

**As redes sociais digitais e a invisibilidade de crianças negras no Youtube**

*Redes sociales digitales y la invisibilidad de los niños negros en Youtube*

Maria de Fátima Carvalho de Castro  
Marta Maria Azevedo Queiroz  
**Universidade Federal do Piauí (UFPI)**  
Teresina-PI, Brasil

**Resumo**

Este artigo tem como objetivo analisar a invisibilidade de crianças negras no Youtube, com base nos dados de dez canais do Youtube que constam com mais de cinco milhões de inscritos em cada canal e que figuram nas listas “Top dos 100 Youtubers brasileiros”, da plataforma Social Blade, que gerencia as mídias sociais e fornece dados estatísticos de uso, e “Youtubers mais bem pagos dos EUA”, da Revista Forbes. A coleta de dados da pesquisa ocorreu nos meses de abril e maio de 2022, e foram escolhidos, a partir da técnica da observação, 05 (cinco) canais com maior número de inscritos. A pesquisa é qualitativa e teve como procedimento metodológico a análise de conteúdo, proposta por Bardin (2016). Entre os perfis analisados, os resultados apresentam o protagonismo de crianças brancas e a invisibilidade de crianças negras entre os principais canais do Youtube.

**Palavras-chave:** Crianças negras; Invisibilidade; Youtube.

**Resumen:**

Este artículo tiene por objetivo analizar la invisibilidad de los niños negros en Youtube, basados en los datos de diez canales de YouTube que tienen más de cinco millones de suscriptores en cada canal y que aparecen en las listas “Top de los 100 Youtubers brasileños”, en la plataforma Social Blade, que administra las redes sociales y proporciona estadísticas de uso, y “Youtubers mejor pagados en Estados Unidos” por la revista Forbes. La recolección de datos de la pesquisa ocurrió en los meses de abril y mayo de 2022, y se eligieron 05 (cinco) canales con mayor número de suscriptores con base en la técnica de observación. La investigación es cualitativa y tuvo como procedimiento metodológico el análisis de contenido, propuesto por Bardin (2016). Entre los perfiles analizados, los resultados muestran el protagonismo de los niños blancos y la invisibilidad de los niños negros entre los principales canales de Youtube.

**Palabras -clave:** Niños negros; Invisibilidad; YouTube.

## **Introdução**

A internet tem provocado mudanças na sociedade, afetando o cotidiano das relações sociais, econômicas, políticas, culturais, comunicacionais. Castells (2003) afirma que a Internet é um meio de comunicação que permite a interlocução de muitos com muitos em escala global, e isso traz implicações nos modos de comunicar e interagir. Assim, surgem as plataformas de mídias e as redes sociais digitais, nas quais os indivíduos estabelecem vínculos afetivos, compartilham suas vivências e experiências. As plataformas digitais, como o YouTube, Instagram e TikTok, cresceram significativamente e ampliaram possibilidades, inclusive profissionais, com o uso desses mecanismos para produção de conteúdo remunerado. Qualquer pessoa com acesso à internet pode criar perfis, produzir vídeos e compartilhar suas produções nessas plataformas, contexto no qual as crianças também estão presentes, interagindo com outros sujeitos, sejam crianças, sejam adultos, e abordando diversos temas do cotidiano.

Mas quem são essas crianças que estão no Youtube? Imersas na era digital, cada vez mais cedo, acessam computadores, celulares, criam canais e protagonizam nas redes da internet, a exemplo dos *youtubers* mirins. O Youtube uma das plataformas mais populares para as crianças, que, ao tempo em que produzem conteúdos próprios, conectam-se numa extensa rede de vínculos e interações. O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), por meio da pesquisa TIC Kids Online Brasil, realizada em 2020, sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes de 10 a 17 anos, aponta que o WhatsApp, Facebook, Instagram e o TikTok foram as redes sociais mais utilizadas. A pesquisa realizada pelo Mobile Time e Opinion Box, em outubro de 2021, sobre o uso de smartphones por crianças, mostrou que o YouTube e o WhatsApp continuam sendo os dois aplicativos mais utilizados por crianças brasileiras de 0 a 12 anos, com 72% e 52% de adesão, respectivamente. O Youtube tem se configurado como uma plataforma poderosa de produção e distribuição de conteúdo, e as crianças têm acessado as referidas plataformas, tornando-se produtoras de conteúdo e atraindo milhares de inscritos e de visualizações em seus canais.

A participação de crianças nas redes sociais como “produtoras de conteúdo” é evidenciada quando de sua presença na lista da revista Forbes sobre as fortunas dos *youtubers* em 2021, que divulgou o “ranking dos dez YouTubers dos EUA mais bem pagos”, entre os quais duas crianças (BROWN; FREEMAN, 2022). Uma delas é Anastasia Radzinskaya,

uma menina de sete anos de idade, conhecida como Nastya, que possui milhões de seguidores em várias mídias sociais e cujo canal principal possui 96,6 milhões de inscritos e patrimônio é estimado em 28 milhões de dólares. O outro é Ryan Kaji, um garoto de dez anos de idade, que, por três anos consecutivos, faturou mais do que qualquer outro *youtuber*, de acordo com estimativas da Forbes (BROWN; FREEMAN, 2022). Seu principal canal no Youtube conta com 32,2 milhões de inscritos, o que lhe proporcionou um patrimônio de 27 milhões de dólares. Esses dados foram coletados na Revista Forbes e confirmados, em abril de 2022, na Plataforma Social Blade, uma plataforma gratuita para gestão de mídias sociais, que, por meio de gráficos e tabelas, fornece estatísticas e dados de crescimento de campanhas e postagens feitas nas redes sociais digitais e apresenta a lista “Top dos 100 Youtubers”, classificados por país, na qual, constam nomes de crianças.

