

Infância na Contemporaneidade: A Significativa Interação das Crianças com Webcelebridades

Silvana Maria Grisi Sarno¹

¹Universidade Católica do Salvador, Salvador, BA, Brasil.

Resumo: As mídias digitais têm sido consideradas portadoras de novas propriedades e dinâmicas de pertencimento social. Considerando suas características de ubiquidade, rapidez de conexão, interatividade e cultura participativa, elas imprimem valores comportamentais, mediam relações e constroem significações, constituindo, portanto, fatores importantes para o entendimento da infância na sociedade contemporânea. No contexto das redes sociais digitais, com a dinâmica própria dos espaços virtuais, surgem as webcelebridades, pessoas comuns que se tornam conhecidas a partir da internet e que se tornam alvos de interesse e de apreço por inúmeros seguidores, cujas narrativas estão inseridas em um contexto histórico-cultural e socioeconômico. Na análise das webcelebridades, seu poder de “afetação” não deve ser entendido como dom singular, mas como traços e valores construídos em sintonia com o que uma determinada sociedade, em um determinado momento, valoriza. Este estudo faz parte de uma pesquisa mais ampla sobre os processos de significação do ser e do mundo a partir da interação de crianças com webcelebridades. Reconhecendo que as transformações mais relevantes para a constituição do desenvolvimento humano não estão na biologia, mas nas circunstâncias histórico-culturais, nas interações e nas peculiaridades das experiências de cada sujeito, o objetivo é refletir sobre a infância na era das mídias digitais, buscando compreender a significativa interação das crianças com webcelebridades. O texto tem como plataforma teórica a Psicologia Cultural Semiótica, a Sociologia da Infância e estudos sobre formação de identidades e culturas nas redes sociais digitais.

Palavras-chave: Infância, Mídias Digitais, Webcelebridades.

Childhood in Contemporaneity: The Significant Interaction of Children's with Web Celebrities

Abstract: Digital media have been considered as carriers of new properties and dynamics of social belonging. Considering their characteristics of ubiquity, speed of connection, interactivity, and participatory culture, they imprint behavioral values, mediating relationships and building meanings, thus constituting important factors for understanding childhood in contemporary society. In the context of digital social networks, with the dynamics inherent in virtual spaces, web celebrities appear, ordinary people who become known on the internet and who become targets of interest and appreciation by countless followers, whose narratives are inserted in a historical, cultural and socioeconomic context. In the analysis of web celebrities, their power of “affectation” should not be understood as a singular gift but as traits and values built in line with what a given society, at a given moment, values. This study is part of a broader research on the processes of signification of the self and the world from the interaction of children with web celebrities. Recognizing that the most relevant transformations for the constitution of human development are not in biology, but in the historical and cultural circumstances,

in the interactions, and in the peculiarities of the experiences of each subject, the aim is to reflect on childhood in the age of digital media, seeking to understand the significant interaction of children with web celebrities. The text is based on Semiotic Cultural Psychology, Childhood Sociology, and studies on the formation of identities and cultures in digital social networks.

Keywords: Childhood; Digital media; Webcelebrities.

Infancia en la Contemporaneidad: La Significativa Interacción de Niños con las Celebridades Web

Resumen: Los medios digitales tienen nuevas propiedades y dinámicas de pertenencia social. Teniendo en cuenta sus características de ubicuidad, velocidad de conexión, interactividad y cultura participativa, estos medios dictan valores de comportamiento, median relaciones y construyen significados, lo que resulta ser un factor importante en la comprensión de la infancia en la sociedad contemporánea. En el contexto de las redes sociales digitales, con la dinámica inherente a los espacios virtuales, surgen las celebridades web, personas que se vuelven famosas en Internet y se convierten en objetivos de interés y apreciación de muchos seguidores, cuyas narraciones se insertan en un contexto cultural, histórico y socioeconómico. En el análisis de las celebridades web, su poder de “influencia” no debe entenderse como un don singular, sino como rasgos y valores construidos en línea con lo que una sociedad valora en cierto momento. Este estudio forma parte de una investigación sobre los procesos de significado del ser y del mundo a partir de la interacción de los niños con las celebridades web. Reconociendo que las transformaciones más relevantes para la constitución del desarrollo humano no están en la biología, sino en las circunstancias históricas y culturales, en las interacciones y en las peculiaridades de las vivencias de cada sujeto, en este texto se pretende reflexionar sobre la infancia contemporánea en la edad de los medios digitales, buscando comprender la significativa interacción de los niños con las celebridades web. El texto está basado en la psicología cultural semiótica, la sociología infantil y los estudios sobre la formación de identidades y culturas en las redes sociales digitales.

Palabras clave: Infancia, Medios digitales, Celebridades web.

No campo científico, a Psicologia se afirmou historicamente como um espaço privilegiado de produção de conhecimento sobre o processo de desenvolvimento infantil. Os primeiros estudos sobre o tema datam do final do século XIX, com Stanley Hall, mas foi o estudo sobre a Epistemologia Genética desenvolvido por Piaget (1964) que se firmou como o primeiro campo de investigação sobre a infância, de significativa contribuição para a construção de referenciais teórico-metodológicos sobre o tema. Interessado na compreensão da gênese da construção do conhecimento, Piaget parte de uma visão evolucionista do desenvolvimento humano organizada em estágios cada vez mais complexos, valorizando a capacidade de raciocínio para resolver problemas.

Essa perspectiva de entendimento do processo do desenvolvimento em etapas evolutivas mantém o entendimento da infância como uma preparação para a vida adulta ao mesmo tempo em que possibilita o reconhecimento da criança como sujeito do conhecimento. Esse reconhecimento é central para a compreensão de um sujeito que, longe de ser um adulto em miniatura, organiza-se de forma distinta da do adulto e se expressa em suas produções simbólicas e particulares.

