

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

IOLENE MESQUITA LOBATO

**OS PROCESSOS EDUCACIONAIS NO CONTEXTO DA CULTURA DIGITAL:
UM ESTUDO DE CASO DO CANAL DO *YOUTUBER* FELIPE NETO**

**GOIÂNIA
2024**



UFG

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação Tese Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

IOLENE MESQUITA LOBATO

3. Título do trabalho

Os processos educacionais no contexto da cultura digital: um estudo de caso do canal do youtuber Felipe Neto

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

a) consulta ao(a) autor(a) e ao(a) orientador(a);
b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.

O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Iolene Mesquita Lobato, Discente**, em 08/09/2024, às 16:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marcio Penna Corte Real, Professor do Magistério Superior**, em 17/10/2024, às 15:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **4803635** e o código CRC **D3053996**.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

**OS PROCESSOS EDUCACIONAIS NO CONTEXTO DA CULTURA DIGITAL:
UM ESTUDO DE CASO DO CANAL DO *YOUTUBER* FELIPE NETO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação/FE, da Universidade Federal de Goiás/UFG, como requisito para obtenção de título de Doutor em Educação.

Área de concentração: Educação

Linha de Pesquisa: Cultura e Processos Educacionais.

Orientador: Prof. Dr. Márcio Penna Corte Real.

GOIÂNIA
2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Lobato, Iolene Mesquita

Os processos educacionais no contexto da cultura digital:
[manuscrito] : um estudo de caso do canal do youtuber Felipe Neto /
Iolene Mesquita Lobato. - 2024.
cccliii, 303 f.: il.

Orientador: Prof. Márcio Penna Corte Real.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade
Federal de Goiás, Faculdade de Educação (FE), Programa de Pós
Graduação em Educação, Goiânia, 2024.
Bibliografia. Apêndice.

Inclui siglas, abreviaturas, gráfico, lista de tabelas.

1. Processos Educacionais. 2. YouTube. 3. Youtuber Felipe Neto.
4. Paulo Freire. 5. Theodor Adorno. I. Real, Márcio Penna Corte,
orient. II. Título.

CDU 37



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO

ATA DE DEFESA DE TESE

Ata Nº 14 da sessão de Defesa de Tese de **IOLENE MESQUITA LOBATO** que confere o título de **Doutora em Educação** pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás - PPGE/FE/UFG, na *área de concentração em Educação*.

Aos **seis dias do mês de maio do ano de dois mil e vinte e quatro (06/05/2024)**, a partir das **15:30h**, em plataforma virtual no link público de acesso meet.google.com/ive-cuvk-srj, realizou-se a sessão pública de Defesa de Tese intitulada **"Os processos educacionais e o youtuber Felipe Neto: Um estudo de caso"**. Os trabalhos foram instalados pelo Orientador Prof. Dr. **Márcio Penna Corte Real (PPGE/FE/UFG)**, doutor em **Educação** pela UFSC, com a participação dos demais integrantes da Banca Examinadora: Prof.ª Dr.ª **Daniela da Costa Britto Pereira Lima (PPGE/UFG)**, doutora em **Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento** pela UFRJ - integrante titular interna, Prof.ª Dr.ª **Márcia Ferreira Torres Pereira (PPGE/UFG)**, doutora em **Educação** pela UFSCAR - integrante titular interna, Prof.ª Dr.ª **Cristina Helou Gomide (FE/UFG)**, doutora em **História** pela PUC/SP - integrante titular externa e Prof.ª Dr.ª **Fernanda Pereira da Cunha (EMAC/UFG)**, doutora em **Artes** pela USP - integrante titular externa. Durante a arguição os integrantes da banca **fizeram** sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Tese, tendo sido a candidata **aprovada** pelos seus integrantes. Proclamados os resultados pelo Prof. Dr. **Márcio Penna Corte Real**, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Integrantes da Banca Examinadora, aos seis dias do mês de maio do ano de dois mil e vinte e quatro.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Márcio Penna Corte Real

Prof.ª Dr.ª Daniela da Costa Britto Pereira Lima

Prof.ª Dr.ª Márcia Ferreira Torres Pereira

Prof.ª Dr.ª Cristina Helou Gomide

Prof.ª Dr.ª Fernanda Pereira da Cunha

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA

Os processos educacionais no contexto da cultura digital: um estudo de caso do canal do youtuber Felipe Neto



Documento assinado eletronicamente por **Márcio Penna Corte Real, Professor do Magistério Superior**, em 26/08/2024, às 22:13, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Cristina Helou Gomide, Professor do Magistério Superior**, em 27/08/2024, às 06:37, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Daniela Da Costa Britto Pereira Lima, Professora do Magistério Superior**, em 29/08/2024, às 16:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marcia Ferreira Torres Pereira, Professor Ensino Básico, Técnico e Tecnológico**, em 29/08/2024, às 18:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Fernanda Pereira Da Cunha, Professor do Magistério Superior**, em 04/09/2024, às 10:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **4773803** e o código CRC **B7ABA619**.

Dedico esta tese a mim mesma. Talvez seja egoísmo, assumo, porém, não poderia deixar de considerar minhas lutas, renúncias e meus esforços para chegar até aqui.

Em diálogo com familiares e amigos, observo que muitos não entendem a finalidade de investimento nos estudos. Outros não compreendem que o sentido de se estudar e pesquisar, por vezes, é subjetivo. Em minha prática, essas ações significam muito subjetivamente, representam gatilhos que trazem sentido à minha formação como sujeito no contexto de sala de aula e fora dele.

Consciente de minhas renúncias, declino-me sobre os desafios que pairam sobre a profissão de professor, sabendo que o título de Dra. em Educação, embora garanta melhoria salarial, ainda enfrenta desvalorização em nosso país que, por razões históricas, não garante a devida valorização à docência.

Minha trajetória profissional, confesso, tem sido margeada por persistência e perseverança, desde seu início, intensificando-se desde 2021, quando passei a trabalhar em duas instituições de ensino superior, de domingo a domingo. Muitas vezes renunciei ao desejo de passear, ir ao shopping, viajar, ter vida social. Aos finais de semana e feriados, inúmeras vezes contemplei, da sacada de meu prédio, a vida acontecendo lá fora [...] e eu, ao computador, lendo e escrevendo.

Em muitas ocasiões, renunciei a almoços em família, *happy hours* com amigas, eventos sociais. Mantive o foco, a rotina, disciplina, dedicação aos estudos e à escrita da tese. Se fosse necessário, repetiria todo o processo pelo prazer de aprender.

Ao concluir essa etapa de minha trajetória, sinto-me saudosa do contato com as disciplinas ministradas no Doutorado, das leituras realizadas, das orientações dispensadas, da escrita intermitente e contínua. Enfim, do prazer de aprender.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, meu pai amado e amigo eterno, companheiro em todas lutas, Ser em quem me refúgio, em cujos braços sinto-me segura e amparada. Gratidão pela oportunidade, pela vida.

Agradeço à minha família, em especial, a Vinícius Mesquita, meu filho; à Silmara Lobato, minha irmã, e a Rafaela Lobato e Ana Clara Lobato, minhas sobrinhas, as quais me inspiraram na escolha da temática desta tese. Também estendo meus agradecimentos à minha querida mãe, Sebastiana Lobato, que com suas orações, ajudou-me a avançar até aqui.

Profunda gratidão ao Professor Dr. Márcio Penna Corte Real pelas orientações e direcionamentos na construção deste estudo, os quais levaram-me a refletir nas leituras e na construção escrita da tese.

Agradeço à universidade pública a oportunidade de ter acesso a uma formação gratuita e de qualidade.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE/UFG) que me oportunizou cursar disciplinas que contribuíram para enriquecer meus conhecimentos relativos aos processos educacionais na sociedade em rede. Muito obrigada aos professores que contribuíram nesta etapa de formação, a saber: Profa. Dra. Daniela da Costa Britto, Profa. Dra. Karine Nunes de Moraes, Profa. Dra. Silvia Rosa Zanolla, Profa. Dra. Solange Martins Magalhães, Prof. Dr. Wilson Alves de Paiva e Profa. Dra. Vanessa Gabassa.

Agradeço aos colegas da Escola do Futuro de Goiás em Artes Basileu França. Discorrer sobre o objeto de estudo de uma tese é importante no ambiente trabalho, contudo, nem sempre temos escuta. Na referida Escola tive a oportunidade de dialogar com meus colegas, que me ouviam atentamente, tecendo observações que contribuíram para minha pesquisa.

Minha pesquisa é singela, a escrita é simples, no entanto, é meu desejo que seja inspiração para outras pesquisas relacionadas aos processos educacionais no âmbito da *internet*.

Ninguém escapa da educação. Em casa, na rua, na igreja ou na escola, de um modo ou de muitos todos nós envolvemos pedaços da vida com ela: para aprender, para ensinar, para aprender – e – ensinar. Para saber, para fazer, para ser ou para conviver, todos os dias misturamos a vida com a educação (BRANDÃO, 1981, p. 3).

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar os processos educacionais gerados no âmbito da cultura digital, em especial os dinamizados e constituídos pelo *Youtuber* Felipe Neto. A investigação foi orientada pela seguinte indagação: Como o *YouTube* pode impactar o processo de socialização e a formação humana, dado que esta plataforma se apresenta como um dispositivo midiático voltado para conteúdo de entretenimento comprometidos com as métricas mercadológicas de engajamento? O *corpus* amostral foi constituído pela *persona* Felipe Neto, enquanto empresário e influencer digital, e pelo material audiovisual publicado, entre 2018 e 2020, em seu canal no *YouTube*. Na amostra para o estudo, foram inspecionados 370 vídeos (138 relacionados ao jogo *Minecraft* e 232 de entretenimento), sendo 05 destes vídeos (1 jogo *Minecraft* e 4 de entretenimento) selecionados e submetidos a análise estatística das métricas de engajamento (visualizações, *likes*, comentários e tempo de duração) do *YouTube*. Os resultados do estudo demonstram que Felipe Neto, influenciador digital, possui extrema capacidade de convencer o público que o segue, utilizando-se de estratégia narrativa que estabelece confiança e possibilita a sensação de pertencimento. Nos bastidores, este profissional da rede de *internet* possui uma equipe especializada, composta por vários profissionais habilitados - de roteirista a editor – que dão suporte e garantem métricas de audiência e monetização, produzindo vídeos, gerenciando o engajamento do canal, utilizando-se de estratégias de *marketing* para garantir a adesão de patrocinadores, marcas, anunciantes, dentre outros. O estudo evidencia que o empresário Felipe Neto traçou um percurso profissional não limitado apenas à monetização de seu canal e à angariação de milhões de seguidores. Ao tratar de temáticas polêmicas, com viés político e/ou ideológico, seu canal passou a ser acompanhado por desafetos, processos judiciais, queixa-crime, *fake News*, ameaças. Conteúdos gerados pelo canal do influencer caracterizam-se como mercadorias que instrumentalizam o imaginário de homens e mulheres. É um produto técnico que, por meio do entretenimento, produz imagens representativas de uma *persona* que utiliza vários recursos da indústria cultural para garantir a visibilidade de si mesma, pois é a partir de sua existência, constatada pelo outro que o vê, que sua *persona* se torna um objeto desejável, uma mercadoria rentável. Ao produzir bens de consumo, o canal satisfaz seus usuários que, de certa forma, ficam à mercê dessa *persona*. Tal dependência é atravessada por afetos, preferências pessoais e simpatias, porém, em tal contexto, o usuário é apenas um consumidor que se apropria de conteúdos produzidos, uma vez que ignora a própria subjetividade e apega-se à alheia. Portanto, fica claro que o objetivo principal do empresário Felipe Neto em seu canal não é educar, mas sim entreter seu público, seguindo a lógica do mercado e do capital. Essa constatação sugere que os conteúdos educacionais produzidos ali não incentivam seus seguidores a reagir criticamente às questões sociais problemáticas que enfrentam em suas vidas e presenciam em seu entorno.

Palavras-chave: Processos Educacionais, *YouTube*, *Youtuber* Felipe Neto, Paulo Freire, Theodor Adorno.

ABSTRACT

The present research aims to analyze the educational processes generated within the scope of digital culture, especially those promoted and constituted by the *YouTuber* Felipe Neto. The investigation was guided by the following question: How can *YouTube* impact the process of socialization and human formation, given that this platform presents itself as a media device focused on entertainment content committed to market engagement metrics? The sample *corpus* was made up of the *persona* Felipe Neto, as a businessman and digital influencer, and the audiovisual material published, between 2018 and 2020, on his *YouTube channel*. In the study sample, 370 videos were inspected (138 related to the *Minecraft game* and 232 entertainment), with 05 of these videos (1 *Minecraft game* and 4 entertainment) selected and subjected to statistical analysis of engagement metrics (views, *likes*, comments and running time) from *YouTube*. The results of the study demonstrate that Felipe Neto, a digital influencer, has an extreme ability to convince the public that follows him, using a narrative strategy that establishes trust and provides a sense of belonging. Behind the scenes, this internet professional *has* a specialized team, made up of several qualified professionals - from scriptwriters to editors - who provide support and guarantee audience and monetization metrics, producing videos, managing channel engagement, using strategies of *marketing* to ensure the adhesion of sponsors, brands, advertisers, among others. The study shows that businessman Felipe Neto charted a professional path not limited only to monetizing his channel and gaining millions of followers. When dealing with controversial topics, with a political and/or ideological bias, his channel began to be accompanied by disaffection, legal proceedings, criminal complaints, *fake news*, and threats. Content generated by the influencer's channel is characterized as merchandise that instrumentalizes the imagination of men and women. It is a technical product that, through entertainment, produces representative images of a *persona* that uses various resources from the cultural industry to guarantee the visibility of itself, because it is from its existence, verified by the other who sees it, that its *persona* becomes a desirable object, a profitable commodity. By producing consumer goods, the channel satisfies its users who, in a way, are at the mercy of this *persona*. Such dependence is crossed by affections, personal preferences and sympathies, however, in such a context, the user is just a consumer who appropriates produced content, since he ignores his own subjectivity and clings to that of others. Therefore, it is clear that businessman Felipe Neto's main objective on his channel is not to educate, but rather to entertain his audience, following the logic of the market and capital. This finding suggests that the educational content produced there does not encourage its followers to react critically to the problematic social issues they face in their lives and witness in their surroundings.