O presente artigo parte da pesquisa de mestrado em andamento do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí e visa analisar a (in)visibilidade de crianças negras, com idade entre zero e doze anos, com base em dados, coletados na plataforma no período entre abril e maio de 2022, de dez canais do Youtube que contam com mais de cinco milhões de inscritos em cada canal e figuram nas listas “Top dos 100 Youtubers brasileiros”, da plataforma Social Blade, que gerencia as mídias sociais e fornece dados estatísticos de uso, e “youtubers mais bem pagos dos EUA”, da Revista Forbes. Para isso, caracterizam-se os perfis dessas crianças de modo a compreender a presença ou ausência de crianças negras nos rankings.

### **Redes sociais digitais, Youtube e crianças negras**

As redes sociais têm como função principal conectar pessoas, permitir interações entre indivíduos, grupos ou organizações e podem ser desenvolvidas dentro ou fora da internet. Recuero (2009) afirma que as redes sociais são dinâmicas, estão sempre em transformação e são afetadas pelas interações que podem criar laços ou enfraquecê-los e, até mesmo, destruí-los. Zenha (2018) ressalta que as redes sociais não são fenômenos recentes e não surgiram com a Internet, mas, sim, elas sempre existiram na sociedade. Eram redes de amigos do clube, tribos e outras organizações, motivadas pela busca dos indivíduos por pertencimento a determinados grupos, pela necessidade de compartilhar conhecimentos,

informações e empatia com outros indivíduos, e o advento da internet transformou a forma dessas relações.

A internet permitiu uma maior conectividade e interatividade entre as pessoas no ambiente digital, possibilitando participação ativa por meio de compartilhamentos e trocas de mensagens instantâneas. Para Torres (2009), a Internet permite que as pessoas, como internautas ou consumidores, por meio das chamadas mídias e redes sociais, gerem conteúdos ao tempo em que se divertem e se relacionam, impactando mudanças significativas nos hábitos e comportamentos digitais das pessoas que migram ou se adaptam às novas plataformas, como Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Youtube, TikTok e outros.

O YouTube foi criado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, três ex-funcionários do PayPal, e lançado oficialmente em junho de 2005, com vistas a eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet (Burgess; Green, 2009). Em novembro de 2006, o Google comprou a plataforma YouTube, que passou a funcionar como uma de suas subsidiárias. O Termo de Serviços do Youtube, versão atualizada em janeiro de 2022, tem como regra para utilização de seus serviços a idade mínima de 13 anos. No entanto, crianças de todas as idades podem utilizar o serviço e o YouTube Kids, caso ele tenha sido ativado pelos seus responsáveis legais. Para menores de 18 anos, é preciso declarar permissão de seus responsáveis legais para uso dos serviços. As contas de crianças nos canais de *Youtubers* mirins geralmente são gerenciadas pelos responsáveis ou empresas especializadas. Para navegar e pesquisar conteúdos no Youtube, não é necessário ter uma conta do Google, mas para usar recursos específicos, tais como, inscrever-se em canais, criar conteúdo, é necessário ter uma conta (YOUTUBE, 2022).

O Youtube é uma das plataformas mais populares. Nela, as *youtubers* mirins passaram a ter seus próprios canais e a produzirem conteúdo. Tomaz (2021) considera que *youtubers* mirins são crianças que chegam a ter até milhões de inscritos em seus canais, e esse fenômeno faz referência a uma ampla e complexa relação entre crianças e processos comunicacionais, percebida e estudada por diferentes perspectivas nas ciências humanas e sociais. Ainda, conforme Tomaz (2021), o Youtube se mostra como um cenário produtivo para estudar as crianças, não só porque elas o ocupam cada vez mais em diferentes práticas, mas porque seus canais concentram suas produções culturais, porque são protagonistas de vídeos e de

comentários e porque o conteúdo aborda assuntos do universo delas, ou seja, brincadeiras, jogos, escola, amizade, família.

A presença de crianças nas plataformas digitais como protagonistas, com exposição de suas rotinas, tem se tornado uma realidade cada vez mais comum. Elas se tornam referências para outras crianças, criam padrões de comportamentos e vivências entre si, impactam em diferentes modos de viver as infâncias. Nesse sentido, importa compreender os impactos das mídias na vida das crianças. Há posicionamentos, como o de Postman (1999), que defendem que tais impactos vêm levando ao “desaparecimento da infância”, depois de sua longa permanência na civilização, e apresenta algumas evidências disso. Já para Buckingham (2006), as crianças são afetadas pelas mídias, e seus modos de viver as infâncias serão também afetadas, no entanto, as mídias estão longe de ser a causa única dessas mudanças, nem são as destruidoras autônomas da infância, muito menos suas libertadoras.

As discussões sobre a presença das crianças nas mídias são diversas, porém, é consenso que as mídias, e particularmente as digitais, têm impactado a vida das crianças. Elas se sentem atraídas pelas experiências com as tecnologias virtuais, pois, imersas em um contexto tecnológico, posicionam-se de novas formas, mesmo que corram os riscos provenientes desta exposição.

De maneira geral, essas crianças estão inseridas em um contexto global de acesso à Internet e às mídias digitais. Elas gozam de oportunidades para se constituírem de novas formas no mundo, ainda que corram os riscos advindos de tal exposição. São, de fato, consumidoras ao mesmo tempo em que são produtoras de sentidos e de conteúdo para a comunicação mediada por computador. Formam redes sociais em torno de indivíduos e de temas de interesse e constroem novas sociabilidades, às quais também se submetem (TOMAZ, 2016, p. 52).

