

Educação das infâncias no YouTube: problematizações a partir da parceria “Felipe Neto e Minecraft”

Childhood education on YouTube: discussions based on “Felipe Neto and Minecraft” partnership

Educación infantil en YouTube: debates a partir de la colaboración “Felipe Neto y Minecraft”

Daniela Ripoll ^[a] 
Canoas, RS, Brasil
Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)

Bianca Salazar Guizzo ^[b] 
Porto Alegre, RS, Brasil
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Departamento de Estudos Especializados, Faculdade de Educação

Joici Oliveira Ferreira Rocha ^[c] 
Palmares do Sul, RS, Brasil
Escola Municipal de Educação Infantil Mundo Encantado, Escola Municipal de Ensino Fundamental Capivari

Como citar: RIPOLL, D.; GUIZZO, B. S.; ROCHA, J. O. F. Educação das infâncias no YouTube: problematizações a partir da parceria “Felipe Neto e Minecraft”. *Revista Diálogo Educacional*, Curitiba, PUCPRESS, v. 24, n. 83, p. 1475-1494, 2024. <https://doi.org/10.7213/1981-416X.24.083.DS12>

[a] Doutora em Educação, e-mail: daniela.ripoll@ulbra.br

[b] Doutora em Educação, e-mail: bguizzo_1@hotmail.com

[c] Especialista em Psicopedagogia Institucional, e-mail: joicioliveiraferreira@gmail.com

Resumo

Este artigo tem como objetivo problematizar como as infâncias estão sendo produzidas, educadas e representadas em vídeos do canal de Felipe Neto no YouTube. Em tais vídeos, o YouTuber Felipe Neto joga Minecraft, um jogo de propriedade da Microsoft que é sucesso em todo o mundo. O campo teórico que embasa as discussões é o dos Estudos Culturais – e, metodologicamente, utiliza-se a etnografia de tela para a análise dos vídeos. A análise permitiu verificar a construção de uma infância gamer, orientada pelo hiperconsumo, pela hiperatenção, pelo hiper desempenho e pelo empreendedorismo. Conclui-se que Felipe Neto e Minecraft educam as infâncias, na medida em que promovem mudanças de hábitos, reforçando determinadas representações e moldando as identidades das crianças.

Palavras-chave: YouTube. Infância Gamer. Representação. Estudos Culturais.

Abstract

This article aims to problematize how childhoods are being produced, educated and represented in the videos on Felipe Neto's YouTube channel published in 2021. In such videos, YouTuber Felipe Neto plays Minecraft, a Microsoft-owned game that is a hit around the world. Methodologically, screen ethnography is used to analyze the ten most viewed and commented videos from the playlist “Minecraft - the saga”, published between October and December 2021. The videos were analyzed allowed verifying the construction, by the YouTuber, of a gamer childhood - guided by hyper-consumption, hyper-attention, hyper-performance and entrepreneurship. It is concluded that Felipe Neto and Minecraft educate childhoods, as they promote changes in habits, reinforcing certain representations and shaping children's identities.

Keywords: YouTube. Gamer Childhood. Representation. Cultural Studies.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo problematizar cómo se producen, educan y representan las infancias en videos en el canal de YouTube de Felipe Neto. En dichos videos, el YouTuber Felipe Neto juega Minecraft, un juego propiedad de Microsoft que es un éxito en todo el mundo. El campo teórico que sustenta las discusiones son los Estudios Culturales y, metodológicamente, se utiliza la etnografía de pantalla para analizar los videos. El análisis permitió verificar la construcción de una infancia gamer, guiada por el hiperconsumo, la hiperatención, el hiperrendimiento y el emprendimiento. Se concluye que Felipe Neto y Minecraft educan a las infancias, ya que promueven cambios de hábitos, reforzando determinadas representaciones y moldeando las identidades de los niños.

Palabras clave: YouTube. Infancia Gamer. Representación. Estudios Culturales.

Introdução

Em uma sociedade midiaticizada, na qual a velocidade dos “ciber acontecimentos” e de suas mudanças estão por toda parte e redefinem importantes domínios da vida cultural, há a necessidade de analisar as novas maneiras de entender as infâncias na contemporaneidade.

As condições culturais contemporâneas produzem novos significados sobre as infâncias, conforme o tempo e o espaço em que se encontram inseridas. Postman (1999) é um autor que, ao considerar as modificações que têm ocorrido na infância em relação aos acontecimentos do mundo nas últimas décadas, desenvolve a tese de que a infância poderia estar desaparecendo. O termo “desaparecimento” está associado expressamente ao alargamento dos meios de comunicação em massa, possibilitando que as crianças se tornem seres adultos precoces ou pseudo-adultos. Os significados da infância, longe de expressar apenas uma fase biológica do desenvolvimento humano, são moldados na esfera da cultura. A infância com suas distinções face à vida adulta é um produto cultural, histórico e passível de transformações. Debert (2010, p. 60) aborda o impacto da mídia eletrônica no comportamento social, sugerindo que a mídia tende a integrar mundos informacionais que antes eram estanques, impondo novas formas de comportamento que apagam o que previamente era considerado o comportamento adequado a uma determinada faixa etária. Na contemporaneidade, plataformas como o YouTube têm possibilitado que as crianças ganhem, cada vez mais, acesso ao que antes era visto como aspectos da vida adulta, posto que a mídia dissolve os controles que os adultos tinham sobre o tipo desejável de informação às faixas mais jovens. As informações disponíveis, os temas que são objeto de preocupação, as linguagens, as roupas, as formas de lazer etc. tenderiam, cada vez mais, a perder uma marca etária específica. Tendo em vista o espaço que o YouTube tem conquistado na educação das crianças, neste artigo, temos como objetivo problematizar como as infâncias estão sendo educadas e representadas em 10 vídeos da playlist “Minecraft - A saga” do canal de Felipe Neto no YouTube publicados em 2021.

Para dar conta deste objetivo, o artigo está organizado da seguinte forma: na primeira seção, buscamos mostrar brevemente a importância da mídia na educação das infâncias. Na segunda seção, são destacados alguns dados relevantes sobre o *YouTuber* Felipe Neto e sobre o jogo *Minecraft*. Na terceira seção, são descritos brevemente os aspectos metodológicos empreendidos na pesquisa da qual decorreu este artigo. Na quarta seção, são apresentadas as análises desenvolvidas em articulação com o campo teórico que respaldou as discussões, ou seja, os Estudos Culturais de viés pós-estruturalista. Por fim, são realizadas algumas amarrações finais procurando evidenciar a relevância de se discutir e problematizar materiais tais como os vídeos analisados, tomados como artefatos culturais, a fim de compreender os modos como as crianças vêm sendo educadas nestes tempos contemporâneos em que as plataformas ganham protagonismo no cotidiano de suas infâncias.

