhos e o amor para com a esposa, não é preciso, entretanto, conhecer essas diferenças, nem investigar mais profundamente a natureza e a origem dos afetos. (SPINOZA, 2017, p. 137).

A potência de agir de Julia não se fixa na *tiara espalhafatosa*. Ela ainda confirma outra conquista, ao dizer: “[...] *já fui para escola de tutu, não sei por que minha mãe deixou. Obrigada, mamãe! Só eu mesmo, não tem problema*” (REAGINDO..., 2018). Aqui, mais uma vez, confirma-se a propositiva de Heráclito no fragmento 52 que converge para a dimensão do tempo *aiônico* como força no reino infantil. A criança no reino da criança, como nos mostra Kohan (2007), a criança *criançando*. Para Spinoza (2017, 92) “a vontade é livre é algo que experimentamos cotidianamente nos sonhos”. A partir da leitura de Kohan (2007) e Spinoza (2017), é possível pensar que usar o tutu foi o modo que Julia encontrou de realizar as conexões com o seu corpo. Algo se passou ali naquele uso do tutu na escola, algo aconteceu, o campo do afeto foi preenchido no reino infantil.

Segundo Silva (2013, p.228), os encontros com os corpos podem ser ocasiões de novas conexões, favorecendo “o desenvolvimento de suas capacidades, a expressão de sua potência”. No caso do uso do tutu na escola, presumo que ele aumentou a capacidade conectiva de Julia. Isso pode ser conferido em sua narrativa: “*Deixa eu falar: seja você! Não importa o que os outros digam. Se você quiser usar tutu na escola, se você quiser usar maquiagem roxa para ir para a escola... use. Se você gosta, use*” (REAGINDO..., 2018). Observa-se, nesse fragmento, uma expressão de potência, que “se traduz numa ampliação da gama das coisas de que um corpo

---

<sup>60</sup> “Há tantas espécies de alegria, de tristeza e de desejo e, conseqüentemente, tantas espécies de cada um dos afetos que desses são compostos (tal como a flutuação de ânimo) ou derivados (tais como o amor, o ódio, a esperança, o medo, etc.) quanto são as espécies de objetos pelos quais somos afetados” (SPINOZA, 2017).

é capaz, tendo como correlato um desenvolvimento simultâneo da mente” (SILVA, 2013, p. 248). O que ocorreu com Julia foi a ampliação da capacidade de enxergar, de ver e viver mais coisas fora. A sua abertura corporal aumentou a sua capacidade de pensar. Ela diz: “*Se você quiser usar um vestido super arrumado para ir à padaria, usa. Não importa o que as outras pessoas vão pensar. Não importa se as outras pessoas vão ficar olhando para você. Isso é até legal, as pessoas vão olhar para você, vão te notar*” (REAGINDO..., 2018).

Na perspectiva de Zourabichvili (2016, p.67), a exposição traz consigo uma força, uma vez que “vê na força a afirmação de um ponto de vista. A força está sempre ligada a uma emergência, a um processo de atualização. A coisa não é somente ponto de vista; ela é conexão de forças, porque o signo é sensação ou afeto”. Nessa conexão de forças expandem-se também as aptidões do corpo, o que corresponde a uma expansão da mente.

A partir da interlocução com a conexão de forças, cabe novamente uma aproximação com Kohan (2007, p.86), o qual afirma que “a temporalidade *aión* é a intensidade no modo de construção da condição de existência e do trajeto da vida, uma dupla relação afirmada tempo-infância e poder-infância”. Assim, para tentar compreender os elementos desse “tempo-infância” e desse “poder-infância”, é necessário prestar atenção quando Julia nos diz: “*Muita gente tem medo do que os outros vão pensar. Mas eu acho que tem que parar com isso. É muito importante a gente ter confiança em nós mesmos e usar o que a gente quiser*” (REAGINDO..., 2018).

Para Zourabichvili (2016, p.68), toda força está numa conexão essencial com outra força, pois a “força nunca está no singular, sendo-lhe essencial estar em conexão com outras forças, de modo que toda força já é conexão, isto é, poder: a força não tem outro objeto ou sujeito que não a força”. Observa-se, na narrativa, como Julia se posiciona e demonstra a sua força pela capacidade de minimizar o afeto *medo*. O afeto *medo* não é algo favorável, pois torna o corpo menos apto, diminui a sua capacidade de agir. Nesse sentido, o modo de agir de Julia traduz-se como uma força de poder-infância, na qual ela produz narrativa do seu modo de pensar e falar das coisas que sente e faz.

Essa compreensão de poder-infância como modo pensar, falar das coisas que faz, afetar e ser afetada, nos remete a mais uma exposição de Julia nesse vídeo, quando diz: “*Essa roupa minha parecia fantasia de carnaval [referindo-se ao vídeo-relíquia]. Eu ia para todo canto [com esse vestido]: padaria, churrascaria, qualquer lugar.*” E continua: “*Eu gostava muito dele porque a Selena Gomez<sup>61</sup> usava um vestido meio parecido, meio frufu rosa e ela usava*

---

<sup>61</sup> Selena Gomez é uma cantora e atriz estadunidense de sucesso internacional.

[no] *clipe de música*.” (REAGINDO..., 2018). Observe-se que, ao trazer o seu gosto pelo vestido frufu, tendo como referência o vestido de Selena Gomez, ela também está nos dizendo o quanto a cultura *mainstream* afeta o seu corpo infantil. Na acepção de Spinoza (2017, p.52), “o corpo é afetado de muitas maneiras”. A ideia de afecção é a noção de que algo acontece. No Escólio 2 da Proposição 45 da quarta parte de *Ética*, afirma Spinoza (2017, p.187):

É próprio do homem sábio recompor-se e reanimar-se moderadamente com bebidas e refeições agradáveis, assim como todos podem se servir dos perfumes, do atrativo das plantas verdejantes, das roupas, da música, dos jogos esportivos, do teatro e coisas do gênero.

Partindo da força do relato da *youtuber* mirim, a citação de Spinoza nos leva a compreender que esse tipo de vida é uma possibilidade a ser referenciada como entendimento deste outro modo de ser temporal – *aión* –, como algo que possa ser seguido pelas crianças e pelas pessoas que querem ser sábias. Isso inclui o prazer que advém do contato com vasta gama de outros corpos.