A autora alerta, no entanto, que existe um contexto que particulariza essa experiência e a torna possível não a todas as crianças, mas a uma parcela delas, portanto há de se considerar a inclusão e/ou exclusão de algumas crianças nas redes sociais digitais, por questões sociais seja de classe, de raça, de gênero, seja por outras.

Não se pode negar que as mídias, como parte da textura da experiência humana (SILVERSTONE, 2002), participa do processo de subjetividades que impactam nas vidas das crianças e na constituição de suas infâncias. Borges (2012) afirma que as mídias instituem

padrões operacionais de falas, vestimentas, beleza, procedência geográfica, estabelecendo modelos e estilos de vida a serem seguidos.

Queiroz (2013), em pesquisa realizada em 2011 e 2012, com crianças de 10 a 13 anos de idade, teve como resultados um intenso consumo de mídias: televisão, rádio e internet e seus diversos conteúdos como filmes, músicas, telenovelas, programas de televisão e desenhos animados, que fazem circular determinados “modelos de pessoas” e estilos de vida nas suas telas. As crianças, quando indagadas sobre suas escolhas, explicitaram:

[...] descontentamento ao reconhecerem que, ao acessar o Google imagens, na ‘busca’ de pessoas feias, apareciam somente pobres, desajeitados e negros; e quando ‘buscavam’ imagens de pessoas bonitas surgiam pessoas ricas, brancas, famosas. De acordo com elas, as opções estavam dadas no contexto das mídias [...] (QUEIROZ, 2013, p. 167, grifo no original).

Quanto à intersecção de raça, Trinidad (2012) alerta que as mídias, por meio de várias mensagens simbólicas ou ainda mensagens ocultas que veiculam, visibilizam determinados padrões hegemônicos de pessoas brancas, olhos azuis e cabelos lisos. Clavelin (2015) reconhece um aumento na representação de crianças negras nos meios de comunicação nos últimos anos, mas está aquém da proporção de negros no Brasil, pois, de acordo com os dados do IBGE (2020), baseados na autodeclaração dos entrevistados, a maioria da população brasileira, 56,2%, é negra, considerando pretos e pardos. Com relação à faixa etária, 18,3% dessa população são crianças de zero a treze anos (IBGE, 2022).

Sodré (2015) chama a atenção para o papel das mídias em produzir e reproduzir o racismo, o qual denomina de “racismo midiático”, provocado por fatores, como a negação (a mídia tende a negar a existência do racismo); o recalçamento (a história do negro não é divulgada de maneira positiva na mídia); a estigmatização (a mídia cria estereótipos que levam à discriminação); a indiferença profissional (a desvalorização profissional e cultural do negro na mídia).

Portanto, as mídias podem contribuir para a reprodução de estereótipos, mas podem contribuir também para combatê-los, por meio de discursos desconstrutivos. No entanto, Sodré (2015) afirma que “[...] a mídia se empenha em consolidar o velho entendimento do povo como ‘público’, sem comprometer-se com as causas verdadeiramente públicas nem

com a afirmação da diversidade da população brasileira” (SODRÉ, 2015, p. 277, grifo no original).

### **Metodologia**

Esta pesquisa propõe descrever, de forma qualitativa, os processos de (in)visibilização das crianças negras nas redes sociais do Youtube, com vistas a compreendê-lo. Este tipo de pesquisa é utilizado, segundo Prodanov e Freitas (2013), nas situações em que o pesquisador apenas observa, registra e descreve os fatos observados de determinada população ou fenômeno, sem interferir neles; analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferir.

Como abordagem metodológica para análise dos dados, aplicou-se a Análise de Conteúdo, conceituado por Bardin (2016, p. 15), como sendo: “Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a "discursos" (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”. Foram analisadas duas categorias: temáticas abordadas e representação de raça.

Como técnicas de produção dos dados, observaram-se, entre os meses de abril e maio de 2022, os canais de crianças que figuram nas listas “Top dos 100 Youtubers brasileiros”, da plataforma Social Blade, e “youtubers mais bem pagos dos EUA”, da Revista Forbes, considerando que os dados da plataforma são constantemente alterados de acordo com o número de inscritos e visualizações dos vídeos. Apesar de a plataforma não mensurar especificamente quais deles são crianças, foi possível identificar, a partir de pesquisa em cada canal no Youtube, que dez crianças, com idade de até doze anos e com mais de cinco milhões de inscritos, figuram como protagonistas. Além dos resultados da plataforma Social Blade, em pesquisa realizada no Google, utilizando os termos: *youtubers mirins brasileiros*, as crianças da lista Top da plataforma aparecem também nos resultados.