Keywords: Educational Processes, *YouTube*, *YouTuber* Felipe Neto, Paulo Freire, Theodor Adorno.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. Fluxograma do levantamento bibliográfico	32
FIGURA 2. Desenvolvimento da Pesquisa.....	36
FIGURA 3. Esboço da Teoria do conhecimento de Paulo Freire	47
FIGURA 4. Categorias teóricas freirianas de análise	48
FIGURA 5. Linha do tempo: evolução das mídias sociais (1792-2018)	78
FIGURA 6. Esquema para a profissionalização de canais no YouTube	103
FIGURA 7. Calculadora de dinheiro do YouTube	105
FIGURA 8. Botão dislike	137
FIGURA 9. Critérios da etapa 1	139
FIGURA 10. Características do jogo on-line Minecraft.....	141
FIGURA 11. Conhecendo o Minecraft.....	143
FIGURA 12. Segunda etapa	145
FIGURA 13. Métricas adotadas	146
FIGURA 14. Fluxograma da tipificação dos dados (1ª etapa).....	147
FIGURA 15. Universo da pesquisa	148
FIGURA 16. Prints métricas (visualização e likes) Minecraft	149
FIGURA 17. Prints métricas (comentários e tempo de duração) Minecraft....	149
FIGURA 18. Prints métricas (visualização e likes) do entretenimento	150
FIGURA 19. Prints métricas (comentários e tempo de duração) entretenimento	150
FIGURA 20. Fluxograma da tipificação dos dados (2ª etapa).....	151
FIGURA 21. Prints de vídeos de Felipe Neto no YouTube (2010-2021).....	154
FIGURA 22. Felipe Neto, Bruno e Marcel (2022).....	155
FIGURA 23. Home page dos canais: Não Faz Sentido! Vlog do Felipe Neto, YouTube (2012).	156
FIGURA 24. Enquete Jogo Minecraft: você vai assistir?.....	166
FIGURA 25. Início do jogo Minecraft.....	171
FIGURA 26. Comandos do Minecraft.....	172
FIGURA 27. Entretenimento como motivo para consumo de conteúdo em vídeo	181
FIGURA 28. Disputa entre Siri e Alexa	184
FIGURA 29. Registros no provador do shopping	187
FIGURA 30. Cortes de cabelo do Neymar	190
FIGURA 31. Personagens política-religiosa-empresarial	192
FIGURA 32. Lançamento do Livro Não Faz Sentido: por trás das câmeras ...	193
FIGURA 33. Brasil perde 7x1 para Alemanha.....	194
FIGURA 34. Momentos importantes de 2015	194
FIGURA 35. Paródia Rebuliço, dos Despacito.....	195
FIGURA 36. Lembranças de 2018	197
FIGURA 37. Live Black Friday (2019)	197
FIGURA 38. Vingadores: A Cruzada das Crianças.....	198
FIGURA 39. Galeria de memes reais na internet.....	202
FIGURA 40. Galeria de conversas engraçadas na internet	205

LISTA DE TABELAS

TABELA 1. Levantamento bibliográfico (2018-2021)	39
TABELA 2. Os maiores canais do YouTube (2018-2021)	101
TABELA 3. Receita de canais com maior visualização em 2018	102
TABELA 4. Número de visualizações nos maiores canais do YouTube (2018-2021)	102
TABELA 5. Média estatística dos vídeos de Felipe Neto (2018-2020)	156
TABELA 6. Corpus de análise	161

LISTA DE GRÁFICO

GRÁFICO 1. Crescimento do número de inscritos (em milhões) no canal Felipe Neto (2016-2023) 172

LISTA DE QUADRO

QUADRO 1. Vídeos universo Minecraft	159
QUADRO 2. Vídeos do universo entretenimento	160
QUADRO 3. Categorias de análise	161
QUADRO 4. Equipe técnica Netolab (2023)	173
QUADRO 5. Galeria de perguntas para Siri e Alexa	193

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANPED	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação
ARPA	Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa Norte-Americano
ARPANET	Rede da Agência para Projetos de Pesquisa Avançada
BBS	Bulletin Board System
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
BM	Banco Mundial
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEPAE	Centro de Ensino e Pesquisa Aplicada à Educação
CERN	Centre <i>Européen pour Recherche Nucleaire</i>
CNPQ	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
EaD	Educação a Distância
ENEM	Exame Nacional do Ensino Médio
DICEI	Diretoria de Currículos e Educação Integral da Secretaria de Educação Básica do Ministério da Educação
FAPESP	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
FNEP	Fundo Nacional de Ensino Primário
ICIRA	Instituto de Pesquisa e Treinamento em Reforma Agrária
IDAC	Instituto de Ação Cultural
IES	Instituição de Ensino Superior
IF GOIANO	Instituto Federal Goiano
INEP	Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos
INPE	Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais
LGBTQI	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgênero, Queer e Intersexo
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
MEC	Ministério da Educação-MEC
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONU	Organização das Nações Unidas
PPGE	Programa de Pós-Graduação em Educação
PPC	Projeto Pedagógico do Curso
PRB	Partido Republicano Brasileiro
RBE	Revista Brasileira de Educação
RNP	Rede Nacional de Pesquisas
SCIELO	<i>Scientific Electronic Library On-line</i>
SECADI	Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização de Jovens e Adultos, Diversidade e Inclusão
TDIC	Tecnologia Digital da Informação e Comunicação
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
UAB	Universidade Aberta do Brasil
UFG	Universidade Federal de Goiás
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFPA	Universidade Federal do Pará
UFPER	Universidade Federal de Pernambuco
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura
UNIRIO	Universidade Federal do Rio de Janeiro
WELL	Whole Earth 'Lectronic Link
WWW	<i>World Wide Web</i>

Sumário

INTRODUÇÃO	18
CAPÍTULO 1. AS REDES TEÓRICAS E A CULTURA PARTICIPATIVA NO YOUTUBE	43
1.1 Perspectiva teórico-metodológica freiriana	43
1.2 Categorias Analíticas <i>Freirianas</i>	48
1.3 Novas Tecnologias, <i>Internet</i> e Cultura Digital	56
1.2.1 As estratégias de navegação nas mídias sociais.....	68
1.3 Tecnologias, Redes Sociais e os Processos Educacionais	71
CAPÍTULO 2. DEIXE UM LIKE E COMPARTILHE: A PLATAFORMA YOUTUBE COMO UMA REDE DE SIGNIFICADOS	77
2.1. Um tour pelas mídias sociais e o big data.....	77
2.2. Deixe um comentário na rede de <i>internet</i>	82
2.3 <i>Youtube</i> : Rede de conectividade e sociabilidade.....	89
2.3.1 O trabalho de audiência do <i>Youtuber</i> : engajamento e monetização	102
2.3.2 A liberdade velada na criação de conteúdo audiovisual para o <i>YouTube</i>	108
2.4 No tutorial de hoje: leitura audiovisual no <i>YouTube</i>	119
2.5 O véu que encobre e fortalece o consumo no <i>YouTube</i>	128
CAPÍTULO 3. OS PROCESSOS EDUCACIONAIS GERADOS PELO CANAL DO YOUTUBER FELIPE NETO	134
3.1 Tratamento dos Dados: Vídeos <i>Minecraft</i> e de Entretenimento.....	136
3.2 Felipe Neto: empresário e influenciador digital	153
3.2.1 Felipe Neto: percurso biográfico	156
3.2.2 O canal no <i>YouTube</i> @Felipeneto.....	162
3.3 O Que Diriam Freire e Adorno Sobre O Jogo <i>Minecraft</i> ?.....	166
3.4 O Lugar de Entreter: Pensando os Processos Educativos no Canal @Felipeneto.....	180
3.4.1. Vídeo ‘Batalha entre Siri e Alexa! Quem ganhou?	182
3.4.2. Vídeo Reagindo a 10 anos do canal	186
3.4.3. Vídeo Isso precisa parar!	201
3.4.4. Vídeo conversas mais engraçadas da <i>internet</i>	205
CONSIDERAÇÕES FINAIS	210
REFERÊNCIAS	217

APÊNDICE A- EXPOSIÇÃO DOS DADOS DO LEVANTAMENTO	232
APÊNDICE B- VÍDEOS MINECRAFT	236
APÊNDICE C- VÍDEOS ENTRETENIMENTO	243
APÊNDICE D- TRANSCRIÇÃO VÍDEO MINECRAFT	252
APÊNDICE E- TRANSCRIÇÃO VÍDEOS ENTRETENIMENTO	265
APÊNDICE F- EXPERIÊNCIAS FUNDANTES.....	296

INTRODUÇÃO

Este estudo tem como perspectiva investigar, sob a ótica *freiriana*, como os processos educacionais gerados na plataforma *YouTube* influenciam na formação humana. Por processos educacionais, compreende-se os processos formativos que não se manifestam, necessariamente, dentro do espaço institucional escolar, mas no contexto familiar, em movimentos sociais e práticas culturais populares, dentre outros. Compreendem os saberes vivenciados na vida cultural e dela advindos, os quais desdobram-se em todas as esferas da vida humana (Brandão, 1981).

A formação humana, nesse sentido, apoia-se na perspectiva freiriana que envolve a capacidade subjetiva de compreensão e de conscientização do sujeito em relação ao mundo que o circunda, de modo que perceba os mecanismos ideológicos que o prendem e determinam sua condição social. A formação humana depende, portanto, do desenvolvimento da consciência crítica e autocrítica, da supressão das condições de alienação, da busca de sua humanização (Freire, 1979).

Preliminarmente, ressalta-se que Paulo Freire¹ (1921-1997) não se deteve epistemologicamente ao estudo da tecnologia da mesma maneira que se dedicou à linguagem e a alfabetização. No entanto, como um homem da práxis, desenvolveu sua teoria da educação em um contexto real.

A teoria *freiriana* da educação nos oferece uma lente crítica valiosa para o exame do papel da tecnologia na formação do indivíduo e da sociedade como um todo. Paulo Freire argumentava que a educação não deveria ser um processo passivo de transferência de conhecimento, mas uma prática de libertação que promove o diálogo, a reflexão crítica e a transformação social.

Quando aplicamos essa perspectiva à tecnologia, observamos que ela não é neutra, a tecnologia molda e é moldada pela cultura e pela sociedade em que é

¹ Filósofo e educador brasileiro, Doutor em educação e um dos mais condecorados intelectuais, com 39 títulos de Doutor Honoris Causa e mais de 150 títulos honoríficos e/ou medalhas (Arelaro, 2019).

desenvolvida e utilizada e, por isso, é preciso que se examine se o uso da tecnologia influencia o modo como aprendemos, interagimos e nos relacionamos com o mundo. Paulo Freire enfatizou a importância de se escolher um tema gerador relevante para estudo e que este esteja em diálogo com a cultura atual e a realidade circundante. Nesse sentido, a teoria freiriana nos ajuda a refletir sobre o papel da tecnologia na formação do indivíduo.

Em "A Pedagogia da Indignação", esse pensador ressalta a importância da tecnologia e a "[...] necessidade de rigorosa vigilância ética sobre ela. De uma ética a serviço das gentes, de sua vocação ontológica, a de ser mais e não de uma ética estreita e malvada, como a do lucro, a do mercado" (Freire, 2000, p. 44). Com base nessa premissa, sustentada na vigilância ética de uma plataforma digital e de um influenciador digital² selecionado (Felipe Neto) conforme critérios estabelecidos, o estudo examina como os processos educacionais gerados no *YouTube*³ têm impactado na formação dos indivíduos que circulam na plataforma.

Dada a complexidade das tecnologias, esta tese investiga a problemática através da seguinte pergunta: Como o *YouTube* pode impactar o processo de socialização e formação humana, considerando que se apresenta como um dispositivo midiático voltado para o entretenimento, mas altamente comprometido com as métricas mercadológicas de engajamento?

Para abordar o problema identificado e buscar respostas, a pesquisa estabelece o seguinte objetivo geral: analisa como os processos educacionais gerados no contexto da cultura digital, particularmente, aqueles dinamizados e promovidos pelo canal do *Youtuber* Felipe Neto influenciam na formação humana.

O estudo se desdobra nos seguintes objetivos específicos: a) demonstrar o papel social do canal *Youtuber* na sociedade em rede; b) verificar se na literatura da

² Refere-se a um sujeito contemporâneo que tem poder de influenciar pessoas, de colocar discussões em circulação, de influenciar em decisões "em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede" (Karhawi, 2016, p. 48).

³ Plataforma fundada em junho de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do site de comércio *on-line PayPal* (Burgees; Green, 2009).

área e no canal de Felipe Neto, *influencer* digital, os conteúdos audiovisuais publicados têm contribuído para o processo de socialização humana e formação de seguidores do canal; c) elucidar o viés mercadológico da plataforma *YouTube* como uma técnica racionalmente construída.

A visibilidade das plataformas digitais e das redes sociais (Facebook, *YouTube*, Twitter) na distribuição de conteúdo e no número de acessos de usuários pode ser fundamentada pela análise de três momentos históricos ilustrativos: os levantes populares ocorridos em 2013 nas redes sociais ao redor do mundo, as eleições presidenciais de 2018 no Brasil e a pandemia do novo coronavírus⁴ em 2020.

Os levantes populares de 2013, conhecidos como movimentos sociais na sociedade em rede (CASTELLS, 1999), foram caracterizados por manifestações populares ocorridas na *internet*, desprovidas de uma liderança formal no controle e sem um tema predominante. Essa nova forma de protesto coletivo, organizada por meio das ferramentas digitais (Facebook, *YouTube*, Twitter) mobilizou milhões de pessoas em manifestações em prol de mudanças sociais na educação, saúde, transporte, direitos trabalhistas, dentre outros, com o objetivo de construir uma sociedade melhor.

No Brasil, as redes sociais mobilizaram multidões, resultando em milhões de pessoas nas ruas, em resposta a uma situação social deteriorada, com o aumento das tarifas de transporte público servindo como estopim para a luta (Serra Junior; Rocha, 2013). Isso demonstra que as redes digitais, enquanto meio de comunicação, desempenharam um papel fundamental na mobilização das pessoas e na articulação dos movimentos sociais. No entanto, foi a condição real de pobreza, má-distribuição

⁴ Os coronavírus são uma grande família de vírus comuns em muitas espécies diferentes de animais, incluindo camelos, gado, gatos e morcegos [...]. Recentemente, em dezembro de 2019, houve a transmissão de um novo coronavírus (SARS-CoV-2), identificado em Wuhan na China. Este coronavírus causou a COVID-19, doença que apresenta um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves, transmitida de pessoa a pessoa. De acordo com a Organização Mundial de Saúde, cerca de 80% dos pacientes com a doença podem ser assintomáticos ou oligossintomáticos (poucos sintomas), e aproximadamente 20% requer atendimento hospitalar devido à dificuldade respiratória, dos quais, aproximadamente, 5% podem necessitar de suporte ventilatório (Ministério da Saúde, 2020).

de renda, violações de direitos sociais, entre outros fatores, que efetivamente materializaram a participação do povo brasileiro nessas manifestações.