A *youtuber* mirim nos mostra ainda como a cultura *mainstream*, usada aqui para se referir à “cultura para todos” (MARTEL, 2012, p.21), afetou o seu corpo ao dizer: “*Então, gente, ela [Selena Gomez] usava esse vestido, eu achava que parecia, eu amava e me sentia a Selena Gomez nele*” (REAGINDO..., 2018). Aqui, também é possível fazer uma aproximação com o pensamento de Spinoza (2017, p.184):

[...] o contentamento é uma alegria que, enquanto está referida ao corpo, consiste em que todas as partes são igualmente afetadas, isto é, em que a potência de agir do corpo é estimulada de tal maneira que todas as suas partes adquirem entre si, a mesma proporção entre movimento e repouso.

Nessa perspectiva, Julia Silva ao usar um vestido que achava semelhante ao vestido da cantora, seu corpo parece ter sido afetado, e ela expressa isso ao dizer que “*amava [o vestido] e me sentia a Selena Gomes, nele*”. Para Spinoza (2017, p.185), “o contentamento é sempre bom e nunca é excessivo”. Assim, sentir-se parecida com Selena Gomez aumentou suas capacidades de afetar e de ser afetada. Isso geralmente acontece quando vemos um quadro, ouvimos uma música, assistimos a um filme; é sempre a passagem de um estado maior de perfeição. O corpo vai estar “preenchido de intensidade” desse movimento como modo de existência.

Em suma, escrever sobre o que pode o corpo *youtuber* mirim em seu *tour* pelo quarto constituiu o desafio desta seção. Isso exigiu compreender quais afetos o corpo infantil foi capaz

de produzir na cena do tour pelo espaço da heterotopia. Nesta seção foi possível ainda entender que, com as conexões dos encontros dos corpos a partir da articulação entre o *vídeo-relíquia* e o *vídeo-homenagem*, abriu-se a possibilidade de reconhecer outros corpos, como os objetos escolares vinculados a *Monster High*, a *tiara espalhafatosa*, o vestido parecido com o de Selena Gomez, entre outros do conjunto de objetos que encontraram conexão com o corpo infantil da *youtuber* mirim, emergindo desse encontro afetos de alegria nesse *tour* pelo quarto.

Por fim, vimos neste capítulo que o vídeo *Reagindo a vídeo antigo (e privado)*, Julia Silva apresentou um amplo repertório dos acontecimentos decorrente do tour pelo espaço da heterotopia. Ela nos mostrou como aproveitou o espaço da descrição do vídeo e produziu um microtexto para informar o propósito do vídeo. Soma-se a isso, a maneira peculiar de como produzir as nomeações estratégicas: “vídeo-relíquia” e “vídeo-homenagem”, interpondo inflexões entre eles. No meu entendimento, ao produzir as nomeações, a *youtuber* mirim fez emergir o processo de instaurar os modos de existência por ela construídos. Com isso, potencializou o movimento do (re)ver a si mesma atravessada por múltiplas temporalidades. Além disso, Julia ampliou o espectro narrativo de maneira a evidenciar o processo de produção do modo de existência editado de uma criança *youtuber*.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*Youtuber mirim é todo mundo que se expõe na internet, toda criança que fala de seus assuntos, seus sentimentos, sobre suas vontades.*  
(JULIA SILVA, 2018).

Julia Silva, ao assumir a posição de *youtuber* mirim, fez emergir a atenção redobrada da mídia em torno dela. A fala acima deriva de uma entrevista concedida a um canal de TV, em que a repórter provoca Julia Silva a dizer, ou melhor, sugere que ela: “*traduza o que é you tuber mirim*”. A resposta produzida por Julia se pauta de maneira peculiar no plano da internet. Escolho o fragmento acima para iniciar as conversações finais desta tese.

Ao dizer que “*youtuber mirim é todo mundo que se expõe na internet*”; esse dito requer lembrar o Marco Civil da Internet Brasil (BRASIL, 2014) no sentido de nos possibilitar compreender a Internet a partir de três camadas: a primeira se aproxima da visão de Castells (1999), que a vê como uma camada física constituída de fibras óticas dos satélites, dos pares de cobre, dos cabos submarinos, dos servidores e dos roteadores, que garantem o alicerce para a internet existir. A segunda trata da camada lógica: são as técnicas incorporadas aos protocolos lógicos que definem o funcionamento da internet, incluindo o *software* e os servidores. A terceira é a camada de conteúdo, espaço em que as plataformas de redes sociais ancoram suas atividades de conexão permanentes (LEMOS, 2017).

Nesse sentido, percebe-se que a resposta da Julia Silva ancora na terceira camada – a camada de conteúdo das plataformas, isto é, em uma robusta arquitetura tecnológica do *YouTube*, a qual “oferta” a sua estrutura tecnológica para que se produza conteúdo. Não se pode perder de vista que as atividades da *youtuber* mirim derivam do modelo de oferta de uso da estrutura audiovisual do *YouTube*. O termo *youtuber* começou a circular no Brasil na segunda década do século XXI, e atesta a emergência da *youtuber* mirim como figura que ganha sentido e dialoga com a época.

O canal Julia Silva, objeto desta tese, foi criado em “agosto de 2007, consta de 4,68 milhões de assinantes e 942.270.526 visualizações de vídeos” (SOCIAL BLADE, 2021). O campo empírico, por sua vez, mostrou que o conjunto das experiências da *youtuber* se materializava no canal e que o *YouTube*, apensar de ofertar uso de sua estrutura tecnológica para vídeos, é um ambiente não desenhado para criança, mas é ali que a Julia Silva habita e toma a plataforma de vídeo para produzir a visibilidade da infância para o mundo.

Busquei a possibilidade de pensar a infância/criança no campo da filosofia, especificamente na perspectiva pós-estruturalista, inserindo a noção da criança como

“intempestivo, como experiência” (AGAMBEN, 2009) incluindo aí “os modos de vida” (LYOTARD, 1993) da criança que se expõe e narra a si mesma, atentando para a compreensão de que crianças não são seres universais, mas seres existentes em constante relação com os contextos históricos. Nesse sentido, entendo que a criança *youtuber* é constituída, historicamente, a partir daquilo que ela produz, fala e mostra da nova forma de existência no horizonte do “regime de poder situado na plataforma” (D’ANDREA, 2020) do YouTube.