No contexto dos estudos pós-modernos, o construcionismo social, um movimento – ou consciência compartilhada, como preferem alguns – que tem no artigo *Social Psychology as History*, escrito por Gergen, em 1973, seu marco inicial, integrando

influências sociais, tecnológicas e filosóficas, propõe uma nova¹ orientação tanto em relação ao desenvolvimento quanto ao caráter dos construtos psicológicos ao situá-los no interior dos processos de intercâmbio social. Suas pesquisas questionaram a hegemonia cognitivista até então prevalente, levando a uma desconstrução do *self*, de uma perspectiva intra para uma perspectiva inter-relacional, e definindo o *self* como uma organização psíquica e social, bem como abrangendo a dimensão reflexiva do sujeito, nascida da comunicação significativa com os outros (Gergen, 2009). O entendimento da cultura no processo de constituição do psiquismo numa perspectiva de complementariedade entre o mundo interno e o externo destitui o *self* como uma estrutura cognitiva privada e pessoal para compreendê-lo a partir das interações sociais.

É a partir dessa virada cognitiva, com base nas ideias do construcionismo social, que a Psicologia passou a explicar os fenômenos psicológicos se apoiando nas narrativas e a compreender que “o locus explicativo da ação humana muda da região interior da mente para os processos e estruturas de interação humana” (Gergen, 2009, p. 313).

A partir dos anos 1980, com ênfase na mediação cultural e na dimensão temporal, a perspectiva da Psicologia Cultural Semiótica proposta por Valsiner (2012, 2014) surge da interseção da psicologia do desenvolvimento e o social. Para o autor, é pela mediação do Outro que o sujeito se apropria dos objetos culturais e assume um plano de ações baseado em meios de produção historicamente transmitidos e socialmente criados e generalizados. Nas interações entre o sujeito e as instâncias socializadoras família/escola/mídia, são canalizados significados e orientações para crenças, valores e motivações que operam como mobilizadores do comportamento. Nessa perspectiva, a singularidade da pessoa pode emergir e se desenvolver em meio ao emaranhado das relações socioculturais, que implicam sempre o “outro” como interlocutor não apenas de um processo de comunicação, mas também da produção de sentidos.

Reconhecendo a relevância do estudo sobre o desenvolvimento da infância e tendo em conta as particularidades de seu tempo – uma sociedade midiática e globalizada em que a mídia, principalmente

a mídia digital, é considerada uma instância socializadora privilegiada e de extremo destaque –, este estudo teórico tem o objetivo de problematizar a interação das crianças com youtubers – jovens nascidos entre 1980 e 2000 que fazem vídeos para o YouTube e são reconhecidos como webcelebridades –, buscando contribuir, assim, para o entendimento da infância na contemporaneidade.

A pluralidade da infância

Com a ampliação dos referenciais disciplinares do estudo da infância para além do campo psicológico do desenvolvimento, verifica-se um adensamento da produção de uma história da infância e de uma sociologia da infância. Tais produções, ao mesmo tempo que estão ancoradas nos seus respectivos referenciais epistêmicos, contribuem para o estabelecimento de interseções interessantes para a compreensão da infância como uma construção social.

Para o entendimento da infância como uma construção social, é necessário analisar as condições sociais em que as crianças vivem, isto é, as práticas sociais e culturais que têm marcado a sociedade contemporânea. Para Alcântara e Campos (2006), a mídia, entendida no sentido específico de “meios de comunicação”, é considerada uma instância socializadora de extremo destaque, funcionando como uma central distribuidora de sentido, constantemente produzindo e oferecendo modelos que servem de suporte para as identificações constitutivas do sujeito.

Em sua obra *História social da criança e da família*, Ariès (1986) defende a ideia de que, até o século XIX, as crianças eram tratadas como pequenos adultos, sendo somente a partir da Modernidade que surge o “sentimento de infância”, expressão usada pelo autor para designar o reconhecimento da particularidade infantil que distingue, essencialmente, a criança do adulto. O interesse pela infância propagado pela Modernidade inaugura, então, uma preocupação com a criança e sua formação e marca um novo olhar sobre as crianças e o modo como se distinguem dos adultos. De uma forma ou de outra, as crianças passam a assumir um lugar e a serem tratadas de acordo com a sua condição.

Postman (2012), em seu livro *O desaparecimento da infância*, discute o surgimento e o desenvolvimento

¹ Embora as raízes do construcionismo possam ser encontradas nos debates das escolas de pensamento empirista e racionalista (Gergen, 2009).

histórico do conceito de infância, especificando como as condições recentes da comunicação vêm interferindo na sua concepção. Para o autor, é a partir da criação da prensa tipográfica e, consequentemente, dos livros, que se demarca uma separação entre crianças e adultos. Em um mundo letrado, as crianças precisam aprender a ler para poderem se transformar em adultos e, assim, adentrarem nos seus segredos. Nesse campo de distinção entre o pertencente ao mundo adulto e ao mundo infantil, Postman adverte que, a partir do advento da mídia eletrônica televisiva, nos anos 1950, a exposição da criança a esses “segredos” passou a ser total. Seus argumentos apontam para a relevância da passagem do surgimento da prensa tipográfica para o desenvolvimento da mídia eletrônica como transformadora da concepção de infância como estrutura social. Em sua perspectiva, os meios de comunicação afetam diretamente o processo de socialização e, assim, se, por um lado, a prensa tipográfica demarca a infância, por outro, a mídia eletrônica a tem feito desaparecer.

Com relação a uma sociologia da infância, autores como Corsaro (2005), Pinto e Sarmento (1997), Qvortrup (2010) e Sirota (2011) vêm tematizando a especificidade da cultura infantil, analisando suas produções simbólicas e estratégias de realização. Pinto e Sarmento (1997) argumentam que as culturas infantis não são exclusivas do universo simbólico infantil, mas sim extremamente permeáveis e atentas à reflexividade social global.

