



# **CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS**

*Recredenciado pela Portaria Ministerial nº 1.162, de 13/10/16, D.O.U nº 198, de 14/10/2016*  
ASSOCIAÇÃO EDUCACIONAL LUTERANA DO BRASIL

Letícia Veras de Araújo

MÍDIA E INFÂNCIA:  
a erotização do corpo em canais infantis do YouTube

Palmas – TO

2016

Letícia Veras de Araújo

**MÍDIA E INFÂNCIA:**

a erotização do corpo em canais infantis do YouTube

Pesquisa elaborada e apresentada como requisito final para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II (TCC II) do curso de bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientador: Profa. Dra. Irenides Teixeira.

Palmas – TO

2016

Letícia Veras de Araújo

**MÍDIA E INFÂNCIA:**

a erotização do corpo em canais infantis do YouTube

Pesquisa elaborada e apresentada como requisito final para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II (TCC II) do curso de bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientadora: Profa. Dra. Irenides Teixeira.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Irenides Teixeira

Orientadora

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

---

Profa. M.e. Cristina D’Ornellas Filipakis Souza

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

---

Prof. Esp. Sonielson Luciano de Sousa

Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

Palmas – TO

2016

A Deus por me capacitar.  
Ao meu pai, que combateu o bom combate e guardou a fé.

## **Agradecimentos**

A Deus, o autor e consumidor da minha fé, dedico toda a minha gratidão por me conceder a benção da conclusão deste curso. Por me fortalecer nos momentos difíceis e despertar em mim o amor as pessoas e o desejo em proporcioná-las bem-estar. Tudo o que tenho, tudo o que sou, entrego ao meu Senhor.

Ao meu querido pai, que acompanhou meus primeiros passos na vida e na formação. Com muito esforço investiu em minha educação e sonhou comigo essa conquista. Deixou um grande legado de mestre na profissão e na vida familiar. Minha eterna saudade, minha eterna gratidão.

Agradeço a minha mãe, exemplo de força e de fé, me faz acredita que posso conquistar muito mais. Obrigada por ser meu alicerce durante toda a minha vida e por vivenciarem comigo cada etapa de minha formação sem medir esforços para me ajudar a chegar até aqui. Se hoje sou o que sou devo a vocês (mãe e pai). Essa conquista é nossa!!

Ao meu irmão, meu companheiro. Mesmo seguindo a área de exatas sentava comigo para conversar sobre psicologia e ainda conseguia relacionar os conceitos com a informática e a engenharia. Obrigada pela paciência durante a produção deste trabalho e pelas inúmeras leituras que fizemos juntos. Você é o meu orgulho.

Ao meu amor, por sempre me motivar e incentivar a dar o melhor de mim. Por não medir esforços para me ajudar e estar junto. Por me mostrar novas possibilidades e despertar novos desejos de querer ir além. Obrigada por me acompanhar mesmo de longe e dedicar algumas horas no telefone para lermos juntos este trabalho. Também agradeço à irmã Symone, pelo carinho e orações.

À minha orientadora, Profa. Dra. Irenides Teixeira, que muito admiro, obrigada por me acompanhar durante toda a produção, ajudando a organizar minhas ideias e apresentando excelentes contribuições para o meu crescimento acadêmico. Estendo meus agradecimentos aos integrantes da banca avaliadora, aos professores da graduação, aos familiares e amigos. Enfim, a todos que participaram desta caminhada e deixaram boas marcas em minha vida, Muito Obrigada!

## RESUMO

ARAÚJO, Letícia Veras. **MÍDIA E INFÂNCIA: a erotização do corpo em canais infantis do YouTube**. 2016. 39 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Psicologia, Centro Universitário Luterano de Palmas, Palmas/TO, 2016.

Esta pesquisa faz referência ao impacto gerado no público infantil pela mídia a partir de observações dos vídeos de crianças disponíveis no YouTube. Compreendendo que o corpo da criança se tornou alvo de constantes investimentos midiáticos, serão abordados os impactos da mídia na erotização do corpo infantil. O estudo objetiva investigar a influência da mídia digital na construção da infância e verificar se os conteúdos apresentados exercem influência psicológica para a erotização infantil em face da constante objetificação do corpo feminino e as implicações na formação do indivíduo. Tendo em vista que o conceito de infância é uma construção histórica com importantes modificações ao longo dos séculos, percebe-se que na contemporaneidade, com a influência da mídia, o período da infância tem sido diminuído dando lugar a adolescência precoce. Nesse sentido, realizou-se o estudo com base na abordagem qualitativa e análise das representações de erotização precoce a partir de observações dos canais de Julia Silva e Melody Oficial. Considerando que estas estão inseridas em uma cultura na qual o corpo da mulher é objetificado e explorado. A partir desta construção de valores aliados aos investimentos midiáticos destinados às crianças, serão abordados os impactos da mídia na erotização do corpo infantil, bem como suas representações.

**Palavras chaves:** Mídia, YouTube, Corpo, Infância, Erotização.

## **ABSTRACT**

The survey refers to the impact on children of the media from the observations of children's videos that are available on YouTube. Understanding that the child's body became the target of constant media investments, the impact of the media on the eroticization of the infant body will be addressed. The objective of this study was to investigate the influence of digital media in the construction of childhood and to verify if the contents presented exert a psychological influence on children eroticization due to the constant objectification of the female body and the implications in the formation of the individual. Considering that the concept of childhood is a historical construction with important modifications throughout the centuries described by Ariès (1981), it is noticed that in the contemporaneous, with the influence of the media, the period of the childhood has been diminished giving place to adolescence precocious. In this sense, the study was carried out based on the qualitative approach and analysis of the representations of early erotization based on the observations of the channels of Julia Silva and Melody Oficial, considering that these are inserted in a culture in which the woman's body is objectified and Explored. From this construction of values allied to the media investments destined to children, the impacts of the media on the eroticization of the infantile body, as well as its representations, will be approached.

**Keywords:** Media, YouTube, Body, Childhood, sexualization.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

10

12

Figura 3 – Comentários do vídeo Tour pelo banheiro ..... 12

13

14

15

16

24

25

## LISTA DE TABELAS

22

23

26



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>1</b>
<b>2 PERCURSO TEÓRICO</b> .....	<b>4</b>
2.1 A mídia e sua função ambígua .....	4
2.2 Compreensões da infância no transcorrer dos processos históricos .....	5
2.3 Erotizações dos corpos infantis na sociedade de consumo .....	7
2.4 Canais infantis no YouTube .....	9
2.4.1 Julia Silva .....	11
2.4.2 Melody Oficial .....	15
2.5 Objetificação do corpo feminino .....	17
<b>3 PERCURSO METODOLÓGICO</b> .....	<b>20</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>21</b>
4.1 Julia Silva .....	23
4.2 Melody Oficial .....	24
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>27</b>
<b>6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>28</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
<b>ANEXOS</b> .....	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.

## 1 INTRODUÇÃO

A infância é a etapa de grande importância no que diz respeito à formação moral e sociocultural de um ser humano; porém este sentido só foi definido a partir do século XVIII, quando a criança passou a ser respeitada como alguém que precisa de cuidados especiais. Estas mudanças ocorrem quando ela deixa de participar do mundo adulto, abandonando certas responsabilidades como o trabalho. A criança passa então a ser considerada como “pura, assexuada e inocente” (ARIÈS, 1981 p. 42).

A partir de reflexões sobre as diversas concepções de infância no decorrer dos séculos, houve a definição de lugares sociais para crianças e adultos. Porém, com o passar do tempo houve uma facilidade à obtenção de informações que permitem crianças ter acesso a conteúdos destinados aos adultos através dos recursos midiáticos e passam a abandonar características da inocência infantil devido os estímulos recebidos.

De acordo com Caetano (2016), a mídia, em geral, tornou-se um lugar importante na formação das crianças, visto que o público infantil se tornou alvo dos recursos midiáticos, sendo este um dos fatores para as crianças serem inseridas cada vez mais cedo no mundo adulto. Surge então uma preocupação com o estudo e compreensão da criança e de seu desenvolvimento, no que se refere a erotização precoce.

Partindo deste pressuposto, nota-se que o corpo infantil vem sendo amplamente explorado por conta da exposição e visibilidade à qual é submetido através dos meios de comunicação. Dentre eles está a televisão, que surgiu no Brasil nos anos de 1950, e a internet, sendo esta uma tecnologia digital de distribuição e exposição que se enquadra nas novas mídias (MANOVICH, 2005).