O campo empírico da pesquisa permitiu reconhecer como se deu o aparecimento da *youtuber* mirim Julia Silva e, principalmente, como instaurou o saber fazer dizer do seu modo de viver. Julia Silva engendrou relações de forças familiares para que a experiência em frente à câmera transcorresse, de forma ordenada do privado para o público por meio da estrutura tecnológica do *YouTube*. Ela mostrou como demandou, com naturalidade, o processo de transição em ambiente “metamorfoseados” em que “o privado se tornou público” (SIBILIA, 2016), germinando aí os modos de constituir subjetividades.

O entendimento da tese é que a criança tem algo a dizer, não só porque sabe falar, mas porque formula o discurso “eu nasci com o *YouTube*, no mesmo ano, em 2005.” Ao produzi-lo, ela pensa a si mesma enquanto criança e se mostra como autoridade no sentido de saber dizer sobre a construção de si, uma criança do tempo do *YouTube*. Julia enfatizou que é “o outro [que dá o tom] em seu processo de existir (BASTIDORES...2016), possivelmente se referindo às pessoas inscritas em seu canal, como elo de relevância social que imprime admiração por sua presença na plataforma.

Mostrei como a Julia articula saberes e aplica certas técnicas sobre si mesma e aciona o artefato boneca para a cena do vídeo. Ela nos conta como se inspirou em produzir vídeos de bonecas para o seu canal no *YouTube*. Valendo-se do artefato brinquedo, forjou as narrativas em torno das bonecas, e colocou em circulação a produção da subjetividade cuidadora de bonecas. Isso nos permite compreender, na perspectiva de Taylor (2018, p.221) que a subjetividade não é para Foucault um estado que ocupamos, mas “uma atividade que realizamos”. No caso desta tese, um corpo infantil que se insere na atividade de cuidadora de bonecas, entendendo que a *youtuber* mirim não escapou de certa naturalização da gramática do treino, que dociliza e domestica o corpo infantil feminino para a maternidade.

Discuti como o acontecimento “virei boneca” *youtuber*, permitiu indicar tanto a posição de status quanto possibilitou ver o processo de “torna visível o que é visível” (FOUCAULT, 2004), no sentido de que o “virei boneca” fez aparecer uma outra maneira da *youtuber* mirim se constituir como “empresária de si mesma, evidenciando o engendramento das formas de relações de *network* dela com a fabricante da boneca *youtuber*. A expressão “empresária de si

mesma” é um conceito oriundo da economia, adentrou o nosso cotidiano, alterando nossa forma de viver e ver o mundo. E passou a ser uma “filosofia de vida” (RAGO, 2016). Julia Silva, ao reunir em seu canal um número significativo de usuários [pessoas inscritas) em torno de seu nome e de seus vídeos, mostrou que a boneca *youtuber* é a materialidade do percurso do modo de vida *youtuber* mirim. E a parceria com a fabricante de brinquedo fortaleceu a possibilidade da constituição da subjetividade empresária de si, demandando sua aparição em eventos corporativos.

Está pesquisa identificou como a Julia Silva intensificou, em seu processo de produção de conteúdo, o uso da “metalinguagem” (LANDONIO, 2018), isto é, ela produziu outra narrativa em vídeo para falar de si mesma, a partir de um vídeo anterior de sua própria autoria. O que a *youtuber* mirim efetivou foi ampliar sua perspectiva de olhar a si e produzir uma resposta sofisticada ao (re) pensar o próprio percurso de vida *youtuber* mirim como o modo de existência editado. Nesta tese, esse processo foi entendido conceitualmente da seguinte forma: “o modo de *modus* é uma maneira de fazer existir. É um gesto” (LAPOUJADE, 2017, p.15). A existência é um fluxo de “esperança”, mas principalmente, “corresponde a um poder”. É sempre um fazer, uma “ação instauradora” (SOURIAU, 2020, p.159). O editado traz a noção de “significar um tempo, criar sentido” (XAVIER, 2012, p.87). Diante dessa composição, o modo de existência editado consiste no conjunto de operações combinadas de viver, do rever o que se viveu, do gerir e editar a si mesma (como Julia Silva), atribuindo outro sentido. Essa compreensão me permitiu, nesta pesquisa, mover-me e me deixar afetar pela produção de Julia Silva como se fosse um roteiro para seguir na produção da escrita analítica, articulando com isso o modo de existência editado da infância *youtuber* mirim, atravessada pela temporalidade grega em suas modalidades “o *chrónos*, o *kairós* e o *aión*” (KOHAN, 2007).

Cabe assinalar que, ao produzir a pesquisa na estrutura arquitetural tecnológica empresarial do *YouTube*, o que me chamou a atenção foram certas especificidades desse ambiente. Concentrei-me em três delas - termos de serviço, *affordance* e recomendação algorítmica: (1) O *termo de serviço* do *YouTube* regimenta e informa que todos somos “usuários”, e estabelece que, para uso dessa plataforma, a pessoa “precisa ter no mínimo treze anos de idade”. (2) A noção da *affordance* ajudou-me a entender as possibilidades de ações presentes nesse ambiente e identificar como as *affordances* são de fácil execução para o agir da criança (mesmo que ela seja ainda bem pequena), incitando a produzir os cliques em “inscrever”, “curtir” e “compartilhar”, especificamente no Canal Julia Silva. (3) A *recomendação algorítmica* indica a ação de governar a partir do modo de vida dos usuários na plataforma. Compreendi como a governança dos algoritmos de recomendação opera quando

produzi as informações da pesquisa no canal de Julia Silva. É uma operação tanto técnica quanto social na estrutura tecnológica do *YouTube*. Isso significa que não há nenhuma possibilidade de escapar, mas talvez apenas compreender o que fazemos com isso dia a dia. Diante disso, sumário o que aprendi nesse processo: para os Termos de Serviço do *YouTube*, tornei-me uma usuária-pesquisadora; para a *affordance* tornei-me uma pesquisadora-inscrita; e, para a governança algorítmica, tornei-me um rastro digital em que os algoritmos agem e realizam suas mediações e medições.

Enfim, nesta pesquisa de doutorado, procurei defender a tese de que o modo de vida youtuber mirim é uma das formas possíveis de ver como Julia Silva não só se moveu e se instalou no lugar não pensado para ela – o canal no YouTube, mas mostrou, com isso, como ela construiu o seu alinhamento ao processo da “plataformização da vida”, e produziu um fio que costura tanto as suas diversas subjetividades infantis, quanto à forma enfática que atua no processo de visibilidade do seu “modo e existência” que se materializa e prepondera no *YouTube* e nos interpela de diversas formas e parece não ter analogia sob quaisquer outras circunstâncias.