Considerando os referenciais epistemológicos tomados como linha de fundamentação, a premissa básica deste ensaio é a de que a criança não é uma categoria natural ou universal determinada simplesmente pelas condições biológicas; ela é afetada pelas complexas transformações do mundo ao mesmo tempo que interfere e afeta a dinâmica social e cultural. Segundo Pereira (2012), a compreensão da pluralidade da infância reside na ideia de pensar as crianças inseridas nos diferentes contextos em que vivem, portanto, nas práticas sociais e culturais que têm marcado a sociedade contemporânea.

A partir desta perspectiva, a análise sobre a influência da mídia, agora na era digital, não mais toma um sujeito passivo discutindo a ação da mídia sobre ele, mas reformulando a questão de maneira a ressaltar a relevância do contexto da mensagem

e da sua significação. De acordo com Valsiner (2012), na transmissão cultural todos os participantes são transformadores ativos das mensagens e cabe às ciências do desenvolvimento estudar os processos de significação das pessoas e seu ambiente cultural. A mudança e o desenvolvimento surgem, então, no espaço de tensões e fricções entre as significações partilhadas das coisas e o sentido único – mas sempre por se reinventar – atribuído pelas pessoas.

A vivência da infância numa sociedade digital

As mídias digitais são conhecidas como portadoras de novas propriedades e dinâmicas de pertencimento social. Diferentemente das mídias analógicas, que necessitam de uma base material, os dados são convertidos em uma sequência de números ou de dígitos interpretados por um computador. A possibilidade de compartilhamento dos dados em redes de alta velocidade estabeleceu as condições, ao longo do século XX, para o desenvolvimento de uma teia de conexões que constitui, hoje, a internet. Após a abertura comercial da internet, ocorrida na década de 1990, alteram-se ainda mais os fluxos de comunicação vigentes, possibilitando a criação de novos formatos e de novas formas de sociabilidade para o ambiente on-line, como a intertextualidade, a conectividade e o agenciamento.

A partir do início do século XXI, com a Web 2.0², as pessoas reinventam o modo de interagir, compartilhar e se relacionar, desconsiderando as barreiras de tempo e espaço, distribuindo conteúdos gerados e mantidos pela conectividade social. Com essa “nova web”, o usuário deixa de ser apenas o receptor das informações pré-existentes dentro da internet e passa a atuar também como gerador de conteúdo. As redes sociais, então, se fortalecem sustentadas em um tipo de relação pautada pela flexibilidade de sua estrutura, pela unidade de objetivos e pela dinâmica entre os participantes.

Segundo Castells (1999), a mídia, agora mais especificamente a digital, se caracteriza como detentora de um forte poder de influência social. Considerando suas características de ubiquidade, rapidez de conexão de dados, virtualidade, interatividade e cultura participativa (Martino, 2015), além de operar como um espaço de encenação (Turkle, 1997),

² Criado pela empresa americana O’Reilly Media para definir o alto grau de interatividade.

o conteúdo produzido pelas mídias digitais imprime valores comportamentais, de estilo, de saúde e de consumo, não sendo possível desconsiderar a sua capacidade de afetar os processos de significação de si e do mundo construídos pelas crianças na sociedade contemporânea.

A interpretação da qualidade dessa influência para o entendimento das mudanças na construção da infância está agudamente polarizada. Como argumenta Buckingham (2007), de um lado se encontram as argumentações sobre um desaparecimento da infância, culpabilizando as mídias por estarem permitindo o acesso das crianças a novos e diversos tipos de conteúdo do mundo adulto, independentemente de estarem acompanhadas dos adultos. Do outro lado, como também apontam Almeida, Alves, Delicado e Carvalho (2013), existem aqueles que defendem que o uso da internet tem liberado a criatividade natural infantil e motivado o desejo de aprender, dando mais liberdade e poder às crianças.

Para Buckingham (2012) e Rivoltella (2013), a produção de sentido a partir das mídias é compreendida como um processo complexo de negociação social e, portanto, para entender as nuances da interação com a mídia, é preciso considerar os processos de construção pessoal e cultural que ocorrem, simultaneamente, tanto no âmbito pessoal quanto no social. Portanto, não é possível isolar a tecnologia e sua capacidade de produzir efeitos sobre as crianças de outros elementos do contexto sociocultural, que também interferem nessa relação. Nas palavras de Buckingham (2007, p. 32):

Por diversas razões, as mídias eletrônicas têm um papel cada vez mais significativo na definição das experiências culturais da infância contemporânea. Não há mais como excluir as crianças dessas mídias e das coisas que elas representam, nem como confiná-las a materiais que os adultos julgam bons para elas. A tentativa de proteger as crianças restringindo o acesso às mídias está destinada ao fracasso. Ao contrário, precisamos agora prestar muita atenção em como preparar as crianças para lidar com essas experiências.

Há polarização também no entendimento sobre o incentivo às interações sociais a partir do uso das mídias digitais. Segundo Martino (2015), por um lado consideramos que elas permitem inúmeras formas de interferências e interações entre os usuários por serem

mais democráticas, diversificadas e participativas; por outro, as dificuldades, ainda existentes, de acesso a essas “novas” tecnologias demarcam uma barreira digital entre conectados e desconectados, seja por questões econômicas ou geográficas.

Na verdade, nem todos os argumentos citados são necessariamente coerentes ou escapam de uma posição contaminada pela resistência às mudanças. O que efetivamente tem se demonstrado é que a proliferação de novas mídias e as características da internet, em particular, exigem novas e significativas habilidades em termos de como localizar, selecionar e avaliar a informação. Cada vez mais cedo as crianças são atraídas por ferramentas digitais, como os jogos eletrônicos, entretenimentos virtuais e as redes sociais, tendo a experiência da conectividade. Segundo Becker (2017), a disseminação das tecnologias digitais no cotidiano tem proporcionado às crianças novos contextos de brincar e se divertir, tendo um papel cada vez mais significativo nas experiências culturais da infância.