Sinaliza-se, como segundo momento histórico, a eleição presidencial⁵ de 2018 no Brasil, período em que as mídias digitais (*Facebook, YouTube, Twitter* e outras) foram utilizadas de forma sistemática e com regularidade por legendas partidárias dos candidatos e seus militantes, figuratizadas “[...] como plataformas de expressão, informação e discussão política, *mediada* por opiniões e compartilhamentos [...]” (Almeida, 2019, p. 189, *grifos nossos*).

A regularidade da mobilização e da articulação política nas redes digitais, ao contrário das manifestações nas ruas, ocorre porque a *internet* é um espaço em que “as convicções pessoais são mais contundentes e excessivas do que quando em situações face a face” (Almeida, 2019, p. 189). Essa afirmação se confirma ao observar a articulação política nas redes sociais, protagonizada pelo então candidato à presidência, Jair Messias Bolsonaro, e seus militantes das alas conservadora e evangélica.

As estratégias utilizadas por esses grupos envolviam ataques a uma série de acontecimentos, como a crise política que o Brasil enfrentava, que envolvia o discurso de mudança no cenário político e o combate à corrupção. Neste contexto, “a militância virtual foi fundamental, pois *favoreceu* a formação de correntes de opinião alternativas e *influenciou* as linhas editoriais da grande imprensa” (Almeida, 2019, p. 189, *grifos nossos*), resultando na vitória do candidato da extrema direita.

O último evento, a pandemia do novo coronavírus ocorrido em 2020, demonstrou como a *internet*, enquanto meio de difusão e compartilhamento de informações, contribui para a divulgação dos cuidados com a saúde e a atualização do número de casos de contaminação no país e em todo o mundo. No entanto, ao

⁵ A cada quatro anos ocorre, segundo a Constituição Federal, eleições presidenciais no Brasil, por voto direto e secreto (Brasil, 1988), e que neste ano, em específico, houve acirramento no período de campanha, impulsionado, sobretudo, pelas redes sociais, sendo estas fator determinante para o candidato que mais utilizou as mídias digitais, com *fake News* ou não, ganhar esta eleição, a saber, Jair Bolsonaro (Almeida, 2019).

mesmo tempo, representou um espaço privilegiado para a disseminação intencional de notícias falsas sobre a vacinação, sobre o vírus *Sars-CoV-2* e a implementação das medidas de enfrentamento à COVID-19 (Galhardi *et al.*, 2021).

Nesse contexto, a população mundial enfrentou o isolamento e o distanciamento social, resultando em mudanças abruptas na rotina e no estilo de vida. O isolamento social levou a um aumento significativo do tempo dedicado às telas (TV, *tablet* e computadores) pela população brasileira. Como resultado, milhares de pessoas passaram a utilizar a *internet* para fazer compras *on-line*, trabalhar em regime de *home office*, participar de conferências ou transmissões de *streaming* para diversas finalidades, estudar por meio do ensino remoto, manter contato com amigos, familiares, e se divertir por meio de *lives*⁶, eventos culturais e uma infinidade de outras possibilidades.

Por outro lado, o acesso à *internet* também evidenciou, de maneira significativa, a desigualdade social estrutural existente no Brasil, especialmente no contexto educacional: muitos estudantes, que já enfrentavam dificuldades de acesso à *internet* antes da pandemia, viram sua situação educacional se agravar ainda mais. Isso porque a oferta de ensino remoto não os alcançou devido às questões econômicas e sociais em que vivem (Castioni *et al.*, 2021).

Essas três situações brevemente mencionadas revelam como a tecnologia e a *internet* redefiniram a maneira de viver em sociedade, encurtando distâncias e tempos, intensificando novas formas de flexibilização do trabalho e alterando os métodos de aprendizagem e ensino. É precisamente devido a essas diversas possibilidades que o estudo busca compreender os processos educacionais no âmbito do *YouTube*⁷ e como esses processos têm impactado a formação do indivíduo.

Nesse cenário complexo moldado pela tecnologia digital, esta pesquisa investiga como os processos educacionais originados pelo uso dessas tecnologias

⁶ É uma transmissão, ao vivo pela internet, com utilização de áudio e vídeo.

⁷ A empresa *YouTube*, criada em 2005 nos Estados Unidos, é uma plataforma que compartilha uma densidade de vídeos, canais, comunidades virtuais, games, filmes, enfim, é um imenso banco de dados disponibilizado na rede (Burguess; Green, 2009).

impactam a formação humana. Para abordar essa questão, a pesquisa foi examinada através da lente teórica *freiriana* (Freire, 1987 1997; 1997a; 1999; 2000; 2016), que fornecerá orientações e diretrizes para reflexão e compreensão do objeto de estudo. Além disso, foram considerados os estudos da área da tecnologia (Castells, 1999; Lévy, 1999) e da tecnologia educacional (Belloni, 2002; 2012), acompanhados das contribuições epistemológicas de Adorno (2010, 2011, 1985, 1995).

Adorno e Horkheimer (1985), representantes da Teoria Crítica Frankfurteana⁸, oferecem uma análise conceitual da técnica a respeito da primazia da técnica sobre as subjetividades, da racionalidade instrumental ao cunharem o conceito de indústria cultural incidindo significativas mudanças na formação humana ao limitar a educação ao mero conhecimento técnico. Esses conceitos, acompanhados das bases epistemológicas de Paulo Freire, nos permitem refletir sobre os processos educacionais gerados no canal do *influencer* Felipe Neto.

Nessa abordagem, levamos em consideração as particularidades socioculturais e históricas de cada teórico e, apesar de não focarem necessariamente nos mesmos objetos de estudo, Paulo Freire e Adorno convergem a teoria ao filosofar sobre a formação humana. Ambos destacam a crítica à educação tradicional estabelecida em seus respectivos países, sendo ela delimitada por impedir a emancipação humana e a capacidade de lutar conscientemente contra os sistemas de poder impostos pelos opressores ou por grupos dominantes (Freire, 1987; Adorno, 1994). Para embasar esta discussão, Freire (1987) se baseou na experiência do regime ditatorial brasileiro⁹ (1964-1985), enquanto Adorno (1994) fundamentou suas

⁸ A Teoria Crítica Frankfurtiana surgiu com a Escola de Frankfurt, fundada por Max Horkheimer, reunia intelectuais para discutir a respeito da sociedade a fim de formular uma teoria crítica da sociedade a partir das delimitações que lhe foram dadas desde a ascensão burguesa. Fazer crítica aos aspectos desta racionalidade burguesa era, portanto, seu principal objetivo. Theodor W. Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin foram alguns de seus principais intelectuais (Cohn, 1986 *apud* Pontes, 2020, p. 19).

⁹ Período referente ao regime político da Ditadura Militar no Brasil, que corresponde aos governos: Castello Branco e Costa e Silva (1964-1968); Medici (1969-1974); Geisel (1974-1979) e Figueiredo (1979-1985) (Codato, 2005).

reflexões no contexto do regime nazista na Alemanha¹⁰ durante o período do Holocausto (1939-1945).

Ambos os estudiosos desenvolveram um amadurecimento teórico significativo ao longo de suas carreiras, produzindo obras importantes, como a "Pedagogia do Oprimido" (Freire, 1964) e a "Dialética do Esclarecimento" (Adorno, 1944). Identificaram nesses eventos totalitários um desafio à liberdade, autonomia e capacidade de análise crítica do mundo, afetando a essência humana. Tanto Freire quanto Adorno reconheceram o ser humano inacabado, relacional, histórico-cultural e em constante transformação. A partir desta visão da condição humana, atribuem à educação crítica o papel de promover a transformação do indivíduo e do ambiente que o cerca, sob a visão de uma solução contra as dores causadas pela abordagem tecnicista da educação (Freire, 1987).

Nessa perspectiva, enaltece-se a necessidade da memória histórica (Adorno 2008, p. 2), pois a historicidade possibilita analisar as contradições na reflexão crítica, sendo uma forma de compreender o terrível passado real “convertido em algo inocente que existe meramente na imaginação daqueles que se sentem afetados [...]”.

Para Adorno (1994), a educação crítica altera a condição daqueles que estão subjugados, desumanizados e tratados como objetos diante de uma realidade opressiva, que leva à manifestação do ódio, da violência e da barbárie, como evidenciado em Auschwitz¹¹, na Alemanha. Contrariamente às ideias dos iluministas, a racionalidade não conduziu à emancipação humana, visto que a tomada de consciência social proporciona o conhecimento sobre a realidade, contudo, os sujeitos o perdem quando obedecem a forças sociais que os governa, sem refletir sobre elas. Nesses termos, é preciso trazer de volta esse sujeito à subjetividade, pois seus impulsos não devem ser banidos do conhecimento diante do ofuscamento geral

¹⁰ Regime totalitário surgido na Alemanha liderado por Adolf Hitler (1889-1945) que cometeu vários crimes a humanidade, a saber, o holocausto.

¹¹ Campo de concentração nazista que exterminou milhares de judeus no holocausto.

produzido pelos mecanismos ideológicos de dominação produzidos pela indústria cultural.

A técnica e a razão instrumental fortaleceram a conformidade e a submissão ao sistema de poder vigente (Adorno, 1994), perpetuando a alienação humana e dificultando a humanização do indivíduo, que deveria ser mais do que isso (FREIRE, 1987). Isso resultou na ausência de questionamento por parte desse sujeito e na aceitação passiva da ordem estabelecida que perpetua a desigualdade e valoriza a verticalização e fragmentação do conhecimento, por meio de métodos e fórmulas a serem simplesmente copiados ou seguidos.

Paulo Freire e Adorno questionaram vigorosamente a realidade social e as atrocidades ao longo da história em defesa da condição humana e dos oprimidos. Por este motivo, ambos passaram por experiências de exílio em locais e contextos distintos, o que lhes permitiu fortalecer abordagens críticas e questionadoras sobre suas realidades, a existência humana, o poder e a sociedade capitalista.

Para ambos, a educação representava a possibilidade de uma sociedade emancipada. No entanto, não se tratava de uma educação baseada apenas na técnica e na exclusão social, mas, sim, de uma educação dialógica e conscientizadora (Freire, 1987), que fosse crítica e emancipadora, a fim de evitar a repetição da barbárie humana e que está não fosse esquecida (Adorno, 1994).

Essa perspectiva instiga-nos a pensar sobre o conceito de experiência que corresponde não apenas o desenvolvimento lógico formal, mas a capacidade de pensar e fazer experiências, sob a perspectiva de que “pensar é o mesmo que fazer experiências intelectuais” (Adorno, 1995, p. 151) e tornar-se experiente significa “[...] aprender pela via mediada da elaboração do processo formativo, assumindo a relevância tanto dos resultados quanto do próprio processo” (Adorno, 1995, p. 24)

A proposta de educação crítica transforma a realidade social, especialmente diante da indiferença ao sofrimento alheio, por isso, é essencial ao sujeito desde a primeira infância porque desafia os dispositivos de controle impostos pela ordem econômica vigente (Adorno, 1994). Por meio de uma abordagem dialógica, esse

modelo educativo estimula a troca de ideias, a problematização e incentiva os estudantes à reflexão sobre os significados e os sentidos das experiências de aprendizagem em diversos contextos (Freire, 1987).

Adorno e Freire nos convidam a refletir sobre a objetificação do ser humano em uma sociedade que padroniza conteúdos culturais, promove o consumo e afasta os indivíduos dos valores humanos. Em vez de priorizar uma abordagem humanística, essa sociedade valoriza a calculabilidade e a técnica, como vemos na operacionalidade da plataforma *YouTube*.

Após a discussão teórica, a hipótese deste estudo se fundamenta na perspectiva de que, embora o *YouTube* não seja um ambiente formal de aprendizagem, ele promove processos educacionais que influenciam, direta ou indiretamente, a socialização e a formação humana, com limitações e possibilidades a serem consideradas. Nesta plataforma, uma variedade de conteúdo é promovida, e embora não seja um espaço educativo formal e os *Youtubers* não exerçam a função de educadores, eles desenvolvem estratégias e criam espaços de sociabilidade que podem influenciar nos processos educacionais vivenciados pelo público que os acompanha e isso inclui narrativas, técnicas e estratégias para atrair um grande número de seguidores em seus canais.

À medida que conquistam opiniões e seguidores, os *influencers* digitais passam a recomendar e anunciar produtos e serviços de diversas áreas, como beleza, por exemplo. Nesse segmento, são comuns tutoriais que ensinam os cuidados com a pele, maquiagem e uso correto de cosméticos de marcas patrocinadoras. Os discursos sobre beleza, construídos pelos *influencers* digitais, tornam o espaço digital uma fonte de orientações sobre diversos temas.

Os *Youtubers* que desempenham o papel de influenciadores digitais (Abidin; Karhawi, 2021) são sujeitos históricos com ideologias e concepções políticas específicas, conteúdos por eles veiculados tendem a trazer viés político direcionado, capaz de persuadir e influenciar determinados objetivos, como aumentar o número de seguidores ou obter mais visibilidade midiática

Assim, compreende-se que a plataforma *YouTube* não é apenas um local de diversão e entretenimento, ela oferece oportunidades de aprendizagem por meio de canais de instituições de ensino e vídeos educacionais (Mattar, 2009). Existem canais que abordam temas relacionados a lazer, exercícios profissionais, humor, grupos culturais específicos, dentre outros, e isso gera processos educacionais direta ou indiretamente entre os grupos sociais.

Nesse sentido, as mídias digitais, por meio das plataformas como *Facebook*¹², *YouTube*, *Telegram*¹³, *WhatsApp*¹⁴, *Twitter*¹⁵, *Instagram*¹⁶, *Blog*, *TikTok*¹⁷, dentre outros, representam instrumentos que têm o potencial tanto de romper quanto de fortalecer a cultura do silêncio criticada por Paulo Freire (1980).