Felipe Neto e Minecraft

Usamos como referência para descrever a trajetória de Felipe Neto os trabalhos de Thaís Terra (2018), Tiago Salgado (2020) e Nelson Neto (2021). Felipe Neto Rodrigues Vieira nasceu em 21 de janeiro de 1988 na cidade do Rio de Janeiro. Durante a adolescência, mais precisamente por volta dos 12 anos de idade, ele fez cursos de teatro e atuou como ator amador em alguns espetáculos teatrais. Em 2007, escreveu sátiras e reflexões humoradas para o blog Controle Remoto. Seu primeiro canal no YouTube, “Não Faz Sentido!”, criado em 19 de abril de 2010, versa sobre quatro principais temáticas: adolescência;

celebridades; filmes e vídeos; e sexualidade. Também em 2010, criou o Vlog do Felipe Neto, onde falava a seus públicos sobre aspectos pessoais de sua vida, como também aspectos relacionados à produção dos vídeos do canal “Não Faz Sentido!”. Ambos os canais conquistaram, em cerca de três anos, milhares de usuários inscritos, com vídeos que ultrapassam 13 milhões de visualizações. Tal notoriedade fez com que Felipe Neto ganhasse outros espaços midiáticos (especialmente, a televisão e a publicidade). Nos anos seguintes, abriu sua própria empresa de vídeos, a Paramaker, e o canal de humor no YouTube, o Parafernália. Com a venda da empresa, voltou a focar em seu canal no ano de 2016, estabelecendo diferentes parcerias e batendo recordes de público.

Em 2020, com o início da pandemia do Coronavírus no Brasil, quando o país entrou numa longa quarentena, Felipe fez *lives* para interagir com a audiência de crianças e jovens enquanto jogava *Minecraft* - game criado em 2009 e comprado em 2014 pela *Microsoft*, um dos mais vendidos em todos os tempos. Suas transmissões foram um sucesso entre crianças e adolescentes e mantiveram a audiência do canal em alta.

De acordo com Rafael Monteiro (2021), a primeira vez que *Minecraft* apareceu na internet foi em 2009, como um projeto *online* do programador sueco Markus "Notch" Persson. O nome *Minecraft* vem da junção de dois verbos em inglês: *to mine*, que significa “minerar”, e *to craft*, que significa “criar algo artesanalmente”. As duas ações – minerar e criar – são os grandes pilares sobre os quais *Minecraft* se ergueu. Sendo um dos maiores jogos da última década, foi criado por apenas uma pessoa e tornou-se o jogo mais vendido de todos os tempos. O fenômeno independente tomou a indústria de surpresa e popularizou mecânicas de sobrevivência e criação de itens em vários outros games.

Figura 1 – Mundo virtual do jogo Minecraft



Fonte: Monteiro (2021).

Diferentemente de outros jogos, que se tornaram gratuitos após algum tempo, *Minecraft* continua a ser um game pago, e não há uma forma legal de jogá-lo de graça. É possível encontrar supostas versões grátis de *Minecraft* para computador e para *smartphones* Android, porém trata-se de versões piratas, ilegais, cujo código foi alterado para funcionarem como se fossem versões legalizadas.

Na estrutura do canal de Felipe Neto no YouTube, há uma aba específica denominada “*Playlist*” (organização por conteúdo dos vídeos) e uma delas refere-se a “*Minecraft – a saga*”, onde estão

armazenados os vídeos em que Felipe Neto joga por horas e horas, interagindo com seus seguidores e um grupo de amigos. Neste artigo, serão analisados 10 destes vídeos, conforme descreveremos na seção a seguir.

Aspectos metodológicos

Nesse cenário de mudanças constantes, permeado de desafios e em que, diariamente, somos interpelados por uma série de artefatos culturais midiáticos, é que propomos pesquisar como as infâncias da atualidade estão articuladas a tecnologias e a grandes corporações. Assim, para proceder à análise dos vídeos do canal Felipe Neto, utilizamos a etnografia de tela como abordagem metodológica. De acordo com Rial (2005, p. 120-121), “etnografia de tela” é o nome de uma metodologia de pesquisa qualitativa que “transporta para o estudo do texto da mídia procedimentos próprios da pesquisa antropológica, como a longa imersão do pesquisador no campo, a observação sistemática, o registro em caderno de campo etc.”. É partindo deste entendimento de etnografia que conduzimos a pesquisa, com o propósito de entender diferentes aspectos culturais do presente e explicar como essas experiências e dinâmicas sociais constituem teias de significado acerca das infâncias articuladas às tecnologias e às grandes corporações. Devido à complexidade dos vídeos analisados, buscamos elucidar os detalhes, rastreando falas e imagens destes vídeos do canal de Felipe Neto, com a intenção de analisar e multiplicar os sentidos, acompanhando através destes vídeos um outro modo de olhar as culturas infantis.

Na etnografia de tela, há uma preocupação com as imagens (em movimento ou não), seus impactos junto aos públicos, seus alcances e suas potencialidades em termos formativos. Schwengber (2012) entende a imagem como produto e, ao mesmo tempo, como produtora do cotidiano contemporâneo e a considera como um importante *corpus* de pesquisa na área educacional, vendo como produtiva a combinação entre imagem e texto escrito, entre o dizível e o visível. De acordo com a referida autora, “não aceitar a imagem como possibilidade de instrumento metodológico é negligenciar um material importante de compreensão da experiência humana contemporânea” (Schwengber, 2012, p. 265). A autora, ainda, enfatiza que “a imagem, mais do que apenas ilustrar, ornar um texto, representa, descreve, narra, simboliza, expressa, brinca, persuade, normatiza, pontua e educa, além de enfatizar sua própria configuração e chamar a atenção para o seu suporte – a linguagem visual” (Schwengber, 2012, p. 266).

Como referido anteriormente, selecionamos 10 vídeos armazenados na *playlist* “Minecraft – a saga” do canal de Felipe Neto. O critério de escolha dos vídeos foram os seguintes: a) aqueles com maior número de visualizações; b) aqueles com maior número de comentários públicos; c) vídeos publicados entre os meses de outubro e dezembro de 2021. A seguir, apresentamos um quadro em que são apresentados alguns dados sobre cada vídeo analisado.

Quadro 1 – Vídeos analisados na investigação

Título do vídeo	Data de publicação no YouTube	Duração	Visualizações	Comentários públicos
CONSTRUINDO A MELHOR FARM DE FERRO DO MINECRAFT #2-44	1 de outubro de 2021	2:08:19	2.924.866	11 mil
BRUNO E MOZKA APOSTARAM CORRIDA, QUEM GANHOU? #2-45	3 de outubro de 2021	1:41:36	2.058.005	8,4 mil
CONSTRUINDO UMA FARM DE XP INSUPERÁVEL #2-47	8 de outubro de 2021	1:50:44	2.531.160	12 mil
FOMOS ATÉ O CASTELO DO MISTÉRIO SOMBRIO #2-48	10 de outubro de 2021	1:18:37	2.349.953	12 mil
NOSSO MUNDO GANHOU O BEACON MAIS PODEROSO DO MINECRAFT #2-50	17 de outubro de 2021	1:57:13	2.599.125	15 mil
CHEGOU A HORA!!! #2-51	19 de outubro de 2021	1:31:51	2.561.370	19 mil
ENTRAMOS NO DESAFIO DO MISTÉRIO SOMBRIO!MINECRAFT #2-52	22 de outubro de 2021	50:15	3.167.257	8,1 mil
CONSTRUÍMOS A CASA DO FELIPE NO MINECRAFT #2-54	26 de outubro de 2021	1:15:10	1.772.082	9,2 mil
ENFRENTANDO 1 WITHER PRA CADA UM #2-55	2 de novembro	1:23:26	2.514.996	11 mil
ÚLTIMO EPISÓDIO DA SAGA MINECRAFT! #2-62	23 de dezembro de 2021	25:46	2.326.006	35 mil

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Além do material pré-selecionado, também os comentários públicos de cada vídeo serão analisados, para que seja possível estabelecer relações entre o assistido e o *feedback* do público, analisando e apontando os modos como as infâncias são educadas a partir dos vídeos e dos comentários.