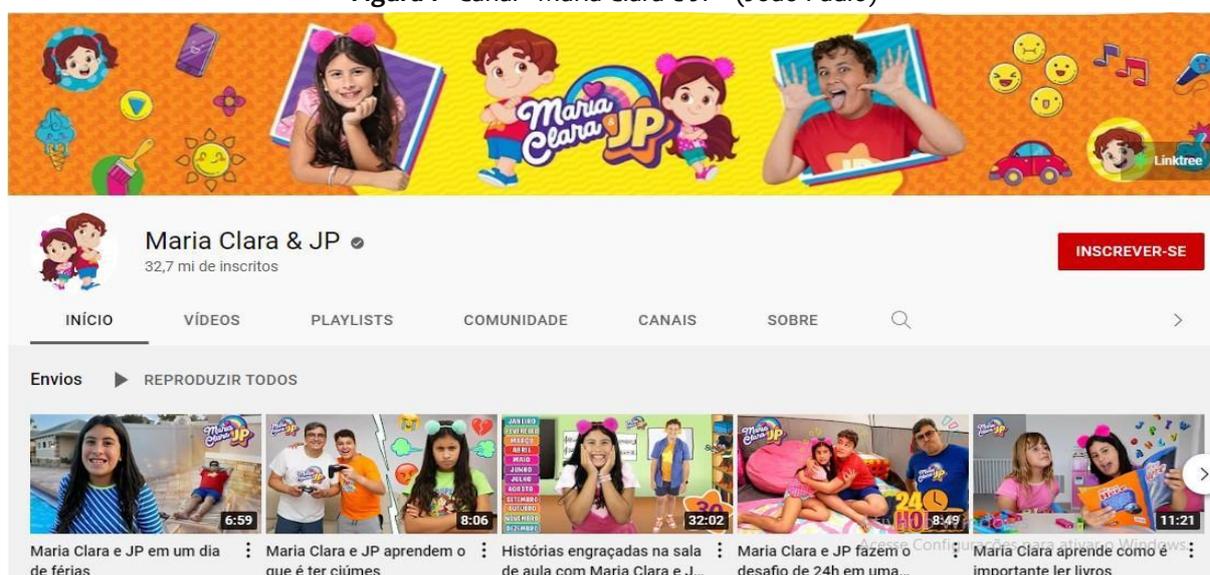
Em consulta aos canais no Youtube, de forma individualizada, foi possível confirmar o número de inscritos e coletar informações sobre a idade exata ou aproximada de cada criança, utilizando como recorte a idade de zero a doze anos, uma vez que a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, em seu Art. 2º, considera criança a pessoa com até doze anos de idade (BRASIL, 1990). Visando à viabilidade da pesquisa e usando como critério o quantitativo de

cinco milhões ou mais de inscritos em cada canal, foi necessário definir um recorte do *corpus*, e foram analisados os cinco canais que apresentaram maior número de inscritos.

### Análises e discussões

Para realizar a análise mais detalhada dos dados, optamos por descrevê-los seguindo a ordem de maiores números de inscritos, a partir dos dados coletados na plataforma Social Blade e confirmados nos canais do Youtube.

Figura 1 - Canal “Maria Clara e JP” (João Paulo)



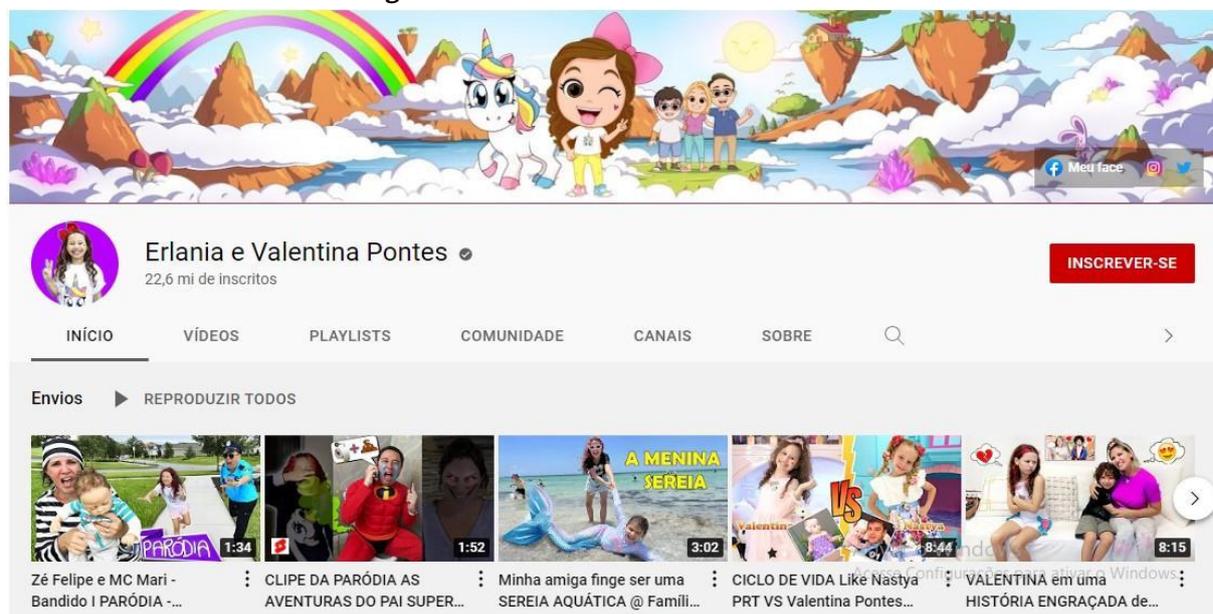
Fonte: Youtube (2022)

Maria Clara Melo do Amaral, dez anos, cabelos longos, claros e lisos e pele clara. Divide o canal com seu irmão, João Paulo Melo do Amaral, (JP), doze anos, cabelos claros e um pouco ondulados e pele clara. Nascidos no Rio de Janeiro, hoje moram em Orlando, Estados Unidos. O canal “Maria Clara & JP” é considerado um fenômeno no Youtube, entre os canais brasileiros e figura como o maior da categoria, com mais de 32 milhões de inscritos. Seus ganhos mensais estão estimados em mais de 80 mil dólares. O canal foi criado em 2015 e, além do canal principal, a família produz também os canais Família Maria Clara & JP e o Maria Clara e JP Games.

