

YouTube, infância e subjetividades: o caso Julia Silva

Renata Oliveira Tomaz

Doutoranda em Comunicação e Cultura, na linha de pesquisa Mídia e Mediações Socioculturais, com Bolsa Faperj Aluno Nota 10, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, onde concluiu o mestrado (2011) e a graduação em Jornalismo (2004). Membro do corpo de colaboradores da revista ECO-Pós e estagiária docente na Escola de Comunicação da UFRJ.

Resumo

Um dos objetivos da pesquisa à qual este artigo está vinculado é compreender as condições de possibilidade da passagem de uma infância moderna para uma infância contemporânea, no contexto brasileiro da virada do século. Nessa perspectiva, o artigo investiga como os youtubers mirins, crianças com centenas de milhares de assinantes em seus canais no YouTube, constroem modos de ser e estar no mundo através da produção e divulgação de seus vídeos. A análise se ampara no seguinte argumento: uma vez que “os muros da vida privada” tenham sido fundamentais na construção de uma infância moderna, sua erosão está permitindo a visibilidade crescente das crianças e sua colonização na esfera pública, contribuindo para o surgimento de novas concepções de infância. Dentre as conclusões preliminares desse estudo está a de que ser famoso ou uma celebridade figura uma possibilidade de ser criança na contemporaneidade.

Palavras-Chave

Youtubers. Infância. Subjetividades. Crianças famosas.

Abstract

One of the objectives of the research to which this paper is linked is to understand the conditions of possibility of passage from a modern childhood to a contemporary childhood in the Brazilian context of the turn of the century. From this perspective, the article investigates how the kids youtubers, children with hundreds of thousands of subscribers on their YouTube channels, construct ways of being in the world through the production and dissemination of their videos. The analysis is based on the following argument: since “the walls of privacy” have been instrumental in building a modern childhood, their erosion is enabling increased visibility of children and their colonization in the public sphere, contributing to the emergence of new conceptions of childhood. Among the preliminary findings of this study is that being famous or a celebrity can be a possibility to be a child in contemporary.

Keywords

Youtubers. Childhood. Subjectivities. Famous children.

1. Introdução

*Bem, Leksiei, você não é medalha para ficar pendurado no meu pescoço, aqui não tem lugar para você, então vá ganhar o seu pão e ser gente...
E eu fui ser gente. (Maksim Górkí, 1914)*

O episódio acima encerra o primeiro livro da trilogia autobiográfica de Maksim Górkí, pseudônimo do escritor russo Aleksei Maksímovitch Piechkóv (1868-1936). Ele tinha dez anos, quando seu avô materno, com quem morava desde a morte de seu pai, o comissionou a deixar a vida de criança e ir trabalhar para ganhar o próprio pão. Mais do que isso, deu-lhe um ultimato: tornar-se alguém. Essa tarefa – fica claro no segundo livro *Ganhando meu pão* (1916) – seria empreendida pelo próprio Leksiei, ingressado no mundo adulto sem qualquer tipo de ritual ou preparo formal. Embora esse tipo de passagem fosse o mais comum na época

(e continue sendo a realidade de muitos contextos até hoje), em diferentes partes do continente europeu, uma série de transformações sociais e culturais indicava o surgimento de um outro modo de crescer: a infância moderna. Segundo essa concepção, que se espalharia sobretudo pelo Ocidente até a primeira metade do século XX, às crianças deveria ser dado um período de liberdade das responsabilidades familiares, principalmente econômicas. Elas deveriam ser escolarizadas e tratadas com carinho (ARIÈS, 1981) até que se tornassem capazes de “ser gente”.

Não é por acaso que surge uma das perguntas mais comuns endereçadas tanto a meninos quanto a meninas: “o que você vai ser quando crescer?”. O questionamento dá uma ideia de que a criança ainda não é, mas que será ao ingressar no mundo adulto, no universo da produção, na realidade do ganha pão. E só entrará depois de haver sido investida de uma série de saberes necessários a esses modos de ação no mundo. A história, entretanto, mostrará, especialmente no Brasil, que grande parte das crianças não pôde e não pode gozar desse período de moratória plenamente. Para aquelas que podem, entretanto, ser alguém é um projeto futuro¹. No entanto, algumas transformações sensíveis e agudas nas últimas décadas têm permitido mais e mais a visualização de tais projetos subjetivos no período da infância. As crianças, certamente, continuam falando sobre o que serão quando crescerem, mas também parecem estar empenhadas em ser algo antes que isso aconteça, como é possível notar com cada vez mais frequência em sua ação no mundo, na condição, por exemplo, de consumidoras ou de sujeitos de direitos. Não se trata de dizer que as crianças não eram ninguém e agora o são, mas de buscar um vínculo entre as mudanças na concepção de infância e os processos subjetivos acionados por elas no contemporâneo. A ruptura, nesse sentido, não estaria na criança, mas no modo como a concebemos.