Corroborando Becker, os estudos de Pereira (2013) apontam a importância do reconhecimento das crianças como atores sociais plenos e não mais como personagens passivas nesse processo. Os resultados de seus estudos provocam uma reflexão sobre o contraponto entre expertise e a desproteção das crianças contemporâneas. A autora ressalta, ainda, precisamente, que o modo como as crianças se relacionam com as produções culturais pode nos oferecer maneiras infantis de brincar, dialogar, escolher e se posicionar no mundo.

O trabalho desenvolvido por Menezes (2016), baseado na historicidade que envolve a construção da noção de infância como uma categoria sociológica, reconhece a relevante influência da mídia e aponta para a possibilidade de os meios de comunicação, com suas ofertas de consumo de produtos e ideias, estarem contribuindo para uma visão “adulta” da infância. Esta visão promoveria a inserção de crianças num ritmo de vida semelhante ao do adulto, que é marcado por inúmeros compromissos durante o dia, geralmente relacionado às atividades laborais.

Tomaz (2016), ao concluir uma revisão de literatura sobre a relação entre infância e mídia, identificou as principais perspectivas que embasam o conceito de infância como uma construção social. A autora organiza os resultados em dois grupos. No primeiro, ela indica aqueles que analisam como a mídia retrata

as crianças e como constroem a realidade da infância e mensuram os efeitos da mídia sobre as crianças. Os resultados apontam que determinadas imagens da criança e da infância são construções midiáticas destinadas a representar uma verdade.

No segundo grupo, com maior quantidade de trabalhos identificados, a autora relata os que se preocupam em mensurar os efeitos da mídia sobre as crianças e avaliar a sua vulnerabilidade diante dos meios de comunicação, percebendo-as como passivas, inocentes e vulneráveis. Finalizando, a pesquisa inclui os trabalhos realizados nas últimas décadas sobre o que as crianças fazem com a mídia e o que elas produzem a partir do consumo dos produtos da indústria cultural, bem como sobre a criança como produtora de cultura. Como resultado do estudo, Tomaz conclui que a relação entre infância e mídia tem sido percebida como uma relação articulada, de modo que a produção de sentidos é mediada e não unilateralmente dada pela mídia. Neste sentido, Tomaz (2016) considera que há uma intencionalidade de ambas as partes que se manifesta em sucessivos processos de negociação simbólica e sinaliza uma compreensão da ação das crianças no mundo como atores sociais.

Ramírez Cabanzo (2013), no desenvolvimento dos seus estudos sobre as relações das crianças com os dispositivos digitais desde uma revisão preliminar do estado da arte no campo de estudo, reflete sobre as subjetividades que estão se produzindo nos ecossistemas comunicativos tecnomediados. Interessada na tríade narratividade, temporalidade e formação, conclui que, nesse contexto de interação, emergem outros modos de relação baseados em novas temporalidades e formas de percepção, raciocínio e aprendizagem, mantidos pelas linguagens audiovisuais. A autora considera que as crianças são incentivadas a se integrar e ressignificar dentro de um meio coletivo mediado por redes de informação e comunicação caracterizadas pela interatividade, hipertextualidade e conectividade, o que possibilita o surgimento de novas qualidades cognitivas, comunicativas, representativas, imaginativas e vinculantes.

Interessadas pelos efeitos da tecnologia sobre a formação e o processo de subjetivação das crianças e como a escola pode mediar esses efeitos, Martins e Castro (2011) abordam a possível tensão entre organização escolar e demandas da sociedade tecnológica. Os resultados apontam que a vivência em uma sociedade tecnológica potencializa uma nova

percepção de mundo, criando a ilusão de um mundo imediato, sem tempo linear, sem distâncias e de fácil acesso; de relação de autoridade e de construção de habilidades cognitivas.

No que se refere à constituição de autoimagem, Freitas e Silva (2014), a partir de um referencial psicanalítico, discutem a adolescência como uma etapa de construção da identidade e refletem sobre o papel que os diários virtuais vêm adquirindo nos processos de sua elaboração. O objetivo da pesquisa foi investigar essas vivências e descrever as funções que as escritas em blogs assumem na vida dos quatro adolescentes estudados. Os pesquisadores argumentam que os blogs podem funcionar como espaço de elaboração para pensar e conhecer as experiências emocionais e sugerem que a função da escrita em tal meio está ligada às tentativas dos adolescentes de elaborar as mudanças pelas quais passam e ao processo de crescimento.

A partir da análise dos comentários dos vídeos de dois youtubers, a pesquisa de Espinosa (2016) sobre o que está levando os jovens a consumir os vlogs aponta três fatores: a identificação com o conteúdo, com a linguagem e com o youtuber, ressaltando a forte influência emocional e social dos discursos das youtubers na vida desse público jovem.

O YouTube, criado em 2005, é um dos sites de rede social digital que se destaca por ser um espaço de compartilhamento e criação conjunta de vídeos. Ainda que a plataforma tenha sido desenvolvida para fomentar a participação individual, a partir dela são estabelecidos coletivos de usuários que interagem e se articulam formando uma espécie de comunidade.

Um mapeamento realizado por Corrêa (2016), no Media Lab da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), revelou que, no Brasil, dos 100 canais mais visualizados no YouTube, 48 oferecem conteúdo para crianças de zero a 12 anos e a quantidade de visualizações desses canais passou de 26 bilhões. O monitoramento também mostrou que, em 2016, os 230 canais brasileiros da plataforma voltados para o público infantil contabilizaram mais de 52 bilhões de visualizações. Das crianças entrevistadas, 75% disseram que o que gostam mesmo é de assistir a vídeos no YouTube.

As estatísticas do próprio site indicam que são enviadas, em média, 300 horas de vídeo por minuto, resultando em mais de três bilhões de vídeos vistos por dia e uma penetração de 64% em uma faixa entre 7 e 11 anos, o que o torna o maior repositório de vídeos

na internet. O número de usuários do YouTube excedeu 1 bilhão, o que representa quase um terço de todos os usuários de Internet no mundo (YouTube, 2020). Segundo pesquisa realizada pelo portal Empresa Brasil de Comunicação (EBC), entre os cem canais de maior audiência na plataforma YouTube, 36 abordam conteúdo direcionado ou consumido por crianças de zero a 12 anos; quando considerados os 110 principais canais infantis, o número de visualizações passa de 20 bilhões (Wakai, 2015).