Com a mudança de comportamento das famílias durante a pandemia de COVID-19 em 2020, o canal principal dos irmãos viu seu número de visualizações crescer 70%, apesar de mudanças nas regras de publicidade infantil terem freado o faturamento de todos os canais

do gênero no YouTube. Em setembro de 2020, o canal lançou a sua linha de produtos licenciados, em parceria com uma agência, premiada naquele mesmo ano. Maria Clara & JP participam de diversas campanhas publicitárias. Além de bonecos dos dois irmãos, outras linhas de brinquedos foram lançadas, roupas, jogos, cosméticos, produtos de festas infantis e calçados com a marca, entre outros (WIKIPÉDIA, 2022). Os vídeos do canal são produzidos em família com a participação de seus pais, Ana Carolina e Gibson, e retratam o universo lúdico das crianças, com brincadeiras do cotidiano da família.

Figura 2 - Canal “Erlania e Valentina Pontes”



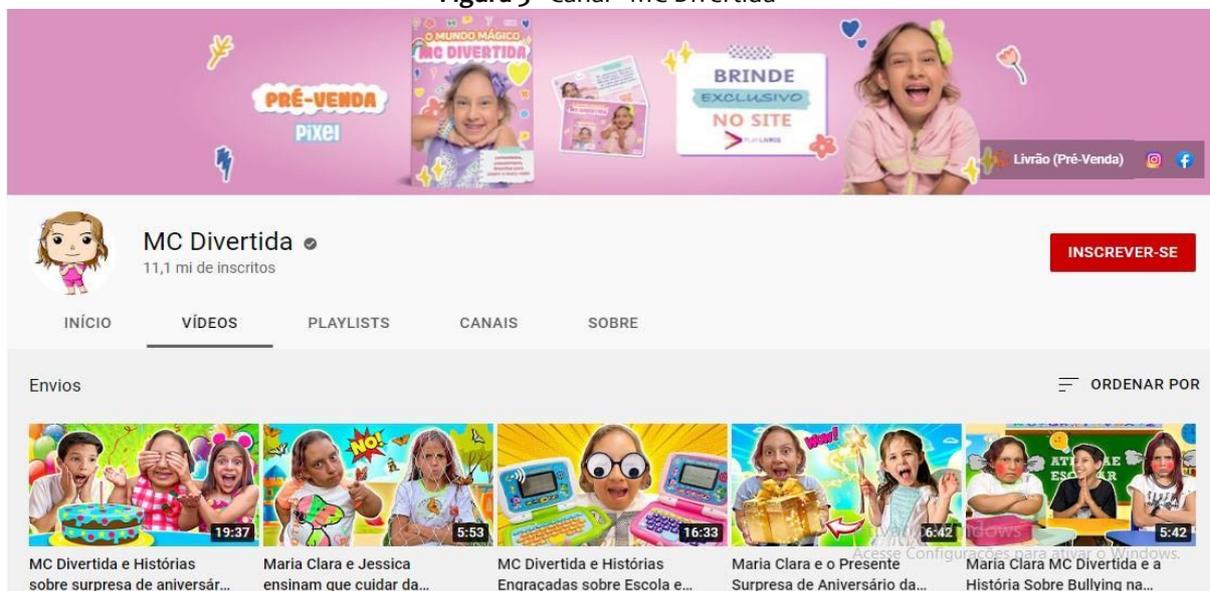
Fonte: Youtube (2022)

Valentina Pontes é uma menina de dez anos de idade, cabelos longos, ondulados e claros, pele clara. A garota, cearense e moradora de um bairro da periferia de Fortaleza, divide com a mãe, Erlania Pontes, o protagonismo do canal infantil do YouTube “Erlania e Valentina Pontes”. Tudo começou em 2014, com uma brincadeira com os pais, sem visar a um negócio, e, hoje, a família ganha dinheiro com o canal, consegue investir em mais vídeos e até já reformou a casa em que vivem. Atualmente, os pais de Valentina, a menina e o irmão Victor vivem em uma casa estruturada após a consolidação do trabalho no Youtube. Os vídeos se transformaram, após a primeira aparição da menina no canal, quando ela tinha apenas três anos (DIÁRIO DO NORDESTE, 2019). Com 22,6 milhões de inscritos em seu canal, seus ganhos mensais atualmente estão estimados em mais de 10 mil dólares. Nos vídeos, a garota mostra

## As redes sociais digitais e a invisibilidade de crianças negras no Youtube

sua rotina em família e já ganhou muitas visualizações por suas resenhas de brinquedos e vlogs pessoais criados em família.

Figura 3 - Canal “MC Divertida”



Fonte: Youtube (2022)

Maria Clara Fernandes de Santana, a MC Divertida, tem doze anos, cabelos curtos, ondulados e claros e pele clara. Moradora de Brasília, ela tem nanismo, causado por uma síndrome conhecida como displasia de Mckusick, que reduz crescimento. Ela mede 86cm. Desde os cinco anos de idade, Maria Clara tenta convencer os pais, Claudiene Santana e Leonardo Fernandes, a ter um canal no Youtube. Os pais tinham receios e temiam que pessoas preconceituosas se aproveitassem do anonimato favorecido pelas telas para promover discursos de ódio e ofender Maria Clara, além de não se considerarem experts em redes sociais. O canal infantil MC Divertida foi criado em 2018, por desejo, insistência, carisma e puro talento de Maria Clara, com o objetivo de levar alegria, mas acaba, também, quebrando preconceitos (RUSKY, 2020). Até junho de 2022, Maria Clara não gravou vídeos abordando a temática do nanismo, e os pais preferem que a iniciativa seja dela. Maria Clara se diverte com sua família com brincadeiras e desafios. De acordo com a plataforma Social Blade, seu canal conta com 11,1 milhões de inscritos, e os ganhos mensais estão estimados em mais de 11 mil dólares.