Para pensar as questões que envolvem tais mudanças no âmbito de processos comunicacionais, este artigo analisa como os *youtubers* mirins, crianças com algumas centenas de milhares de assinantes em seus canais no YouTube, encontram modos de ser e estar no mundo através da produção e divulgação de seus vídeos. Dentre os objetivos da pesquisa da qual essa discussão se origina está o de compreender as condições de possibilidade da passagem de uma infância moderna para uma infância contemporânea, no contexto brasileiro da virada do século. Dessa forma, entender o que é ser um *youtuber* mirim ajuda a compreender as articulações entre os modos possíveis de estar criança e as demandas subjetivas da contemporaneidade.

Um *youtuber* produz vídeos e os posta no *site* do YouTube, através de equipamentos e de um canal próprios. Para se ter uma ideia do aumento paulatino de crianças que exercem essa atividade, basta visitar a comunidade “Descobrindo *youtubers* mirins”, no Facebook². Diariamente, crianças de todo o país postam seus *links*, convidando novos assinantes para seus canais. Outra iniciativa gradativamente comum é a realização dos encontrinhos, quando os *youtubers* mirins podem se encontrar com seus assinantes e fãs pessoalmente. Os maiores até agora foram realizados em São Paulo (FIG. 1) e no Rio de Janeiro (FIG. 2) pela fabricante de brinquedos Long Jump e pela cadeia de lojas de brinquedos Ri-Happy. Na capital paulista, o evento reuniu 2.500 crianças na loja do Tietê Plaza Shopping, em janeiro de 2015.

¹ Uma vez que a experiência dos primeiros anos de vida é atravessada por diferentes elementos como raça, classe, formação educacional, configuração familiar, religião, gênero etc., a infância não pode ser considerada uma fase natural, mas uma construção social. É nesse sentido que se fala em infâncias, no plural. Nesse texto, entretanto, quando o termo aparecer no singular, ele estará fazendo referência a um ideal de infância. Isso significa que, ao falar em infância moderna, por exemplo, estarei falando de um ideal de infância construído ao longo da Modernidade, sem desconsiderar a multiplicidade de experiências que coexistiram com determinado horizonte moral do que é ser e estar criança em um contexto específico.

² Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Descobrindo-Youtubers-Mirins/1402140583417040>. Acesso em 06 de fevereiro de 2016.



Fig. 1 - Encontro de Youtubers Mirins em São Paulo



Fig. 2 – Divulgação do encontro no Rio de Janeiro

Com vistas a entender melhor o fenômeno, o canal Julia Silva³ foi escolhido para o estudo de caso que será apresentado aqui. Aos nove anos e morando no interior de São Paulo, Julia Silva é uma das *youtubers* crianças mais conhecidas no Brasil, e até fora do país⁴. Com mais de 650 vídeos produzidos e publicados (cinco a sete por semana), desde 2011, ela tem mais de um milhão de assinantes e cerca de 300 milhões de visualizações, no *YouTube*⁵. De acordo com a plataforma *Social Blade*, que analisa dados de redes sociais com fins de classificação, o canal Julia Silva está na categoria A-, razão pela qual, segundo o *site*, o canal pode chegar a lucrar dezenas de milhares de reais em um único mês⁶. A escolha por seu canal se justifica não só pelos números altos que concentra, mas pelo fato de Julia Silva ter uma presença quase ubíqua na internet⁷ e conseguir alcançar, como se verá, a fama para além das fronteiras *on-line*. O *corpus* da análise é formado por seis *playlists*⁸ do canal, por meio das quais Julia Silva indica não o que ela vai ser quando crescer, mas o que a cultura contemporânea tem permitido que ela seja agora. O texto se dividirá em duas partes. Na primeira, vai discutir os modos pelos quais a infância moderna se constituiu e, na segunda, vai buscar alguns elementos, no estudo de caso do canal Julia Silva, que possam ajudar a entender uma concepção contemporânea de infância.

2. Infância moderna – um tempo de crescer para ser

O filme *Lula, o filho do Brasil* (2010) traz um interessante diálogo entre dona Lindu, mãe de Lula, e dona Terezinha, professora dele no primário que pede para adotá-lo “de papel passado”. Tentando ajudar dona Lindu a entender a proposta, ela revela que deseja ajudar Lula a “ser alguém na vida”. Ao que sua mãe responde: “Mas ele já é alguém, é Luiz Inácio”. As duas, não é difícil perceber, estavam falando de coisas diferentes. Enquanto Lindu se referia à existência do filho no âmbito doméstico, Terezinha se remetia ao seu papel social no mundo, ou seja, na esfera pública. Trata-se, no caso da professora, de uma concepção específica da infância, com raízes na Europa do século XVIII, segundo a qual os primeiros anos de vida seriam gradativa e completamente separados do mundo adulto de produção e trabalho por meio da escolarização da criança e da privatização da família (ARIÈS, 1981,

³ Endereço do canal: <https://www.youtube.com/channel/UCsXGvLPTWXA0t8WrjiBCLGg>.

⁴ Em um de seus vídeos, a *youtuber* estadunidense Gracie, que divide com a mãe o canal Mom and Gracie Show (mais de 600 mil assinantes), afirma que Julia Silva é uma de suas *youtubers* estrangeiras favoritas. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=fSUya_GmiFo. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

⁵ Dados colhidos até 15 de fevereiro de 2016.