Segundo dados do *Creators Connect: o poder dos YouTubers*, produzido em 2018 a partir de uma pesquisa do Google, os youtubers influenciam mais que o jornalismo, ficando depois dos familiares (43,1%) e amigos (34,8%) no ranking de formadores de opinião. A pesquisa revela que 76% dos brasileiros conectados à internet conhecem o termo *youtuber* e, entre eles, 77% acompanham pelo menos um canal. Além de populares, os youtubers influenciam bastante as decisões de quem está conectado: “os youtubers são quase deuses no universo digital brasileiro” (Melo & Abibe, 2019).

Maffesoli (2000) afirma que a internet é uma tecnologia da interatividade que alimenta e é alimentada pelo imaginário. E o imaginário pós-moderno reflete uma nova forma de estabelecimento de vínculos, não mais definida racionalmente, mas como uma forma em que a emoção, a paixão e o prazer operam de modo mais prevalente³.

Neste entendimento de que a sociedade contemporânea é fermentada em um imaginário midiático e que não é possível excluir as crianças desse mundo conectado, nos convoca a mover a atenção para entender quem ocupa um lugar de destaque nesse cenário.

Webcelebridade: outro significativo contemporâneo

A construção dos vínculos nas redes digitais desencadeou uma proliferação de narrativas autobiográficas por meio de *weblogs* – diários virtuais da web –, modalidade de vídeo em que o youtuber coloca imagens e narra cenas da sua vida cotidiana e privada, reduzindo as fronteiras entre ele e o mundo. Para Wellman e Gulia (1999), é justamente quando as mídias se tornam triviais, com uma importante articulação com o cotidiano, que elas se tornam realmente

importantes, não pela mídia em si, mas pelas relações humanas ligadas a elas.

Diferentemente do diário tradicional, os diários virtuais ou *weblogs* não funcionam como um registro particular e secreto, restrito ao seu autor ou a um seleto grupo de leitores. Por apresentar como suporte a internet, o *weblog*, organizado em torno do tempo, com atualizações feitas em pequenas porções – posts – é um registro aberto, público, no qual qualquer pessoa com acesso à internet pode deixar comentários, o que denota um caráter de conversa, permitindo a troca de informações e a interação entre os participantes dessa comunidade. Segundo Pimentel (2011), o *weblog* apresenta uma linguagem com um coloquialismo mais acentuado: a presença de gírias e palavrões; abreviações; economia vocabular; emoção marcada por símbolos. Sibilia (2008) constata que essa trivialidade intrínseca às narrativas acaba por constituir “uma relação social entre pessoas mediadas por imagens” (Sibilia, 2008, p. 203).

A proposta de Maffesoli (2000) é de que este novo paradigma baseado na necessidade de solidariedade e proteção substitua o paradigma do individualismo que caracterizava o conjunto social. Contrapondo o conceito de socialidade ao de sociabilidade, o autor entende que os agrupamentos urbanos colocam ênfase no instante vivido (presenteísmo), nas relações banais do cotidiano, nos momentos não institucionais representados pelas tribos. A socialidade, portanto, é composta por um conjunto de práticas cotidianas baseadas no hedonismo, no tribalismo e no presenteísmo.

Como refere Valsiner (2012), é pela mediação do outro que o sujeito se apropria dos objetos culturais e assume um plano de ações baseado em meios de produção historicamente transmitidos, socialmente criados e generalizados. Citando o autor: “A geração mais velha incluindo aqui pais, professores, crianças mais velhas e meios de comunicação – reúne mensagens de determinada forma, própria a cada uma dessas instâncias, as quais pretendem canalizar o desenvolvimento das pessoas mais jovens” (Valsiner, 2012, p. 36, tradução nossa).

É nesse contexto das interações sociais digitais que as webcelebridades, pessoas comuns, tornam-se alvo de interesse e de apreço por inúmeros seguidores.

³ Para Maffesoli, a pós-modernidade é entendida como uma reorganização de valores, ideias e visões de mundo que são provenientes da modernidade.

Pensando nas comunidades que compõem as redes sociais digitais, temos como exemplo a comunidade de “corujas” ou de “focas”, como são conhecidos os seguidores de Felipe – 42 milhões de inscritos em 2021 – e Luccas Neto – 35 milhões de inscritos em 2021 –, respectivamente, de “maninhos” e “maninhas”, seguidores do Marco Túlio do *Authentic Games* – 19,9 milhões de inscritos em 2021 –, e dos “cientistas” fãs do Iberê Thenório, do canal Manual do Mundo – 14 milhões de inscritos em 2021. Em vista disso, podemos entender que o que une cada um em uma tribo representa um processo de desindividualização e da valorização do papel de cada um dentro da tribo. Diferentemente das celebridades do século XX, em que a fama precedia a visibilidade, as webcelebridades, agora têm visibilidade antes de serem reconhecidas pelo nome.

Destacando a relação entre webcelebridade e cotidianidade, o trabalho de Vasconcellos e Zanetti (2017) localiza a webcelebridade como um elemento simbólico que transforma o cotidiano de seus personagens em assuntos passíveis de serem espetacularizados. Segundo os autores, a celebridade se infiltrou nas subjetividades e a fama se tornou o espírito de nosso tempo à medida que se traduz em um anseio coletivo que se cristaliza por meio das novas – e mais acessíveis – tecnologias massivas de comunicação.

Rojek (2008), sociólogo estudioso sobre a origem e o papel das celebridades, considera que elas são fabricações culturais que partem de um mercado de sentimentos cujas narrativas estão inseridas em um contexto histórico-cultural e socioeconômico, sendo intertextualmente construídas. Ainda segundo o autor, as celebridades representam modos típicos de se comportar, sentir e pensar e são moduladas e modificadas pela mídia e pela assimilação produtiva do público.