Infância gamer no YouTube

Emaranhadas nesta trama onde virtual e real se fundem - nestes espaços onde, segundo Dornelles (2005, p. 85), “se fabricam o prazer, os desejos, as emoções, as descobertas e as perturbações da infância pós-moderna” e, também, “onde os games, os periódicos, os bonecos, a Internet com seus sites *fashion* mostram crianças ícones e/ou adultos que produzem modos e comportamentos, gostos, condutas, e certamente subjetivam as crianças a um determinado modo de ser e viver” (Dornelles, 2005, p. 94)”, retomamos, uma vez mais, o objetivo deste artigo que é problematizar como as infâncias estão sendo educadas, construídas e representadas nos vídeos da playlist “Minecraft - A saga” do canal de Felipe Neto no YouTube publicados em 2021.

É possível afirmar, desde já, que os vídeos constroem uma “infância gamer”, já que mostram o YouTuber Felipe Neto jogando Minecraft com seus fãs/seguidores (e, também, jogando para eles). Deste modo, as observações reunidas versam em torno das problematizações acerca de como acontece esse jogar, como é organizado, como se dão os diálogos entre os participantes e o que está intrincado nestes episódios selecionados da saga Minecraft.

A partir desta representação de “infância gamer” emergem outras representações que acabam por educar as crianças. A infância da hiper atenção, por exemplo, é construída neste mundo do gamer e YouTuber Felipe Neto na mesma medida em que a infância desatenta e inquieta emerge (nos vídeos selecionados, é possível verificar que a atenção se divide em diversas atividades - jogar, construir, cuidar para não morrer etc. -, gerando uma atenção ampla mais rasa). A infância hiper consumidora é construída, nos vídeos, quando o ato de consumir está entrelaçado ao ato de jogar, pois os seguidores/fãs, em todos os vídeos e em vários momentos, estão expostos ao *merchandising* dos produtos da marca Felipe Neto, de suas parcerias, como também de benefícios especiais para o jogo.

Além disso, uma infância empreendedora também surgiu ao longo das análises, sinalizada, especialmente, através da importância de ser e estar entre os melhores (aspecto bastante ressaltado por Felipe Neto), da ênfase na superprodução e no estímulo ao protagonismo (apesar de, de certo modo, o YouTuber promover a passividade, pois os seguidores/fãs não necessariamente jogam Minecraft, mas querem fazer parte da “saga”). Tanto nos títulos de seus vídeos quanto nos diálogos realizados durante a gravação deles, é retratada a importância de pertencer a esta cultura gamer. Através destas possíveis representações de infâncias é que buscamos discutir como os vídeos reverberam na educação das infâncias contemporâneas.

Buscamos direcionar as análises no sentido de verificar como os jogos digitais permeiam os processos de socialização na infância, organizam as práticas e sentidos que definem identidades, a cultura de pares, as culturas globalizadas e as infâncias pluralizadas. Pensamos ser oportuno mencionar o que Provenzo Jr (2004) atenta quanto às infâncias e o crescimento tecnológico do mundo a partir dos anos 2000. Segundo ele,

estamos agora no umbral de uma nova geração de televisão interativa e videogames. [...] se nós continuarmos a usar esta tecnologia sem perceber e controlar as ramificações e o significado do conteúdo social dos videogames, estaremos então prestando um sério desserviço tanto a nós mesmos quanto a nossos filhos (Provenzo Jr, 2004, p. 175).

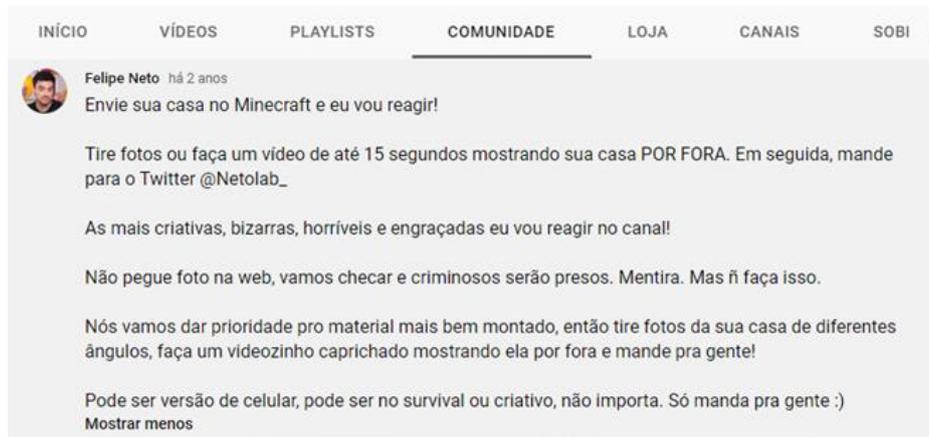
Este excerto vem colaborar com um movimento de desnaturalização dos significados em torno da indústria do entretenimento via grandes corporações, pois constantemente elas têm criado diversas alternativas para que seus produtos, “criações” e serviços consigam o engajamento total dos sujeitos infantis. Tanto é assim que o jogo Minecraft é, oficialmente, o jogo de maior audiência de todos os tempos no YouTube, pois as crianças não apenas jogam, mas assistem por horas outras pessoas construindo mundos virtuais pela internet. Dessa forma, tais corporações possibilitam que um grupo muito maior de pessoas possa conhecer, divulgar e desfrutar deste jogo (e de muitos outros), mesmo não o adquirindo diretamente.

O largo alcance dos games está gerando mudanças socioculturais, criando um novo ambiente midiático. Pode-se dizer que hoje, esses artefatos estão inaugurando uma nova matriz cultural. Participando do cotidiano de crianças e jovens, os games fazem parte de uma cultura visual contemporânea midiaticizada. São capazes de articular significados e habitar o imaginário de tal forma que já não é possível desconsiderá-los como força e potência nas experiências humanas (Silverstone, 1999).