Mostrei nesta tese que a *youtuber* mirim Julia Silva constituiu a si mesma e aprendeu a ser quem é pela intensa produção de vídeos em seu canal. Esse processo exigiu um desdobramento da exposição de si e acionou variadas relações de poder passíveis de ser percebidas nos vídeos aqui analisados. A análise, realizada a partir do diálogo entre estudos foucaultianos e estudos de plataformas, possibilitou mostrar um determinado modo de ser criança no contexto dos vídeos do Canal Julia Silva, modo este que articula elementos da infância “tradicional” com elementos que só podem emergir conforme avança a “plataformização da vida”, como mostram Poell, Nieborg e Van Dick (2020), que reorganiza as práticas culturais. Nesse sentido, a citação de Julia Silva com a qual abri esta seção final da tese, embora sintetize aquilo que a *youtuber* mirim faz (expor-se, falar de seus assuntos, sentimentos e vontade), não abarca as múltiplas possibilidades que existem nesse contexto. Nesta tese, foram indicados e analisados alguns desses elementos.

## REFERÊNCIAS

- 120 + Ideias básicas para vídeos de vídeos YouTube [lista atualizada]. *Renderforest*, May 24, 2018. Disponível em: <https://www.renderforest.com/pt/blog/first-youtube-video-ideas>. Acesso em: 6 ago. 2019.
- ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *Para educar crianças feministas: um manifesto*. São Paulo. Companhia das Letras, 2017.
- AGAMBEN. Giorgio. *Infância e história: destruição da experiência e origem da história*. 2.ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.
- AGAMBEN, Giogio. *O que é o Contemporâneo? E outros ensaios*. Chapecó-SC: Uno Chapecó, 2009.
- ALBUQUEQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. *A invenção do Nordeste e outras artes*. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- ALVES, Marco Antônio Sousa. A cibercultura e as transformações em nossas maneiras de ser, pensar e agir. In: LIMA, Nádia Laguárdia; STENGEL, Marcia; NOBRE, Márcio Runet; DIAS, Vanina Costa (Org.). *Juventude e cultura digital: Diálogos Interdisciplinares*. Belo Horizonte: Artesã, 2017. p.169 -180.
- ALVES, Marco Antônio Sousa. Vivendo *onlife* considerações sobre nova experiencia hibrida. In: FERREIRA, Andréia de Assis; GUIMARÃES, Alexandre Siqueira. *Conectar Saberes*. Porto Alegre, RS. Editora.FI, 2021, p94-106.
- A MONETIZAÇÃO e pagamento do YouTube. *Remessa Online*, 3 jun. 2020. Disponível em: <https://www.remissaonline.com.br/blog/monetizacao-do-youtube/#:~:text=A%20monetiza%C3%A7%C3%A3o%20do%20YouTube%20%C3%A9,um%20valor%20correspondente%20em%20d%C3%B3lar>. Acesso em: 3 nov. 2020.
- ARROYAVE, Orlando. A genealogia e o “eu fascismo”. In: ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz; VEIGA NETO, Alfredo; SOUZA FILHO, ALÍPIO (Org.). *Cartografia de Foucault*. 2.ed. Belo Horizonte: Autentica, 2011. p.325-342 (Coleção Estudos Foucaultianos).
- COM PREVISÃO de crescimento de 12% do mercadodo brinquedo ABRIN abre o calendário anual do setor. *Portal Radar*, 2017. Disponível em: <https://portalradar.com.br/com-previsao-de-crescimento-de-12-do-mercado-do-brinquedo-abrin-2017-abre-o-calendario-anual-do-setor/> / Acesso em: 15 nov. 2017.
- BAMBOLA BRINQUEDOS. *Facebook*, Feira Internacional de Brinquedos – ABRIN, 21-24 mar. 2017 Disponível em: <https://www.facebook.com/Bambolabrinquedos/vídeos/1496495930370243/>. Acesso em: 3 jul.2019.
- BAMBOLA BRINQUEDOS. Institucional, 2019. Disponível em: <http://www.bambolabrinquedos.com.br/institucional>. Acesso em: 1º jul. 2019.
- BARBON, Júlia; SOUZA, Mateus Luiz de. Crianças ficam famosas com vídeos no youtube e precisam lidar com fãs. *Folha de S. Paulo*, 3 ago. 2015. Disponível em <https://m.folha.uol.com.br/tec/2015/08/1663202-criancas-ficam-famosas-com-videos-no-youtube-e-precisam-lidar-com-fas.shtml>. Acesso em: 8 set. 2017.
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. 9.ed. São Paulo: Bertrand Brasil, 1993.
- BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BASTIDORES da gravação para o programa *Hoje em Dia*, Tv Record. Videografia Julia Silva, 29 jan. 2016. Disponível em : <https://www.youtube.com/watch?v=uf8j9MISJk&t=4s> . Acesso em: 22 maio 2018.

BBC News – Brasil. *Conferência do clima termina com “acordo histórico” contra aquecimento*. 12 dez. 2015. Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151212\\_acordo\\_paris\\_tg\\_rb#:~:text=Ap%C3%B3s%20duas%20semanas%20de%20intensas,os%20efeitos%20do%20aquecimento%20global.](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151212_acordo_paris_tg_rb#:~:text=Ap%C3%B3s%20duas%20semanas%20de%20intensas,os%20efeitos%20do%20aquecimento%20global.) Acesso em: 29 mar. 2020.

BEIGUELMAN, Giselle. *Políticas da Imagem: Vigilância e resistência na dadosfera*. São Paulo: UBU editora, 2021.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, Walter. *Origem do drama barroco alemão*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

BENJAMIN, Walter. *Passagens*. 1.reimpr. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2019. v.I e II.

BERG, Madelene. Os *youtubers* mais bem pagos em 2019. *Forbes Brasil*, 26 dez. 2019. Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2019/12/os-youtubers-mais-bem-pagos-de-2019/>. Acesso em: 11 ago. 2020.

BIONE, Ricardo Bruno. *Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento*. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

BRASIL. *Lei Nº 8.069 de 13 de Julho de 1990 – Estatuto da criança e do Adolescente (ECA)*. Brasília, DF, 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm). Acesso em: 6 jan. 2020.