Para Rojek (2008), existem três status de celebridade: conferida, adquirida e atribuída. Diferenciado do herói, que era reconhecido por suas conquistas e por seus atos de coragem, o status de celebridade pode ser: conferido pela tradição; adquirido pelas realizações ou por talentos; atribuído como resultante da intermediação cultural, isto é, o status das webcelebridades.

A interação entre celebridade e fã, denominada como parassocial por Rojek (2008, p. 58) resulta das “relações de intimidade construídas através da mídia, e não pela experiência direta e encontros cara a cara”. Por não existir contato direto entre as partes, os fãs lidam com a representação da celebridade e com a sensação de uma aproximação ilusória advinda da espontaneidade dos vídeos e da abertura à intimidade do seu ídolo. A própria palavra fã deriva de fanáticos, e passou a ser utilizada em referência a uma audiência presente e participativa que estabelece uma relação afetiva com as webcelebridades, que, por sua vez, funcionam como referências, canalizadores de significados.

Por representarem algo diferentemente de si mesmo, Marshall (2006) estuda as celebridades como fazendo parte de um sistema de signos, como um texto que articula cadeias de significações. Para o autor, a realidade material do signo celebridade, entendida como a pessoa do momento que está no centro da representação, desaparece, dando lugar a uma formação cultural de significado, negociada entre o público, a mídia e a celebridade.

Edgar Morin (1989), em seu livro *As estrelas: mito e sedução no cinema*, deu o nome de *star system* ao conjunto de mecanismos e práticas utilizadas com o intuito de construir uma celebridade, sendo o cinema hollywoodiano, na época, a grande mola propulsora desse sistema. As celebridades do século XXI surgem como formadores de opinião, como sujeitos legitimados detentores dos segredos para se viver uma boa vida; em suma, a webcelebridade como um ego ideal⁴ possível, em contraste ao ego ideal inalcançável das celebridades do *star system* de Morin.

Apesar de apontada essa possibilidade, o site *ChildLine* (Ward, 2016) divulgou que mais de 35 mil jovens declararam que estariam sofrendo por não conseguirem encontrar caminhos para que pudessem se sentir felizes. De acordo com o site, esses problemas teriam emergido por uma relação direta com cyberbullying, acesso às mídias sociais e desejo de copiar celebridades. Neste último caso, também se incluem as webcelebridades, que são vistas pelos jovens como pessoas perfeitas com vidas perfeitas, e a falha nessa cópia estaria causando frustração e tristeza.

⁴ Expressão utilizada por Freud no quadro da sua segunda teoria do aparelho psíquico: instância da personalidade resultante da convergência do narcisismo (idealização do ego) e das identificações com os pais, com os seus substitutos e com os ideais coletivos (Laplanche & Pontalis, 1967).

A relevância dessa interação e a operação de significações que ela promove podem ser traduzidas nessa citação de Julia Tolezano, youtuber e escritora brasileira conhecida pelo apelido de Jout Jout.

E é engraçado, porque quando nossa mãe fala ‘olha só, esse menino não está te fazendo bem. Você devia terminar com esse garoto’, a gente fala ‘mãe, não se mete na minha vida, tá? Você tem nada que ficar se metendo aqui’. Aí vem uma completa desconhecida e fala ‘esse menino tá errado nisso. Não sei se tá bom isso não. Você tinha que olhar isso aí’ e aí a menina fala: ‘ela tá falando comigo. Esse vídeo é para mim. Foi para mim que ela fez. Estou representada aqui nesse vídeo’. E eu acho que isso acontece porque a gente, essa nossa geração, a gente não tá muito querendo receber ordem de ninguém (J. T. V. Faria, comunicação pessoal, 29 de maio de 2015).

De acordo com França, Freire Filho, Lana e Simões (2014) e Simões (2013), é a partir de traços e valores que uma celebridade encarna que se constroem seus vínculos com uma sociedade em determinado momento, vínculos esses construídos e mantidos por meio das redes sociais digitais, tendo como uma forte característica o seu caráter relacional. Sendo assim, a webcelebridade Jout, em suas postagens nas plataformas digitais, parece estar estreitamente relacionada ao quadro de valores e em sintonia com a cultura de sua época (França et al., 2014). Diferentemente dos fãs de celebridades da mídia massiva, Senft (2008) aponta que a questão para os internautas não é saber detalhes sobre a vida pessoal das personalidades da web. Para eles, o que importa é estar conectado; é a conexão entre as pessoas.

Relevante ressaltar as observações feitas por Tomaz (2016) sobre a palavra youtuber. A autora destaca que existem muitos websites de compartilhamento de vídeos diferentes, mas a maioria deles não tem um título estabelecido para seus usuários ou verbo conectado ao que eles estão fazendo, o que aponta que mais do que criatividade linguística, a palavra youtuber atesta o surgimento de uma figura dotada de sentidos que dialogam com sua época.

Para Orozco Gómez (2011), estudioso dos processos de recepção, o sentido da interação social é o destaque no processo comunicacional, processo esse que não consiste somente em uma maneira de se comunicar, mas no ato de comunicar por via das redes sociais, e que tem sido a forma preferida de entretenimento, fundamental para a sobrevivência humana. Para o autor, as audiências⁵ se constituem por sujeitos capazes de se posicionarem de forma crítica, mas que também esperam encontrar na interação o espetacular, o que emociona, faz rir e diverte. Nesse entendimento, os usuários do YouTube, ao mesmo tempo produtores e consumidores de conteúdo, são capazes de significar sua produção material e simbólica posicionando-se como comunidades interpretativas.