⁶ Disponível em: <http://socialblade.com/youtube/user/paulaloma29>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

⁷ Julia mantém outro canal no Youtube (Julia Silva TV) e contas no Instagram (juliasilvamh), Facebook (Julia Silva), Twitter (@EuJuliaSilva) e Google+ (Julia Silva), além de um *blog* (www.juliasilvaoficial.com.br).

⁸ As *playlists* são listas de vídeos reunidos a partir de uma temática, como resenhas de brinquedos e tutoriais.

1986). Nesse entendimento, o papel social que se recebia da família ou da comunidade não é mais suficiente, ou seja, ir ganhar o pão apenas já não bastaria para “ser gente”.

Para ser, tornou-se necessário crescer. A elaboração de um período em suspensão para que crianças pudessem retardar seu ingresso no universo adulto marcou a distinção entre estas duas categorias etárias por meio de oposições que expressavam incompletude/completude. Essa visão desenvolvimentista (CASTRO, 2001) marcou meninos e meninas como seres incapazes que precisavam de uma infância, gradativamente maior, para desenvolver habilidades e capacidades que lhes permitissem atingir, num momento determinado, o ideal de adulto. De um lado, portanto, estava o adulto, protagonista da esfera pública; de outro, a criança, resguardada na esfera privada.

No livro *Emílio ou da educação* (1762), Rousseau apresenta os principais valores que sustentam a compreensão moderna da infância. Emílio é um aluno imaginário, francês, rico e órfão, que será educado desde o nascimento até seus 25 anos por uma espécie de tutor. O livro defende que a educação deve ser usada para formar o homem e não um profissional. Por isso, ela estaria bem além da transmissão de conhecimento, motivo pelo qual o simples convívio com um adulto mais experiente tornava-se insuficiente na formação do homem moderno. A educação deveria incidir nas faculdades humanas desde o nascimento, a fim de que se pudesse chegar à idade adulta sendo capaz de viver os princípios da igualdade e da liberdade. Para Rousseau, educa-se alguém para ser livre. E isso levaria tempo: “tudo o que não temos ao nascer e de que precisamos *quando grandes* nos é dado pela educação” (ROUSSEAU, [1762]2013, p. 9, grifo meu). Nesse sentido, a educação foi um lugar de invisibilização da criança, na medida em que era institucionalizada.

Ariès (1986) nos permite avançar um pouco mais nesse entendimento sobre como o mundo da infância foi sendo construído à parte do mundo adulto. Para ele, há uma relação direta entre o surgimento da infância moderna e a escola, porque a instituição começa a se tornar o caminho por excelência para o acesso ao mundo paulatinamente letrado. O domínio da leitura e da escrita passa a ser gradativamente condição individual para acessar essa outra fase. Assim, a escolarização se constitui uma urgência, e a escola, cada vez mais, “substitui a aprendizagem tradicional” (ARIÈS, 1986, p. 6). Mas o letramento também era um elemento fundamental no projeto moderno de civilidade (SIBILIA, 2012, p. 63-79). Especialmente com a ajuda da igreja, as crianças iam deixando o mundo do trabalho ou dos treinos de guerra e das ciências (famílias abastadas) para ingressarem em uma instituição de educação formal, onde o aprendizado com o adulto seria muito menos pela convivência do que pela transmissão sistematizada e racionalizada do conhecimento.

Outro elemento basilar na construção da infância moderna, para o historiador francês, está ligado ao “procedimento da família para uma maior intimidade (*privacy*)” (ARIÈS, 1986, p. 6, grifo no original). A família deixava de ser um núcleo produtivo de subsistência para se tornar um núcleo emotivo, gerenciado pela mulher que, junto à criança, se restringiria cada vez mais ao espaço doméstico (CHODOROW, 1979), permitindo o surgimento de uma classe média amparada em um modelo ideológico familiar específico. Nele, a criança ocupava o papel central no propósito da família: formar os filhos e educá-los formalmente (CLARKE, 2003). Por fim, Ariès (1981) cita a pesquisa de Richard Goldthwaite sobre a formação do espaço privado da família em Florença para fazer um paralelo entre a privatização da família e a formação da infância.

Eu já havia observado e comentado em meu livro a frequência, desde o século XV e durante o XVI, dos sinais de um reconhecimento da infância, tanto na iconografia como na educação, com o colégio. Mas R. [Richard] Goldthwaite descobriu no palácio florentino uma relação muito precisa entre

o início do sentimento da família e da criança e uma organização particular do espaço. (ARIÈS, 1981, p. 19).