Todos os conteúdos que outrora só estavam disponíveis na televisão agora podem ser acessados com maior facilidade a qualquer momento. Por meio disso, há um grande movimento de espetacularização de crianças através das redes sociais além de um ambiente propício para incentivo ao consumo.

O advento das mídias digitais contribui para gerar novas identidades, conceitos ligados diretamente ao consumo. Burgess (2009) afirma que, “se a televisão era o principal veículo de entretenimento visual para as gerações anteriores, pode-se falar que o YouTube é o grande substituto da vez”.

Diante desta realidade, o YouTube tornou-se um instrumento considerado como um palco onde os usuários, antes anônimos, tornam-se protagonistas e alcançando destaque e visibilidade. Desta maneira, as pessoas se apropriam desse conjunto de imagens para estabelecer uma relação social (DEBORD, 1997). As crianças começaram a ser inseridas neste contexto. E toda essa exposição também trouxe consequências ao seu desenvolvimento, resultando na sexualidade precoce. Segundo Goullner (2010), através destes veículos midiáticos, é presente a ideia de infância como objeto a ser apreciado, desejado e exaltado.

A partir da compreensão de que o corpo da criança se tornou alvo de constantes investimentos midiáticos, serão abordados os impactos da mídia na erotização do corpo infantil, considerando que o corpo e suas identidades são produzidos socialmente com base na relação estabelecida entre os sujeitos e a sociedade (CAETANO, 2016).

Com base nessas evidências, pretende-se buscar a resolução do problema de Pesquisa: Qual o impacto das representações do corpo na mídia digital para estimulações precoces do mundo adulto para crianças e quais implicações na formação do indivíduo?

Considerando a análise das diversas compreensões de infância no decorrer da história e os elementos contribuintes para a erotização precoce do corpo infantil, a presente pesquisa tem como objetivo analisar tais representações através de canais infantis no YouTube.

Neste sentido, o **objetivo geral** da pesquisa é de investigar os impactos da mídia digital na construção da infância e verificar se os conteúdos apresentados às crianças exercem influência psicológica para a erotização infantil em face da constante objetificação do corpo feminino e as implicações na formação do indivíduo.

A busca por respostas para o problema de pesquisa foi orientada pelos seguintes **objetivos específicos**: 1 - Analisar as contribuições da mídia digital junto ao público infantil no desenvolvimento da sexualidade precoce; 2 - Verificar como a internet colabora para a valorização e exploração do corpo infantil; 3 - investigar os efeitos da exposição da criança e a sua formação psicossocial, através do YouTube, tendo em vista a sua vulnerabilidade psíquica.

Para melhor compreensão do assunto, a pesquisa foi estruturada da seguinte forma: No primeiro capítulo, *A mídia e sua função ambígua*, aborda-se sobre as transformações da mídia como um recurso que aproxima o homem aos processos de

comunicação, também como um formador de opinião, mas que, também, tornou-se palco de influência ao consumismo e a erotização precoce infantil.

Na temática *A Compreensão da infância no transcorrer dos processos históricos*, apresenta o conceito de infância como uma construção histórica, visto que em determinado período eram reconhecidos como adultos em miniatura, passam agora a ser vistos como seres que necessitam de cuidados especiais. O capítulo seguinte, *Erotização dos corpos infantis na sociedade de consumo*, irá abordar os apelos midiáticos para tornar as pessoas em consumistas em potencial, em que reconhecem as crianças como consumidores em potencial.

O quarto capítulo abordará sobre os *Canais infantis no YouTube* apresentando análises de representações erotizadas nos canais das YouTubers Mirins Júlia Silva e Melody Oficial. No quinto capítulo, *Objetificação do corpo feminino*, comenta-se sobre as representações do corpo e da sexualidade construídas e veiculadas pelos meios de comunicação e na sociedade como um todo, influenciando meninas a seguirem este mesmo padrão. Em seguida serão apresentados os resultados e discussões das informações coletadas.

## 2 PERCURSO TEÓRICO

### 2.1 A mídia e sua função ambígua

A mídia consiste em um conjunto de meios de comunicação. Estes recursos sempre foram uma ferramenta eficaz quando o objetivo era alcançar pessoas e formar opinião, desde o jornal impresso, rádio, televisão e a internet. A mídia sempre conseguiu atingir pessoas e mudar conceitos. Dentre estes meios de comunicação, a televisão é a que apresenta maior concentração da propriedade e maior captação econômica publicitária. Contudo, Ribeiro (2013) ressalta que a televisão começou a sofrer os impactos das alterações tecnológicas, proporcionadas pela evolução da tecnologia digital. Também afirma que

Cada passo da evolução tecnológica das mídias em direção ao atendimento de interesses individuais ou de grupos específicos aproxima o homem da sua posição de sujeito no processo de comunicação (RIBEIRO, 2013 p.32).

Nesse contexto, Santaella (2007) fala a respeito do desaparecimento das barreiras que impediam as trocas de informações.

Cada vez menos a comunicação está confinada a lugares fixos, e os novos modos de telecomunicação têm produzido transmutações na estrutura da nossa concepção cotidiana do tempo, do espaço, dos modos de viver, aprender, agir, engajar-se, sentir, reviravoltas na nossa afetividade, sensualidade e nas emoções que nos assomam (SANTAELLA, 2007, p. 25).

As inovações tecnológicas de mídia são capazes de oferecer às crianças novas oportunidades para a criatividade, comunicação e a autorrealização, quando as mesmas são orientadas para o bom uso dos conteúdos disponíveis. Porém, a ideia de inocência na infância tem sido violada e as mídias estão envolvidas nisso de certa forma, como destaca Buckingham (2007) no livro “Crescer na era das mídias eletrônicas”.

O autor apresenta que embora a televisão seja um veículo que promove debates sobre as marcantes transformações da infância na sociedade atual, por outro lado, ela é acusada de provocar problemas relacionados à erotização precoce. Isto se dá por estimular a propagação de conteúdos concernentes à sexualidade precoce e a violência. Ribeiro (2013, p. 115) afirma que “ao contrário da TV, os vídeos têm vida própria e, quando encontrados através de palavras-chave ou por indicação de conhecidos, são exibidos fora do canal”. Desta forma permite uma filtragem ao acesso.

Com a chegada da sociedade de consumidores aos veículos midiáticos, como consequência da facilidade do acesso ao mundo da comunicação, houve também um crescente movimento de espetacularização de crianças nas redes sociais, o que possibilitou o surgimento dos *YouTubers* mirins, que são crianças que alcançaram notoriedade através de vídeos postados em seus canais, através de inúmeros acessos e milhões de seguidores.

Essa facilidade possibilitou que crianças façam parte do YouTube ainda nos primeiros anos de vida, as quais iniciam o canal com o apoio de alguém mais velho. Tal notoriedade começa a despertar interesse nos pais quando percebem que seus filhos estão ficando famosos. O que pode começar através de brincadeiras, passa a gerar lucros pelo grande número de visualizações e com os anunciantes publicitários que tiram vantagens destas crianças para divulgarem seus produtos. Causando exposição de crianças a conteúdos inadequados para sua faixa etária e um incentivo ao consumo.

Visando a proteção de crianças e contra o acesso aos conteúdos inadequados, o Google desenvolveu um aplicativo *YouTube Kids*<sup>1</sup>, com vídeos adequados para o público infantil. Ele permite a navegação no site sem o auxílio de pessoas adultas, em que os pais podem determinar o tempo de acesso e bloquear a pesquisa de determinadas palavras. Os pais poderão se utilizar desta ferramenta para monitorar e acompanhar os filhos com segurança.

## **2.2 Compreensões da infância no transcorrer dos processos históricos**

Com o passar do tempo a compreensão de infância foi modificada e uma nova concepção começou a ganhar significado com a ideia de que a criança era um ser puro, fraco e inocente. Para Caetano (2006) os registros da história da infância foram realizados a partir do olhar do adulto, pois a criança não pode escrever sua própria história. Desse modo, convém afirmar que as formas de conceber a infância variam de tempo em tempo, de sociedade para sociedade.

<sup>1</sup> YOUTUBE. Disponível em <<https://support.google.com/youtubekids/?hl=pt-BR#topic=6130504>> Acesso em 7 de agosto de 2016.