BRASIL. *Lei nº 12.965 de 23 de abril de 2014*. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília, DF, 2014. Disponível em: [https://www.in.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/30054611/do1-2014-04-24-lei-n-12-965-de-23-de-abril-de-2014-30054600](https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/30054611/do1-2014-04-24-lei-n-12-965-de-23-de-abril-de-2014-30054600) . Acesso em: 14 ago. 2021.

BROWN, Duncan; HAYES, Nick. *Influencer marketing: who really influences you customers*. Oxford: Elsevier, 2008.

BRUNO, Fernanda. *Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BRUNO, Fernanda et al. (Org.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018.

BUCHER, Taina. Algoritmos como um dever: uma entrevista com Taina Bucher. *Revista Parágrafa*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 165-170, jan./abr. 2018.

BUCHER, Taina; HELMOND, Anne. Affordances of Social Media platforms. In: BURGESS, Jean; MARWICK, Alice; POEL, Thomas (Ed.). *The Sage Handbook of Social Media*. London: Sage, 2018. p.233-253.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *YouTube: Online Vídeo and Participatory Culture*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press, 2009.

CARDON, Dominique. *A democracia Internet: processos e limites*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

- CAROZZI, Anna Catarina de Oliveira. *Michel Foucault e a questão antropológica: caminhos para pensar a constituição do sujeito na filosofia*. 2014. 181 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.
- CARRERA, Fernanda. *Marcas humanizadas: e suas interações sociais com consumidores no ambiente digital*. Curitiba: Appris, 2018.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em Rede: Era da informação – economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. *Rede de Indignação e Esperança*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.
- CASTRO, Lucia Rabelo. A infância e seus destinos no contemporâneo. *Psicologia em Revista*, Belo Horizonte, v. 8, n.11, p. 47-58, jun.2002.
- COM PREVISÃO de crescimento de 12% do mercado do brinquedo ABRIN abre o calendário anual do setor. *Portal Radar*, 2017. Disponível em: <https://portalradar.com.br/com-previsao-de-crescimento-de-12-do-mercado-do-brinquedo-abrin-2017-abre-o-calendario-anual-do-setor/>. Acesso em: 15 nov. 2017.
- CRARY, Jonathan. *Técnicas do observador: visão da modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro, Contraponto, 2012.
- CUIDANDO de Katie e da Charlie-Baby. Videografia Julia Silva, nov.2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZQ6BoeiSczk&t=100s> . Acesso em: 6 jan. 2019.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. *Pesquisando Plataformas on-line: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020.
- DELEUZE, Gilles. *A lógica do sentido*. São Paulo. Editora Perspectiva, 2007.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro. Editora 34, 1996. v.3.
- DONEDA, Danilo; ALMEIDA, Virgílio A. F. O que é a governança de Algoritmo. In: BRUNO, Fernanda et al. (Org.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018. p.141-148.
- DORNELES, Leni Vieira. *Infâncias que nos escapam: da criança na rua à criança cyber*. 3.ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2011.
- DREYFUS, Hubert L; RABNOW, Paul. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- ESPECTADOR. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/MARATONA>. Acesso em 20 novembro 2021
- FELINTO, Erick. Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. *E-Cmpós*, Brasília, v.14, n 1, p.1-13, 2011.
- FERNANDES, Sandra. Foucault, a experiência da amizade. In: ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de; VEIGA-NETO, Alfredo; SOUZA FILHO, Alípio de (Org.). *Cartografias de Foucault*. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2011. p377-392.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*. Coordenação Maria Baird Ferreira e Margarida dos Anjos. 4. ed. Curitiba: Positivo, 2009.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

- FOUCAULT, Michel. Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento. In: \_\_\_\_\_. *Ditos e Escritos II*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000. p.145-152.
- FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do Saber*. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.
- FOUCAULT, Michel. De espaços outros. *Revista Estudos Avançados*, São Paulo, v. 27, n. 79, p.113-121, 2013.
- FOUCAULT, Michel. Ética, sexualidade, política. In: \_\_\_\_\_. *Ditos e Escritos IV*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- FOUCAULT, Michel. *Genealogia e Poder*. In: *Microfísica do poder*. 16ª.ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001a, p. 167- 177.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade: uso dos prazeres*. 8.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.
- FOUCAULT, Michel. *Não ao sexo rei*. In: *Microfísica do poder*. 16ª.ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001b, p. 229-242.
- FOUCAULT, Michel. *Nietzsche, a genealogia e a história*. In: *Microfísica do poder*. 16ª.ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001c, p. 15-37.
- FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, Paul; RABINOW, Hubert. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p.231-248.
- FOUCAULT, Michel. *Segurança, território, população*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FOUCAULT, Michel. *Soberania e Disciplina*. In: *Microfísica do poder*. 16ª.ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001d, p. 179-191.
- FOUCAULT, Michel. *Sobre a História da sexualidade*. In: *Microfísica do poder*. 16ª.ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001e, p. 243-274.
- FOUCAULT, Michel. *Subjetividade e verdade*. São Paulo: Martins Fontes, 2016.
- FOUCAULT, Michel. Verdade e Poder. In: *Microfísica do poder*. 16ª.ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001f, p. 1- 14.
- FOUCAULT, Michel. Verdade e subjetividade (Howison Lectures). *Revista de Comunicação e Linguagem*, Lisboa, Edições Cosmo, n.19, p.203-223, 1993.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Petrópolis, RJ, Vozes, 2014.
- FRANÇA, Barbara. Elas são poderosas: youtuber mirins, senso absoluto na rede, canais criados por crianças geram discussões. *O Tempo*, 23 abr. 2016. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/pampulha/reportagem/elas-sao-poderosas-1.1284531>. Acesso em: 8 dez. 2018.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. 3.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.
- GERAÇÃO YouTube. Apresentação de Andressa Boni. *Programa JC Debate*, 21 out. 2016. TV Cultura de São Paulo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q7oQvAF7Pc&t=19s>. Acesso em: 12 mar. 2017.
- GIBSON, James J. *The ecological approach to visual perception*. London: Psychology Press, 2015.
- GIBSON, William. *Neuromancer* [1984]. Tradução Fábio Fernandes. São Paulo: Aleph, 1991.

- GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. *Revista Parágrafo*, v. 6, n. 1, p. 95-121. 29 jun. 2018.
- GILLESPIE, Tarleton. The politics of platforms. *New Media & Society*, v.12, n.3, p. 347-364, 2010.
- GILLESPIE, Tarleton. The Relevance of Algorithms. In: GILLESPIE, T, BOCZKOWSKI, P.J; FOOT, K. A. (Eds). *Media Technologies: essays on Communication, Materiality, and Society*. Cambridge; London, 2014. Cap. 9, p. 167-193.
- GIRARDELLO, Gilka. Crianças inventando mundos e a si mesmas: ideais para pensar a autoria narrativa infantil. *Childhood & Philosophy*, Rio de Janeiro, v.14, n.29, p.71-92, jan./abr. 2018.
- GLADWELL, Malcolm. *O ponto da virada: como pequenas coisas podem fazer a diferença*. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
- GOBÉ, Marc. *A emoção das marcas: conectando marcas às pessoas*. Tradução de Fulvio Lubisco. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- GONÇALVES, Vinicius Ítalo. Da etnografia multissituada à “plataformização”: aproximações entre antropologia e estudos de plataforma. *Caderno de Campo [online]*, São Paulo, USP, v.29, p.1-20, 2020.
- GOOGLE divulges numbers at I/O 20 billion texts, 93 million selfies and more. *Bizjournals*, 2014. Disponível em: <http://www.bizjournals.com/saujose/new/2014/06/25/google-divulges-numbers-at-i-o-20-billion-texts-93.html>. Acesso em: 2 abr. 2019.
- GUATTARI, Félix, ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2013.
- GUEDES, Lucila. Blogueira Joseense é a Primeira Boneca Youtuber do Brasil. São José dos Campos-SP. *Meon*, 30 mar. 2017. Disponível em: <http://www.meon.com.br/noticias/regiao/blogueira-joseense-e-a-primeira-boneca-youtuber-do-brasil>. Aceso em: 30 maio 2018.
- HAN, Byung-Chul. *No enxame: perspectiva do digital*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2018.
- HAN, Byuny-Chul. *Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder*. Belo Horizonte: Áyine, 2020.
- HAN, Byung-Chul. *Sociedade da transparência*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2017.
- HELMOND, Anne. The Platformization of the web: making web data platform ready. *Social Media + Society*, Thousand Oaks, v.1, n.2, p.1-11, 2015.
- HERTZOG, Lucas. *Dá um like, se inscreva no canal e compartilha o vídeo: um estudo sociológico sobre o trabalho e as novas tecnologias digitais no YouTube Brasil*. 2019. Tese (Doutorado em Sociologia)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.
- INSTITUTO ALANA. *Mattel: você youtuber Escola Monster High*. 15 fev.2017. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/acoes/mattel-do-brasil-ltda-voce-youtuber-escola-monster-high-fevereiro2017/>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- JANSER, Thiago. Crianças criam canais no YouTube ganham milhões de visualizações e atraem a atenção de marcas. *O Globo*, 26 jun. 2015. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/criancas-criam-canais-no-youtube-ganham-milhoes-de-visualizacoes-atraem-atencao-de-marcas-16578694>. Acesso em: 8 dez. 2018.
- JAQUES, Renato. O trabalho de instauração sob a esfinge da obra a-ser-feita na floresta dos virtuais: Uma introdução à filosofia de Étienne Souriau. *GIS – Gesto, Imagem e Som: Revista de Antropologia*, São Paulo, v.4, n.1, p.337-353, 2019.

JULIA SILVA [entrevista]. YOUTUBERS mirins têm milhões de seguidores e faturam alto na internet. *Record TV*, 14 out. 2018. Disponível em: <https://recordtv.r7.com/hoje-em-dia/videos/youtubers-mirins-tem-milhoes-de-seguidores-e-faturam-alto-na-internet-14102018>. Acesso em: 10 jul. 2021.

JULIA Silva's YouTube status (Summary Profile)-Social Blade stats. Disponível em: <https://socialblade.com/youtube/user/paulaloma29>. August 6, 2007. Acesso em: 8 jul. 2017.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Revista Comunicare*, Faculdade Cásper Líbero, v. 17, p. 46-61, 2017.

KOHAN, Walter Omar. *A Infância da Educação e seu devir*: questões contemporâneas. Conferencia proferida no IV Seminário Internacional: Educação Infantil e Pós-Estruturalismo, 6 a 8 de agosto de 2015, Universidade Federal de São Carlos [vídeo]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=c0LrldZJRrk>. Acesso em; 10 jan. 2019.

KOHAN, Walter Omar. *Infância, estranheiridade e ignorância*: ensaios de filosofia e educação. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

KOZINETS, Robert V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage, 2010.

LANÇAMENTO da Boneca Julia Silva da Bambola na ABRIN. 21-22 mar. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-ogkIgWC6OQ> . Acesso em: 12 out. 2018.

LAPLATINE, François. *A descrição etnográfica*. São Paulo: Terceira Margem, 2004.

LAPOUJADE, David. *As existências mínimas*. São Paulo: N-1, 2017.

LARROSA, Jorge. *Pedagogia profana*: danças, piruetas e mascaradas. Porto Alegre: Contrabando, 1998.

LATOUR, Bruno. *Enquête sur les modes d'existence: une anthropologie des modernes*. Paris: La Découverte, 2012.

LATOUR, Bruno. *A esperança de pandora*: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Bauru, São Paulo: Editora EDUSC, 2001.

LAUDONIO, Fabio. O que é metalinguagem? *Super Interessante*, 7 maio 2016. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-e-metalinguagem/>. Acesso em: 3 jan. 2020.

LAZZARATO, Maurizio. *O governo do homem endividado*. São Paulo: N-1, 2017.

LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2013a.

LEMOS, André. Entrevista com Bruno Latour. in: \_\_\_\_\_. *A comunicação das coisas: Teoria Ator-rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume, 2013b. p.271-285.