O *boom* de edificações em Florença nos séculos XIV e XV levou a uma grande atividade de construção em mosteiros, igrejas, conventos, lojas e especialmente palácios de famílias patricias para além dos portões da cidade. A configuração interna dessas residências com algumas divisões, ainda sem corredor, lembra o que só aconteceria nas demais cidades europeias no século XVIII. As famílias, então, diminuem de tamanho, reduzem o número de criados e restringem a relação com os espaços públicos que eram, praticamente, extensão das casas. Com isso, aumentam os momentos íntimos, sobretudo no relacionamento mãe-filho. A infância moderna, portanto, é escolarizada e domesticada. Entretanto, faz-se necessário relembrar que, embora essa configuração se refira a um ideal de infância possível às famílias abastadas, mais tarde tal modelo também se constituirá como horizonte para contextos distintos. A escola pública é um exemplo disso, na medida em que busca ampliar o acesso à educação formal para crianças de diferentes classes sociais.

No Brasil, importante lembrar, esse processo de modernização da infância foi bem mais tardio, além de complexificado pelas suas configurações sociais, históricas e culturais. De um lado, a escolarização esbarrou na cultura laboral das crianças, não se limitando ao período colonial ou ao império, mas sendo estendida até a República, que “seguiu empurrando a criança para fora da escola, na direção do trabalho na lavoura, alegando que ela era o ‘melhor imigrante’” (DEL PRIORE, 2013, p. 13). De outro, a privatização das famílias foi severamente afetada pelas condições precárias, historicamente conhecidas:

Os lares monoparentais, a mestiçagem, a pobreza material e arquitetônica – exemplificada nos espaços onde se misturavam indistintamente crianças e adultos de todas as condições –, a presença de escravos, a forte migração interna capaz de alterar os equilíbrios familiares, a proliferação de cortiços no século XIX e de favelas no XX, são fatores que alteravam a noção que se pudesse ter no Brasil, até bem recentemente, de privacidade tal como ela foi concebida pela Europa urbana, burguesa e iluminista”. (DEL PRIORE, 2013, p. 11).

Nesse sentido, o argumento central desse trabalho baseia-se na ideia de que a infância moderna está diretamente vinculada ao surgimento da vida privada e, dessa forma, na medida em que os muros da intimidade são corroídos, o modo como esse período da vida é concebido se reconfigura, possibilitando novas formas de concebermos a infância.

3. Infância contemporânea – um tempo de ser antes de crescer

Julia Silva nasceu em outro momento. O simples fato de a conhecermos e saber o nome de seus familiares, bem como quais são suas brincadeiras favoritas e práticas cotidianas, sem que tenhamos qualquer proximidade física com ela, já indica isso. Ela começou a publicar vídeos, aos seis anos de idade, quando se mudou com o pai e a mãe para a França, onde morou por apenas cinco meses. No programa *Roberto Justus Mais* (Record), que foi ao ar no dia 22 de março de 2015, ela contou que os vídeos eram uma forma de os familiares acompanharem de longe seu dia a dia⁹ (FIG. 3). Julia, basicamente, mostrava seus brinquedos

⁹ Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/roberto-justus-mais/videos/roberto-justus-e-dedicado-as-criancas-do-seculo-21-assista-na-integra-23032015>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

e os acessórios que, com a mãe, ela mesma construía. Em entrevista ao programa *Fala Brasil* (Record), no dia 27 de janeiro de 2015, o pai de Julia contou que os vídeos começaram a ter muitos acessos seguidos de comentários pedindo mais *posts* (FIG. 5). Hoje, ele diz que os vídeos são acessados em mais de 50 países: “pessoas do Japão, Portugal, Estados Unidos mandam e-mail (...) pedindo que coloque legenda nos vídeos para poder entender o que ela fala”¹⁰.



Fig. 3 – Julia Silva com o apresentador e os convidados do programa *Roberto Justus Mais*



Fig. 4 – Julia com os pais no programa *Encontro com Fátima Bernardes*



Fig. 5 – Julia dando entrevista para o programa *Fala Brasil*, durante Encontro de Youtubers Mirins

Para a análise realizada no canal, fizeram parte do *corpus* as *playlists* Review (60 vídeos), Tags e desafios (36 vídeos), Tutoriais (58 vídeos), Vlogs de Viagens e passeios (40 vídeos), Maquiagens (11 vídeos) e Favoritos (47 vídeos). Outras ficaram de fora: Baby Alive e Reborn; Monster High Ever After; e Furby, por serem mais *reviews* de brinquedos, alguns repetidos. Também não fazem parte as *playlists* Homenagens e Vídeos marcados como “Gostei”, por não terem sido feitos por Julia. A análise mostrou que Julia Silva está se constituindo no mundo tanto como consumidora quanto como produtora (de significados e de riqueza). Entretanto, por questões de espaço, escolhi analisar os modos pelos quais Julia Silva se configura como uma criança famosa, uma celebridade mirim que rompe as fronteiras do universo *on-line*.

A infância de Julia não está coberta pelas sólidas paredes da escola e de sua casa. Pelo contrário, é do seu quarto que ela grava seus vídeos, do lugar que lhe é mais íntimo. Embora continue sendo, legalmente falando, uma incapaz, Julia tem uma ação no mundo, porque tem, antes disso, uma presença nesse mundo por meio dos aparatos midiáticos e tecnológicos de que faz uso. Isso não significa dizer que as novas tecnologias estariam produzindo por si mesmas novas subjetividades, embora elas comumente sejam compatíveis com os modos de subjetivação vigentes. É necessário, além disso, que existam outras condições para que a presença das crianças tenha consistência no imaginário dessa época. Uma delas diz respeito ao esmaecimento das fronteiras entre público e privado.