Na idade média, não existiam crianças caracterizadas por uma expressão particular, e sim homens de tamanho reduzido (ARIÈS, 1981). O autor baseia sua análise nas representações artísticas em pinturas medievais renascentistas. Também cita que “os homens dos séculos X-XI não detinham diante da imagem da infância, que esta não tinha para eles interesse, nem mesmo realidade” (p.52). Houve também mudanças em relação aos cuidados através da intervenção do poder público e da Igreja (CAETANO, 2016). Assim, Reis; Muzzeti; Leão aponta que:

[...] o sentimento moderno de infância surge com o advento da sociedade capitalista urbano-industrial, pois nesta nova forma de organização social, sobre a égide burguesa, a criança passa a ser alguém que necessita de cuidados e de escolarização (2014, p. 639).

Para compreender sobre as transformações na sexualidade da criança, faz-se necessário conhecer as transformações na concepção de infância e da família ao longo dos séculos. No século XX, Freud (1996) nos traz uma nova visão a respeito da teoria da sexualidade, que contribuiu para ampliar a visão sobre as pesquisas sobre a temática, a qual afirma que a sexualidade está presente na vida de todo o ser humano desde o nascimento.

A criança possui, desde o princípio, o instinto e as atividades sexuais. Ela os traz consigo para o mundo, e deles provém, através de uma evolução rica de etapas, a chamada sexualidade normal do adulto. Não são difíceis de observar as manifestações da atividade sexual infantil; ao contrário, deixá-las passar despercebidas ou incompreendidas é que é preciso certa arte (FREUD, 1996, p.53).

Com o intuito de garantir a proteção e bem-estar à infância, na década de 1990 foram criadas leis que garantem amparo às crianças, implicando um maior controle do Estado, inclusive em relação à sexualidade infanto-juvenil (LOURO; FELIPE; GOULLNER, 2010). O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) foi criado em 13 de julho de 1990, a partir da Lei , que dispõe no Art. 3º:

A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade.

De acordo com o ECA, o sujeito de até 12 anos é considerado como criança, portanto, qualquer sugestão de estímulos erotizados dentro desta faixa etária é prejudicial. Mas na sociedade em que vivemos, atualmente muitos aspectos da vida são pautados pelo desejo de ser consumidor como papel primordial, seja por adultos ou crianças. Portanto, devido as várias significações sobre a infância no mundo

contemporâneo, a ideia de infância que outrora era apontada como adultos em miniatura, na sociedade pós-moderna passa a ser altamente afetada pelos discursos midiáticos que retoma de certa forma a imagem adultizada, conforme aponta Belo (2011). Tal influência ocorre pelo valor que se dá para as representações do corpo na sociedade, visto que há um incentivo de que o mesmo seja explorado.

A compreensão de infância não é algo estático, mas dinâmico, visto que com o passar do tempo sofre modificações, pois de acordo com a teoria de Piaget, as fases do desenvolvimento dependem de características biológicas do sujeito e de fatores sociais e educacionais (BOCK, 1999). Este mesmo raciocínio é descrito por Bauman (2007, p. 7) quando comenta a respeito das mudanças da sociedade a partir de seu conceito de liquidez quando diz que “a sociedade se alimenta e se revigora mutuamente”. Isso reforça as causas das mudanças no que se refere ao comportamento da sociedade moderna da qual as crianças estão inseridas. Santaella (2007) traz que

[...] os líquidos são uma variedade de fluídos. Diferentes dos sólidos não fixam o espaço e não prendem o tempo. Não se atêm a nenhuma forma e estão constantemente prontos e propensos a muda-la, em um espaço que, afinal, preenchem tão-só por um momento. [...] o advento da modernidade líquida produziu profundas mudanças na condição humana, o que requer que repensemos os velhos conceitos que costumavam cercar as narrativas das estruturas sistêmicas agora derretidas pelos fluidos (p. 14).

O conhecimento acerca da infância está relacionado ao lugar social que a criança ocupa como também as transformações do modo de ser da criança ao longo do tempo (SOUZA, 1998). Isto significa que para conhecer as características de uma faixa etária, é determinante a interação de diversos fatores, visto que o desenvolvimento humano refere-se ao crescimento orgânico e mental do sujeito (BOCK, 1999).

### **2.3 Erotizações dos corpos infantis na sociedade de consumo**

As crianças da contemporaneidade estão imersas dentro da cultura consumista e crescem segundo padrões e normas estabelecidas pela mídia (ANDRADE E COSTA, 2010). Temos a concepção de que o consumo se faz necessário para a sobrevivência em que as pessoas precisam vestir, comer e se locomover para estarem inseridas em um contexto social. Quando a prática do consumo está associada ao exagero e ao supérfluo, torna-se consumismo.

A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não-satisfação de seus membros. O método explícito de atingir tal efeito é



depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido promovidos no universo dos desejos dos consumidores (BAUMAN, 2008, p.64).

Para o autor, o que começa como um esforço para satisfazer uma necessidade deve se transformar em compulsão ou vício. A partir desta ideia, podemos afirmar que a mídia se utiliza dos mais variados recursos para seduzir as pessoas ao ato de consumir, dentre elas estão as crianças, ainda em processo de formação e mais propensas a serem influenciadas aos apelos da mídia. Desta forma, são levadas a consumir roupas estilizadas, artefatos de maquiagem, aparelhos eletrônicos, dispositivos móveis de última geração entre outros produtos.

Segundo Santos (2010), desde crianças, os sujeitos vão seguindo modas, aderindo a marca, absorvendo valores propostos, que acabam “estimulando a ideia de que só é considerado cidadão, aquele que consome e segue padrões estabelecidos” (p. 2). O autor também aponta que “o consumidor infantil não tem sido alvo apenas desses problemas citados, um outro tipo de comportamento de risco à infância gira em torno da sexualidade” (p. 7)

Andrade e Costa (2010) destacam o quanto a conjunção da imagem da infância com o consumo é lucrativa e conveniente aos interesses do mercado econômico capitalista, visto que, cada vez mais as crianças estão enredadas na ordem do consumo. Isto pode ser perceptivo não só nas roupas que utilizam, mas no valor que se dá ao consumo. Santos (2010) destaca que enquanto no passado as crianças eram consideradas como “adultos em miniatura”, atualmente tornaram-se consumidores em potencial.

Os consumidores de todos os níveis sociais, gênero e idade devem responder aos apelos produzidos a todo o momento de produtos fornecidos pelas empresas. Esta é uma condição para se manterem na posição social que desejam e proteger a autoestima. Quando não são capazes de responderem a estes apelos há uma tendência de sentir-se abaixo do padrão que é estabelecido (BAUMAN, 2008).

Numa sociedade de consumidores<sup>2</sup>, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação, que não conheça exceção. A esse respeito, a

<sup>2</sup> De acordo com Bauman (2008), “A sociedade de consumidores representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas”.

sociedade de consumidores não reconhece diferenças de idade ou gênero. Remete a objetificação da pessoa, modelo de sociedade imposta como forma de se manter.

Considerando em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Sob todas as forma particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos - , o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade (DEBORD, 1997, p. 14).

De acordo com Santaella (2004), este processo que pelo qual as pessoas se submetem é aceito na sociedade como normal. “Trata-se de um narcisismo dirigido, uma exaltação funcional da beleza. Essa auto-sedução só tem de gratuita a aparência; na verdade, todos os detalhes dela recebem a forma final de uma norma de gestão ótima do corpo (p. 130)”.