LEMOS, Ronaldo. *Marco Civil da Internet*. Palestra em vídeo, duração 1.49,26. ITS –RIO, 2017. Disponível em: <https://itsrio.org/pt/projetos/marco-civil-da-internet/>. Acesso em: 20 out. 2017.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. *Metamorfose da cultura liberal*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÓPEZ, Maximiliano Valério. *Acontecimento e experiência no trabalho filosófico com criança*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

- LYON, David. Cultura da vigilância: envolvimento, exposição e ética na modernidade digital In: BRUNO, Fernanda et al. (Org). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018, p.151-179.
- LYOTARD, Jean François. *O pós-moderno explicado às crianças*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1993.
- MANO, Cristiane; HERTZOG, Ana Luiza; SHERER, Aline; FILIPPE, Marina. Polêmicos, populares e influentes: o que está por trás da ascensão dos ídolos digitais que atraem milhões de fãs e cada vez mais marcas. *Exame*, São Paulo, ed.1132, ano 51, n.4, p. 24-37, 1ª mar.2017.
- MARATONA. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/MARATONA>. Acesso em: 20 out. 2019.
- MARATONAR. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Disponível em: <https://canaltech.comcom.br/series/netflix-divulga-dados-sobre-o-habitudemaratonar-serie-107924>. Acesso em: 10 maio 2020.
- MARQUES, Ana Beatriz Antunes. *A forma do tempo: a timeline interativa como meio de visualização*. 2015. Dissertação (Mestrado em Design de Comunicação e Novas Media)-Faculdade de Artes da Universidade de Lisboa, Lisboa, 2015.
- MARTEL, Frédéric. *Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 2012.
- MATHEWS, Gordon. *Cultura global e identidade individual: à procura do lar no supermercado cultural*. São Paulo. Editora EDUSC, 2002.
- McGUSHIN, Edward. A teoria e a prática da subjetividade de Foucault. In: TAYLOR, Diana (Org.). *Michel Foucault: conceitos fundamentais*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2018. p.165-184.
- MESQUITA, Cristiane. *Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- MILLER, Daniel. *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.
- MINISTÉRIO PÚBLICO de São Paulo pede retirada de vídeos de *youtubers* mirins por propaganda velada. *G1.Globo.com.*, 3 jan. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2019/01/03/ministerio-publico-de-sp-pede-retirada-de-alguns-ideos-de-youtubers-mirins-por-propaganda-velada.ghtml>. Acesso em: 4 jan. 2019.
- MOROZOV, Evgeny. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: UBU Editora, 2018.
- MORUZZI, Andrea Braga. A infância como dispositivo: uma abordagem foucaultiana para pensar a educação. *Conjectura: Filosofia Educação; Caxias do Sul*, v.22, n2, p.279-299, maio/agosto, 2017.
- NEGRI, Antonio. *Quando e como eu li Foucault*. São Paulo: N-1, 2016.
- NIEBORG, David B; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, v.20, n.11, p.4275-4292, 2018.
- NORMAN, Donald. *The design of everyday things*. New York: Doubleday, 1988.

OBSERVADOR. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/MARATONA>. Acesso em 20 nov.2021.

O FENÔMENO dos youtubers mirins. Televisão, tremei! A 3ª geração de produtores de conteúdos chegou. *Youpix*, 15 abr. 2015. Disponível em <https://medium.youpix.com.br/o-fen%C3%B4meno-dos-youtubers-mirins-d00e4d40b76d>. Acesso em: 22 nov. 2017.

OLIVEIRA, Claudio. Do gosto, da arte e do belo ou de dois conceitos em Agamben. (Posfácio). In: AGAMBEN, Giorgio. *Gosto*. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

OMS divulga recomendações sobre o uso de aparelhos eletrônicos por criança até 5 anos. abr. 2019. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/oms-divulga-recomendacoes-sobre-uso-de-aparelhos-eletronicos-por-criancas-de-ate-5-anos/>. Acesso em: 8 dez. 2019.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). *21ª Conferência das Partes (COP 21) da Convenção Quadros das Nações Unidas sobre Mudança Climática (UNFCCC); 11ª Reunião das Partes no Protocolo de Quito (MOP-11)*. Paris, França, 30 nov./11 dez. 2015, Disponível em: <https://nacoesunidas.org/cop21/>. Acesso em: 29 mar. 2020;

PARAISO, Marlucy Alves; CALDEIRA, Maria Carolina da Silva. Currículos, gêneros e sexualidades para fazer a diferença. In: PARAISO, Marlucy Alves; CALDEIRA; Maria Carolina da Silva. *Pesquisas sobre currículos, gêneros e sexualidades*. Belo Horizonte: Mazza, 2018. p.13-22.

PEIRANDO, Marízia. Etnografia não é Método. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, Ano 20, n.42, p.377-391, Jul./Dez.2014.

PELBART, Peter Pál. *O avesso do niilismo: cartografia do esgotamento*. 2.ed. São Paulo: N -1, 2016.

PELBART, Peter Pál. [Conferência]. I Encontro de Deleuze e Guattari: Desejo e Política. (Mesa: Estética 20h). Ensaio do Assombro. *Canal STIFFLCH-USP*, 26 set. 2019 a. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iZeAJuggET4&t=4165s>. Acesso em: 28 set. 2019.

PELBART, Peter Pál. *Ensaio do Assombro*. São Paulo: N-1, 2019 b.

PEREIRA, Rita Marisa Ribes. Precisamos conversar! Questões para pensar a pesquisa com criança na cibercultura. In: REIS, Magali do; GOMES, Lisandra Ogg (Org.). *Sociologia e sociedade*. São Paulo: Levan/Attar, 2015, p.281-302.

PERROTTA, Claudia Mazzini; CINTRA, Elisa Maria de Ulhôa. Kafka, Winnicott e a boneca Viajante: perder, narrar, resgatar. *Revista Latino Psicopatologia Fundamental*. São Paulo, 2014, 17 (4), 943-956. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415->. Acesso em: 2 maio 2019.

PESSOA, Fernando. *Livro do desassossego*. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

PETERS, Michael. *Pós-estruturalismo e filosofia da diferença*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DICK, José. Plataformização. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, v.22, n.1, p.2-10, 2020.

PRÊMIOS. *YouTube Creators*, [2020]. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/awards/>. Acesso em: 15 jun. 2020.

PROGRAMA *Google AdSense*. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=pt-BR>. Acesso em: 3 nov. 2020.