Como ressaltado acima, a privatização da família, ou seja, a formação de uma família nuclear, que libera das responsabilidades econômicas de subsistência tanto a mulher quanto as crianças, não se realizou no Brasil com a mesma abrangência que na Europa. Mesmo assim, a ideia de vida privada se consolidou aqui, o que pode ser exemplificado na produção midiática. Em matéria de infância, tal conjuntura aparece nos múltiplos periódicos e títulos que começaram a circular no Brasil da segunda metade do século XIX às primeiras décadas do século XX, cujo objetivo era orientar as mulheres nos cuidados e na criação de seus filhos¹¹. Aquilo que era da ordem doméstica, então, ganha força na esfera pública.

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bSsjHQUOXfo>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

¹¹ São exemplos dessa nova dinâmica os jornais *Mãe de Família*, editado pelo médico higienista Carlos Costa entre os anos 1879 e 1888 no Rio de Janeiro, e *A família*, publicado entre 1888 e 1894, em São Paulo; as revistas *Vida Doméstica* e *Feminina*, que circularam nos anos 1920 no Rio de Janeiro; e os manuais *Vamos criar seu filho* (1938), de Carlos Prado, *Cartilha às mães* (1935), de José Martinho da Rocha, e *A vida do bebê* (1941), de Rinaldo de Lamare. Este último, conhecido como “a bíblia” para mães e pais, está em sua 43ª edição e já vendeu

Ao mesmo tempo em que a visibilidade da vida privada confere importância para assuntos antes silenciados na esfera pública, ela fragiliza os muros da privacidade, como se pode ver na crônica “O Muro da vida privada”, publicada por João do Rio no jornal *A noite*, em 1911. Trata-se de um diálogo entre um autor notável e seu amigo sobre a violação da privacidade do escritor, a qual ele reconhece, ao mesmo tempo, como um problema e um mal necessário para sua visibilidade. Freire Filho (2014) se utiliza desse texto para discutir o surgimento do fenômeno da celebridade, no contexto brasileiro do início do século XX, como

uma forma diferenciada de projeção na esfera pública: imediata; mundana; talvez transitória; desatrelada das instâncias tradicionais de consagração (condecorações imperiais; honras militares; canonização religiosa; prêmios literários); dependente, essencialmente, da circulação de notícias, rumores e imagens impressas, do poder jornalístico de gerar publicidade e de produzir reconhecimento. (FREIRE FILHO, 2014, p. 48).

Mais do que isso, o texto mostra como o estatuto da visibilidade é conferido cada vez menos aos que realizam feitos relevantes e cada vez mais aos que produzem “reclames” de si mesmos. Ou, nas palavras de Boorstin (1987), cada vez menos aos heróis e cada vez mais àqueles que “são conhecidos por serem bem conhecidos” (BOORSTIN, 1987, p. 57). Pensada em uma instância patológica, a “neurose da exibição” (FREIRE FILHO, 2014) indicava como a exposição de si ganhava um novo lugar no imaginário social e estava ligada à emergência de uma sociedade capitalista competitiva. “A conquista do respeito ou da notoriedade em círculos restritos já não apaziguava os indivíduos, aflitos para ampliar o seu perímetro de visibilidade jornalística, tornando-se conhecidos dos desconhecidos” (Idem, p. 67-68). Os homens públicos e notáveis começam a perder seu protagonismo (SENNETT, 1988), e a esfera pública se torna cada vez mais colonizada por indivíduos ordinários.

Se, ao longo do século XX, os meios de comunicação de massa foram fundamentais para que as narrativas da vida privada fossem altamente visibilizadas; na virada do século XXI, as redes sociais, amparadas sobretudo pelas novas tecnologias, contribuíram para que os indivíduos não só tivessem acesso a essas narrativas, mas as produzissem, não apenas de outros, mas de si mesmos. Sendo assim, a discussão do subtópico a seguir se concentra na ideia de que a tarefa cotidiana de narrar-se e dizer-se para um número paulatinamente maior de pessoas é empreendida por cada vez mais indivíduos comuns, incluindo as crianças.

3.1. Ser famosa é ser alguém

Julia Silva lança mão de diferentes estratégias para estar sempre presente na rede. O maior volume de suas publicações são *reviews*, vídeos em que ela descreve bonecas e brinquedos em geral numa espécie de resenha, algumas vezes a partir da embalagem, como aconteceu no caso de uma de suas bonecas Monster High: “Eu ia abrir assim que ela chegou, mas eu esperei para compartilhar com vocês”¹². Julia também produz tutoriais, vídeos em que ensina a fazer manualmente assessorios e *playsets* (cenários) para suas bonecas utilizando papelão, cola quente, botões, laços, tinta guache, caneta permanente etc. Dentre suas criações

cerca de 5 milhões de exemplares no Brasil. O autor, alguns anos mais tarde, faria parte do Conselho Científico da Bloch Editores, que lançou em 1968 a revista *Pais & Filhos*, a primeira do gênero no país, ainda em circulação.