Apostando no imaginário de cada seguidor, Minecraft e Felipe Neto conseguem, de forma articulada, envolver seus jogadores/seguidores/fãs em uma trama complexa e fascinante, cada vez mais realista e interativa. As imagens a seguir mostram o YouTuber na aba “Comunidade” do seu canal

(Figura 2), dirigindo-se diretamente a seus seguidores, como também fazendo uma postagem de “react” (ou seja, fazendo uma postagem ou vídeo divertido reagindo aos seus seguidores - Figura 3) e, também, um print de tela do episódio “Enfrentando 1withher para cada um” (Figura 4). Todas as imagens solicitam e mobilizam a participação de seus seguidores no envio de fotos ou vídeos de casas construídas no Minecraft. O que chama a atenção, aqui, é que se trata de uma competição - Felipe Neto convoca seus seguidores a competirem pela casa no Minecraft que seja “mais criativa, mais bizarra, mais horrível e mais engraçada”. Tais construções seriam comentadas em seu canal - ou seja, os seguidores estariam competindo pela atenção e pela reação de Felipe. Além disso, o YouTuber solicita, também, um nome para sua mansão - nome este que precisa ser “diferente” e “criativo”:

Figura 2 – Print de postagem feita em 2020 na aba “Comunidade” do canal do Felipe Neto



Fonte: <https://www.youtube.com/naofazsentido/community>. Acesso em: 12 out. 2022.

Figura 3 – Print de postagem feita em 2020 na aba “Comunidade” do canal do Felipe Neto



Fonte: <https://www.youtube.com/naofazsentido/community>. Acesso em: 12 out. 2022.

Na Figura 3, em especial, chama a atenção a utilização, por parte do YouTuber, do humor para promover o engajamento - em especial, da ironia, já que o que parece bom (a atenção e a reação de Felipe às construções) pode se transformar em algo tragicamente ruim (vide o rosto transfigurado do

YouTuber e o cartaz que segura em suas mãos). A seguir, a Figura 4 mostra um print de tela de um dos vídeos analisados nesta investigação e um excerto de um diálogo entre Felipe e seu amigo Bruno:

Figura 4 – Print de tela do vídeo: “Enfrentando 1 wither para cada um”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=i-WZ5BwuELs>. Acesso em: 04 nov. 2022.

Como vimos, além das participações que Felipe Neto solicita de seus amigos e de seguidores, simultaneamente ele os convoca para uma competição, pois salienta que somente “a melhor construção”, segundo seus critérios, seria comentada. Verifica-se que, com frequência, o YouTuber tem por hábito estimular a competição entre os seguidores e jogadores, uma vez que, em seus vídeos, durante as missões, são lançadas algumas disputas, inclusive, com premiação em dinheiro - como apontam as Figuras 5 e 6, nas quais ele promove uma competição para ver quem conseguiria achar primeiro um objeto importante e difícil de ser encontrado, o *cryingobsidian* (um objeto luminoso que pode ser usado para criar uma âncora de reaparecimento; produz partículas roxas quando colocado/instalado no jogo). Salienta-se, novamente, o tom irônico e de superioridade de Felipe Neto ao dizer que, para ele, seria muito mais fácil dar mil reais do que um sachê de shampoo de revista:

Figura 5 – Print da imagem do vídeo: “Enfrentando 1 wither para cada um”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=i-WZ5BwuELs>. Acesso em: 03 nov. 2022.

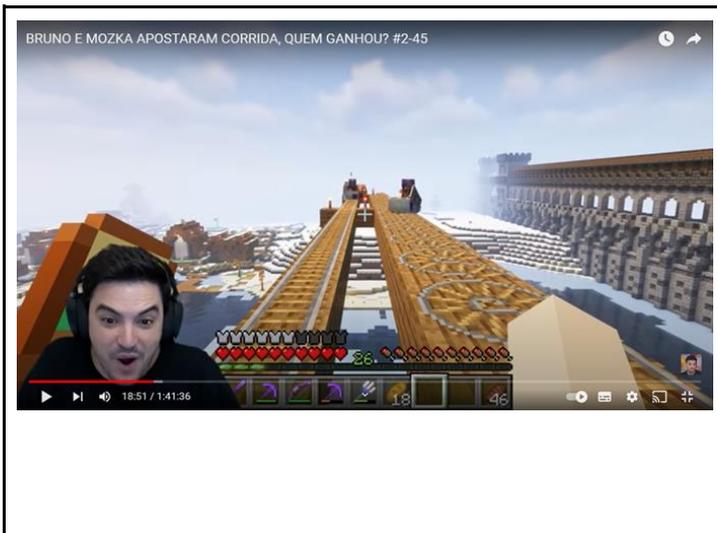
Figura 6 – Print da imagem do vídeo: “Enfrentando 1 wither para cada um”

	<p>[Bruno] Cara, se o Felipe começar a fazer desafio valendo mil reais...</p> <p>[Mozka] Os episódios ficarão muito mais tensos.</p> <p>[Bruno] E eu acho que a equipe inteira vai ficar querendo entrar na Saga.</p> <p>[Felipe Neto] Isso é verdade.</p>
---	--

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=i-WZ5BwuELs>. Acesso em: 03 nov. 2022.

O que se verifica é que a infância gamer não apenas é representada pelo ato de jogar e, sim, pelo que é inerente ao jogo, a competição. Utilizamos, aqui, das contribuições de Hall (1997), conceituando representação como a forma como as sociedades produzem sentidos sobre os grupos humanos, suas práticas e artefatos, utilizando a linguagem para fazê-lo. Representação não significa narrar algo em sua essência, mas construir múltiplos sentidos, criados pela e na cultura através da linguagem. Isso significa que não podemos dizer como um objeto ou evento realmente é: nós criamos sentido para os objetos, sensações, vivências, utilizando a linguagem como veículo comunicativo (HALL, 1997). A representação consiste no modo como os diferentes grupos sociais e culturais são apresentados nas mais variadas instâncias culturais - e, neste caso, na linguagem própria, nos vídeos da “saga” e nas imagens disponibilizadas pelo *YouTuber* onde, constantemente, impõe-se alguma competição, sendo às vezes um mero competir por competir, para se vangloriar e pertencer aos grupos dos ganhadores, dos melhores, conforme vemos na Figura 7 e no diálogo entre Felipe Neto, Bruno e Mozka. No vídeo “Bruno e Mozka apostaram a corrida, quem ganhou?”, Felipe Neto incentiva a competição entre os dois amigos, dizendo que o ganhador seria o mais rápido:

Figura 7 – Print da imagem do vídeo: “Bruno e Mozka apostaram a corrida, quem ganhou?”

	<p>[Felipe Neto] Olha, é agora a grande corrida do Mozka contra o Bruno para a gente ver qual vai mais rápido em... um, dois, três valendo.... Éééé vencedor!!!! É campeão!!!</p> <p>[Bruno] Socorro!!</p> <p>[Felipe Neto] Volta Bruno, é campeão, o Mozka ganhou, cadê o Mozka, gente?</p> <p>[Mozka] Eutô aqui embaixo, perai.</p> <p>[Bruno] Meu kart foi embora.</p> <p>[Mozka] Nossa, Felipe, que loucura foi essa, cara.</p> <p>[Felipe Neto] Olha, eu não sei se a Mojang vai corrigir este bug mas eu achei o máximo, vai muito rápido.</p>
---	---

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=9P8LC-mER-Q>. Acesso em: 03 nov. 2022.