- RAGO, Margarethe. Da insubmissão feminina na atualidade [vídeo]. *Café Filosófico* [vídeo], 2016. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=gh67t3a9Mjs>. Acesso em: 10 dez. 2019.
- REAGINDO a vídeo antigo (e privado). Videografia Julia Silva, 25 jun. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yahq7wMSLIQ&t=118s>. Acesso em: 22 dez 2018.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Emilio ou Da educação* [1762]. São Paulo: Martins Fontes, 2014.
- ROUVROY, Antoinette. Governamentalidade algorítmica e a morte da política. *Revista Filosofia Moderna e Contemporânea*, Brasília, v.8, n. 3, p.15-28, dez 2020.
- ROUVROY, Antoinette; BERNS, Thomas. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação? In: BRUNO, Fernanda et al. *Tecnopolítica da vigilância: perspectiva da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018. p.107-139.
- SAFATLE, Vladimir. *O circuito dos afetos: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo*. São Paulo: Cosac Naïfy, 2015.
- SALGADO, Tiago Barcelos Pereira. *Fundamentos pragmáticos da teoria ator-rede para análise de ações comunicacionais em rede sociais online*. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação Social)-Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.
- SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. *Redes Sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo. Paulus, 2010.
- SEMPRINI, Andrea. *A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea*. São Paulo: Estação das Letras, 2006.
- SIBILIA, Paula. *O homem pós-orgânico: a alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais*. 2.ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.
- SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. 2.ed rev. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.
- SIERRA I FABRA, Jordi. *Kafka e a Boneca Viajante*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- SILVA, Cíntia Vieira. *Corpo e pensamento: alianças conceituais entre Deleuze e Espinosa*. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 2013.
- SILVA, Helena Alves da; ZIVIANE, Paula. *Ruas e redes dinâmicas dos protestos BR*. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.
- SILVEIRA, Sergio Amadeu. Governo dos algoritmos. *Revista Políticas Públicas*, Universidade Federal do Maranhão, v.21, n.1, p.267-281, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/321152454013.html>. Acesso em: 2 jun. 2020.
- SOLIS, Brian. *Engajement ain't nothing but a number: why 1%ins't goog enough*. 2012 a. Disponível em: <http://www.briannsolis.com/2002/04/engagement-ain-t-nothing-but-a-number-why-1-isnt-good-enough/>. Acesso em: 26 maio 2019.
- SOLIS, Brian. *The rise of digital influence: A "how-to"guide for businesses to spark desirables effects and outcomes thorough social media influence*. Altimeter Groupe, 2012 b. Disponível em: <http://www.altimetergroup.com/2012/03/the-rise-of-digital-influence-a-how-to-guide-for-businesses/>. Acesso em: 26 maio 2019.
- SOURIAU, Étienne. *Diferentes modos de existência*. São Paulo: N-1, 2020.

SOUZA, Eneida Maria. *Tempo de pós-crítica: ensaios*. 2.ed. Belo Horizonte: Veredas & Cenários, 2012.

SPINOZA, Benedito. *Ética*. Belo Horizonte: Autêntica, 2º ed; 6ª reimp, 2017.

SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

TAYLOR, Dianna. *Michel Foucault: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

TERMOS DE SERVIÇO. *YouTube*, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com>. Acesso em: 19 maio 2018.

TERMOS DE SERVIÇO. *YouTube*, 2019 [Comunicado ao usuário] Disponível em: <https://www.youtube.com>. Acesso em: 9 nov. 2019.

TERMOS DE SERVIÇO. *YouTube*, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/static?gl=BR&template=terms&hl=pt>. Acesso em: 11 jul. 2021.

TOMAZ, Renata. *O que você vai ser antes de crescer? Youtubers, Infância e Celebridade*. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação)-Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

TORRE Eiffel Champs Élysées – Vlog um dia em Paris 1 Videografia Julia Silva, dez. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MdZeYYaGSqM&t=120s>. Acesso em: 18 dez. 2018.

TOUR pelo ToysRUs França. Videografia Julia Silva, 16 dez. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OQxjXEZd6K0> . Acesso em: 18 dez. 2018.

VAN DIJCK, José. Faces da conectividade: plataformas, influência e usuários. [Entrevista concedida a] Isadora Camargo e Carolina Terra. *Revista Parágrafo*, v.5, n.1, p.172-175, jan./jun. 2017.

VAN DIJCK, José. *The culture of connectivity: a critica history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WALL, Martijn. *The platform Society: public values in a connective word*. London: Oxford Press, 2018.

VATTIMO, Gianni. *O fim da Modernidade: niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

VIREI Boneca. Videografia Julia Silva, mar. 2017. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=YaSoxI\\_Kwbo&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=YaSoxI_Kwbo&t=1s) . Acesso em: 30 mar. 2017.

VISÃO geral da Rede Multicanal (RM) para criadores de conteúdo do *YouTube*. *Google Support*. 2021. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/2737059?hl=pt-BR>. Acesso em: 23 fev. 2021.

XAVIER, Ismael. *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência* [2008]. 2.ed. 2.reimp. São Paulo, Paz e Terra, 2012.

WORD of the year. *Blog Oxford Dictionaries*, 2013. Disponível em: <http://blogoxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>. Acesso em: 2 abr. 2019.

YOUTUBE announces sweeping changes to the way it handles breaking news. *YouTube*, 9 jul. 2018. Disponível em: <https://mashable.com/2018/07/09/youtube-anonounces-changes-breaking-news-video-search/#D3QOUKLn7gq2> . Acesso em: 7 fev. 2020.

YOUTUBE combate vídeos com comentários de pedofilia. *Tecnoblog*, 2019. Disponível em: <https://tecnoblog.net/279928/youtube-combate-videos-comentarios-pedofilia/>. Acesso em: 11 jul. 2020.

YOUTUBE. *Home Page*, 15 maio 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/>. Acesso em: 15 maio 2018.

‘YOUTUBER’ entra para o dicionário; veja mais palavras tech para 2017. *TechTudo*, dez. 2016. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/12/palavra-youtuber-entra-para-dicionario-veja-mais-palavras-tech.html>. Acesso em: 10 ago. 2021.

“YOUTUBER” oficialmente adicionado ao Oxford English Dictionary. *Social Blade*, [2016]. Disponível em <https://socialblade.com/blog/youtuber-officially-added-oxford-english-dictionary/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

ZOURABICHVILI, François. *Deleuze: uma Filosofia do Acontecimento*. São Paulo: Editora 34, 2016.

ZUBOFF, Shoshana. *Big Other: Capitalismo de Vigilância e perspectiva para uma civilização de informação*. In: BRUNO, Fernanda [et al]. *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018. p.17-68.

ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo da vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.