¹² Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=fgEbD7AYSio&index=59&list=PLWoaAlxSY64VwqvSixKW2XWXSrhARnLTi>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

estão uma loja de chapéus e o *set* de filmagem das Monster High para a gravação do curta “Minha babá é uma vampira”; móveis como cama, berçinhos, sofás, estantes e escrivaninhas; ou aparelhos eletrônicos como televisão, *headphones* e *laptop*. Ela também produz vídeos em que desafia seus familiares, sobretudo seu pai, a realizar algo. Posta um vídeo novo quase todos os dias e mantém um alto nível de exposição. Julia publica diferentes tipos de conteúdo, como sua participação na festa de fim de ano do Google, ou em programas de TV, pré-estreias de filmes e inaugurações de lojas voltadas para crianças, além de suas visitas a familiares, amigos e outros *youtubers* mirins.

Na perspectiva de Boorstin ([1961]1987) ou até mesmo de Debord ([1967]1997), Julia Silva tem uma existência pública, no sentido de visível, não porque tenha realizado algo relevante, mas porque produz imagens de si mesma. E, por isso, ela se configuraria não como alguém, mas como um *pseudoevento* ou um *espetáculo*. Cerca de 40 anos depois, Gabler (1999), dentre outros autores, argumenta em seu livro *Vida, o filme* (1999) que é mais importante compreender os processos por meio dos quais a lógica da celebridade penetra a cultura do que ater-se à discussão do que seria real. Gabler parte do pressuposto de que a vida se torna a própria arte, uma vez que a existência pode ser compreendida como um projeto autoral e, nesse sentido, todos aqueles que vivem estariam habilitados a produzir uma *lifie*, como ele chama a narrativa de vida a ser propagada. Sendo assim, surgem cada vez mais celebridades que são não artistas, mas médicas, advogados, empresárias, cabeleireiros, *chefs* de cozinha e *youtubers* mirins, dentre outros. Considerando que a fama estaria ao alcance de todos, ou melhor, de todo tipo de indivíduo, e que a celebridade se tornou um ideal de existência, Gabler conclui que todos são concorrentes na busca pela fama e, conseqüentemente, na busca por ser alguém. Ser uma celebridade, assim, se tornou uma forma de ser e estar no mundo, mesmo para as crianças.

Em *O show do eu*, Sibilia (2008) indica como o *eu* se mostra o protagonista acessível a toda e qualquer pessoa, mostrando que o melhor papel no contemporâneo é o de si mesmo. Mas não aquele *eu* íntimo, escondido em uma interioridade que precisa ser constantemente desvelada, e sim um *eu* que se constitui enquanto *performatizado*. Nesse sentido, outra forma utilizada por Julia Silva de narrar-se, para além de seus gostos e preferências nas brincadeiras, são as *tags*, vídeos em que ela responde a um conjunto de perguntas organizadas de forma temática. Na *tag* Espelho Espelho meu¹³, ela afirma: “O legal é que pra quem não me conhece muito bem, pode saber um pouquinho mais sobre mim”. Dentre as respostas às 16 perguntas da *tag*, ela afirma: “Eu nunca fico pensando em ser mais velha. Eu gosto da minha idade”; e confessa que, se pudesse escolher ser uma celebridade, seria Katy Perry. Em Me conhecendo melhor¹⁴, Julia explica por que não tem tatuagem ou piercing: “Eu ainda sou criança e, quando eu crescer, eu não vou querer fazer essas coisas”. Em seguida, retoma a questão da fama: “Eu já quis ser cantora, médica, vendedora da Jequití (...) Quando eu era pequena eu sempre assistia àquele programa Roda Roda Jequití. E eu queria ser vendedora da Jequití porque eu queria aparecer no programa”. No programa *Roberto Justus Mais*, quando ele pergunta para Julia e para outras crianças o que desejam ser (quando crescer), ela confirma as intenções de ser alguém com alto índice de visibilidade: “Eu quero ser escritora, eu quero ser atriz, apresentadora, repórter...”. Logo, a ideia de que ser alguém na vida é ter fama atravessa a compreensão que Julia Silva tem de sua presença no mundo.

¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=syQiB67Quhw>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

¹⁴ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=0TLvNB0HrTs&index=23&list=PLWoaAlxSY64UggK7IZWkKhodLqM2a-C-c>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

3.2. Ser famosa é ser visível

A expansão dos meios de comunicação e de seu alcance também pode ser considerada uma condição importante na reconfiguração da infância. Após a II Guerra, as imagens de meninos e meninas em situação de calamidade que correram o mundo mobilizaram a comunidade internacional (MARRE, 2013) na produção de documentos e de protocolos em favor das crianças – um marco desse movimento foi a publicação da Convenção dos Direitos da Criança (CDC), em 1989. Um ano depois, o Brasil, signatário da CDC, aprova a lei que define o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Pela primeira vez, a legislação brasileira fazia referência a todos os menores de 18 anos, e não apenas à parcela que fosse, de algum modo, formada por crianças e adolescentes marginalizados¹⁵. As crianças, portanto, além de objetos de cuidado e controle, tornam-se sujeitos de direitos, o que possibilitou a elas serem cidadãs antes de serem adultas.