Com as novas plataformas, as crianças agora podem fazer parte de um único fã-clube, o *fandom*, denominação para a base de fãs de uma determinada webcelebridade. Grande parte dos quase 22 milhões de inscritos no canal do *gamer* RezendeEvil é de crianças. Em entrevista ao jornal *Folha de S. Paulo*, Rezende disse que uma menina chegou a passar a tarde inteira no portão de sua casa, esperando-o sair para a academia e que “já aconteceu de em um evento ir um garotinho respirando por máquinas. Quando você vê isso, pensa: Meu Deus, estou sendo importante para ela” (Folha de São Paulo, 22 de agosto de 2016). Citando MariMoon, a primeira celebridade da internet no Brasil: “Eu senti o peso disso ao receber uma mensagem de uma pessoa dizendo que eu mudei a vida dela” (M. S. A., Lima, comunicação pessoal, 21 de julho de 2020).

Gergen (2009) já apontava que a explosão de tecnologias da comunicação, no sentido da variedade de meios e das possibilidades de relação, permitiria que as pessoas se relacionassem de modos diferentes e divergentes. Estar em relação (*relatedness*) passaria a ser mais importante que o relacionamento (*relationship*) em si. No sentido tomado pelo autor, não se trata apenas de considerar a novidade tecnológica em si; trata-se de observar a variedade de meios ao nosso redor e o fato de eles possibilitarem relações e comunicações em distintas maneiras e modos como nunca no passado.

Segundo Branco (2006), é no contexto das práticas diárias e em seus microssistemas que as pessoas

⁵ Para o autor, audiências são criadas fundamentalmente por meio dos processos de interação de recepção do indivíduo com os diversos meios e resultado das mediações ali envolvidas.

constituem a subjetividade em meio à polifonia e à multidimensionalidade da vivência humana e da produção dos significados. Portanto, o estudo das práticas socioeducativas que se dão também por meio das mídias digitais pode oferecer informações relevantes para a compreensão dos processos de significação do ser e do mundo que caracterizam a infância contemporânea a partir das interações com as webcelebridades – um outro significativo.

Considerações finais

A Psicologia se afirmou historicamente como espaço privilegiado de produção de conhecimento sobre o processo de desenvolvimento infantil. Os avanços nos estudos das últimas décadas e, mais especificamente, as contribuições da Psicologia Cultural Semiótica propõem uma mudança na forma de pensar o estudo do desenvolvimento que, longe de ser um fenômeno linear, implica movimento e transformação contínua.

Compreender o desenvolvimento humano como eminentemente dialógico, relacional e histórico implica analisar o processo de construção de significações, considerando os aspectos culturais de mediação que operam ao longo do desenvolvimento. Portanto, relevar a importância do contexto no qual as crianças interagem e se desenvolvem nos leva, hoje, a considerar que a vivência em uma sociedade

tecnológica potencializa uma nova percepção de mundo e uma maneira de experienciar a infância.

Entendemos que a relação de causalidade abrange múltiplos fatores que convergem para a promoção da conduta, mas nossa premissa é de que, em uma sociedade digitalmente tecnológica, as webcelebridades podem operar como agentes canalizadores de sugestões sociais que vão de signos visuais até comentários implícitos ou explícitos, legitimando signos que operam como promotores ou inibidores do desenvolvimento em uma determinada direção.

As figuras que assumem os holofotes trazem as marcas da cultura de cada tempo, condensando e expondo os valores presentes na coletividade por elas afetada. Nessa perspectiva, um estudo a partir da interação com as webcelebridades, que interferem na vida e nas ações de um número expressivo de crianças, prontas não só para ouvi-los, mas também segui-los e venerá-los, é bastante relevante para o entendimento sobre a infância e os processos implicados na construção da subjetividade em situações de interação social digital.

Espera-se que este ensaio teórico seja um provocador para o desenvolvimento de pesquisas sobre o tema, contribuindo com o preenchimento de algumas lacunas verificadas na literatura em Psicologia sobre a significativa interação das crianças com as mídias digitais na atualidade e, em particular, com um outro significativo: as webcelebridades.

Referências

- Alcântara, A., & Campos, M. (2006). Agora eu era o rei: A reinvenção da infância. In I. S. Sampaio, A. P. Cavalcante, & A. C. Alcântara (Eds.), *Mídia de chocolate: Estudos sobre a relação infância, adolescência e comunicação* (pp. 139-150). E-papers.
- Almeida, A. N., Alves, N. A., Delicado, A., & Carvalho, T. (2013). Crianças e internet: A ordem geracional revisitada. *Análise Social*, 48(207), 340-365.
- Ariès, P. (1986). *História social da criança e da família*. Guanabara.
- Becker, B. (2017). *Infância, tecnologia e ludicidade: A visão das crianças sobre as apropriações criativas das tecnologias digitais e o estabelecimento de uma cultura lúdica contemporânea* [Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório Institucional da UFBA. <https://bit.ly/3BHapsi>
- Branco, A. U (2006). Crenças e práticas culturais: Co-construção e ontogênese de valores sociais. *Pro-Posições*, 17(2), 139-155.
- Buckingham, D. (2007). Digital media literacies: Rethinking media education in the age of the internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43-55. <https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43>
- Buckingham, D. (2012). As crianças e a mídia: Uma abordagem sob a ótica dos estudos culturais. *MATRIZES*, 5(2), 93-121. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p93-121>
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.