Já na Figura 8, que apresenta um print de tela do vídeo “Fomos até o castelo do Mistério Sombrio” (e na qual apresento um diálogo travado entre Felipe e Bruno), vê-se que a competição visa algum tipo de ganho, alguma recompensa. No vídeo em questão, Felipe fomenta uma competição entre Bruno e Mozka, valendo sua espada:

Figura 8 – Print da imagem do vídeo: “Fomos até o castelo do Mistério Sombrio”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xDxbKPGRMbo>. Acesso em: 03 nov. 2022.

Nestes momentos de fruição e divertimento, habita o desejo constante de vencer e Felipe Neto transfere esta importância aos seus seguidores no instante em que lança um título de episódio da seguinte forma: “BRUNO E MOZKA APOSTARAM CORRIDA, QUEM GANHOU?”, “NOSSO MUNDO GANHOU O BEACON MAIS PODEROSO DO MINECRAFT” e “ENFRENTANDO 1 WITHER PRA CADA UM”. É constante a utilização de termos como “batalha”, “corrida”, “desafio”, “competição”, “guerra”, “confronto” (ou “enfrentamento”) etc. tanto no título dos vídeos como nos diálogos gravados e disponibilizados no Canal - e tal utilização também fornece uma ideia de competição e configura uma necessidade de vencer algo ou alguém a todo custo, aludindo ao que Costa (2009) denomina como “a busca pela potência”. Luz (2018), no mesmo sentido, afirma que “tudo o que uma criança quer fazer, mas não pode, ele [Felipe Neto] faz”. A autora sinaliza o privilégio de alguns YouTubers experienciarem e vivenciarem situações das mais distintas possíveis, as quais seus seguidores não podem (e nem sonham!) realizar, com o princípio de obterem destaque, estarem “entre os melhores”, alavancando canais e aumentando o volume de seguidores. Tais *YouTuberse*, em especial, Felipe Neto, com o intuito de lograr o que almejam, perdem a noção do que seria correto, pertinente e indicado, principalmente “vendendo” a ideia de que tudo pode, de que tudo é possível, fazendo um chamado “à fruição máxima” (Costa, 2009, p. 25).

A natureza do jogo Minecraft, como mostra Duncan (2019), resume-se a duas principais atividades do jogador dentro do jogo: construir alguma coisa e sobreviver ao que o jogo vai apresentando ao longo do tempo. O referido autor mostra que, em parte, “o sucesso do jogo pode ser atribuído às inter-relações e tensões entre essas duas atividades [construir e sobreviver]”. Portanto, pode-se afirmar que Felipe Neto se aproveita dessas duas características do jogo e as exacerba, convocando intensamente seus fãs e seguidores à ação (seja ela construir ou sobreviver, tudo se resumiria a vencer).

Além disso, é importante mencionar que Felipe Neto assume o papel de líder, guiando seus companheiros Bruno e Mozka para que alcancem os objetivos, direcionando funções (Figura 9), criando estratégias, agilizando, impondo ritmo no jogo. Consegue-se perceber a dinamicidade do jogo, embora em um primeiro momento, não se note a forma organizada com que tudo acontece, pois cada integrante realiza uma função e, na tela, não é possível visualizar. Somente a tela de Felipe Neto é visível na maior parte do tempo e só em alguns momentos ele mostra a tela de Bruno e de Mozka.

Figura 9 – Print da imagem do vídeo: “Construindo a melhor farm de ferro do Minecraft”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=hedaSfhuQGo>. Acesso em: 03 nov. 2022.

Na Figura 10, a seguir, vê-se Felipe se cumprimentando por ter delegado de forma eficiente as funções dentro do jogo:

Figura 10 – Print da imagem do vídeo: “Bruno e Mozka apostaram corrida, quem ganhou?”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=9P8LC-mER-Q&t=1s>. Acesso em: 03 nov. 2022.

Em outro vídeo, intitulado “Construindo uma farm de xp insuperável”, Felipe delega a Bruno uma “função importante para esse episódio” (Figura 11):

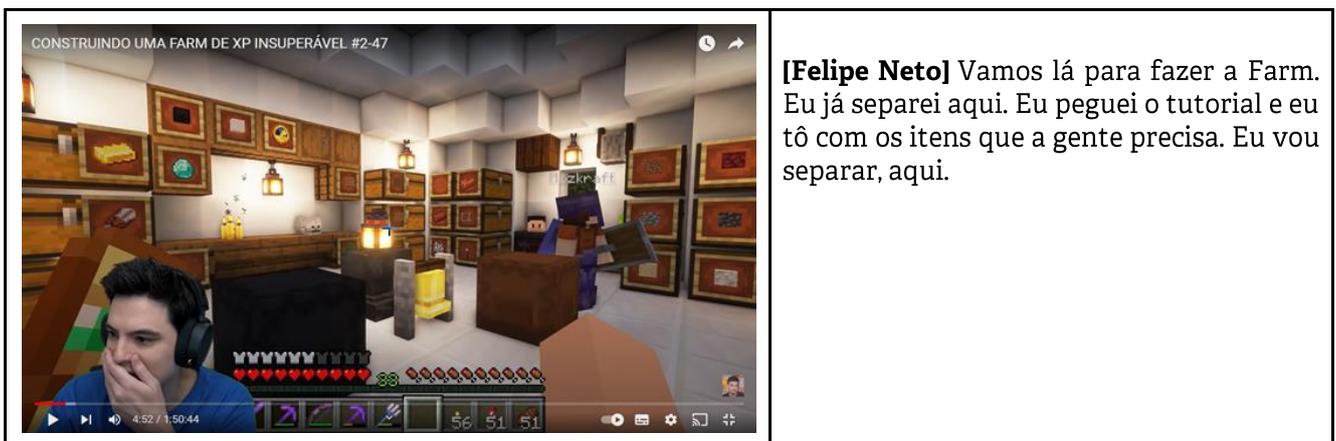
Figura 11 – Print da imagem do vídeo: “Construindo uma farm de xpinsuperável”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=UgDhjaJdTck>. Acesso em: 03 nov. 2022.