No primeiro caso, essas mídias rompem a cultura do silêncio no sentido de propiciar a autonomia de criação de conteúdos de qualquer natureza e, por meio destes, possibilitar aos criadores se expressarem por meio da fala, da escrita ou vídeos publicados, dando voz a diferentes perspectivas e experiências. Por outro lado, no segundo caso, as mídias digitais fortalecem a cultura do silêncio, uma vez que nem todas os usuários têm acesso e/ou se manifestam como sujeitos comunicativos na *internet*. Isso significa que, em vez de se tornarem criadores, protagonistas com poder de expressão, limitam-se a consumir, passivamente, conteúdos publicados, não contribuem para o diálogo e a troca de ideias, proativamente.

¹² Mídia e rede social, criada em 2004, por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes (Couto; Souza, 2017).

¹³ Aplicativo de mensagens gratuito, lançado em 2015, idealizado pelo russo Pavel Durov (Couto; Souza, 2017).

¹⁴ Aplicativo multiplataforma, gratuito, para troca de mensagens instantâneas e multimídias entre pessoas; permite a criação de grupos para comunicação coletiva via textos, emojis, imagens, áudios e vídeos, possibilita efetuar chamadas de voz, semelhantes a ligações telefônica. Nele, usuários são registrados por meio dos números de seus respectivos telefones celulares e as listas de contatos são construídas a partir do acréscimo de números de aparelhos, smartphones ou tablets, que também possuem o *App* (Couto; Souza, 2017, p. 154-155).

¹⁵ Mídia social, criada em 2006, por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass com o objetivo de compartilhamento de conteúdo e criação de comunidades (Couto; Souza, 2017).

¹⁶ Rede social, criada em 2009, por Kevin Systrom, cujo objetivo é compartilhar fotos e vídeos com outros usuários (Couto; Souza, 2017).

¹⁷ "Mídia social chinesa que permite criar e compartilhar vídeos curtos de até 60 segundos" (Monteiro, 2020, p. 5).

Existe uma diversidade de mídias digitais de comunicação disponíveis na *internet*, no entanto, este estudo direciona sua análise especificamente para os conteúdos audiovisuais produzidos pelo *Youtuber* Felipe Neto em seu canal. Partimos da perspectiva de que tais conteúdos (e mídias) representam instrumentos com potencial de romper ou fortalecer a cultura do silêncio criticada por Freire.

Diante dessa diversidade de mídias digitais disponíveis, o estudo concentra sua análise nos conteúdos audiovisuais produzidos por Felipe Neto no *YouTube* por considerá-lo uma personagem representante da primeira geração de produtores de conteúdo, que surgiu em torno de 2010. Nos anos seguintes, este *influencer* investiu na construção de uma imagem pública e na formação de uma equipe profissional para atender suas necessidades empresariais como criador de conteúdo audiovisual, visando alcançar métricas de audiência e monetização na *internet*. A biografia detalhada desse influenciador é explorada no capítulo 3 desta tese.

No cenário atual, o *Youtuber* Felipe Neto tem sido alvo de críticas e controvérsias devido ao seu envolvimento com o cassino virtual Blaze¹⁸, site de apostas *on-line*. Sua influência e credibilidade, junto aos seguidores do seu canal¹⁹, no *YouTube*, contudo, seguem inalteradas, porém, sua associação ao cassino tem gerado debates públicos e críticas por parte de outros influenciadores, como Daniel Penin²⁰, que questionam a promoção de apostas *on-line*, sugerindo que vai contra a legislação brasileira que proíbe cassinos no país (Brasil, 1946).

Outro episódio recente e emblemático envolveu um contrato publicitário entre Felipe Neto e a Mondelez, empresa proprietária da marca de chocolate Bis. Isso

¹⁸ Empresa que oferta possibilidades de ganhos reais em apostas *on-line* e que causou prejuízo a milhares de clientes que usam a rede de *internet* e por esta razão tem sido alvo de reclamações e denúncias de golpes.

¹⁹ A denominação “canal” é uma referência metafórica relacionada ao que conhecemos por canais em TV, e que, no entanto, ressignifica tais territórios, ainda que sejam nominados da mesma forma. Isso acontece em virtude das relações estreitas entre canal e usuário, [...], reforçando na *web* sentidos sobre um possível controle de qualquer indivíduo sobre a produção e a emissão (Montaño, 2017, p. 11-12).

²⁰ *influencer* digital e mentor, que possui mais de 400 mil de seguidores no *Instagram*

resultou em reações negativas por parte de apoiadores da ala política de direita, que lançaram uma campanha²¹ de boicote à marca nas redes sociais.

A reação à parceria do *influencer* com a Mondelez também gerou respostas da ala da esquerda, incluindo deputados e senadores, que divulgaram um vídeo comendo Bis em apoio ao *Youtuber*, atitude interpretada como símbolo de resistência pelos partidários de esquerda, fazendo alusão à reeleição de Lula em 2022 (Valor, 2023). Tal episódio revela que no contexto das mídias digitais uma simples parceria comercial entre um influenciador e uma marca de chocolates evidencia a polarização política existente no país, mesmo em assuntos que parecem distantes da política institucional (Msn, 2023).

Acredita-se que esses acontecimentos dificilmente vão impactar a imagem de Felipe Neto, uma vez que sua base de seguidores é sólida, fiel a seu posicionamento e influência. Embora haja críticas e controvérsias, essas situações têm gerado ainda mais engajamento e visibilidade ao *youtuber*, traduzindo-se em benefícios para sua carreira nas redes sociais. De acordo com Kehl (2004):

Os ídolos da sociedade do espetáculo se prestam melhor do que ninguém [...] a sustentar este *semblant* de liberdade que alimenta o sintoma social. Melhor ainda, prestam-se a funcionar como imagens de sujeitos, cujo ser está garantido desde sempre, por alguma propriedade inerente a eles, fora da ordem social, fora da circulação que esta ordem propicia e da dependência mútua própria da condição humana. E fora também, principalmente, das relações de exploração presentes na vida da multidão de fãs, dos sujeitos comuns, expropriados cotidianamente em seu tempo e em seus corpos (p. 77).

Esse brilho de notoriedade de Felipe Neto não deve ser ocultado pelos eventos mencionados, pois os usuários de seu canal se reconhecem na imagem por ele representada. De alguma forma, esses acontecimentos servem para caracterizar a força influenciadora que possui este *Youtuber* diante de seus seguidores.

Com relação aos aspectos metodológicos desta tese, há um recorte temporal analítico limitado entre 2018 e 2020. Configura-se como uma pesquisa de natureza

²¹ Apoiadores da direita pediam o “boicote” à parceria e “começaram a publicar a hashtag #BisNuncaMais no X (antigo Twitter), além de vídeos afirmando que nunca mais irão consumir Bis e que estão trocando a marca por outros chocolates” (Dci, 2023, s/p).

básica porque “objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista” (Prodanov; Freitas, 2013, p. 51). Isto é, ao analisar como acontecem os processos educacionais desenvolvidos no âmbito tecnológico, a pesquisa agrega novos conhecimentos nas áreas de educação e tecnologia.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é explicativa, “aprofunda o conhecimento da realidade porque explica a razão, o porquê das coisas” (Gil, 2010, p. 28). Ela elucida como os processos educacionais gerados pelo canal do *Youtuber* Felipe Neto podem impactar a formação humana de seus seguidores. Para tanto, conforme Feola (2020), observa: i) o tipo de linguagem utilizada; ii) as possíveis inferências em relação ao que foi produzido e à recepção da produção; iii) os temas recorrentes das postagens audiovisuais; iv) as práticas que aparecem ou são utilizadas com frequência para manter o acesso dos usuários ao canal.

Ao delinear esses indicadores, o propósito do estudo é elucidar as causas subjacentes aos fenômenos, indicando as ações apropriadas, embora os valores e as trocas simbólicas não possam ser mensurados e os fatos não passem por testes, uma vez que os dados analisados são qualitativos, resultantes da interação e se apropriam de várias abordagens (Gerhardt; Silveira, 2009).

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, que envolve a análise detalhada dos microprocessos por meio do estudo de ações sociais, individuais e grupais (Martins, 2004, p. 292). Em outras palavras, o estudo examina as publicações feitas pelo canal do *Youtuber* Felipe Neto, com base nos critérios estabelecidos. Frisa-se que a pesquisa não avalia a pessoa (persona) Felipe Neto, mas seu canal na mencionada plataforma, como esse aparato tecnológico é utilizado e usado por seus usuários.

A proposta visa investigar e interpretar as unidades de análise presentes nas publicações desse *Youtuber*, a fim de compreendê-las em profundidade, dada a variedade e quantidade de material qualitativo por ele disponibilizado. Essa análise se baseia na competência teórica, no rigor científico e detalhamento dos fenômenos e dos elementos envolvidos. Segundo Minayo (1994), a pesquisa qualitativa permite

abordar questões específicas e lida diretamente com a realidade, focando nos sentidos, significados e valores inerentes às relações humanas. A investigação qualitativa requer do pesquisador uma abordagem criativa, embasada em conceitos, proposições, métodos e técnicas.

No estudo foram adotados diversos procedimentos de pesquisa, sendo a primeira etapa o levantamento do material bibliográfico, que consistiu na busca e sondagem de trabalhos existentes sobre a temática estudada, possibilitando-nos o conhecimento de pesquisas existentes relacionadas às áreas de Educação e Tecnologia na educação (Lima; Miotto, 2007).

Na segunda etapa, procedeu-se à validação das obras selecionadas na etapa anterior, avaliando-se se estas seriam eficientes para ampliar o campo de investigação (Lima; Miotto, 2007). Após essa abordagem inicial, realizou-se uma nova classificação, verificando-se o conteúdo das obras organizadas por grupos temáticos e efetivando-se as leituras.

A etapa final envolveu o levantamento das informações das etapas anteriores, apresentando um resumo da busca realizada para localizar as obras a serem pesquisadas, bem como descrevendo como o material selecionado foi adquirido (Lima; Miotto, 2007).

O levantamento das produções e pesquisas foi orientado pelas etapas anteriores, utilizando-se como base a literatura nacional disponível no portal SCIELO (The Scientific Electronic Library On-line)²² e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)²³, por meio das palavras-chave: "Processos Educacionais e Youtuber", "Youtuber" e "Youtubers", conforme Tabela abaixo.

²² O portal SCIELO foi selecionado por ser desenvolvido pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e contar com o suporte do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (Univates, 2020).

²³ A escolha da base BDTD ocorreu devido à sua abrangência na produção intelectual brasileira de teses e dissertações dos diversos Programas de Pós-Graduação no país e de diferentes áreas do conhecimento. Portanto, ambos os portais foram considerados fontes confiáveis de pesquisa.

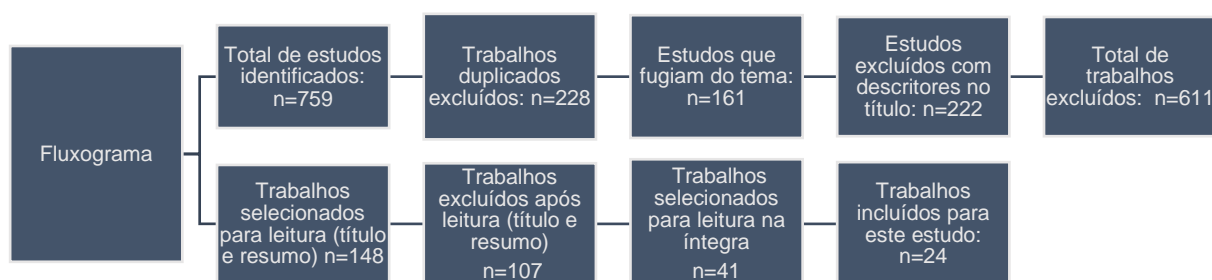
TABELA 1. Levantamento bibliográfico (2018-2021)

Descritores	Repositórios	
	Scielo	BDTD
Processos Educacionais and Youtuber	0	339 (218 dissertações, 121 teses)
YouTube	48	314 (243 dissertações, 71 teses)
Youtuber	1	35 (30 dissertações, 5 teses)
Total	49	710

Fonte: autora, 2022.

A hipótese inicial da pesquisa, que sugeria a escassez de estudos produzidos na literatura nacional sobre processos educacionais no contexto tecnológico, sob a perspectiva *freiriana*, foi confirmada. Não foram encontrados trabalhos semelhantes nas bases de dados mencionadas na tabela apresentada. Além disso, não foram identificadas pesquisas relacionadas ao tema na Revista Brasileira de Educação (RBE) nem na biblioteca da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPEd).

A Tabela 1 mostra que a busca inicial indicou, a partir dos descritores acima elencados, um quantitativo expressivo (n=759) de resultados entre artigos, dissertações de Mestrado e teses de Doutorado. Para tanto, se elegeu critérios de exclusão como detalhado na Figura 1, conforme segue:

FIGURA 1. Fluxograma do levantamento bibliográfico

Fonte: autora, 2023.

A Figura 1 mostra o resultado da seleção de cento e quarenta e oito (n=148) publicações (artigos, dissertações e teses) selecionadas para a fase de avaliação de

elegibilidade, etapa em que foram lidos título e resumo, sendo que cento e sete (n=107) foram excluídos porque não correspondiam ao tema da pesquisa. Após todas as etapas de seleção realizadas, quarenta e uma (n=41) publicações foram lidas na íntegra; e destas vinte e quatro (n=24) eleitas para integrar a amostra do estudo (APÊNDICE A).

Ainda em relação aos procedimentos metodológicos desta pesquisa, trata-se de um estudo de caso, compreendido como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e contexto não estão claramente definidos” (Yin, 2001, p. 32). Ainda para este autor, o estudo de caso ser caracterizado como um exame de um único caso, ou seja, o estudo de um acontecimento social a partir de um conjunto de observações e evidências, sua unidade de análise se constitui pela multiplicidade de causas que produzem o fenômeno estudado.

Nesta tese, a unidade de análise para o estudo de caso é constituída pelos vídeos publicados na plataforma *YouTube*. Elegeu-se, para tanto, um único *Youtuber*, Felipe Neto²⁴. A seleção de seu canal seguiu os seguintes critérios: estar na lista dos 10 maiores *Youtubers* no Brasil (2018-2020); tempo (em anos) de atuação como influenciador digital; métricas de engajamento (número de acessos e quantitativo de inscritos no canal); popularidade; participação e reconhecimento em outras mídias digitais; práticas de produção e de divulgação de conteúdos; capacidade de influência no contexto eleitoral e na pandemia.