A ideia de que as pessoas têm direito de ser quem elas são ou quem desejarem ser tem sido um debate central na formulação das chamadas políticas de identidade. No campo da infância, um dos assuntos mais discutidos em relação a essa temática é a prática do *bullying*. Embora tenha dito em abril deste ano que uma das formas de manter a fama é “não ficar retrucando quem responde os comentários xingando você”¹⁶ nas redes sociais, Julia Silva acabou fazendo um vídeo em que denuncia uma agressão sofrida por ela, em julho, três meses depois. Ela conta que foi ridicularizada em um vídeo, tirado do ar cerca de duas horas após a postagem dela¹⁷. Logo em seguida, Julia lembra os ataques racistas que a garota do tempo do *Jornal Nacional*, Maria Julia Coutinho, conhecida como Maju, também havia sofrido. Mas, disse Julia, “ela não desistiu do trabalho dela (...) foi uma inspiração pra mim. Eu gostei bastante, Maju, você me ajudou”. Logo depois, Julia enfatizou: “quem faz bullying, pare de fazer bullying. É muito ruim fazer bullying. Se fosse com você, você não ia gostar. Então eu quero todo mundo colocando aqui nos comentários #juntospelaMaju e também #chegadebullying”. A CDC e particularmente o ECA, alinhados com as novas tecnologias e mídias, permitiram que as crianças fossem vistas como portadoras de direito e, portanto, dotadas de voz.

Isso, de certa forma, está vinculado aos modos pelos quais as crianças possam ser vistas também como interlocutoras de uma já estabelecida cultura do consumo. De acordo com Schor (2009), as crianças são interpeladas como consumidoras pelos aparatos de comunicação, convocadas a se posicionarem como sujeitos não só de direitos, mas especialmente de desejos e vontades. Ou seja, as crianças também podem ser consumidoras antes de crescer. Além disso, na virada do século XXI, as novas tecnologias permitiram que as crianças fossem não só consumidoras de bens materiais e simbólicos, mas também produtoras e emissoras (BUCKINGHAM, 2007) desses bens. Nas palavras de Jenkins (2009), podem unificar essas práticas e serem chamadas, ainda, de *prosumidoras*.

¹⁵ Lançado em 1927, o Código de Menores definia como seu objeto “o menor, de um ou outro sexo, abandonado ou delinquente, que tiver menos de 18 annos de idade”. No dia 10 de outubro de 1979, ele foi revogado pela Lei 6.697, que mudava o objeto do código para “menores até 18 annos em situação irregular”. Cf. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1910-1929/d17943a.htm. Acesso em 15 de fevereiro de 2016. Tais leis são completamente revogadas com a criação do ECA, que passa a se referir aos menores de 18 annos como crianças e adolescentes, independentemente de sua situação – uma mudança que, como se vê, ainda não atingiu o imaginário social da infância, no País.

¹⁶ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=WlwSU3JRQ4M&list=FLsXGvLPTWXA0t8WrjiBCLGg>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

¹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pTgGdir3b-I&list=PLWoaAlxSY64VwqvSixKW2XWXSrhARnLTi>.

Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

Ser uma *youtuber* é, dessa forma, avançar por entre os espaços de visibilidade (LANA, 2015). A prática remonta às *camgirls* – mulheres que usavam *webcams* e jornais *on-line* com propósitos autobiográficos (SENFT, 2008). Elas deixavam seus equipamentos ligados em um ou mais cômodos de casa, registrando sua intimidade, e escreviam sobre suas questões mais pessoais e íntimas. A tese de Senft consistiu em afirmar que as *camgirls* poderiam ajudar a compreender o que significa falar do pessoal como político numa sociedade em rede. Ou seja, como publicizar, ou melhor, politizar questões relegadas ao ambiente privado. Entretanto, sua observação lhe permitiu acompanhar outros fenômenos que atravessavam essa prática. Um deles foi a formação do que ela chamou de microcelebridades. Para Senft, o que diferenciava essas mulheres das celebridades tradicionais, era o fato de que, em rede, a proximidade com os admiradores e a responsabilidade dos fãs, ou seja, seu engajamento, têm um peso bem maior nos processos de celebrificação.