Figura 4 - Canal “Brincando com o Rafael”



Fonte: Youtube (2022)

O canal Brincando com o Rafael tem como protagonista o criador mirim de mesmo nome, com aproximadamente, nove anos, cabelos curtos, lisos e claros, pele e olhos claros, mora em Brasília. O canal foi criado em 2014. Em seus vídeos, Rafael ensina brincadeiras para crianças, mostra seus passeios e viagens e também desafios com seu irmão mais velho, João Pedro. O criador também se diverte fazendo experimentos em vídeos educativos. Seu canal conta com 10,4 milhões de inscritos e ganhos mensais estimados em mais de 8 mil dólares.

Figura 5 - Canal “Laurinha e Helena - Clubinho da Laura”



Fonte: Youtube (2022)

## As redes sociais digitais e a invisibilidade de crianças negras no Youtube

Laura Godar da Cunha, a Laurinha, protagoniza o canal “Clubinho da Laura”. A menina tem, aproximadamente, 10 anos, cabelos longos, lisos e claros, pele clara e é moradora de Curitiba, Paraná. Laura grava vlogs com temáticas infantis, usa seus brinquedos e suas fantasias como principais atrativos para o Clubinho da Laura e revela sua rotina ao lado dos pais e da irmã caçula, Helena. Por ser muito nova, geralmente a youtuber conta com a participação dos pais nos vídeos, nos quais ela compartilha a vida real de sua família e os momentos mais brilhantes. Seu canal foi criado em 2012 e conta com 10,1 milhões de inscritos e ganhos mensais estimados em mais de 3 mil dólares.

Importa esclarecer que o foco desta pesquisa é mapear a presença de crianças negras, e, não, descrever e analisar conteúdos e narrativas dos canais dos *youtubers mirins* selecionados. Porém, apresentam-se, no quadro a seguir, os canais organizados por números de inscritos e principais temáticas abordadas.

**Quadro 1 - Canais e as principais temáticas abordadas**

Ordem	Canal e números de inscritos	Principais temáticas abordadas
1º	Maria Clara & JP (32 milhões de inscritos)	educação ambiental, brincadeiras, cotidiano da família, histórias, desafios, festas, músicas.
2º	Valentina Pontes (22,6 milhões de inscritos)	novelinhas, teatros com bonecas Barbie, festas, beleza, brincadeiras, desafios, avaliações de brinquedos.
3º	Maria Clara de Santana, a MC Divertida (11,1 milhões de inscritos)	histórias, desafios, brincadeiras, músicas e paródias, vídeos educativos, festa de aniversário.
4º	Rafael, Brincando com o Rafael (10,4 milhões de inscritos)	brinquedos, diversão, presentes, experimentos, música, desafios, viagem, vídeos educativos.
5º	Laurinha e Helena - Clubinho da Laura (com 10,1 milhões de inscritos).	desafios, brincadeiras, teatro, aventuras, games, passeios, festas, fantasias, vídeos educativos.

**Fonte:** Dados da pesquisa

As principais temáticas abordadas nos cinco canais versam sobre assuntos muito semelhantes, o que permite inferir que essas crianças utilizam esses canais para mostrar de forma natural, seu cotidiano. Corroborando com isso, Tomaz (2017) ressalta que os *Youtubers mirins* são crianças comuns, que fazem questão de mostrar-se assim, não tentam parecer

diferentes daqueles a quem se dirigem em seus vídeos e se destacam enquanto mostram quão “normais” são suas vidas.

É perceptível, em todos os canais, a participação da família, principalmente os pais que estão sempre muito envolvidos nas narrativas. As crianças abordam temáticas que valorizam a família, a educação e, principalmente, a diversão. Narram e comunicam suas vivências cotidianas para outras crianças, inclusive, as narrativas advindas com as práticas de consumo, considerando a forte influência mercadológica que o Youtube exerce.

De acordo com o mapeamento realizado, entre os meses de abril e maio de 2022, a partir dos canais de Youtubers apresentados na lista “Top 100” pela plataforma Social Blade, figuram como protagonistas dez crianças com idade de até doze anos, entre as quais cinco foram analisadas, considerando o maior número de inscritos em seu canal, em ordem decrescente. Constatou-se que todas as crianças apresentam traços comuns, são brancas e têm cabelos claros. Nenhuma das dez crianças que figuram nesses rankings apresenta traços da raça negra, de acordo com a heteroclassificação, que se baseia nos traços fenotípicos (cor da pele, textura do cabelo, etc.).

Com base nos dados apresentados pela Revista Forbes e a partir do mapeamento realizado com os canais dos Youtubers, constatou-se que as duas crianças que figuram no ranking da revista são brancas de cabelos lisos. Esses dados explicitam a ausência das crianças negras nestes rankings. Importante salientar que a questão aqui tratada não é apenas a ausência das crianças negras como *Youtuber* protagonizando os maiores canais, mas a falta de representação dessas crianças e os impactos para a construção de suas identidades.

Santiago (2020) enfatiza que é muito difícil encontrar no Brasil referências a pessoas negras, principalmente referências positivas. Para ela, isso incide na vida das crianças negras e gera impactos no processo de construção de suas subjetividades. Isso pode levar a um processo de negação, de não querer pertencer, por exemplo, ao corpo em que habita. A autora defende o debate sobre o racismo desde a infância, envolvendo crianças negras e brancas, de forma a pautar melhores relações e contribuir para o entendimento da história humana da qual todos e todas participam.