²⁴ Foi solicitado, via e-mail, orientação junto ao Conselho de Ética da UFG sobre o uso do canal do Felipe Neto nesta pesquisa, e obteve-se a seguinte orientação: “pesquisas em páginas públicas na Internet que não requerem inscrição ou autorização do administrador para se ter acesso ao conteúdo dispensam avaliação ética e o registro de consentimento. São exemplos aquelas pesquisas realizadas em *websites*, *blogs*, *YouTube* etc. Deve-se dar atenção, entretanto, à privacidade dos autores dos comentários ou posts ao realizar referências diretas a nomes, discursos e imagens, respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709/2018). A LGPD faz menção aos dados de pesquisa e, de certa forma, semelhante ao que já se preconiza pelas resoluções do CNS/CONEP. A Lei diz: “Art. 4º - Esta Lei não se aplica ao tratamento de dados pessoais: [...] II Realizado para fins exclusivamente: [...] b) Acadêmicos, aplicando-se a esta hipótese os Arts. 7º e 11º desta Lei (...)”. Por sua vez, os Arts. 7º e 11º tratam das condições de tratamento de dados pessoais”.

A materialização dessa etapa encontra-se prevista na pesquisa *in lócus* no canal do *Youtuber* Felipe Neto, feita mediante levantamento de publicações audiovisuais no período entre 2018 e 2020, nos desdobramentos das métricas de engajamento ao longo da existência do canal, atentando-se para: a) as produções recorrentes; b) o nível de influência midiática do *Youtuber* Felipe Neto; c) o contexto eleitoral de 2018; d) o período da pandemia.

A coleta de evidências ocorreu na própria plataforma e foi realizada a partir do material audiovisual publicado no canal pelo *influencer* Felipe Neto, junto às métricas de engajamento desse conteúdo divulgado. O recorte temporal dessa coleta abrange os anos de 2018, 2019 e 2020, devido a dois importantes eventos fortemente influenciados pela presença da tecnologia nesse período, especialmente nas redes sociais: a eleição presidencial no Brasil e a pandemia do novo coronavírus.

O primeiro acontecimento se caracteriza pelas manifestações, individuais e coletivas, nas redes sociais digitais, marcadas por ataques, protestos e formação de opinião em torno dessas eleições. O segundo, refere-se ao impacto do aumento do uso das mídias digitais pelas empresas, instituições de ensino (público e privado) e população em geral.

A técnica de investigação empregada no estudo foi a observação, que teve como objetivo capturar aspectos da realidade social na plataforma *YouTube*. Para isso, foi necessário assistir, ouvir e examinar os conteúdos audiovisuais disponibilizados por Felipe Neto, *Youtuber* selecionado.

Como instrumento de coleta de dados, adotou-se o diário de campo, o qual possibilitou a realização de anotações diárias, a verificação de relações entre os acontecimentos observados e a elaboração detalhada das reflexões decorrentes dos conteúdos postados na plataforma pesquisada.

Ao longo desse percurso, elaborou-se uma lista de categorias das unidades observadas, com o objetivo de proporcionar informações de diferentes níveis e facilitar a escrita e a análise dos dados observados. Como esse procedimento é comum em muitas pesquisas qualitativas, Minayo (1994, p. 70) adverte que trabalhar com

categorias "significa agrupar elementos, ideias ou expressões em torno de um conceito capaz de abranger quase tudo".

Ressalta-se que delimitar o *Youtuber*, os conteúdos e a amostragem foi um procedimento desafiador para o estudo, uma vez que há uma grande quantidade de material disponível na plataforma *YouTube*. Portanto, a pesquisa adotou a metodologia utilizada por Feola (2020), que analisou a construção da sexualidade na mesma plataforma e enfrentou a mesma dificuldade em seu processo de escolha (exploração, critérios de seleção de conteúdos, estratégias de utilização, entre outros). Apesar de tratar-se de outra temática, sua metodologia foi considerada bastante adequada e pôde ser replicada no presente estudo, conforme descrito no capítulo 3 desta tese.

Amparada nesta metodologia e nos critérios mencionados, optou-se pelo canal do *Youtuber* Felipe Neto para avaliar se e como os processos educacionais acontecem e impactam a formação humana (2018-2020). Foi realizada a catalogação dos materiais disponíveis no canal, identificou-se a categorização das temáticas a partir dos títulos dos vídeos e selecionaram-se os vídeos de cada categoria temática para serem estudados qualitativamente.

Na fase seguinte, detalhada no capítulo 3, foram empregados parâmetros de análise, observação e exploração de conteúdo, ou seja, o tratamento analítico dos dados da pesquisa. A análise de conteúdo das conexões (*links*, comentários etc.) foi conduzida considerando as interações mediadas pela tecnologia, ou seja, diálogos e conversações que ocorreram em cada vídeo analisado pois, conforme Recuero (2009, p. 17), "para entender um fenômeno é necessário observar não apenas suas partes, mas suas partes em interação".

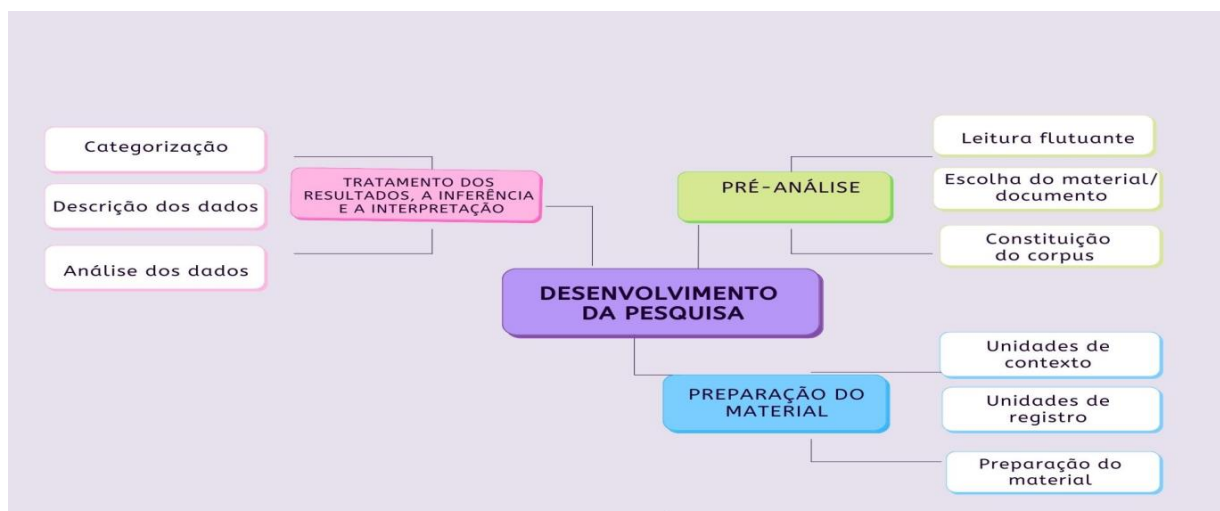
A avaliação da credibilidade do *Youtuber* (impressões, julgamento, qualidades, etc.) perante seus seguidores foi conduzida através da análise da comunicação oral (som e imagem do *Youtuber*) e escrita (de seus seguidores). Isso ocorreu porque, na ausência do contato face a face, "as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras" (Recuero, 2009, p. 27).

A exploração dos conteúdos desses achados possibilitou compreender como ocorrem os processos educacionais gerados no *YouTube* e como impactam a formação humana. Os dados coletados na plataforma foram submetidos à análise de conteúdo de Bardin (1977, p. 42), entendida como

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Essa escolha se deu devido ao amplo volume de material audiovisual publicado entre os anos de 2018 e 2020 pelo *Youtuber* Felipe Neto, o qual necessitava ser organizado e categorizado para permitir uma análise adequada. A análise de conteúdo de Bardin foi selecionada como método apropriado para abordar essa diversidade de materiais e extrair significados relevantes para a pesquisa.

FIGURA 2. Desenvolvimento da Pesquisa



Fonte: Bardin (1977, p.102), adaptado.

A Figura 2 mostra a partir da análise de conteúdo como todo o desenvolvimento da pesquisa se estabelece neste estudo. Aliás, algumas etapas já foram destacadas ao longo desta introdução, como a organização dos dados, a constituição do corpus da pesquisa e os elementos que representam o corpus. Esses aspectos serão explorados posteriormente para estabelecer as unidades de registro e contexto.

As outras etapas (Figura 2) são delineadas no capítulo 3 do estudo, a saber: a definição da unidade de análise, a identificação das recorrências encontradas e categorizadas, o tratamento dos resultados e suas inferências e interpretações.

O interesse por este tema foi surgindo a partir de várias situações pessoais e profissionais. A primeira delas ocorreu durante minha atuação como supervisora do Projeto Novos Talentos da UFG, em 2011, momento que me permitiu uma aproximação com os eixos teóricos da educação midiática digital. Esse percurso possibilitou um novo olhar sobre a discussão acerca da sociedade em rede, levando-me a compreender o universo comunicacional que tem moldado comportamentos, costumes e valores.

Paralelamente, eu observava as práticas ritualísticas no contexto das redes digitais, como o aumento da exposição através de *selfies* (autorretratos, imagens de si mesmo) e a crescente ruptura entre o público e o privado. Essa ruptura tem se fortalecido com o contexto histórico e político de cada período e, atualmente, é marcada por uma conjuntura ideológica, cultural, política e econômica, incluindo o capitalismo neoliberal e a racionalidade técnica. Estes dois processos têm colaborado para alterar e moldar as relações objetivas entre os indivíduos e a sociedade.

Esse ponto merece algumas considerações e, para isso, o estudo se apropria da discussão entre indivíduo e sociedade, conforme a Teoria Crítica Frankfurtiana, que os trata epistemologicamente como elementos interrelacionados e interconectados. Em outras palavras, um não existe sem o outro; eles se negam e se afirmam ao mesmo tempo. Conforme Adorno (1994), à medida que as relações entre os indivíduos são modificadas, a estrutura da sociedade também é alterada. Este efeito da cultura interfere diretamente na formação humana.

Essa premissa nos auxilia na compreensão das configurações da sociedade atual, que constitui o sujeito a partir das relações objetivas estabelecidas com o outro. Na medida em que essas relações se estabelecem, moldam comportamento, modos de vida, formas de pensar e sentir. Neste cenário, a subjetividade desse sujeito

determina sua visão de mundo, sua lente cultural e delimita a forma como irá se relacionar com a instância objetiva ou social, ou seja, com os outros.

A conjuntura da sociedade globalizada, caracterizada pelo capitalismo neoliberal e pela racionalidade técnica como instâncias dominadoras, influencia a formação dos indivíduos, direcionando-a e mantendo-a a partir das bases mercadológicas e de dominação que a constituem. Essa perspectiva nos ajuda a compreender o papel da esfera cultural como um mecanismo subjetivo que fortalece e sustenta a indústria cultural, responsável por estimular o consumo e contribuir para a perpetuação do sistema racional capitalista.

Nesse panorama, o consumo nem sempre ocorre em razão da necessidade do produto em si, mas pelo anseio de possuir e consumir. Este estímulo ao consumo ajuda-nos a entender a objetificação humana tão expressiva nas redes sociais, mostra que o significado de consumir dado produto, em si, é esvaziado de sentido e sinaliza apenas para necessidade de um determinado *status* daquele que o obtém pelo consumo. Essa perspectiva de consumo de bens culturais, por exemplo, impossibilita a formação das subjetividades e fortalece a conformação e a objetificação humana, pois utiliza-se de técnicas que moldam e esvaziam o pensamento, a reflexão e desconsideram as singularidades na formação humana.

Após essas considerações iniciais, retorno para discutir o que despertou minha curiosidade e meu desejo de compreender os processos educacionais gerados na cultura digital, com o objetivo de incentivar o exercício do pensamento crítico em relação à realidade estabelecida na rede.

A segunda particularidade advém do fato de ser mãe de um jovem de 17 anos, que consome, acriticamente, conteúdos de comunidades digitais (*Facebook, Instagram e YouTube*), ávido jogador *on-line* que vive conectado à rede, assistindo aos mais diversos vídeos postados por seus pares e que, quando indagado sobre a razão de assistir a determinados vídeos, responde: “porque todo mundo curte, está entre os mais acessados”.

Isso me levou a refletir que a decisão de consumir um determinado conteúdo digital não é feita exclusivamente pelo internauta, mas é influenciada pelos outros e/ou pela indústria cultural²⁵. Talvez seja pelo prazer facilitado ou pelo número de *likes* que cercam aquela postagem específica. No entanto, se são os outros que direcionam essas escolhas, como o sujeito terá condições concretas de se aventurar na leitura do mundo e intervir nele?

A terceira particularidade surge da vivência, por meio dos meios de comunicação, especialmente televisão e internet, e da literatura existente (Lemos, 2007), da exposição, exibição e banalização do privado (*nudes*, fotos íntimas) em âmbito público. Isso me levou a refletir sobre como as ações no ciberespaço influenciam a vida privada das pessoas envolvidas. Essa trajetória pessoal, profissional e social, baseada em experiências significativas, instigou-me a avaliar se os conteúdos audiovisuais publicados na plataforma *YouTube* configuram processos educacionais e impactam a formação dos sujeitos seguidores dessa plataforma digital.

Ao trazer essa discussão, evidencia-se que o tema possui justificativa pela sua relevância na produção do conhecimento, pois os estudos na área não dialogam analiticamente com os processos educacionais gerados no âmbito da tecnologia. Assim, a presente discussão é relevante porque contribui para a reflexão sobre a vida em sociedade, pautada por múltiplas potencialidades interativas, que são fomentadas na e pela comunidade on-line na plataforma *YouTube*, promovendo o influenciador digital Felipe Neto. Além disso, colabora com os estudos educacionais sobre a cultura digital e instiga outros estudiosos a refletir sobre o tema.

Dessa forma, tendo presentes esses desafios e objetivos, o texto desta tese é organizado em capítulos, respectivamente 1, 2 e 3, além das considerações finais. Antes do capítulo 1, duas notas explicativas são necessárias. A primeira diz respeito à nomenclatura “usuário”, frequentemente utilizada para descrever as pessoas que consomem e produzem conteúdos na plataforma *YouTube*. No entanto, neste texto, o

²⁵ É um estilo de indústria da diversão. Por diversão entende-se como o prolongamento do trabalho no capitalismo tardio. A indústria cultural se caracteriza pelo forte caráter de manipular e de disciplinar seus consumidores e se sustenta pela racionalidade técnica, “hoje a racionalidade da própria dominação” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 3).

foco está nas pessoas que consomem conteúdos publicados na referida plataforma. A segunda nota diz respeito à metodologia, em especial à escolha do *Youtuber* Felipe Neto como recorte desta análise. Ao longo do trajeto investigativo, muitas foram as indagações a respeito dessa delimitação.