Embora essas fronteiras dos diferentes níveis de celebridade hoje pareçam bem mais borradas do que nítidas, Julia Silva parece ter uma compreensão muito semelhante. Ao participar da série *Fora da caixinha*, apresentada duas vezes por mês no canal Mundo de menina¹⁸, da marca de sapatos infantis femininos Pampili, ela foi questionada sobre o que pode levar à perda da fama. Ao que respondeu: “Sendo chato, se achando... tem que ter cuidado com eles [fãs] porque eles gostam bastante da gente”. Durante o programa, ela diz que a pessoa famosa é alguém reconhecida por algo que tenha feito, o que demonstra sua percepção de que ser celebridade é ser olhado pelo outro – isso para Julia “não tem nada de chato, é tudo divertido”, conta a *youtuber*, sem esconder que perder a fama não seria bom: “Se eu perdesse a minha fama, eu ia ficar muito triste, mas eu ia sempre ter a minha família do meu lado, eles nunca iriam me *esquecer*” (grifo meu). Quando conecta perda da fama com esquecimento, Julia Silva está sob um registro de visibilidade necessário não apenas para manutenção da sua fama, mas como vimos, para sua própria existência na memória do outro. Logo, estar famosa é estar visível e, nesse sentido, ser.

4. Considerações Finais

Ao longo desse *paper*, os *youtubers* mirins foram tomados como sintoma da cultura. Isso significa que sua emergência não pode ser pensada apenas como uma estratégia mercadológica de exploração infantil para promoção de produtos, embora a captação da imagem da criança para tal fim seja inegável. Para além disso, entretanto, é preciso entender que existe uma configuração histórica, social e cultural que tornou possível não só o surgimento dos *youtubers* mirins, mas também sua condição de celebridade na internet e nos meios de comunicação de massa.

A análise do canal Julia Silva ajudou a ver como, na contemporaneidade, algumas crianças podem ser alguém antes de crescer, ou seja, antes de serem adultas. A mudança foi sendo realizada na medida em que os elementos que fundaram e sustentaram a infância moderna começam a ser minados, levando a uma reconfiguração dos modos pelos quais a infância vem sendo construída. Um deles trata da questão público/privado. Uma vez que a infância surge junto com a criação do espaço privado da família, a erosão dessas paredes afeta diretamente a experiência da criança no contemporâneo.

^{18 18} Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=WlwSU3JRQ4M&list=FLsXGvLPTWXA0t8WrjiBCLGg>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016

Referências

- ARIÈS, Phillippe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- _____. La infancia. **Revista de Educación**, v. 281, p. 5-17, 1986. Disponível em http://www.terras.edu.ar/biblioteca/5/PDGA_Aries_Unidad_3.pdf. Acesso em 02 mai 2015.
- BOORSTIN, Daniel. **The Image: A Guide to Pseudo-Events in America**. New York: Vintage, [1961]1987.
- BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias digitais**. São Paulo, Edições Loyola, 2007.
- CASTRO, Lucia Rabello. Da invisibilidade à ação: crianças e jovens na construção da cultura. In: CASTRO, L. R. (Org.). **Crianças e jovens na construção da cultura**. Rio de Janeiro: Nau Editora: Faperj, 2001, p. 19-46.
- CHODOROW, Nancy. **The reproduction of mothering: psychoanalysis and the sociology of gender**. Berkeley, Los Angeles (CA): University of California Press, 1978.
- CLARKE, John. Histories of Childhood. In: WISE, Dominic (Ed.). **Childhood Studies: an introduction**. Oxford (UK): Blackwell Publishers, 2003. Disponível em: http://www.blackwellpublishing.com/content/bpl_images/content_store/sample_chapter/0631233962/wyse%2002chap01.pdf. Acesso em 12 maio de 2015.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEL PRIORE, Mary (org.). **História das crianças no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013 [1999].
- FREIRE FILHO, João. A “neurose da exibição” na era do reclame. In: FRANÇA, Vera et. tal (Orgs.). **Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014, p. 37-70.
- GABLER, Neal. **Vida o Filme: como o entretenimento conquistou a realidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de Comunicação**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LANA, Lígia. “É muito íntimo”: vlogs femininos, fama e linguagem televisiva no YouTube. In: Compós 2015, Brasília, **Anais...** Brasília: UnB, 2015. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-057ec4ee-c5a0-46f5-9425-bd6053922836_2870.pdf. Acesso em 08/02/2016.
- LULA, o filho do Brasil. Direção: Fábio Barreto. Produção: Paula Barreto, Rômulo Marinho Jr. Intérpretes: Antonio Saboia, Cléo Pires, Felipe Falanga, Glória Pires, Juliana Baroni, Lucélia Santos, Marcos Cesana, Milhem Cortaz, Rui Ricardo Diaz e outros. Roteiro: Daniel Tandler, Denise Paraná, Fernando Bonassi. [S.I.]: Filmes do Equador, LC Barreto Productions, Downtown Filmes 2010. 1 bobina cinematográfica (120 min), son. color, 35mm.
- MARRE, D. Prólogo: De infancias, niños y niñas. In: OSPINA, Maria Camila... [et. al.]. **Pensar la infancia desde América Latina: un estado de la cuestión**. Buenos Aires: CLACSO, 2013, p. 9-25.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Emílio ou Da educação**. São Paulo: Martins Fontes, 4ª ed. [1762]2014.
- SENFT, Theresa. **Camgirls: celebrity and community in the age of social networks**. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. São Paulo: Nova Fronteira, 2008.

_____. **Redes ou paredes**: a escola em tempos de dispersão. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

SCHOR, Juliet. **Nascidos para comprar**: uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo. São Paulo: Gente, 2009.