As autoras Conceição e Conceição (2010) ressaltam que a construção da identidade da criança precisa do apoio de imagens positivas confirmadoras. Isto é necessário para todas as

crianças, mas no caso das negras, é essencial, na medida em que as crianças que não são negras já encontram, de forma natural, na sociedade essa confirmação.

A psicóloga e especialista em Neuropsicologia, Erlaine Chaves (2022), alerta que o fato de as crianças negras sentirem que não se adaptam a determinados padrões pode gerar comparações que as levam a uma baixa autoestima, gatilho para quem tem predisposição à ansiedade e depressão. Para ela, a criança pode fazer comparações de padrões: de corpo, de vida e relacionamentos idealizados e não pertencer a este padrão gera grande sofrimento e frustração.

Importante salientar que, enquanto a criança branca nasce em um ambiente de aceitação, a criança negra, logo que nasce já é forçada a lidar com questões raciais que envolvem o racismo, o preconceito e a discriminação. Chimamanda (2017), em seu manifesto de como educar crianças feministas, chama a atenção para a necessidade de ensinar às crianças negras sobre identidade, sobre a importância de sentir orgulho da história negra, da beleza de resistir às imagens negativas da negritude.

No discurso do branco é explicitado uma invisibilidade, uma distância e um silenciamento sobre a existência do outro, que não sabe, não vive, não conhece essa existência. O olhar é sempre direcionado para o branco, em um contexto e prática da supremacia branca, no qual se percebe um silêncio em torno das questões raciais. (PIZA, 1998 *apud* BENTO, 2014). Este silenciamento pode ser perceptível ao direcionar nossos olhares para os dados levantados por esta pesquisa que constatou que os maiores canais no Youtube são protagonizados por crianças brancas.

### **Considerações finais**

A ausência de crianças negras nas listas “Top dos 100 Youtuber brasileiros”, do Social Blade, assim como “youtubers mais bem pagos dos EUA”, da Revista Forbes, aponta a necessidade de reflexões sobre a sua invisibilidade nos principais canais do Youtube, porque as temáticas e as narrativas apresentadas nos canais dos *youtubers mirins* podem ser narradas e protagonizadas por crianças negras.

Mas a quem serve a invisibilidade das crianças negras no mundo online, expressão do offline?

A invisibilidade das crianças negras nas mídias expressa os “[...] sustentáculos da ideologia de dominação, fazem das pessoas negras cidadãos de segunda classe.” (GONZÁLEZ, 2020, p. 98). Assim, as crianças negras são instadas a consumirem conteúdos, estéticas, comportamentos, estilos de vidas impostos por uma modelo hegemônico de pessoa branca, loira, rica, famosa etc., confirmando o que Bauman (2013) defende em relação às mídias: “[...] o que fazem é trazer à superfície, revelar e expor o que está ‘dentro’ de nós, já pré-processado pela forma de vida que nos foi – não por escolha – destinada.” (BAUMAN, 2013, p. 18, grifo no original).

### Referências

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Trad. Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BAUMAN, Zygmunt. *Sobre educação e juventude: conversas com Riccardo Mazzeo*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BENTO, Maria Aparecida Silva. Branqueamento e branquitude no Brasil. In: RACISMO INSTITUCIONAL. *Fórum de debates - Educação e Saúde*. Minas Gerais: UFMG, 2014.

BORGES, Rosane da Silva. Mídia, racismos e representações do outro: ligeiras reflexões em torno da imagem da mulher negra. In: BORGES, Roberto Carlos da Silva; BORGES, Rosane. (Orgs.). *Mídia e Racismo*. Petrópolis: DP et Alii; Brasília, DF: ABPN, 2012. Coleção Negras e Negros: pesquisa e debates, p. 179-203. Disponível em: <https://negrasoulblog.files.wordpress.com/2016/04/roberto-carlos-da-silva-borges-e-rosane-borges-orgs-mc3addia-e-racismo.pdf>. Acesso em: 25 de mai. 2022.

BRASIL. *Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990*. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm). Acesso em: 20 de jun. 2022.

BROWN, Abram; FREEMAN, Abigail. Conheça os YouTubers dos EUA mais bem pagos de 2021. *Revista Forbes*. EUA. 16 de janeiro de 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/01/conheca-youtubers-dos-eua-mais-bem-pagos-2021/>. Acesso em: 08 abr. 2022.

BUCKINGHAM, David. *Crescer na era das mídias: após a morte da infância*. Trad. Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis, 2006. Título original: *After the death of childhood: growing up in the age of eletronic media*. Trabalho não publicado. Disponível em: [https://www.academia.edu/2748378/Crescer\\_na\\_era\\_das\\_m%C3%ADdias\\_eletr%C3%B4nicas](https://www.academia.edu/2748378/Crescer_na_era_das_m%C3%ADdias_eletr%C3%B4nicas). Acesso em: 25 de mai. 2022.

## As redes sociais digitais e a invisibilidade de crianças negras no Youtube

BURGESS, Jean Burgess; GREEN, Joshua. *YouTube e a revolução digital como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. Trad. Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO – Cetic.br. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil, 2020*. São Paulo: CGI.br, 2020. Disponível em: [https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211125083634/tic\\_kids\\_online\\_2020\\_livro\\_eletronico.pdf](https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211125083634/tic_kids_online_2020_livro_eletronico.pdf). Acesso em: 23 mai. 2022.

CHAVES, Erlaine. Neuropsicóloga fala sobre limites e responsabilidades da internet e redes sociais para crianças. *Jornal Terceira Via*. São Paulo, 13 abr. 2022. Disponível em: <https://jtv.com.br/2022/04/13/neuropsicologa-fala-sobre-limites-e-responsabilidades-da-internet-e-redes-sociais-para-criancas/>. Acesso em: 30 jun. 2022.