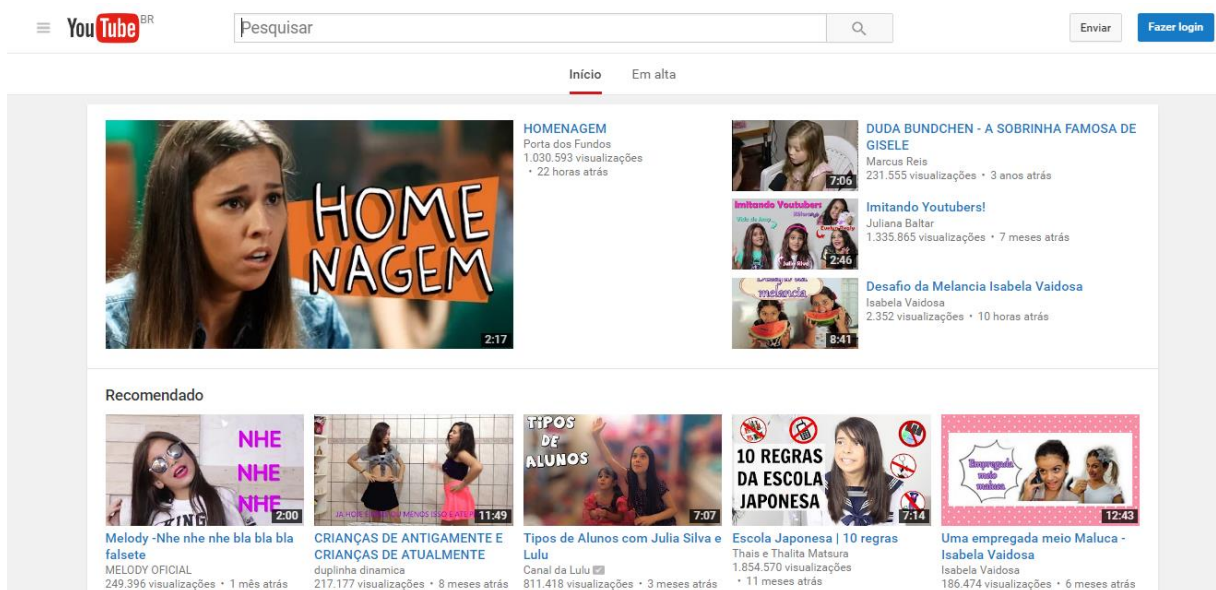
#### **2.4 Canais infantis no YouTube**

O YouTube foi lançado em maio de 2005, através dos fundadores Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, permitindo que bilhões de pessoas possam descobrir, assistir e compartilhar vídeos. Segundo fontes do próprio site, o YouTube oferece um fórum para as pessoas se conectarem, se informarem e inspirarem umas às outras por todo o mundo, bem como atua como plataforma de distribuição para criadores de conteúdo original e anunciantes grandes e pequenos.

Com mais de um bilhão de espectadores o YouTube está disponível em praticamente todos os lugares e dispositivos, oferecendo ferramentas poderosas para ajudar os internautas a se conectarem com sua comunidade, incluindo recomendações de vídeos, comentários e mensagens, além de transmissões ao vivo. Nesse sentido, o YouTube apresenta-se como um espaço de expressão individualizada. Para manter a audiência muitos destes canais estão abandonando as câmaras amadoras utilizando câmeras profissionais, garantindo uma maior resolução na imagem (SALGADO, 2013).

É também o segundo maior mecanismo de pesquisa, ou seja, seus vídeos entram na Pesquisa e se tornam parte de uma cultura popular. Segundo Burgess (2009, p.19) o sucesso do site se deve à elaboração de quatro recursos essenciais, tais como: Recomendações de vídeos por meio da lista de “Vídeos Relacionados”; Um link de e-mail que permite o compartilhamento de vídeos; Comentários (e outras funcionalidades inerentes a redes sociais); Um reprodutor de vídeo que pode ser incorporado (*embed*) em outras páginas da internet.

Figura 1 - Página inicial do YouTube



Fonte: <https://www.youtube.com/>. Acesso em 3 de junho de 2016.

O YouTube oferece todo o suporte para quem deseja abrir um canal, com diversas ferramentas de criação simples e gratuitas, incluindo <sup>3</sup>. Na sessão de estratégias para o aplicativo do YouTube Kids<sup>4</sup>, o site orienta que muitos dos criadores de conteúdo de maior sucesso nessa categoria fazem vídeos baseados no que seus próprios filhos gostam, e não no que os adultos acham que eles gostam e sugerem que aprendam com as crianças a seu redor.

<sup>3</sup> YOUTUBE. Disponível em: <<https://www.youtube.com/yt/creators/pt-BR/get-started.html?noapp=1>> Acesso em 2 de junho de 2016.

<sup>4</sup> YOUTUBE. Disponível em: <<https://creatoracademy.withgoogle.com/creatoracademy/page/lesson/kids-app#yt-creators-strategies-17>> Acesso em 2 de junho de 2016.

O site é uma das ferramentas do Google de maior utilização, e por sua vez tornou-se alvo de investimentos de empresas que publicam anúncios e utilizam-se de pessoas influentes sendo estas crianças para realiza-los. Esta espetacularização no YouTube é descrita como sendo

[...] o fascínio da imagem atinge seu ápice quando nós somos a própria mensagem. Talvez por isso o Youtube seja um irresistível local dessa enorme ágora virtual que, independentemente dos seus problemas e formatos, permite a cada um ser a própria mídia, celebridades do nosso cotidiano (BURGUES, 2009, p. 9).

Com base nesta informação, serão apresentadas a seguir, descrições de canais infantis no YouTube que apresentam claramente temas relacionados a erotização precoce.

#### **2.4.1 Julia Silva**

Atualmente um dos canais infantil de maior sucesso no YouTube é o da Julia Silva, 10 anos, que criou sua página em agosto de 2007 e desde então vem postando vídeos sobre resenhas de brinquedos, compras, maquiagens, viagens, brincadeiras, tutoriais, coleções e brincadeiras. Já ganhou o Prêmio Botão Play de Prata por atingir 100 mil inscritos, e em abril de 2016 ultrapassou 1 milhão, e ganhou o Play de Ouro.

Em um de seus vídeos, publicado no canal em janeiro de 2013, que possui o título de “Tour pelo meu banheiro e minhas maquiagens Julia Silvia<sup>5</sup>”, a menina vestida com um roupão da Barbie e touca de banho no cabelo, com unhas pintadas de azul e maquiada, apresenta os detalhes de seu banheiro e seus itens de beleza. Além da variedade de perfumes e produtos para o cabelo, a menina que na época tinha 7 anos de idade, mostra sua coleção de maquiagens espalhadas pelo balcão e gavetas do armário. Dentre elas há uma grande variedade de paletas de sombras e batons de marcas famosas e com personagens infantis. Apresenta também uma caixa com cílios postiços, sua coleção de esmaltes com todos os acessórios para as unhas.

<sup>5</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=VqD\\_v9Ng1z8](https://www.youtube.com/watch?v=VqD_v9Ng1z8) Acesso em 15 de abril de 2016.



**Figura 2** - Júlia Silva no tour pelo seu banheiro



**Figura 3** – Comentários do vídeo Tour pelo banheiro

Fonte: [https://www.google.com.br/search?q=Julia+Silva+tour+meu+cantinho+de+maquiagens&biw=1366&bih=599&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiXsOHJ95vMAhWEUJAKHZG8D3gQ\\_AUIBygC#imgrc=7\\_suCwR2bqaqIM%3A](https://www.google.com.br/search?q=Julia+Silva+tour+meu+cantinho+de+maquiagens&biw=1366&bih=599&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiXsOHJ95vMAhWEUJAKHZG8D3gQ_AUIBygC#imgrc=7_suCwR2bqaqIM%3A). Acesso em 19 de abril de 2016

Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=VqD\\_v9Ng1z8](https://www.youtube.com/watch?v=VqD_v9Ng1z8)

Meses mais tarde (agosto de 2013), já com 8 anos, a menina volta a gravar um vídeo mostrando suas maquiagens com o título "Tour: Meu cantinho de Maquiagem Julia Silva"<sup>6</sup>. Na descrição do vídeo a menina escreve: "Algumas pessoas

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jsLYZdzc5Os> Acesso em 15 de abril de 2016.

me pediram para mostrar todas as minhas maquiagens. Eu amo maquiagens e apesar de ter bastante coisa, só posso usar de vez em quando, porque sou criança (tenho 8 anos). Adoro brincar de maquiar e quando crescer quero fazer maquiagens perfeitas iguais a Andreza Goulart<sup>7</sup>”.

Ambos os vídeos possuem mais de 2 milhões de visualizações e milhares de comentários de crianças que acompanham o canal e se inspiram com os conteúdos disponíveis nele. A coleção de maquiagens de Julia Silva foi adquirida através de presentes de familiares.

Para comemorar a marca de um milhão de inscritos, realizou uma grande festa, com direito a chegada de limusine rosa e cobertura de veículos de imprensa nacionais e internacionais.

**Figura 4**– Festa de 1 milhão de inscritos no canal de Júlia Silva



Fonte: Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ni0eqBVjxhY>. Acesso em 2 de junho de 2016.

<sup>7</sup> Andreza Goulart é uma maquiadora que possui um canal no YouTube com tutoriais de maquiagens.



O reconhecimento recebido pelos internautas despertou o interesse de grandes marcas que buscam sua imagem para anunciar produtos. Em seu canal, a menina fala sobre a realização do sonho de fazer o anúncio da marca que ela gosta. Ao descrever seu contentamento, apresenta os produtos da vitrine da loja, também como forma de incentivo a compra dos produtos. Este tipo de anúncio é descrito por Chaui (2006) como um modelo de propaganda que atinge seu ponto máximo quando anunciada por pessoas famosas que indicam suas preferências. Isto acontece pelo fato do produto está associado a um rosto conhecido seguido por um determinado público que possui uma identificação projetiva com o artista e desejam se parecer com ele.