Dessa maneira, assume-se que a escolha não se baseia na filiação do *Youtuber* ao seu posicionamento político recente, que incluiu a propagação de discursos golpistas e de ódio à esquerda, seguido pelo reconhecimento público do golpe no *impeachment* da presidente Dilma Rousseff²⁶, em 2016. Também não se baseia apenas nas críticas de censura ao ex-presidente Jair Messias Bolsonaro²⁷, nem no apoio recente ao declarar seu voto no Presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva²⁸. A escolha é feita a partir dos critérios estabelecidos listados na metodologia.

Ademais, poderia ter sido escolhido outro *Youtuber* que atendesse aos critérios definidos na amostra. No entanto, optou-se pelo *influencer* Felipe Neto por acreditar que ele utiliza seu capital de celebridade para influenciar milhares de usuários, o que pode contribuir para a análise de como os processos educacionais gerados no *YouTube* podem influenciar a formação humana.

Dito isso, no Capítulo 1, intitulado "As redes teóricas e a cultura participativa no *YouTube*", dialoga-se com a base conceitual de análise e apresenta-se a revisão de literatura sobre o tema. Para tal, evidenciam-se as contribuições do pensamento de Paulo Freire (1997; 1999; 2000; 2016) no tratamento conceitual do objeto de investigação, em especial, os conceitos de educação bancária, cultura do silêncio, consciência ingênua, consciência crítica, inexperiência democrática e leitura de mundo, centrais nesse primeiro momento. Em seguida, discute-se a relação entre as novas tecnologias, internet e cultura digital, a partir das bases conceituais de Castells (1999), Lévy (1999) e Belloni (2002; 2012).

²⁶ 36ª Presidente do Brasil (2011-2016).

²⁷ 38º Presidente do Brasil (2019-2022).

²⁸ 39º Presidente do Brasil (2023-2026), no seu terceiro mandato.

No Capítulo 2, intitulado "Deixe um like e compartilhe: a plataforma *YouTube* como uma rede de significados", são expostos os aspectos que permeiam os processos educativos estabelecidos no contexto digital. Para isso, inicia-se uma reflexão a partir dos apontamentos sobre mídias sociais e o Big Data. Em seguida, são abordados os processos comunicacionais na rede de internet; discute-se a questão do 'ver e ser visto' nas redes sociais e pontua-se sobre a educação como possibilidade de mudança. Por fim, destaca-se a importância da leitura audiovisual na plataforma *YouTube* por ser um recurso comunicacional que abarca várias linguagens (som, imagem e texto), as quais precisam ser lidas e interpretadas criticamente. São utilizadas as ideias de Adorno (1994; 2002; 2011) sobre pseudoformação, educação e barbárie, bem como acerca da indústria cultural (Adorno; Horkheimer, 2002).

No Capítulo 3, cujo título é "Os processos educacionais gerados pelo Youtuber Felipe Neto", apresenta-se o desenho analítico do objeto de investigação. Analisa-se de forma detalhada os processos educacionais que ocorrem no âmbito da tecnologia. Para isso, investiga-se a *persona* Felipe Neto, como empresário e *Youtuber*, e o conteúdo audiovisual por ele publicado em seu canal entre 2018, 2019 e 2020.

O critério de seleção e escolha desse conteúdo diversificado baseia-se em dois temas principais (jogos e entretenimento) e nas métricas de engajamento (*likes*, comentários, visualizações e tempo de duração do vídeo). Essa delimitação permitiu que a pesquisa reunisse um amplo conjunto de material coletado (370 vídeos), o que enriqueceu a análise sobre os processos educacionais em questão.

Na etapa seguinte, após a análise de conteúdo, investiga-se minuciosamente a narrativa do *influencer* Felipe Neto em um conjunto de 05 vídeos, visando compreender como os processos educacionais gerados influenciam a socialização e a formação humana.

Pretende-se que essa abordagem se desdobre nas considerações finais, que retomam a problemática e os objetivos delineados pela pesquisa, destacando os anúncios reflexivos sobre os processos educacionais no contexto do *YouTube*. Essa linha investigativa não se esgota neste estudo, mas pode ser o fôlego inicial para

instigar outras pesquisas futuras a analisarem processos educacionais que podem ser desenvolvidos a partir da plataforma *YouTube*.

CAPÍTULO 1. AS REDES TEÓRICAS E A CULTURA PARTICIPATIVA NO YOUTUBE

O embasamento teórico desta tese se alicerça no pensamento de Paulo Freire²⁹, em especial, nas obras *Pedagogia do Oprimido* (1987; 2016); *Pedagogia da Autonomia* (1997; 1980); *Educação como Prática de Liberdade* (1997; 1999) e *Pedagogia da Indignação* (2000).

O conjunto dessas obras auxiliam na análise dos processos educacionais no contexto do *YouTube*, objeto deste estudo. A teoria é, portanto, um recorte da realidade, ela orienta o pesquisador a enxergá-la e ajuda a fornecer respostas ao problema de investigação (Severino, 2004).

Na perspectiva de pensar a discussão proposta, foram privilegiados os fundamentos teórico-metodológicos da Pedagogia de Paulo Freire e suas contribuições conceituais, a saber: educação crítica, humanização, conscientização, autonomia e liberdade. Soma-se a este aporte teórico, os estudos no campo da cultura digital e tecnologia na educação, como as obras de Castells (1999), *A Sociedade em Rede*; de Lévy (1999), *Cibercultura*, e as publicações de Maria Luiza Belloni (2002, 2012) que, concomitantemente, discorrem sobre os processos educacionais no âmbito da tecnologia.

1.1 Perspectiva teórico-metodológica freiriana

Este tópico aborda o pensamento teórico-metodológico de Paulo Freire, que se constitui e se entrelaça à sua história de vida e suas experiências em países como Chile, Estados Unidos, Canadá e continente africano, permitindo-lhe formular teoricamente sua prática educacional (Lima, 2014).

Em outros países, como em Genebra, na Suíça, onde esteve exilado por 10 anos, Paulo Freire contribuiu para a fundação do Instituto de Ação Cultural (IDAC) na

²⁹ Esse pensador foi escolhido em função de suas contribuições e por sua autoridade no campo da Educação formal e não formal.

década de 1970. O IDAC desempenhou um papel crucial na disseminação e no debate das ideias pedagógicas de Freire no Brasil, na África e em outras partes do mundo (Carneiro; Sousa Junior, 2019, p. 360).

Freire pensou epistemologicamente o contexto histórico, isto é, cada obra sua foi escrita em um tempo específico, dialogou com a própria história, construiu diálogos com outros estudiosos, estabeleceu a capacidade de escuta frente às críticas³⁰ e divergências sobre a sua produção teórica. Foi a partir de suas experiências práticas que ele lutou em defesa da democracia, pensou sobre a problemática da educação brasileira, trabalhou com educação de jovens e adultos, dedicou-se à escrita de vasta produção intelectual.

Para construir o trajeto de reconhecimento intelectual, Paulo Freire presenciava no campo educacional brasileiro uma educação escolar que não respondia às necessidades de homens e mulheres analfabetos, já que a instrução primária, até meados da década de 1940, era voltada para crianças (Haddad; Di Pierro, 2000).

Essa realidade começou a mudar apenas nos últimos anos do Estado Novo, por meio de diversas ações governamentais para enfrentar o analfabetismo no Brasil. Entre essas ações, destacam-se: a criação do Ministério da Educação e Saúde Pública em 1930, a aprovação do Plano Nacional de Educação em 1934, a criação do Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos - INEP em 1938, a instituição do Fundo Nacional de Ensino Primário - FNEP em 1945, e o Decreto nº 19.513, que regulamentou a concessão de auxílios do FNEP às unidades federadas (Beisiegel, 2010).

Na realidade sociocultural brasileira, durante o período pós-guerra, surgiram condições propícias para uma reflexão crítica sobre o alto índice de analfabetismo no Brasil. Esse contexto foi marcado por mudanças significativas na infraestrutura, no

³⁰ Em especial a obra *Pedagogia do Oprimido*, publicada em vários países e idiomas, ministrada em aula de várias universidades, como a de Harvard e Genebra. As críticas vinham por cartas dos Estados Unidos, do Canadá, da América Latina, Austrália, Nova Zelândia, das ilhas do Pacífico Sul, da Índia e África. Outras vezes, eram professas oralmente por lideranças, estudantes, trabalhadores (rurais e urbanos), dentre outros, tendo o estudioso de “explicar-se melhor, clarear ângulos, de afirmar e de reafirmar posições” (Freire, 1992, p. 64).

crescimento urbano, no êxodo rural e na industrialização, todas fundamentadas no ideal de desenvolvimento e progresso (Beisiegel, 2010).

É nesse contexto sócio-histórico que Paulo Freire apresenta a educação como uma das possibilidades de libertação e emancipação das classes menos favorecidas. Essa perspectiva teórica foi delineada "na comunicação da equipe de Pernambuco ao II Congresso Nacional de Alfabetização de Adultos e na tese de concurso apresentada à Escola de Belas Artes de Pernambuco, em 1959" (Beisiegel, 2010, p. 18).

Em 1962, Paulo Freire desenvolveu a base de sua teoria do conhecimento e lançou o método de alfabetização de adultos com uma abordagem diferenciada em relação à educação bancária predominante na época. Na concepção *freiriana*, alfabetizar não deve ser um processo unidirecional, mas sim bilateral: quem ensina também aprende, e quem aprende também ensina.

A alfabetização não pode se fazer de cima para baixo, nem de fora para dentro, como uma doação ou uma exposição, mas de dentro para fora pelo próprio analfabeto, somente ajustado pelo educador. Esta é a razão pela qual procuramos um método que fosse capaz de fazer instrumento também do educando e não só do educador (Freire, 1979, p. 2).

Em 1963, a teoria do conhecimento *freiriana* se materializou na prática com a experiência inicial de alfabetização de 300 trabalhadores de Angicos, no sertão nordestino. Com duração de 45 dias aulas e carga horária de 40 horas semanais, este ensaio-piloto constituiu riquíssimo laboratório para a prática da nova proposta de aprendizagem de Paulo Freire (Dias, 2019). A repercussão dessa experiência foi imediata, rendendo ao educador o convite para ocupar o cargo de Ministro da Educação e comandar o Programa Nacional de Alfabetização, utilizando-se do método por ele criado. Todavia, a proposta foi interrompida devido ao golpe civil militar³¹ de 1964 e seu regime autoritário (Dias, 2019).

Nesse período, devido às suas implicações no cenário educacional, a pedagogia *freiriana*, especialmente a experiência em Angicos, foi considerada subversiva pela elite conservadora e pelos detentores do poder. Causou estranheza

³¹ Movimento político-militar que se deu no governo João Goulart, representou um golpe contra as reformas sociais e a incipiente democracia política, nascida em 1945 (Toledo, 2004).

às instâncias dominantes o fato de um educador católico se preocupar com os oprimidos, ao mesmo tempo em que defendia a educação como forma de libertação humana. Essa teoria pedagógica serviu como pretexto para sua prisão no Brasil em 1964, seguida de exílio na Bolívia no mesmo ano e no Chile de 1965 a 1969 (Beisiegel, 2010).

Exilado, dedicou-se à educação popular, trabalhando no Instituto de Pesquisa e Treinamento em Reforma Agrária (ICIRA) e no Escritório Especial para a Educação de Adultos, no Chile. Lecionou na Universidade Católica de Santiago e foi consultor da Unesco (Beisiegel, 2010, p. 15). Preocupado com a formação para a cidadania, escreveu inúmeras obras³², seu retorno ao Brasil ocorreu após 15 anos de exílio pelo mundo. Seu pensamento teórico foi fortemente marcado por continuidades, conexões dialógicas com outros pensadores (Karl Marx, Hegel, John Dewey, Anísio Teixeira, Vieira Pinto e outros), por um aparato conceitual com variações e complementos.

Entender o pensamento freiriano é compreendê-lo em suas fases circunstanciadas pela prática e conceber a educação como possibilidade concreta de mudança histórica, pois o vasto universo teórico apresentado não se reteve em gaiolas epistemológicas, a filosofia freiriana é pluralista, transita nas perspectivas humanista, cristã, fenomenológica e dialética (Beisiegel, 2010).

Essa perspectiva filosófica é verificada especialmente em *Pedagogia do Oprimido* quando destaca que “a reconciliação entre opressores e oprimidos, enquanto classes sociais, pressupõe a libertação destes, já que esta libertação tem de ser forjada por eles mesmos, através de sua *práxis* revolucionária” (Freire, 1987, p. 130).

³² Educação como prática da liberdade (1967); Pedagogia do Oprimido (1968); Extensão ou Comunicação? (1969); Ação cultural para a liberdade e outros escritos (1975); Educação e mudança (1976); Cartas à Guiné-Bissau. Registro de uma experiência em processo (1977); Conscientização: Teoria e prática da libertação (1980); A importância do ato de ler, em três artigos que se completam (1982); A educação na cidade (1991); Pedagogia da Esperança. Um reencontro com a pedagogia do oprimido (1992); Professora sim, tia não: cartas a quem ousa ensinar (1982); Cartas à Cristina (1994) À sombra desta mangueira (1995); Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa (1997). Pedagogia da Indignação: cartas pedagógicas (2000) e outros escritos.

Essa abordagem ajuda a entender como Paulo Freire concebe a educação como aquela comprometida com a vida humana, capaz de humanizar quem ensina e quem aprende.