CHIMAMANDA, Adichie. *Como educar crianças feministas: um manifesto*. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

CLAVELIN, Isabel. Pouca presença de negros na TV leva a racismo na infância, dizem especialistas. *Agência Brasil*, 2015. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2015-10/pouca-presenca-de-negros-na-tv-leva-racismo-na-infancia-dizem>. Acesso em: 20 mai. 2022.

CONCEIÇÃO, Helenise da Cruz; CONCEIÇÃO, Antônio Carlos Lima da. A construção da identidade afrodescendente. *Revista África e Africanidades*, ano 2, n. 8, fev. 2010. Disponível em: [https://africaeaficanidades.com.br/documentos/Construcao\\_identidade\\_afrodescendente.pdf](https://africaeaficanidades.com.br/documentos/Construcao_identidade_afrodescendente.pdf). Acesso em: 01 jul. 2022.

DIÁRIO DO NORDESTE. *Valentina: a youtuber mirim cearense que já reformou a casa com dinheiro de vídeos*. 2019. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/valentina-a-youtuber-mirim-cearense-que-ja-reformou-ate-a-casa-com-dinheiro-de-ideos-1.2176591>. Acesso em: 30 jun. 2022.

GONZALES, Lélia. *Por um feminismo afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogos*. Organizadoras: Flávia Rios e Márcia Lima. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. *Conheça o Brasil: população, cor ou raça*. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18319-cor-ou-raca.html>. Acesso em: 30 jun. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: características gerais dos domicílios e dos moradores 2019*. IBGE, 2020. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707_informativo.pdf). Acesso em: 03 nov. 2022.

PANORAMA MOBILE TIME; OPINION BOX. *Crianças e smartphones no Brasil*. 2021. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/criancas-e-smartphones-no-brasil-outubro-de-2021/>. Acesso em: 29 mai. 2022.

POSTMAN, Neil. *O desaparecimento da infância*. Trad. Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: [https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod\\_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf](https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf). Acesso em: 10 jun. 2022.

QUEIROZ, M. M. A. *Eu não quero ser a mulher saliente! Eu prefiro ser a Isabella Swan! Apropriações das identidades femininas por crianças na recepção midiática*. 213 f. 2013. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Rio Grande do Sul, 2013. Disponível em <https://bit.ly/2XqRb7D>. Acesso em: 14 jun. 2022.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009. Coleção Cibercultura.

RUSKY, Renata. *Pessoas com nanismo lutam contra preconceito e vivem sem limitações*. *Correio Braziliense*. Brasília. Atualizado em 17/08/2020, 15:22. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/revista-do-correio/2020/08/4868542-pessoas-com-nanismo-lutam-contrapreconceito-e-vivem-sem-limitacoes.html>. Acesso em: 30 jun. 2022.

SANTIAGO, Viviane. *Como a falta de representatividade negra afeta todas as crianças?* *Lunetas*, 2020. Disponível em: <https://lunetas.com.br/falta-de-representatividade-negra-afeta-todas-as-criancas/>. Acesso em: 01 jul. 2022.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* Trad. Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SOCIAL BLADE. *Top 100 Youtubers Do Brasil*. Disponível em: <https://socialblade.com/youtube/top/country/br>. Acesso em: 08 abr. 2022.

SODRÉ, Muniz. *Claros e escuros: identidade, povo, mídia e cotas no Brasil*. 3. ed. (atual. e ampl.). Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

TOMAZ, Renata. *As redes sociais digitais como campo de pesquisa da infância e o caso das youtubers mirins*. Pesquisa Tic Kids Online Brasil, 2016.

TOMAZ, Renata. *O que você vai ser antes de crescer? Youtubers, infância e celebridade*. 2017. 232 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017.

TOMAZ, Renata. Youtube e participação social das crianças: possibilidades e constrangimentos. In: REIA, Jhessica et al. (Orgs.). *Da televisão ao Youtube: influenciadores, audiência e normas*. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2021. p. 125-145. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/31232#:~:text=Este%20livro%20%C3%A9%20o%20resultado,perspectivas%20sobre%20esta%20relevante%20plataforma>. Acesso em: 14 jun. 2022.

TORRES, Cláudio. *A Bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. São Paulo: Novatec, 2009.

TRINIDAD, Cristina Teodoro. Diversidade étnico-racial: por uma prática pedagógica na educação infantil. In: BENTO, Maria Aparecida Silva (Org.). *Educação infantil, igualdade racial e diversidade: aspectos políticos, jurídicos, conceituais*. São Paulo: Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades (CEERT), 2012.

WIKIPÉDIA. *Maria Clara & JP*. 2022. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Maria\\_Clara\\_%26\\_JP](https://pt.wikipedia.org/wiki/Maria_Clara_%26_JP). Acesso em 30 junho de 2022.

YOUTUBE. *Termos de serviços*. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/t/terms>. Acesso em: 14 jun. 2022.

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? *Caderno de Educação*, ano 20, n. 49, v. 1, 2017/2018. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/cadernodeeducacao/article/view/2809> Acesso em: 17 jun. 2022.

## **Sobre as autoras**

### **Maria de Fátima Carvalho de Castro**

Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. Bibliotecária e especialista em Gestão de Bibliotecas públicas e institucionais. E-mail: [mariacastro.castro8@gmail.com](mailto:mariacastro.castro8@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4996-0920>.

### **Marta Maria Azevedo Queiroz**

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. Doutora em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. E-mail: [profa.marta@hotmail.com](mailto:profa.marta@hotmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7253-814X>.

Recebido em: 28/03/2023

Aceito para publicação em: 10/04/2023