**Figura 5 - Propaganda para a Pampili**



Fonte:

[https://www.google.com.br/search?q=julia+silva+pampili&espv=2&biw=1366&bih=599&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjj3eT7ybLOAhXCFZAKHR62CCQQ\\_AUIBigB#imgrc=1TE9asRQQ5hukM%3A](https://www.google.com.br/search?q=julia+silva+pampili&espv=2&biw=1366&bih=599&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjj3eT7ybLOAhXCFZAKHR62CCQQ_AUIBigB#imgrc=1TE9asRQQ5hukM%3A). Acesso em 08 de agosto de 2016.

O sucesso de Júlia Silva fez com que ela iniciasse uma nova série de vídeos com dicas para abrir o próprio canal no YouTube e como torna-lo reconhecido<sup>8</sup>. Em um de seus vídeos, em que fala de quando começou o canal ela deixa uma mensagem: “ Nunca é tarde para brincar” e comenta de sua insatisfação com crianças que já não gosta de brincar.

Julia Silva utiliza-se de um tipo de produção audiovisual denominada de *vlog* o qual também é utilizado por usuários famosos do YouTube. A maioria dos vídeos tem como cenário o seu quarto, como objetivo de permitir que seu público faça parte de sua intimidade e assim conquistando sua confiança, quando se apresenta como uma pessoa comum que compartilha dos mesmos gostos. Esta maneira de interação com o público tem como objetivo, aumentar o número de visualizações e de inscritos no canal. Pode-se afirmar que Julia Silva tornou-se uma celebridade que iniciou em vídeos do YouTube e já faz várias aparições na TV.

#### **2.4.2 Melody Oficial**

Conhecida popularmente como MC Melody, aos 9 anos atraiu a atenção das pessoas através da divulgação de um vídeo onde dança funk em uma casa de shows fazendo movimentos erotizados enquanto o pai cantava. A menina costuma apresentar-se com roupas curtas e canta músicas com letras consideradas inadequadas para a sua idade. Em seu canal, postou um vídeo “Essa mina é louca cover anitta - Melody part anitta”<sup>9</sup>, a menina imita a cantora Anita cantando e dançando. Com movimentos e expressões sensuais, dança ao som do violão do pai. Trata-se de um conteúdo inadequado para o público infantil, pois ao analisar a letra da música percebe-se um apelo à erotização, tanto no conteúdo da letra, quanto nos movimentos utilizados, que idealizam o corpo da mulher como um símbolo sexual.

**Figura 6** - Melody faz cover da música “Essa mina é louca”.

<sup>8</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=\\_ZQ6NQHyl84](https://www.youtube.com/watch?v=_ZQ6NQHyl84)> Acesso em 07 de agosto de 2016.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lt6DzHk9e5s>. Acesso em 15 de abril de 2016.





Fonte:

[https://www.google.com.br/search?q=melody+e+a+metralhadora&espv=2&biw=1366&bih=643&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjvxZmMwJrMAhVFhZAKHRhMBSAQ\\_AUICSgE#tbm=isch&q=melody+essa+mina+%C3%A9+louca&imgcr=nAPKtSUSomPQxM%3A](https://www.google.com.br/search?q=melody+e+a+metralhadora&espv=2&biw=1366&bih=643&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjvxZmMwJrMAhVFhZAKHRhMBSAQ_AUICSgE#tbm=isch&q=melody+essa+mina+%C3%A9+louca&imgcr=nAPKtSUSomPQxM%3A). Acesso em 19 de abril de 2016

Encontra-se também no canal Melody Oficial o vídeo “Metralhadora – Versão Falsete - Melody<sup>10</sup>”, em que a menina faz uma paródia da música Metralhadora, interpretado originalmente pela Banda Vingadoura.

**Figura 7 - Melody e a Metralhadora**



<sup>10</sup>

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zOPgXLY55a8>. Acesso em 18 de abril de 2016.

Fonte:

[https://www.google.com.br/search?q=melody+e+a+metralhadora&esqv=2&biw=1366&bih=643&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjvxZmMwJrMAhVFhZAKHRhMBSAQ\\_AUICSgE#imgrc=u4EGIAc4RLj\\_IM%3A](https://www.google.com.br/search?q=melody+e+a+metralhadora&esqv=2&biw=1366&bih=643&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjvxZmMwJrMAhVFhZAKHRhMBSAQ_AUICSgE#imgrc=u4EGIAc4RLj_IM%3A). Acesso em 19 de abril de 2016,

É evidente observarmos que o mundo adulto é oferecido para as crianças pelos meios de comunicação como um todo. Veicular sobre o erotismo é uma forma de alcançar maior audiência (SOBRAL, 2014). Melody é mais um dos vários canais do YouTube que reproduz determinado conteúdo com o consentimento da família. Seu pai, MC Belinho é alvo de polêmicas por incentivar a filha a produzir estes conteúdos.

O caso é alvo de polêmicas e duras críticas veiculadas pela mídia e nas redes sociais. Também foi instaurado um inquérito no Ministério Público de São Paulo para investigar o apelo sexual produzido em músicas e danças de crianças, e teve como alvo MC Melody. Houve também uma mobilização na internet com a campanha “Não ao Erotismo Infantil”, criada por Renato Oliveira<sup>11</sup>, e já possui diversos adeptos.

## 2.5 Objetificação do corpo feminino

O corpo está em todos os lugares e este está refletido nas formações culturais “provocadas pelos processos de corporificação propiciados pela era digital” (SANTAELLA, 2008, p. 2). Teixeira (2014), apresenta o corpo em três *status* de uma dimensão cultural:

O corpo representado - visto e descrito pelo olhar do Outro; o corpo representante - um corpo ativo, autônomo quanto às suas práticas, consciente do seu poder político e revolucionário; já o corpo apresentador de Si mesmo está aparentemente a serviço de uma cultura que se pauta pelo efêmero e pelo imediatismo (p. 72).

A valorização e preocupação com o corpo são ainda mais evidentes na sociedade brasileira, principalmente quando nos referimos às mulheres, visto que o Brasil carrega em sua cultura a representação de que além de bonitas são sensuais (Guizzo E Beck, 2013) tornado-o apreciado e explorado principalmente em anúncios de produtos.

Para discutir as representações do corpo e da sexualidade construídas e veiculadas pelos meios de comunicação, faz-se necessário promover uma reflexão

<sup>11</sup> Renato Oliveira possui diversos vídeos espalhados em canais do YouTube em que denuncia caso de erotização infantil.

sobre os significados destas representações para a construção da subjetividade das novas gerações. Teixeira (2014) aponta que:

O corpo não é simplesmente organismo, é também cultura, vai além do aspecto físico: os gestos, as falas, os olhares, são modos de se comunicar que se configuram em um comportamento pautado, ao mesmo tempo pelos aspectos biológicos e culturais (p. 71).

Portando, falar de corpo é falar também de nossa identidade, tendo em vista a centralidade que este adquiriu na cultura contemporânea. Segundo Louro; Felipe; Goullner p.39 (2010), “A individualização das aparências produzidas a partir da valorização da imagem, tem levado os indivíduos a perceberem que o corpo é o local primeiro da identidade”.

As representações de pureza e ingenuidade, suscitadas pelas imagens infantis, tem convivido com outras imagens, extremamente erotizadas, especialmente em relação às meninas (LOURO; FELIPE; GOULLNER, 2010 p. 53).

Isto é refletido até nas propagandas de brinquedos destinados para meninas, com grande teor a exploração do cultivo a beleza, as quais são culturalmente ensinadas a mantê-la desde cedo. Conseqüentemente, os produtos que passaram a assumir a preferência das crianças são produtos como maquiagens, roupas, calçados, entre outros, na tentativa de reafirmar a beleza e a vaidade como algo normal. Desta forma, os corpos vêm sendo instigados a uma crescente erotização, amplamente veiculada através da mídia como um todo. É válido acrescentar que a publicidade infantil tem levado a esse entendimento, muitas vezes sugerindo o consumo de roupas que valorizam o corpo (SANTOS, 2010).