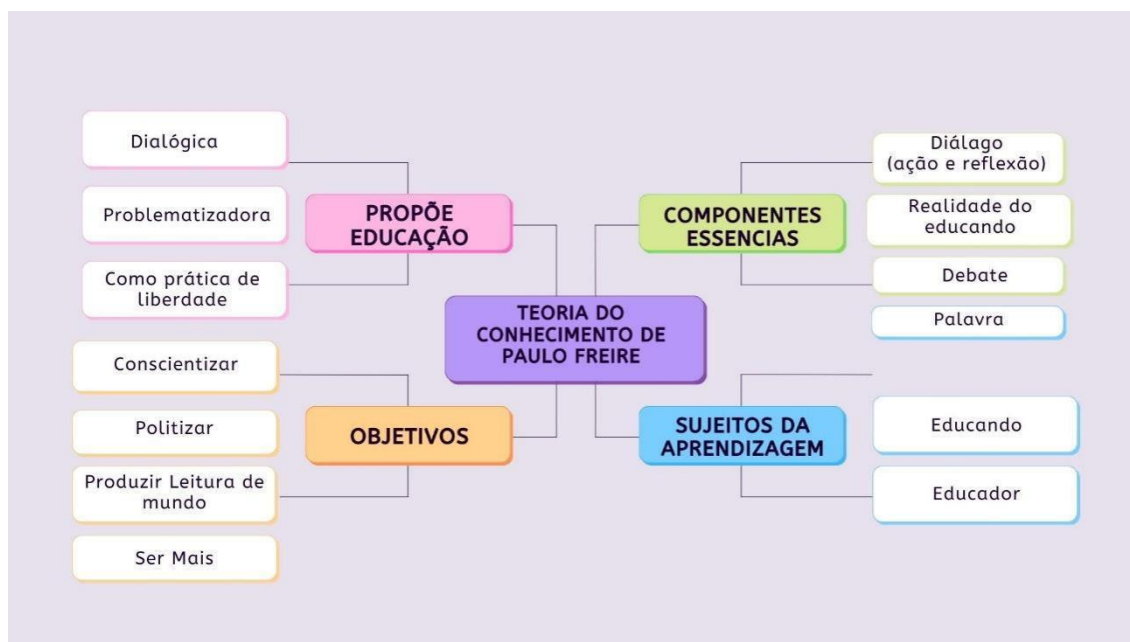
O sonho pela humanização, cuja concretização é sempre processo, e sempre devir, passa pela ruptura das amarras reais, concretas, de ordem econômica, política, social, ideológica etc., que nos estão condenando à desumanização. O sonho é assim uma exigência ou uma condição que se vem fazendo permanente na história que fazemos e que nos faz e refaz (Freire, 1992, p. 95).

Além da perspectiva política, Paulo Freire concebe o ser humano como um ser constituído por relações, dialogando com outros seres humanos, com o mundo e com o criador. Ele busca procedimentos que favoreçam o desenvolvimento do sentimento de autorrespeito e da autonomia entre os educandos (Beisiegel, 2010, p. 69).

Freire ressalta que em sociedades classistas, educar significa conscientizar e lutar contra essa ordem, subvertendo-a. Na lógica dialógica, a subjetividade é fundamental para o conhecimento, pois apenas numa perspectiva dialética podemos entender o papel da consciência na história, desvencilhada de distorções que podem exacerbar sua importância ou anulá-la (Freire, 1979; 1992).

Salienta-se que o objetivo desta tese não é discutir a teoria do conhecimento de Paulo Freire em sua totalidade. A proposta não aborda todos os seus aspectos devido ao amplo acervo teórico reflexivo, como detalha a figura 3 a seguir.

FIGURA 3. Esboço da Teoria do conhecimento de Paulo Freire



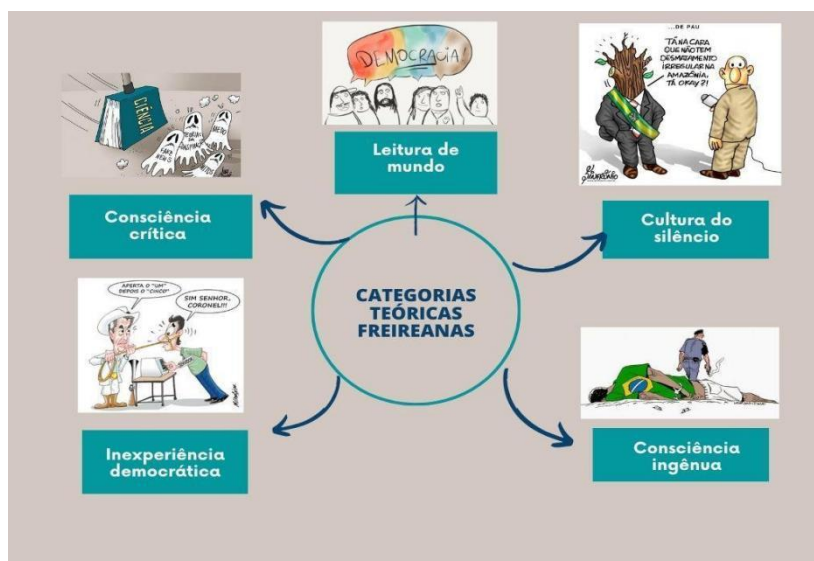
Fonte: Freire (1987, 1997, 1997a, 1999, 2000, 2016), adaptado.

Apesar de a Figura 3 apresentar um esboço da teoria epistemológica de aprendizagem de Paulo Freire, não se pretende debatê-la em sua integralidade. Em vez disso, busca-se, por meio de um exercício rigoroso, a apropriação de algumas de suas categorias - cultura do silêncio, consciência ingênua, consciência crítica, inexperiência democrática e leitura de mundo – para auxiliar na reflexão sobre os princípios e perspectivas do objeto de estudo. Ou seja, busca-se a utilização de alguns de seus conceitos para analisar os processos educacionais no *YouTube*, assunto tratado na subseção a seguir.

1.2 Categorias Analíticas *Freirianas*

Como já mencionado, as categorias analíticas freirianas que sustentam a reflexão teórica proposta neste texto são: cultura do silêncio, consciência ingênua, consciência crítica, inexperiência democrática e leitura de mundo, conforme elencado na Figura 4.

FIGURA 4. Categorias teóricas freirianas de análise



Fonte: autora, 2022.

A categoria consciência ingênua é aquela que pode ser facilmente domesticada, influenciada e manipulada. Ela se caracteriza como aquela que “[...] não se distancia suficientemente da realidade para objetivá-la, a fim de conhecê-la de maneira crítica” (Freire, 1980, p.67). Isto é, a ingenuidade dificulta a percepção e apreensão da realidade e na esfera da ação permite a reprodução daquilo que considera correto, muitas vezes pela repetição do que é imposto socialmente. Como, exemplo, temos o racismo algorítmico³³.

Silva (2022) destaca que o racismo algorítmico é um tipo de preconceito racial gerado por algoritmos em plataformas digitais, utilizando ferramentas como filtros para *selfies* e reconhecimento facial. Estes algoritmos são desenvolvidos por seres humanos, que detêm o poder de decidir se os conteúdos irão reforçar discursos de ódio ou promover ações contra a violência discriminatória presentes nas informações disseminadas na *internet*.

³³ “O modo pelo qual a disposição de tecnologias e imaginários sociotécnicos em um mundo moldado pela supremacia branca realiza a ordenação algorítmica racializada de classificação social, recursos e violência em detrimento de grupos minorizados. Tal ordenação pode ser vista como uma camada adicional do racismo estrutural, que, além do mais, molda o futuro e os horizontes de relações de poder, adicionando mais opacidade sobre a exploração e a opressão global que já ocorriam desde o projeto colonial do século XVI” (Silva, 2022, p. 69).

A tecnologia, produzida pela mente humana ao ser apropriada pelo mercado vira mercadoria³⁴ e como tal passa a ser coisificada se não for vista de forma crítica por aqueles que a consomem, isto é, enquanto mercadoria, a tecnologia apropriada pelo mercado pode contribuir para coisificação do ser.

Isso ocorre, por exemplo, quando o usuário do *YouTube* se tornar a sombra do outro (*Youtuber*) ao aceitar reproduzir, imitar e divulgar, sem questionar e sem postura crítica da consciência, o que é publicado no canal deste outrem. É necessário a esse usuário perceber o discurso dominante que constitui essa plataforma digital e indaga-lo, exercitando a prática do pensar “[...] a técnica, [...] pensar o quê das coisas, o para quê, o como, o em favor de quê, de quem, o contra quê, o contra quem [...]” (Freire, 2000, p. 44). É preciso que a intencionalidade daquilo que é publicado seja questionada.

O exercício da curiosidade, enquanto inquietação indagadora, é um recurso de defesa contra as armadilhas ideológicas vinculadas de forma sutil e rápida, sem que sobre ao sujeito tempo para a reflexão “[...] sobre os variados assuntos” (Freire, 2000, p. 47). Por isso, a importância da curiosidade, da indagação, coadjuvantes do pensamento crítico.

O racismo algorítmico oculta as relações de poder que se estabelecem nas plataformas digitais (Silva, 2022). O sujeito ingênuo não consegue perceber as injustiças e discriminações presentes nas informações divulgadas na internet, devido à sua natureza ingênua de aceitar passivamente o que está disponível. Ao aceitar essas informações sem questionamento, sua percepção da realidade é distorcida, impedindo-o de enxergar a realidade subjacente e padronizada que está sendo estabelecida.

A consciência crítica, ao contrário da ingenuidade, é a capacidade de questionar e refletir sobre a realidade, buscando compreender o que está oculto por

³⁴ “a mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa” (Marx, 1983, p. 45).

trás das aparências (Freire, 1980). Nesse sentido, não há aceitação passiva das injustiças sociais, mas sim uma postura ativa de problematização e busca por liberdade.

Segundo Beisiegel (2010), a consciência crítica se caracteriza pelo desprendimento ativo das circunstâncias, pela busca da liberdade diante delas e pela compreensão da historicidade. Freire (1997) acrescenta que educar na perspectiva crítica implica capacitar as pessoas a ler o mundo e se reconhecerem como agentes históricos e culturais, superando assim um modelo educacional baseado em uma abordagem meramente verbal.

A consciência crítica desvenda o poder estabelecido e expõe a violência socialmente enraizada. É através dela que se torna possível a liberdade e a reflexão sobre as injustiças sociais e as informações falsas disseminadas na *internet*. É a consciência crítica que coloca em suspeita a compreensão dos fenômenos (Freire, 1980), das informações publicadas na *internet*.

Para o estudioso, é a suspeita que desvela o papel do oprimido, a dominação que impera, que evita o silenciamento frente aos padrões instituídos socialmente, que impede a instauração da cultura do silêncio que reforça a passividade, poda o pensar e fortalece a massificação acrítica sobre a realidade social (Freire, 1980).

É nesse sentido que as categorias freirianas são fundamentais para se pensar os processos educacionais gerados no âmbito do *YouTube*, pois estes são constituídos na sociedade, advindos de uma formação sociocultural escravista, assentada em bases (mandos e desmandos) autoritárias, fomentada pela valorização dos gostos e saberes estrangeiros, pela cultura do silêncio, pela inexistência democrática, pela ausência da participação popular nas decisões políticas (Freire, 1999).

Essa herança da formação social brasileira interfere na capacidade do ser humano de se decidir, escolher, reconhecer-se no mundo, sendo-lhe negada a condição de sujeito, impedindo-o de realizar a autorreflexão e se reconhecer como autor de sua própria história (Freire, 1999).

Para Paulo Freire (1997), a consciência ingênua representa uma limitação ao potencial humano, impedindo o sujeito de adotar uma postura crítica diante da vida. Caracteriza-se pela interpretação simplista e pela fragilidade de argumentação, recorrendo a explicações mágicas e fabulosas que não explicam a vida em sociedade. A consciência ingênua trabalhada por Freire instiga-nos a reflexão em torno da credibilidade alcançada por alguns *Youtubers* para influenciar seus seguidores, embora potencialmente manipulando-os.

Para Paulo Freire, se a consciência ingênua prevalecer, os indivíduos podem ter dificuldades em perceber os desafios da realidade, tornando-se presas fáceis da manipulação, visto que neste estado de consciência, a visão dos fatos é simplificada e conformista e os leva à absorção acrítica de explicações não racionais.

Nesse panorama, a análise do estudo visa entender como os processos educacionais são conduzidos no ambiente do *YouTube* pelos *Youtubers*. Além disso, busca-se investigar se esses processos têm influenciado seguidores a acreditar nos conteúdos veiculados na plataforma. Para tanto, é examinada a dinâmica da transmissão de conhecimento e a troca de saberes entre o usuário e o comunicador digital, bem como a formação dos usuários, resultante das interações entre os diferentes participantes na plataforma.

Esses comunicadores, em especial, aqueles que veiculam canais com fins comerciais, visando a monetização individual, constroem suas narrativas a partir de uma ampla gama de conteúdos (humor, música *funk*, jogos, tutoriais de beleza, temas relacionados à vida fitness, dentre outros), utilizam-se da produção de vídeos para potencializar, influenciar e moldar comportamentos, valores, estilos, preferências e hábitos, uma vez que tais conteúdos são assistidos e compartilhados por milhares de seguidores³⁵.

³⁵ Mesmo sabendo que o usuário do *YouTube* pode ser consumidor e produtor de conteúdos (Burgees; Green, 2009). Nesta tese analisa-o em processos separados. Isto é, o termo usuário remete ao usuário que consome conteúdos na referida plataforma.

A partir dessa premissa, entende-se a cultura digital³⁶ como uma questão social dotada de uma dinâmica estrutural própria, que requer análise reflexiva que revele as possíveis armadilhas digitais que aprisionam usuários.

Esse desvelamento se dará a partir da denúncia e do anúncio (Freire, 2016), sendo a denúncia o ato de revelar o possível caráter desmistificador e massificador dos conteúdos publicados pelos *Youtubers* e seus reflexos na formação humana. Já o anúncio, seria na acepção de possibilidade de mudança no trato problematizador e crítico desses conteúdos. Isto é, anunciar a partir da realidade concreta e vivida pela prática conscientizadora e humanizadora.

A educação na teoria *freiriana* contribui para a formação de homens e mulheres e é uma possibilidade para sua própria humanização, pois “quanto mais o *sujeito reflete* sobre a realidade, sobre sua situação concreta, mais emerge plenamente consciente, comprometido, pronto a intervir na realidade para mudá-la” (Freire, 1980, p.19, *grifos nossos*).

Todavia, não é proposta deste estudo sugerir e/ou incorporar a concepção *freiriana* de educação no trabalho dos *Youtubers*, mas apropriar-se dela para compreender como os processos educativos se dão no canal do *YouTuber* Felipe Neto, na tentativa de entender como esses saberes têm se apresentado no ciberespaço³⁷, quais competências e relações são construídas na rede, quais as fronteiras simbólicas que demarcam o *Youtuber* e como este sujeito atua e se constroi na cibercultura³⁸.

O estudo propõe denunciar e anunciar, como proposto por Paulo Freire (1992, p. 48), visto que “não há anúncio sem denúncia, assim como toda denúncia gera anúncio”. Denunciar, no sentido do que está sendo publicado concretamente (se opressão no sentido de desumanização) pelos influenciadores digitais na plataforma

³⁶ São relações estabelecidas na e pela rede (Lemos, 2007).

³⁷ Também chamado de rede, “[...] é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (Lévy, 1999, p.17).

³⁸ “Conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Lévy, 1999, p.17).