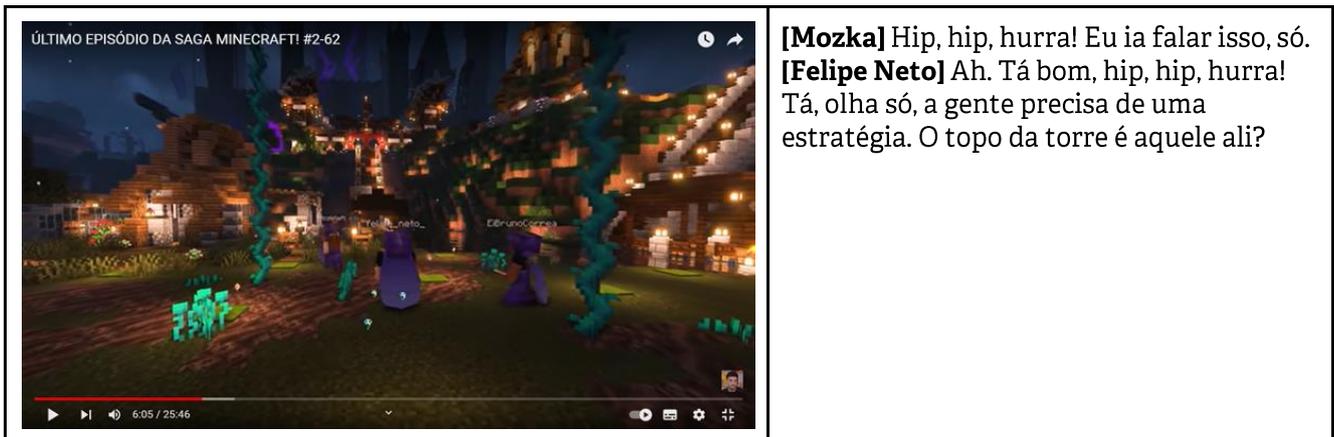
Competir e vencer são atributos das infâncias gamers, que vão sendo representadas, construídas, narradas e validadas nas relações sociais e culturais. Assim, destacamos o que Woodward (2014, p. 18) menciona sobre a relação entre a identidade e a representação: “a representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser?”. Nesse sentido, é importante ressaltar que entendemos que Felipe Neto, em seus vídeos, participa da produção de determinados comportamentos e ações aceitáveis e naturalmente almejadas para as crianças e jovens em nossa sociedade, propagando e acionando representações na constituição das identidades infantis, gerando impactos nos modos de viver e agir das crianças. Nos seus vídeos, Felipe Neto destaca e mostra o quanto é relevante conseguir obter os méritos por uma façanha, obter a vitória, e para isto, ele vai em busca de tutoriais e cria estratégias (como mostram as Figuras 12 e 13), valendo-se da sua expertise de YouTuber para atrair outros jogadores/seguidores/fãs para venerarem e almejem suas conquistas:

Figura 12 – Captura de tela do vídeo: “Construindo uma farm de xpinsuperável”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=UgDhjaJdTck>. Acesso em: 03 nov. 2022.

Figura 13 – Print da imagem do vídeo: “Último episódio da saga Minecraft”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=J7rpGQADPKk>. Acesso em: 03 nov. 2022.

A excitação competitiva existente no jogo não está somente fixada ao ato de ganhar, vencer. Felipe Neto busca superioridade diante dos demais em todos os instantes, ocasionando que haja uma comparação, tanto com os demais jogadores quanto com os seguidores, despertando um desejo de estar em evidência, difundindo emoções, fomentando o prazer de alcançar o *status de vencedor*, além de gerar estímulos constantes em busca do aperfeiçoamento. Segundo Lipovetsky: “o mundo tem sede de diferença e novidade. Agora, a motivação é outra: a satisfação pessoal, estar bem consigo mesmo, gozar. Eis a máxima do hipermoderno: gozar” (Lipovetsky, 2007b, p. 17). Estamos imersos em um contexto social e cultural, que transaciona a concepção de que nossos desejos, aspirações e interesses devem ser satisfeitos e alcançados, assumindo um novo papel pelo sujeito, de protagonista de suas ambições. Assim, a cada instante é promovido o desejo de aspirar este mundo da novidade, da diferença, da visibilidade, do pertencimento. Lipovetsky destaca, sobre esta época em que vivemos: “o que gera decepção não é tanto a falta de conforto pessoal, mas a desagradável sensação de desconforto público e a constatação do conforto alheio” (Lipovetsky, 2007b, p. 24) “Sem dúvida, nosso universo social contém elementos que podem induzir-nos ao otimismo e ao pessimismo” (Lipovetsky, 2017, p. 3). Pois quanto mais se torna dominante a ideia de que nenhuma vontade deve ser reprimida, que é imprescindível permanecer em evidência, mais cresce a incapacidade de lidar com a insatisfação e com a realidade de que não podemos ter e ser tudo, gerando frustrações e decepções.

Outro aspecto a ser destacado é que a infância gamer é construída como um grupo seletivo de sujeitos que pode não apenas ganhar e vencer todos os obstáculos, mas que tem o potencial de se transformar em jogadores profissionais. Trata-se, portanto, de uma visão de infância empreendedora, poderosa, que pode brincar e, ao mesmo tempo, transformar brincadeira em profissão. Ao iniciar todos os vídeos selecionados para compor o corpus da pesquisa, Felipe Neto convoca seu público para mais uma façanha no Minecraft através de um jargão: “OLÁ, PROFESSIONAL MINECRAFTERS!”, conforme Figura 14, colocando-os em uma posição de destaque e de pertencimento, como se somente jogadores profissionais fizessem parte deste grupo:

Figura 14 – Print de tela do vídeo: “Nosso mundo ganhou o beacon mais poderoso do Minecraft”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WSqAY8s4qKM>. Acesso em: 03 nov. 2022.

Na Figura 15, Felipe Neto conclama seus seguidores, tidos como “profissionais do Minecraft”, com expressões como: “chegou a hora” de enfrentar os desafios; “enfrentar o Mistério Sombrio” e de “ir para o confronto”, mas há preparativos a serem feitos antes de a aventura começar:

Figura 15 – print da imagem do vídeo: “Chegou a hora!!!”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=FtZtAIwPDVw&t=3920s>. Acesso em: 03 nov. 2022.

Também, através de alguns títulos de vídeos como: “Construindo a melhor farm de ferro do Minecraft”, “Construindo uma farm de xp insuperável” e “Nosso mundo ganhou o beacon mais poderoso do Minecraft”, percebe-se o quanto é valioso realizar algo que seja o supracitado, que tenha uma performance elevada.

Em consonância, mencionamos a contribuição de Byung-Chul Han (2017), filósofo sul-coreano que mostra que as sociedades ocidentais do século XXI não são mais disciplinares, mas “sociedades do desempenho”. Talvez esta forma de compreender a sociedade atualmente possa justificar a necessidade que se tem de estar sempre em destaque, super produzindo, super desempenhando e super comunicando-se. Byung-Chul Han (2017) também menciona que o sujeito contemporâneo, marcado como sendo o do alto desempenho, torna-se aficionado por produzir porque a sociedade cobra-lhe constantemente produtividade e resultados, onde o que realmente dignifica os indivíduos é a sua performance dentro do sistema capitalista. Na sociedade do desempenho, o sujeito é condicionado pela

busca do sucesso, seja qual for o custo, fazendo crer que impor limites é um retrocesso; que as pessoas são capazes de alcançar tudo o que querem e que, para isso, só basta esforço. Um dos efeitos colaterais, portanto, da sociedade do desempenho é a sociedade do cansaço.

A Figura 16 traz um diálogo entre Bruno e Moska no episódio “Construímos a casa do Felipe Neto no Minecraft”. Neste diálogo, os dois amigos ressaltam várias qualidades de Felipe - executa várias atividades, em um ritmo bem acelerado e, ainda, solicita que seus parceiros tenham a mesma agilidade e energia que ele. Bruno e Mozka dizem que é muito bom realizar a saga Minecraft do Felipe, porém é muito cansativa e eles não conseguem entender como Felipe consegue realizar a saga e tantas outras ações, como: gravar vídeos, realizar palestras e, ainda, manter sempre a energia a animação “lá em cima”. Bruno e Mozka finalizam o diálogo dizendo que é muito admirável o que Felipe consegue fazer.