Tal influência pode ser percebida nas brincadeiras infantis. As bonecas que ocupavam a preferência infantil lembravam um bebê e transmitiam uma ideia de infantilidade. Com o passar do tempo, a boneca Barbie passou a ser admirada e desejada pelas crianças e a mexer com a imaginação infantil, através de um perfil de mulher com o corpo sensual, que coleciona roupas, sapatos e possui um namorado. Santos (2010) afirma que “a boneca transmite uma ideologia nada infantil que também estimula essas crianças ao erotismo precoce”. Sobre a padronização dos corpos imposto no meio social, Sennett (2008) aponta:

Imagens ideais do corpo humano levam à repressão mútua e à insensibilidade, em especial entre os que possuem corpos diferentes e fora do padrão. Em uma sociedade ou ordem política que enaltece genericamente “o corpo”, corre-se o risco de negar as necessidades dos corpos que não se adequam ao paradigma (p.22).

A mulher é, assim, separada viva de si mesma e do seu corpo, convertido em material comutável de exposição sob o signo da beleza, da sedução e do princípio paradisíaco do prazer (SANTAELLA, 2004, p.130). Desta forma faz com que a mulher não seja plenamente ela mesma, que vive em busca de uma imagem corporal agradável aos olhos do outro, aliados a necessidade de seguir um determinado padrão de beleza definido pela mídia a qual exalta e explora este corpo a fim de ganhar atenção do público..

Em decorrência disto, Guizzo (2013) aponta que a preocupação cada vez mais precoce de meninas com a aparência tem proporcionado um crescimento significativo do mercado de comércio de produtos de beleza destinados ao público infantil. Segundo Bauman (2008), as pessoas se transformaram em mercadorias a fim de serem aceitas no meio social, e assim garantirem sua visibilidade numa sociedade onde tudo se torna pouco duradouro. Zimerman (2009) cita como elemento do transtorno narcisista o estado de ilusão em busca de uma completude.

“A criança passa por um intenso sofrimento decorrente do reconhecimento que ele necessita dos outros. Passar a maior parte da vida buscando algo ou alguém que confirme o seu mundo ilusório, garantindo, assim, a preservação da autoestima e do sentimento de identidade” (p. 254).

Deste modo, segundo a teoria de Lacan sobre o “Estágio do Espelho”, Santaella (2008), aponta que a construção do Eu está ligada com a imagem do corpo onde a criança acelera o comando do seu corpo, deslumbrada pela imagem no espelho. Esta é uma imagem do outro, que remete a identificação com este.

### 3 Percurso Metodológico

O estudo tem por objetivo investigar os impactos da mídia digital na construção da infância e verificar se os conteúdos apresentados às crianças exercem influência psicológica para a erotização infantil em face da constante objetificação do corpo feminino e as implicações na formação do indivíduo.

A referida pesquisa desenvolveu-se através do método de investigação da abordagem qualitativa, que se utiliza de procedimentos estruturados e instrumentos formais para coleta de dados (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Para gerar conhecimento a respeito do tema a pesquisa consistiu de natureza aplicada.

Quanto ao objetivo, trata-se de uma pesquisa de cunho descritivo, o qual segundo Gerhardt; Silveira (2009, p. 35) “pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade”, neste caso apresentar os vídeos selecionados para a análise. Dentre estes, foram utilizados como aporte teórico artigos e livros.

Fonseca (2002) afirma que a partir do levantamento de referências teóricas já avaliadas que abordam o conteúdo proposto pela pesquisa, trata-se de um procedimento bibliográfico, que apresenta um levantamento destas referências teóricas e publicadas a respeito do tema estudado. Desta forma, foram realizadas análises através da integração dos principais subsídios teóricos disponíveis sobre o tema e análise das narrativas e representações infantis nos vídeos postados em canais do YouTube que apresentam características de erotização precoce.

A investigação foi realizada entre os meses de março a novembro de 2016 e os canais infantis utilizados na pesquisa foram “Julia Silvia” e “Melody Oficial”. A escolha dos referidos canais ocorreu pelo destaque que estas meninas possuem nas mídias sociais que lhes proporcionou chegar até na televisão devido o sucesso na internet ao apresentarem conteúdos referentes a moda, beleza e consumo. Quanto aos vídeos, foram selecionados os que contêm em seu conteúdo maquiagens, danças sensuais e discursos que remetem a erotização precoce. Também foi realizado um levantamento dos vídeos com maior número de visualizações. Os critérios apresentados têm o objetivo identificar e descrever de que forma os conteúdos destes vídeos produzem influência na vida das crianças que apresentam e para as que assistem.

#### **4 Resultados e discussões**

Com o desenvolvimento tecnológico, possibilitou novas oportunidades para explorar a criatividade e facilidade ao acesso dos conteúdos de maior interesse conforme aponta Buckingham (2007). Desta forma, as pessoas passaram a ter mais visibilidade do que nas décadas passadas e assim iniciando a espetacularização do corpo. O público infantil está inserido neste grupo afetado pela mídia, a cultura, que também está diretamente ligado aos fatores econômicos e o consumo, como forma de se manter em sociedade. Isto é resultado da liquidez da vida discutido por Bauman (2007), que produz mudanças na condição humana. Por conta disto, houve uma transformação de hábitos e preferência das crianças em relação a década passada.

A internet tornou-se um palco. Neste espaço encontram-se as representações do corpo e da sexualidade são resultantes da necessidade do olhar do outro. Esta cultura é difundida através da mídia e resulta na erotização infantil.

É notório identificar nos canais do YouTube analisados as representações de erotização precoce infantil e a exploração do corpo através de duas vertentes. No canal da Julia Silva o corpo infantil é apresentado e incentivado para a prática do consumo e embelezamento precoce, sendo esta uma prática socialmente aceita, enquanto no canal da Melody Oficial, o corpo é explorado através da música com letras que retratam conteúdos narcisistas e danças sensuais.

As participantes destes canais tornam-se produtos ao exporem suas vidas, costumes e preferências em troca de aumentar o número de visualizações e seguidores. Em uma cultura onde o corpo da mulher é objetificado e explorado as meninas também são influenciadas a seguir o mesmo caminho desde cedo, para isso buscam cada vez mais alternativas para enquadrar-se neste contexto.

É possível observar na Tabela 1 os vídeos de maior acesso em cada canal analisado. No caso do canal de Julia Silva apresenta uma boneca com vários acessórios dos quais ela utiliza, o que remete a um tipo de publicidade dos produtos apresentados, levando as seguidoras a desejarem tais coisas, enquanto Melody Oficial postou o áudio de uma música cantada por ela.



Tabela 1 - Vídeos mais populares dos canais analisados

Canal	Vídeo	Visualizações	Comentários	Publicação
Julia Silva	Baby Alive Maria suja de lama não quer tomar banho	13.434.057	1.327	5 de nov de 2015
Melody Oficial	Fale de mim	3.406.851	8.982	21 de jul de 2015

Acesso em: Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1wQS3e5c9xo>>; 19 de nov de 2016.

A recompensa do grande número de visualizações seria o status de que estão cada vez mais famosas. Julia Silva utiliza-se de sua imagem para chamar a atenção de crianças para o consumo dos produtos anunciados por ela. O vídeo mais acessado em seu canal trata-se de uma boneca de grande popularidade. Devido seu alto valor, a boneca não é acessível a todas as crianças que acompanham o canal, no entanto elas assistem contentando-se em ver Julia Silva brincar. Ao final do vídeo ela deixa em aberto uma enquete com duas opções para que o público possa escolher e que vai influenciar no próximo vídeo, fazendo com que exista uma interação de quem assiste com o canal. Esta é uma estratégia para conquistar a atenção do público que é ensinada pelo YouTube nas ferramentas que orientam como o canal pode fazer sucesso. Além disso, grande parte das seguidoras de Julia Silva também possuem seus canais no YouTube e aproveitam o espaço de comentários para convidar pessoas a conhecerem seus canais.

Em relação ao vídeo mais popular da Melody Oficial, o que chama atenção do público que assiste é o comportamento incomum para sua idade. No vídeo mais assistido de seu canal, a música cantada é de cunho narcisista provocativo que diz: “Fale bem ou fale mal Mas fale de mim. [...] Eu não tenho culpa se você não é feliz. [...] Enquanto tu fala mal Eu tô ficando mais famosa”<sup>12</sup>. Apresentado de maneira não característica de uma criança gerou uma mobilização maior entre as pessoas que assistiram, desse modo, alcançou um número maior de comentários em relação ao

<sup>12</sup> YOUTUBE. < Acesso em 25 de setembro de 2016.

vídeo de Julia Silva. Os conteúdos das mensagens apontam várias críticas a ela conforme será discutido na seção 4.2.