- Corrêa, L. (2016). *Geração YouTube: Um mapeamento sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos*. Criança e Consumo. <https://bit.ly/3fok9Qz>
- Corsaro, W. A. (2005). Entrada no campo, aceitação e natureza da participação nos estudos etnográficos com crianças pequenas. *Educação e sociedade*, 26(91), 443-464.
- Espinosa, J. R. (2016). *Youtubers teen: A influência dos vlogs às novas gerações* [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Pantheon. <https://bit.ly/3LK5P0V>
- França, V., Freire Filho, J., Lana, L., & Simões, P. (Orgs.). (2014). *Celebridades no século XXI: Transformações no estatuto da fama*. Sulina.
- Freitas, E. A. R., & Silva L. C. A. (2014). Escritas de si mesmo: Os adolescentes e seus blogs. *Psicologia Clínica*, 26(2), 139-157.
- Gergen, K. J. (2009). O movimento do construcionismo social na psicologia moderna. *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis*, 6(1), 299-325.
- Laplanche, J., & Pontalis, J. L. (1967). *Vocabulário da psicanálise*. Martins Fontes.
- Maffesoli, M. (2000). Mediações simbólicas: A imagem como vínculo social. In F. M. Martins & J. M. Silva (Eds.), *Para navegar no século XXI* (pp. 37-48). Sulina.
- Marshall, P. D. (2006). *Celebrity and power: Fame in contemporary culture*. University of Minnesota Press.
- Martino, L. M. S. (2015). *Teoria das mídias digitais: Linguagem, ambientes, rede*. Vozes.
- Martins, L. T., & Castro, L. R. (2011). Crianças na contemporaneidade: Entre as demandas da vida escolar e da sociedade tecnológica. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 2(9), 619-634.
- Melo, S., & Abibe, A. (fev. 2019). *Creators connect: O poder dos YouTubers*. Think with Google. <https://bit.ly/3RfreAg>
- Menezes, S. M. M. (2016). Adultização da infância pela mídia: Uma leitura sócio-histórica. *Revista Psicologias*, 2, 1-15.
- Morin, E. (1989). *As estrelas: Mito e sedução do cinema*. José Olympio.
- Orozco Gómez, G. (2001). Audiencias, televisión y educación: Una deconstrucción pedagógica de la “televidencia” y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana de educación*, (27), 155-175.
- Pereira, R. M. R. (2012). Um pequeno mundo próprio inserido num mundo maior. In R. M. R. Pereira & N. Macedo (Eds.), *Infância em pesquisa* (pp. 25-57). Nau.
- Pereira, R. M. R. (2013). O (en)canto e o silêncio das sereias: Sobre o (não) lugar da criança na (ciber)cultura. *Childhood & Philosophy*. 9(18), 319-343.
- Piaget, J. (1964). *Seis estudos de psicologia*. Forense.
- Pimentel, C. (2011). A escrita íntima na internet: Do diário ao blog pessoal. *O Marrare*, (14), 728-741.
- Pinto, M., & Sarmiento, M. J. (1997). *As crianças contextos e identidades*. Universidade do Minho.
- Postman, N. (2012). *O desaparecimento da infância*. Graphia.
- Qvortrup, J. (2010). A infância enquanto categoria estrutural. *Educação e Pesquisa*, 36(2), 631-643. <https://doi.org/10.1590/S1517-97022010000200014>
- Ramírez Cabanzo, A. B. (2013). Infâncias, novos repertórios tecnológicos e formação. *Signo y pensamiento*, 32(63), 62-68. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp32-63.inrt>
- Rivoltella, P. C. (2013). *Fare didattica con gli EAS: Episodi di apprendimento situato*. La Scuola.
- Rojek, C. (2008). *Celebridade*. Rocco.
- Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks*. Peter Lang.
- Sibilia, P. (2008). *O show do eu: A intimidade como espetáculo*. Nova Fronteira.
- Simões, P. G. (2013). Celebidades na sociedade midiaticizada: Em busca de uma abordagem relacional. *Revista EcoPós Perspectiva*, 16(1), 104-119. <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v16i1.1170>
- Sirota, R. (2011). Idas e vindas no caderno de campo: O trabalho do sociólogo em família - a observação de um rito de socialização da infância. In A. M. Nascimento (Ed.), *Educação infantil e ensino fundamental: Contextos, práticas e pesquisa* (pp. 207-238). Nau.

- Tomaz, R. O. (2016). Infância e mídia: Breve revisão de um campo em disputa. *Contracampo*, 35(3), 272-294. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v35i3.919>
- Turkle, S. (1997) *A vida no ecrã: A identidade na era da internet*. Relógio D'Água.
- Valsiner, J. (2012). *Fundamentos de psicologia cultural: Mundos da mente, mundos da vida*. Artmed.
- Valsiner, J. (2014). *An invitation to culture psychology*. Sage.
- Vasconcellos, A. M., & Zanetti, D. (2017). (Web)celebridade: O sujeito ordinário e a narrativa cotidiana sob holofotes. *Lumina*, 11(1), 1-16.
- Wakai, A. (25 nov. 2015). *Pesquisa mostra comportamento das crianças no YouTube*. E-commerce Brasil. <https://bit.ly/3BTwAvE>
- Ward, V. (7 jan. 2016). *Modern pressures are making children 'deeply unhappy' warns ChildLine*. The Telegraph. <https://bit.ly/3LM2QW3>
- Wellman, B., & Gulia, M. (1999). Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. In B. Wellman (Ed.), *Networks in the global village* (pp. 324-360). Routledge.
- YouTube. (2020). *YouTube em números*. YouTube. <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/press>

Silvana Maria Grisi Sarno

Docente na Universidade Católica do Salvador (UCSAL). Doutoranda do Instituto de Psicologia da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e mestre em Educação pela Faculdade de Educação da mesma instituição. Especialista em Metodologia do Ensino Superior pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) e pela Universidade Católica do Salvador (UCSAL).

E-mail: silvanamgs@lwmil.com

 <https://orcid.org/0000-0002-5422-7783>

Endereço para envio de correspondência:

Rua Manoel Barreto, 354, apto. 502 – Graça. CEP: 40150-360. Salvador – BA. Brasil.

Recebido 07/08/2020

Aceito 09/09/2021

Received 08/07/2020

Approved 09/09/2021

Recibido 07/08/2020

Aceptado 09/09/2021

Como citar: Sarno, S. M. G. (2022). Infância na contemporaneidade: A significativa interação das crianças com webcelebridades. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 42, 1-12. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003242032>

How to cite: Sarno, S. M. G. (2022). Childhood in contemporaneity: The significant interaction of children's with webcelebrities. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 42, 1-12. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003242032>

Cómo citar: Sarno, S. M. G. (2022). Infancia en la Contemporaneidad: La Significativa Interacción de Niños con las Celebridades Web. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 42, 1-12. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003242032>