Figura 16 – Legenda do vídeo: “Construímos a casa do Felipe Neto no Minecraft”

[Bruno] A Saga Minecraft do Felipe. Mozka, você está na Saga?
[Mozka] Sim.
[Bruno] Não é cansativo? É muito maneiro, mas é “puxado”.
[Mozka] É “puxado”.
[Bruno] E por quê que é “puxado”? Porque a gente leva muito tempo gravando, entendeu. E, assim, eu não tenho a energia que o Felipe tem...
[Mozka] Eh, moleque é inacreditável.
[Bruno] Inacreditável. O Felipe, ele consegue, a gente já tá aqui, já tá tem uma hora já, gravando aqui?
[Mozka] ahã...
[Bruno] ...então, a gente já tá aqui uma hora e eu já tô cansado.
[Mozka] (...)
[Bruno] O Felipe, se está aqui uma hora, ele: “*uhuu! Mistério Sombrio!!!!*” e a gente tem que acompanhar, entendeu?
[Bruno] Acompanhar a energia do Felipe é muito complicado, eu não consigo, porque, o que tô querendo dizer é que eu não consigo, porque acaba a gravação e ele vai fazer Live... e, Mano, a energia tá lá em cima!
[Mozka] Isso aí. É isso aí meu, só quem está no *backstage* consegue ver.
[Bruno] É.
[Mozka] Tu acha que o Felipe entra na Live como se tivesse o dia inteiro no sofá, moleque.
[Bruno] Né, velho?!
[Mozka] Ele faz é... como se fala? Palestra, grava vídeo, grava Minecraft...
[Bruno] É muito admirável o que ele consegue fazer, cara.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=kEQIG9Y-_rU. Acesso em: 03 nov. 2022.

Felipe Neto é posicionado como um sujeito “admirável”, “inalcançável” em suas ações, não somente por seus parceiros como por seus seguidores. Ele consegue atrair a atenção, o foco e o interesse de seu público por um tempo prolongado, com ações concomitantes e com vários estímulos. Nos seus vídeos, é possível verificar algumas técnicas usadas para manter seu público ávido e curioso, tais como: quando a construção torna-se demorada, acontece um aceleração na gravação, para que o público não se desestímule com tarefas repetitivas; há a proposição de diálogos paralelos, com assuntos variados, inclusive piadas e histórias pessoais; além disso, também há, de fundo, uma música instrumental, mas que permanece o tempo todo e, em alguns momentos, o tom é elevado nas ações concomitantes do jogo, como construir algo, comprar e/ou adquirir instrumentos, voar, correr, caminhar, manter-se sobrevivente. Aliado a toda esta demanda, também é imposto um ritmo acelerado, para que os feitos do YouTuber logo sejam concluídos para dar seguimento ao jogo.

Esta forma acelerada, de estímulos variados, prazeres momentâneos e incomplacência ao tédio, difunde-se em nossa sociedade e, principalmente, entre nossas crianças, traçando um panorama da realidade na qual vivemos, delineando uma nova era para o mercado de entretenimento, a “multitarefa”. Essa nova forma de entretenimento - que é, também, uma nova forma de ser e de viver - justifica tamanho engajamento do público e seguidores de Minecraft – a saga, pois como já mencionado anteriormente, os vídeos desta playlist abarcam Felipe Neto e seus amigos realizando várias tarefas concomitantes e, aparentemente, se divertindo!

A multifuncionalidade que o jogo traz consigo permite aos seus usuários um constante fazer e poder, a intensidade ao permanecer neste mundo virtual, promove uma obstinação em produzir cada vez mais, prevalecendo o imperativo do bem estar, visto que permanecem ocupados, não permitindo ócio, aborrecimentos e tédio.

Entretanto, não se pode destacar somente a multitarefa como característica da infância gamer: percebe-se outras imposições e posturas intrincadas no imaginário da comunicação e na obsessão da interatividade. Lipovetsky (2007b, p. 16) afirma: “vivemos cada vez mais para o prazer e tendemos como nunca para a decepção; saímos da era da moral do sacrifício e da obrigação do dever, que valorizava a rigidez, e entramos no sacrifício pela felicidade e pelo desejo.”

Indagamos, aqui, com o auxílio de Lipovetsky, sobre o que caracterizaria felicidade e desejo nestes tempos hipermodernos? Por quanto tempo se permite deleitar da tal felicidade e desejo alcançado? Através destes questionamentos, conseguimos perceber o quanto o jogo permite que crianças experimentem estes prazeres, por várias vezes e de diferentes formas, realizando neste mundo virtual o que na realidade muitas vezes não é possível. “Desejo e decepção caminham juntos. A dicotomia entre a expectativa e o real, princípio de prazer e princípio de realidade, criam um vazio que dificilmente pode ser preenchido (Lipovetsky, 2007b, p. 5).

Na busca incessante pelo ser e ter o melhor, de priorizar mais uma vida exitosa do que uma vida autêntica, torna-se um desafio lidar com os sujeitos, que, por vezes, não se permitem errar e não toleram as derrotas, as frustrações, as diferenças, as imperfeições. Lipovetsky expressa:

Nos tempos hipermodernos, jogar faz parte da regra. Afinal, só a vitória pessoal interessa. Jogar significa estar conectado. Estar no jogo significa existir. Só há existência na tela dos acontecimentos. Todo acontecimento representa uma novidade. Não há verdadeira novidade sem moda (Lipovetsky, 2007b, p. 19).

É desta forma que Felipe Neto conduz seu trabalho, se autopromovendo, permanecendo em evidência, não somente ao jogar, mas em sua trajetória profissional. A admiração ultrapassa os feitos do Minecraft: Bruno, no vídeo intitulado “Construímos a casa do Felipe no Minecraft”, nomeia Felipe como *showman*, pois compreende que o que ele realiza é muito mais do que jogar.

A maneira estratégica de manter todos atentos às suas criações, de valorizar e elevar seus feitos e sua forma de viver, incita cada vez mais as pessoas a cultuarem esse modo de ser, baseado na cultura de sucesso. Conforme Costa (2009, p. 37), “as crianças do mundo ocidental do século XXI vivem em meio ao espetáculo, ao imediatismo, à visibilidade, ao protagonismo e ao consumo”. É possível identificar que a infância gamer está sempre em busca de algo novo, algo melhor, algo que possa evidenciá-la e torná-la alvo de sucesso, nem que seja por um espaço curto de tempo, satisfazendo momentaneamente seus desejos por mercadorias ou *status*.