Os vídeos de Melody clamam por acessos e compartilhamentos, ainda que o conteúdo seja ridicularizado. Esta característica está presente no transtorno narcisista descrito por Zimmerman (2009), quando o indivíduo perde a capacidade de se avaliar com senso crítico, quando sempre se percebe como melhor.

#### 4.1 Julia Silva

Ao acessar o canal de Julia Silva, é possível notar que a menina possui um padrão de vida, comportamento e consumo a ser seguido. Quando em sua maioria apresenta vídeos de seu cotidiano com o recebimento de presentes, viagens, eventos e compras. Esta é uma realidade social que nem todas as crianças que acompanham o canal possuem, o que provoca o desejo de segui-la, idealizando um modelo de vida diferente do seu.

Embora ela procure manter esta característica infantil, seu canal é uma vitrine, resultante da sociedade do espetáculo referido por Debord (1997). Através dessa exposição facilita a divulgação de marcas e produtos como brinquedos, roupas, maquiagens, entre outros. Algumas empresas patrocinam o canal e enviam presentes para serem postados. Acompanhando esse ritmo, empresas de produtos destinados a adultos também estão investindo neste público, utilizando-se como estratégia crianças para falar com crianças, para que aumente o desejo de consumir o que veem e torná-los participantes da sociedade do consumo, como descreve Bauman (2008). O acesso a estes produtos e o incentivo ao consumo estimula as crianças a uma preocupação que não deveria fazer parte de seu cotidiano, como o embelezamento do corpo, status social e a necessidade de adquirir produtos anunciados para que assim passam garantir sua existência na sociedade.

**Tabela 2 - Dados gerais do canal Julia Silva - 2016**

<b>Data da ativação do canal</b>	<b>Inscritos</b>	<b>Vídeos Publicados</b>	<b>Visualizações</b>
6 de ago de 2007	1.706.794	862	509.381.689

Fonte: Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/paulaloma29/about>> Acesso em 20 de novembro de 2016.



No canal de Julia Silva é notória a preocupação que se dá para a performance do vídeo, ainda que procure apresentá-lo de maneira espontânea. Apesar das brincadeiras e brinquedos exibidos, o canal é o seu trabalho, por isso é estimulada a “amadurecer” sua postura, assumindo comportamentos de adolescente precocemente. Os conteúdos apresentados trazem uma noção do que foi consumido logo será substituído por outro. Isto torna as crianças inseridas na sociedade de consumidores, que é explicada por Bauman (2008), em que todos precisam ter e ser um consumidor.

## 4.2 Melody Oficial

Ao verificar o comportamento de Melody Oficial veiculados pela mídia fica é possível afirmar que a noção de infância construída pela igreja e pelo estado que a considerava como pura e inocente, como descreve Ariès (1981), passa a ser substituída por uma imagem erotizada.

Figura 8 - Dislikes no vídeo de Melody

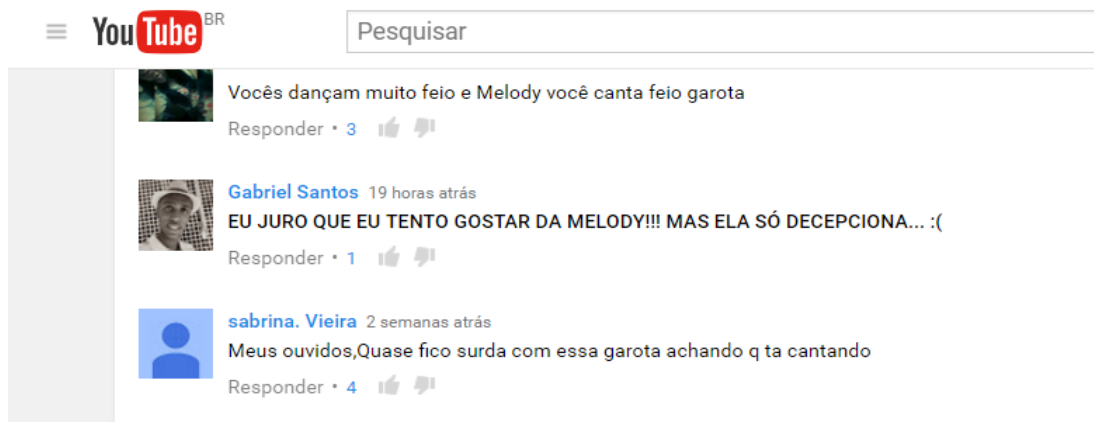


Fonte: Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=zOPgXLY55a8>. Acesso em 25 de maio de 2016.

Apesar do grande número de visualizações, grande parte dos comentários dos vídeos de Melody Oficial são de adultos com duras críticas a ela, além do elevado número de *dislikes*, como pode-se notar na Figura 4. Tal fato sugere que as pessoas procuram assistir seus vídeos com o intuito de ridicularizá-la. Esta situação influencia de forma negativa a formação da personalidade da menina ao lidar com tais críticas, visto que não tem recebido o reconhecimento esperado pelo público. Por se tratar de uma criança, torna-se mais difícil para ela enfrentar essa frustração conforme aponta Zimerman (2009) ao abordar sobre o narcisismo infantil.

O canal passou alguns meses com os comentários bloqueados, o que confirma as consequências causadas pelas repercussões dos comentários negativos destinados a ela, de acordo com a figura 9. Em uma entrevista a um canal de TV<sup>13</sup>, ela afirma que deixará de fazer os falsetes pois estava virando alvo de gozações e não era esse o seu objetivo. Apesar desta afirmação, ela continuou a postar vídeos com os mesmos conteúdos.

**Figura 9** - Comentários do vídeo Metralhadora - Melody



Fonte: Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=zOPgXLY55a8>. Acesso em 25 de maio de 2016.

Os dados apresentados na Tabela 3 confirmam a rejeição das pessoas em relação ao canal, quando o mesmo possui um número de inscritos baixo em relação aos canais infantis conhecidos como populares no YouTube, porém há um grande número de visualizações. Isto acontece por conta dos conteúdos apresentados que

<sup>13</sup> YOUTUBE. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=31QVmmTrUYY>> Acesso em 10 de novembro de 2016.

chamam atenção principalmente do público adulto que acompanham a repercussão dos vídeos e fazem críticas.

**Tabela 3 - Dados gerais do canal Melody Oficial - 2016**

<b>Data da ativação do canal</b>	<b>Inscritos</b>	<b>Vídeos Publicados</b>	<b>Visualizações</b>
7 de jan de 2012	258.871	177	42.781.042

Fonte: Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/mcbelinhofunkdocurt1/about>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

Apesar das críticas, o grande número de acessos é resultante da procura pelos conteúdos erotizados dos vídeos, pois inicialmente a menina era chamada de “novinha”, termo utilizado pelo pai no vídeo em que se encontra dançando na casa de shows. Trata-se de imagens que despertam a sexualidade masculina. Outro fator que justifica o grande número de visualizações é pela repercussão gerada com os vídeos de Melody que despertou muitas discussões a respeito do tema erotização infantil, este caso inspirou muitos artigos na internet e reportagens.

Portanto, faz-se necessário uma discussão de gênero sobre a sexualidade infantil, uma vez que é explorada em ambos os sexos, porém em relação as meninas provocam certa mobilização, enquanto com os meninos é de certa forma permitido, pois de acordo com a cultura que considera o corpo feminino algo a ser explorado pelo sexo masculino, produz um padrão moral diferente para meninos e meninas no Brasil, tema que pode ser trabalhado em futuras publicações.

## 5 Considerações finais

As representações do corpo infantil em canais do YouTube são consequência do impacto gerado pela estimulação precoce do mundo adulto através da mídia, quando há a necessidade do olhar do outro para se manter no ambiente social. A mídia contribui para o desenvolvimento da sexualidade precoce infantil através de estímulos para a exploração do corpo feminino utilizando-se de sujeitos que exercem uma influência para um determinado público.