Amarrações finais

Viver nas sociedades contemporâneas suscita assumir novas formas de se comportar, sentir, agir e ser infantil aprendidas em artefatos da cultura a partir dos somos educados desde a mais tenra infância. De acordo com Hall (1997, p. 23), “a cultura não pode mais ser estudada como uma variável sem importância, secundária ou dependente em relação ao que faz o mundo mover-se; tem que ser vista como fundamental, constitutiva, determinando tanto a forma como o caráter deste movimento, bem como a sua vida interior”. Da mesma forma, Steinberg (2004) mostra como a cultura - e, em especial, a cultura das grandes corporações - têm produzido muitos impactos nas crianças.

Com visibilidade cada vez maior em seu canal no YouTube, Felipe Neto vem estabelecendo novas marcas nessa plataforma ao jogar *Minecraft - A Saga*, o jogo que virou uma febre no Brasil, já contabilizou 600 mil pessoas jogando simultaneamente, em 240 mil domicílios conectados. Também bateu o recorde de uma *live* de entretenimento do país, de acordo com uma reportagem do *Extra*. Felipe Neto, em uma entrevista ao ABC da Comunicação (2020, p. 1), diz que: “poucos tipos de conteúdo na *internet* inteira geram tamanha retenção de atenção do espectador quanto *games*. O meu canal, que tinha uma média de retenção de 8 minutos por vídeo, passou para uma média acima de 20 minutos por vídeo depois da saga *Minecraft*”.

Como jogar? O que criar? Como se manter? Estes e outros questionamentos fazem parte do universo construído no *game*. De acordo com Pacote (2020, p.1), ao tratar do canal e do YouTuber Felipe Neto:

É importante ver quem cria narrativas, quem gera engajamento e quem consegue manter o público próximo, curioso, ávido pelo próximo episódio. Esse tipo de conteúdo é uma verdadeira mina de ouro para projetos patrocinados, porque entram no cotidiano das pessoas de uma forma que poucas coisas conseguem entrar. Tornam-se parte de suas vidas, suas rotinas. Embarcar em algo assim é também passar a fazer parte dessas vidas e rotinas.

A partir deste excerto, destacamos este fenômeno que tem mobilizado cada vez mais os sujeitos infantis, tornando-se um elemento da cultura infantil, e citamos Steinberg e Kincheloe - autores que, nos anos 1990, diziam que “a pedagogia cultural corporativa ‘fez seu dever de casa’ - produziu formas educacionais de um incontrolável sucesso quando julgadas com base em seu intento capitalista” (Steinberg; Kincheloe, 2004, p. 15). De acordo com tais autores, a “América corporativa” estava revolucionando a infância, substituindo “as tradicionais palestras e deveres nas salas de aulas e os deveres por bonecos com uma história, reinos mágicos, fantasias animadas, vídeos interativos, realidades virtuais, heróis de TV *Kick-boxers*, livros de terror que arrepiam a espinha e uma gama completa de formas de diversão produzidas ostensivamente para adultos mas avidamente consumidas por crianças” (Steinberg; Kincheloe, 2004, p. 15).

A partir disso, compreende-se tamanho sucesso de Felipe Neto e o porquê de ele ter um elevado número de seguidores infantis (impactando na sua educação), mesmo sendo um *YouTuber* adulto. Também destacamos o compromisso que nós, professores e professoras, temos em evidenciar os efeitos deste currículo corporativo nesta nova era da infância.

Para finalizar, reiteramos que buscamos evidenciar o quanto o canal de Felipe Neto, em associação ao jogo *Minecraft*, dispõe de estratégias para que as crianças fiquem, cada vez mais, atraídas por mundos digitais e por estilos de vida nos quais impera o poder de compra, o “ser o melhor”, o estar e permanecer em evidência, a competitividade etc. Também prestamos atenção à construção de uma

infância gamer - na qual se sobressai a hiper atenção, o hiper desempenho, o hiperconsumo e o empreendedorismo -, prenunciando uma nova forma de compreender e perceber nossas crianças.

Referências

COSTA, Marisa Vorraber. **O consumismo na sociedade de consumidores**. In: COSTA, Marisa Vorraber (org.). *A educação na cultura da mídia e do consumo*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009. p. 33-37.

DEBERT, Guita Grin. A dissolução da vida adulta e a juventude com valor. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 16, n 34, p. 49-70, jul./dez. 2010.

DORNELLES, Leni Vieira. **Infâncias que nos escapam**: da criança na rua à criança cyber. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

DUNCAN, Sean C. **Minecraft, Beyond Construction and Survival**. Carnegie Mellon University. Journal contribution, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1184/R1/10029221.v1>

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do Cansaço**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. **1944 – A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007a.

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade da decepção**. Barueri, SP: Manole, 2007b.

LUZ, Michele Dias da. **Tudo o que uma criança quer fazer, mas não pode, ele faz**: problematizações sobre um canal do youtube à luz das pedagogias culturais. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, 2018.

MONTEIRO, Maria Clara Sidou. **Apropriação por crianças da publicidade em canais de youtubers brasileiros**: a promoção do consumo no YouTube através da publicidade de experiência. 2018. 325 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

NETO, Nelson Lima. **Felipe Neto, o influenciador**. Rio de Janeiro, RJ: Máquina de livros, 2021, 216 p.

PACETE, Luiz Gustavo. **Felipe Neto: “é muito mais difícil produzir conteúdo gamer”**. 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/06/15/felipe-neto-e-muito-mais-dificil-produzir-conteudo-gamer.html#:~:text=Felipe%20%E2%80%93%20%C3%89%20importante%20over%20quem,que%20poucas%20coisas%20conseguem%20entrar>. Acesso em: 15 dez. 2021.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

PROVENZO, Junior. Videogames e a emergência da mídia interativa para crianças. In: STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joe L. (org.). **Cultura Infantil**: a construção corporativa da infância. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

RIAL, Carmem Silva. Mídia e sexualidades: breve panorama dos estudos de mídia. In: GROSSI, Miriam et al. (org.). **Movimentos sociais, educação e sexualidades**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005. p. 107-136.

SALGADO, Tiago Barcelos Pereira; SOUZA, Juliana Lopes de Almeida. Pesquisas de audiências no YouTube: um estudo com base nas métricas do canal Felipe Neto. **Revista Dispositiva**, v. 9, n. 15, p. 134-154. Jan./jul., 2020.

SCHWENGBER, Maria Simone Vione. O uso das imagens como recurso metodológico. In: MEYER, Dagmar Estermann; MARLUCY, Alves Paraíso. **Metodologias de pesquisas pós-críticas em educação**. 2. ed. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2012. p. 261-278.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 1999

STEINBERG, Shirley R. Kindercultura: a construção da infância pelas grandes corporações. In: SILVA, Luiz H.; AZEVEDO, José C.; SANTOS, Edmilson S. **Identidade social e a construção do conhecimento**. Porto Alegre: Ed. SMED, 1997. p. 98-145.

STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joe L. **Cultura infantil**: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

TERRA, Thaís. Canal Felipe Neto: mudança de posicionamento no YouTube e o aumento de popularidade entre o público infanto-juvenil. **INTERCON. 41 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Joinville-SC, 2018.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. p. 18-101.

RECEBIDO: 19/07/2024

RECEIVED: 19/07/2024

APROVADO: 21/10/2024

APPROVED: 21/10/2024