Os dois canais analisados tratam-se de meninas que são influenciadas pelo seu contexto social, repetindo o comportamento dos adultos. Deste modo, a mídia se constitui como um dos principais estimulantes no processo de erotização na infância. Tal fato pode ocorrer por influência dos estímulos eróticos que chegam a elas por meio de programas de auditório, novelas, vídeos no YouTube, entres outros que traz em seu conteúdo músicas com letras e danças sensuais, incentivo ao consumo, além de tutoriais de crianças ensinando dicas de maquiagem e moda. Estas representações produzem uma influência no modelo de vida e comportamento destas meninas que passam a reproduzir aquilo que é apresentado. Nesse contexto, as crianças estão tornando-se adultizadas e afetadas por essas narrativas midiáticas. Esta estimulação precoce da sexualidade tem adiantado o período da adolescência e está gerando o aumento de problemas psicológicos a médio e longo prazo nessa fase de transição, visto que assumir um comportamento precoce não permite que este sujeito amadureça, pois vive uma vida imaginária.

A exposição da criança na busca pela adequação do corpo imposto pela sociedade e o sentimento de inadequação sentidos pela criança tendo em vista sua vulnerabilidade psíquica, podem desenvolver sintomas de transtornos de personalidade como o narcisismo, transtorno de ansiedade, transtornos alimentares, bulimia, anorexia, entre outros. Pode-se afirmar que a mídia atua diretamente no estabelecimento de um padrão de beleza que influencia crianças a segui-lo cada vez mais cedo, principalmente por se tratarem de consumidores em potencial de produtos voltados ao embelezamento do corpo.

Porém, esta estimulação também é resultado da sociedade em que vivemos, a qual evidencia o corpo feminino e um padrão a ser seguido. Desde quando identificado o sexo da criança já é traçado a maneira como deve se comportar. Ao se tratar de uma menina, deve-se seguir desde cedo a preocupação com a beleza e a vaidade

para serem consideradas femininas, entendidas como parte de um sistema histórico-cultural pré-estabelecido.

De acordo com as análises dos vídeos infantis apresentados, as crianças estão adquirindo comportamentos inadequados para sua faixa etária. As meninas que se apresentam nos canais do YouTube são frutos da era do espetáculo. Procuram de todas as formas aumentar o número de seguidores, *likes*, e comentários, direcionando as crianças que assistem a desejarem consumir o que foi apresentado.

Tendo em vista estes atributos impostos às meninas, pode-se concluir que a sociedade está de “certa forma” retomando a ideia de Ariès (1981), considerando as crianças como mini adultos, não devido a suas responsabilidades relacionadas ao trabalho, mas na formação de uma sexualidade precoce. Ainda que existam regulamentações que garantem o direito de viverem plenamente a infância, há uma imposição cada vez mais cedo para que tomem forma de adultos, e isto toma uma maior proporção quando evidenciado pela mídia como um todo.

Portanto, esta pesquisa cumpre com seu objetivo ao constatar que os conteúdos apresentados pela mídia às crianças exercem influência psicológica para a erotização infantil, visto que estão cada vez mais inseridas na cultura consumista e seguindo padrões estabelecidos pela mídia, como explica Andrade e Costa (2010). Desta forma, crianças estão sendo inspiradas a reproduzir nos vídeos do YouTube aquilo que vivenciam dentro de uma cultura onde o consumo é valorizado e o corpo é explorado.

Pesquisar a respeito do tema é importante para compreender as implicações da mídia na formação do indivíduo, com o intuito de despertar um novo olhar em relação aos estímulos causados pela sociedade do consumo de Bauman (2008) e a espetacularização do corpo e conseqüentemente gerar nas crianças o desejo de inserir nesse contexto desde cedo. Além das leis e regulamentações com o intuito de proteger as crianças aos estímulos eróticos, é importante a criação de um observatório de psicologia com o intuito de orientar a sociedade sobre os efeitos causados por estas estimulações para as crianças. Para pesquisas futuras considera-se importante analisar a postura dos pais diante desta exposição e de que forma os estímulos midiáticos podem estar contribuindo para a erotização precoce de meninos, uma vez que estão inseridos em uma cultura que incentiva a exploração do corpo feminino.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Paula e COSTA, Marisa. Usando crianças para vender: infância e consumo na publicidade de revistas. **Revista Reflexão e Ação**, Santa Cruz do Sul, v.18, n2, p.230-248, jul./dez. 2010.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. LTC – Editora S.A, Rio de Janeiro, 1981. Segunda Edição.

BAUMAN, Zygmunt, **Vida líquida** / Zygmunt Bauman: tradução Carlos Alverto Medeiros. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2007.

BAUMAN, Zygmunt, **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias/ Zygmunt Bauman; tradução Carlos Alberto Medeiros. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BELO, Léa Carla Oliveira. Os Discursos Midiáticos e sua Implicações Psicológicas na Formação das Crianças. **Revista Diálogos** n.º 5 – Revista de Estudos Culturais e da Contemporaneidade – UPE/Faceteg – 122 Garanhuns/PE – 2011. Disponível em: [http://www.orfeuspam.com.br/Periodicos\\_JL/Dialogos/Dialogos\\_5/Lea\\_Carla.pdf](http://www.orfeuspam.com.br/Periodicos_JL/Dialogos/Dialogos_5/Lea_Carla.pdf)  
Acesso em 13 de abril de 2016.

BOCK, Ana Mercês Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. **Psicologias**. São Paulo: Saraiva, v. 13, 1999.

BURGESS, Jean. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade / Jean Burgess e Joshua Green ; com textos de Henry Jenkins e John Hartley; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. Edições Loyola, 2007.

CAETANO, Maria Raquel. Adutilização na infância: as representações das crianças dos anos iniciais do ensino fundamental. **Zero-a-Seis**, v. 17, n. 33, p. 83-107, 2016.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução Estela dos Santos Abreu. – Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FREUD, S. **Cinco lições de psicanálise**. In: **Obras psicológicas completas de Sigmund Freud**: Edição Standard Brasileira, Rio de Janeiro: Imago Editora, 1996. v.11, p. 21-65. (Originalmente publicado em 1905)

GUIZZO, Bianca Salazar; BECK, Dinah Quesada. **Corpo, gênero, erotização e embelezamento na infância**. TEXTURA-ULBRA, v. 13, n. 24, 2013.

LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Vilodre. A produção cultural do corpo. **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MANOVICH, Lev. **Novas mídias como tecnologia e idéia**: dez definições. O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Editora SENAC, p. 24-50, 2005. Disponível em: <[http://www.hrenatoh.net/curso/textos/novas\\_10def.pdf](http://www.hrenatoh.net/curso/textos/novas_10def.pdf)>. Acesso em 4 de outubro de 2016.

REIS, Fernanda; MUZZETI, Luci Regina; DE CASTRO LEÃO, Andreza Marques. Sexualidade e infância: contribuições da educação sexual em face da erotização da criança em veículos midiáticos. **Revista Contrapontos**, v. 14, n. 3, p. 634-650, 2014. Disponível em:< [http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rc/article/view/5052/pdf\\_57](http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rc/article/view/5052/pdf_57)> Acessado em 05 de abril de 2016.

RIBEIRO, Ângelo Augusto. **YouTube, a nova TV corporativa**: o vídeo na web como estratégia de comunicação pública e empresarial / Ângelo Augusto Ribeiro. Florianópolis : Combook, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. – São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e comunicação**: sintoma da cultura. – São Paulo: Paulus, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **O corpo como sintoma da cultura**. Comunicação, Mídia e Consumo, v. 1, n. 2, 2008. Disponível em:< <http://revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/viewArticle/5207>> Acesso em 06 de outubro de 2016.

SANTOS, Ivone Maria dos. **A cultura do consumo e a erotização na infância**. Revista Extraprensa, v. 2, n. 2, 2010. Disponível em: < <http://citrus.uspnet.usp.br/celacc/ojs/index.php/extraprensa/article/view/epx4-a2/epx4-a2>> Acessado em 15 de março de 2016.

SALGADO, Tiago Barcelos Pereira. **Experimenta-te a ti mesmo**: Felipe Neto em performance no YouTube. 2013.

SENNETT, Richard. **Carne e pedra**. Rio de Janeiro: BestBolso, 2008.

SOBRAL, Jacqueline. Mídia, infância e cotidiano: a resignificação de conteúdos eróticos e sexuais por crianças em contextos populares. Ponto-e-Vírgula. **Revista de Ciências Sociais**. ISSN 1982-4807, n. 16, 2014.

TEIXEIRA, Irenides. **Fotografias pessoais no Facebook**: corpos e subjetividades em narrativas visuais compartilhadas. 2014. 217 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014. Disponível em: < <http://repositorio.ufba.br:8080/ri/handle/ri/16419>> Acesso em 20 de março de 2016.

ZIMERMAN, David E. **Manual de técnica psicanalítica**: uma re-visão. Artmed Editora, 2009.