YouTube. Construir um anúncio de mudança, a partir das problematizações evidenciadas ao longo da pesquisa desta tese, as quais poderão despertar, em homens e mulheres, o questionamento frente às informações disponibilizadas e compartilhadas massivamente nessa plataforma.

Nessa perspectiva, a teoria do conhecimento de Paulo Freire não é pronta, engessada e linear, pelo contrário, é enredada pelas contradições e conflitos. Apesar de haver sistematização de como colocá-la em prática³⁹, presente em vários de seus escritos, a forma como será desenvolvida nas práxis e os resultados alcançados dependerão de vários fatores, posto que os sujeitos são seres sociais que, nas relações com os outros, produz relações de poder e a cultura. Neste viés é que os denominados grupos hegemônicos afirmam possuir mais poder e cultura, justificando processos de subjugação e coisificação do outro – o oprimido.

Certo é que a teoria do conhecimento proposta por Paulo Freire enaltece o papel social do ser humano, no caso, do alfabetizando, visto que ele não é apenas um ser desprovido de saber, um ignorante que chega à escola destituído de uma compreensão de mundo.

O que tenho dito sem cansar, e redito, é que não podemos deixar de lado, desprezado como algo imprestável, o que educandos, sejam crianças chegando à escola ou jovens e adultos a centros de educação popular, trazem consigo de compreensão do mundo, nas mais variadas dimensões de sua prática, na prática social de que fazem parte. Sua fala, uma forma de contar, de calcular, seus saberes em torno do chamado outro mundo, sua religiosidade, seus saberes em torno da saúde, do corpo, da sexualidade, da vida, da morte, da força dos santos, dos conjuros. (Freire, 1992, p. 82).

Esse educador enfatiza que o educando tem saber e tem história, mas é o oprimido no sistema e considerado como “um representante dos extratos dominados da sociedade, em oposição consciente ou inconsciente àqueles que, no interior da estrutura, tratam-no como uma coisa” (Freire, 1980, p. 39).

³⁹ Fases de Elaboração e Execução do Método (Freire, 1997): Levantamento do Universo Vocabular; Seleção das palavras geradoras; Criação de situações existenciais típicas do grupo; Elaboração de fichas-roteiro para os educadores; Elaboração de fichas com a decomposição das famílias fonêmicas.

Entretanto, quando esse homem-sujeito realiza a autorreflexão de suas condições reais, passa a se reconhecer, por meio da tomada de consciência crítica, que ele faz parte da história real e passa a ocupar o papel de protagonista e autor. Este “estar com o mundo resulta de sua abertura à realidade, que o faz ser o ente de relações que é” (Freire, 1997, p. 39).

Nesse ato de discernir sua condição humana com o mundo, o indivíduo passa a reconhecer um sentido de sua atuação enquanto sujeito e dinamiza seu mundo, suas relações com outros homens e com o mundo que dele faz parte (Freire, 1997). É neste sentido que a teoria *freiriana* de educação ajuda a pensar sobre os processos educacionais na plataforma digital *YouTube*.

A teoria de conhecimento *freiriana* alia à sua proposta libertadora à conscientização por entender que esta signifique “[...] uma abertura à compreensão das estruturas sociais como modos da dominação e da violência. [...]” (Freire, 1997, p.15). Ela é proposta que mostra ao usuário a necessidade de sair da condição de consumidor apenas, que aplaude e concorda com conteúdos divulgados pelos canais que segue.

Nesse aspecto, deixar de ser consumidor e/ou objeto da indústria cultural significa pode ser uma forma em que o usuário não se deixa dominar por narrativas tecnicamente roteirizadas, mas que compreende, em um discurso afetivo e simpatizante, as relações de poder e de dominação que o atravessam.

Assim, a perspectiva *freiriana* de conscientização nos ajuda a analisar os processos educacionais gerados no *YouTube* têm despertado a problematização dos acontecimentos sociais em curso ou têm fortalecido, mediante as facilidades tecnológicas, a emblemática formação social brasileira, advinda de um passado colonial e escravagista, atravessado pela cultura do silêncio e pela inexperiência democrática (Freire, 1997).

A partir desta perspectiva discute-se na seção a seguir a tríade: novas tecnologias, *internet* e cultura digital.

1.3 Novas Tecnologias, *Internet* e Cultura Digital

Antes de apresentar a proposta analítica sugerida no título desta seção, é importante salientar que se compreende por tecnologias como aquelas que sempre estiveram presentes e impactam a vida e as capacidades humanas, bem como a forma como sujeitos e objetos se relacionam e se constituem (Fuchs, 2019).

As tecnologias “não são apenas aparelhos, equipamentos, não é o puro saber fazer, é cultura que tem implicações éticas, políticas, econômicas, educacionais” (TOSCHI, 2005, p. 36). Em outras palavras, não se limitam ao aparato técnico, utilitarista, associadas à ferramenta em si, antes, transitam pelas questões socioculturais, extrapolando “os ideais de vilã ou heroína, traduzindo-se em mais uma das manifestações humanas, e, à medida que altera suas técnicas, também é alterada por elas” (Heinsfeld; Pischetola, 2019, p. 5).

Feito esse apontamento inicial, retorna-se aos temas desta seção: as novas tecnologias, a *internet* e a cultura digital. Apesar de apresentarem vasta discussão teórica, configuram-se como teias sócio-históricas que podem ajudar a pensar como os processos educacionais no *YouTube* influenciam a formação humana, já que as experiências vividas *on-line* se têm confundido com as experiências da vida cotidiana (Lévy, 1999). Por isso, é necessário trazer autores contemporâneos na tentativa de agregar conhecimentos à análise proposta. Dentro do possível, espera-se que a contextualização a seguir não se configure exaustiva, mas evidencie as especificidades interpretativas propostas nesta seção.

O surgimento da tecnologia segundo Gere (2008) não remete exclusivamente ao surgimento das invenções produzidas entre os séculos XVIII e XX, agregam-se aos estudos teóricos daquele período. A invenção da máquina e seus dispositivos ocorreu em função das demandas daquele período e para atender ao sistema capitalista vigente.

Tal sistema necessitava demandar cálculos de produção, circulação e controle dos signos (dinheiro) e isso impactou direta ou indiretamente a Segunda Guerra Mundial. É justamente essa linha tênue – demanda, máquina, capital – que influenciou o ramo da tecnologia.

No pós-guerra, novas exigências demandam soluções pela ideia computacional, como, por exemplo, a cibernética. Essa perspectiva oferece condições para a invenção do computador que, posteriormente, desenvolve-se com a Guerra Fria, e com isso, os discursos relacionados à tecnologia emergiram e melhoraram tecnicamente o computador, contribuindo para o desenvolvimento da cultura digital (Gere, 2008).

As últimas décadas do século XX configuram um momento histórico, caracterizado pela “transformação de nossa cultura material pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação” (Castells, 1999, p. 67).

Diferente de outros momentos históricos, as novas tecnologias, em especial as Tecnologias da Informação e da Comunicação – TIC, propagam-se rapidamente, conectando todos e tudo através da informação. Desse modo, as novas tecnologias passam a ser compreendidas como “processos e produtos relacionados com os conhecimentos provenientes da eletrônica, da microeletrônica e das telecomunicações” (Kenski, 2007, p. 25).

Na década de 1970, as novas tecnologias da informação se difundiram amplamente, sendo compreendidas em três estágios de inovação: microeletrônica, computadores e telecomunicações e isso caracteriza a atual revolução tecnológica, na visão de Castells (1999, p. 69): “[...] em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso”.

O primeiro estágio teve como marco a invenção do circuito integrado, por Jack Kilby. Em 1971, o engenheiro Ted Hoff inventou o microprocessador (computador em único *chip*), principal dispositivo da microeletrônica. Esses microprocessadores “inicialmente destinados a calculadoras científicas, terminais de vídeo ou

microcomputadores experimentais, foram gradualmente incorporando maior capacidade de processamento” (Lins, 2013, p. 17), como o lançamento dos processadores Intel e Zilog.

Os computadores foram concebidos durante a II Guerra Mundial, desenvolvidos por várias empresas (IBM, *Apple*, outras investiram em pesquisa, ao longo da história). O microcomputador, inventado entre 1975 e 1977, teve o *Apple II* como o primeiro produto comercial de sucesso neste segmento (Castells, 1999), projetado por Steve Wozniak e Steve Jobs. Com o desenvolvimento dos dispositivos microeletrônicos e os computadores, ocorreu o avanço das telecomunicações na década de 1970, provocando o aumento da capacidade de linhas de transmissão (Castells, 1999).

Em 1990, a telefonia celular expandiu mundialmente e a “convergência de todas essas tecnologias eletrônicas no campo da comunicação interativa levou à criação da *Internet*, talvez o mais revolucionário meio tecnológico da Era da Informação” (Castells, 1999, p. 82).

A telefonia celular revolucionou ao oferecer aparelhos móveis com recursos computacionais nas mãos de todos (Lins, 2013). Por isso, o telefone celular caracteriza um marco na consolidação da *internet*, concebida e desenvolvida em fusão de estratégia militar (Pentágono), cooperação científica, Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa Norte-Americano (ARPA), universidades e centros de pesquisa, iniciativa tecnológica e inovação contracultura - *hackers*, estudantes universitários (Castells, 1999).

A *internet*, enquanto comunicação de dados, criada inicialmente para fins restritos à comunidade acadêmica e agência militar (Lins, 2013), foi posteriormente privatizada e se tornou tecnologia comercial, ou seja, sem nenhuma autoridade que a supervisionasse. Este processo não ocorreu de forma linear e rápida, demandou inúmeras experiências com comunicação em rede, expansão, transição e tráfego de dados, desenvolvimento de projetos e seus refinamentos.

Segundo Lins (2013), trocas de mensagens entre computadores ocorreram, inicialmente, por uma rede em que a comunicação transmitida se dava por pacotes de

dados divididos a serem enviados ao destinatário. Essa rede recebeu o nome “rede galáctica”, do cientista Joseph Licklider. A primeira ligação em rede ocorreu em 1969 entre a Universidade de Stanford e a UCLA; anos depois, recebeu o nome de Agência para Projetos de Pesquisa Avançada (ARPANET), americana, projetada para a ciência da computação e para fins militares (Castells, 1999; Lins, 2013; Gere, 2008).

No entanto, com o desenvolvimento da mensagem eletrônica (*e-mail*, em 1970) e outros avanços tecnológicos, a ARPANET passou a ser uma forma de comunicação de uso civil e uma rede de redes que hoje conhecemos (Gere 2008; Lins, 2013). Esse advento anunciava, portanto, a sociedade da informação.

Em 1983, com o crescente uso civil da ARPANET provocou sua separação, em duas redes ARPANET E MINET- a primeira dedicada a fins científicos, a segunda a fins militares. Em 1990, com o encerramento das atividades da ARPANET, anunciou-se “o início da *Internet* como uma entidade por direito próprio, composta por muitas redes diferentes, todas mantidas juntas por protocolos de transmissão acordados” (Gere, 2008, p. 152). Desde então, entraria em rápida expansão, resultando na criação do modem⁴⁰, a ampliação de várias redes e sistemas, como, por exemplo, o Bulletin Board System (BBS), um sistema de comunicação via mensagens de texto, que facilitou a comunicação na *internet* (Lins, 2013).

Nesse período inicial de expansão da rede, o acesso às conexões eram feitas entre computadores de maior porte, conectados por cabeamento “[...], às linhas telefônicas privadas, disponíveis 24 horas por dia. As aplicações típicas eram a troca de mensagens, o acesso às BBS, espécie de murais eletrônicos, e a transferência de arquivos” (Lins, 2013, p. 13).

Em 1985 Howard Rheingold cria as comunidades *on-line* chamada Whole Earth 'Lectronic Link (WELL), ou seja, lugares virtuais para as pessoas se comunicarem,

⁴⁰ “Aparelho que modula e demodula entre e dados analógicos, permitindo assim que computadores pessoais se comuniquem em alta velocidade através de linhas telefônicas” (Gere, 2008, p.153).

encontrarem, divulgarem seus conhecimentos, na forma de conferências, por exemplo (Lins, 2013).

No final da década de 1980 Tim Berners-Lee⁴¹ concebeu e implementou um método para divulgar trabalhos científicos na *internet*. Esse método de exibição de textos, imagens, vídeo, animação e som tornou-se a base da *World Wide Web* (www) para serem visualizados em qualquer computador (Castells, 1999; Lins, 2013).

Em 1993, Marc Andressen desenvolveu o navegador gráfico chamado *Mosaic* que facilitou o acesso à *web* em diferentes computadores e mídias. A tecnologia deste *software* permitia “[...] mostrar a página de conteúdo do sítio de modo agradável e navegar entre as informações por meio das referências, os *hyperlinks* [...]. A navegação na *Internet* havia nascido” (Lins, 2013, p. 24), caracterizando um período, “[...] de abertura da rede ao público, pelo uso da rede via linha discada e mediante um provedor de acesso” (Lins, 2013, p. 13-14), em que predominavam as informações textuais mediante os *hyperlinks*, surgindo o conceito de navegação, o qual possibilitou a abertura da rede de redes a todos.

Tais avanços promoveram como marco a criação pelo CERN, em Genebra, Suíça, de um novo aplicativo, denominado *world wide web* (www). Após isso, surgiram novos navegadores e se legitimou a teia mundial da *internet* (Castells, 1999). Com esse poderio de comunicação, novos *softwares* (JAVA, JINI) foram criados, facilitando o processamento de dados. Concomitante, houve aumento da capacidade de transmissão de voz, dados, troca de pacotes.

Em 2000, a fibra ótica e a transmissão digital aumentaram significativamente a capacidade do volume de comunicação (Castells, 1999). Anos depois, versão mais sofisticada de rede é criada - a *Netscape Navigator* (Gere, 2008), com maior velocidade de trafegar. Paralelamente, nascem as lojas virtuais na rede mundial da

⁴¹ pesquisador do Centre Européen pour Recherche Nucleaire - CERN, o laboratório europeu de pesquisa em física de partículas na Suíça.

internet, isto é, o comércio eletrônico - e-commerce (Lins, 2013) alterando a forma de compra e venda, nasce a *internet* em banda larga.

A banda larga escancarou um novo mundo para o usuário de *Internet*. Acabaram-se as longas esperas por um download. Acabaram-se as falhas de acesso à rede e as quedas de conexão. Tornou-se possível trafegar conteúdo pesado, como fotografias, músicas, filmes, sem qualquer desconforto. O número de sites multiplicou-se e já não era possível mapear a rede. Qualquer navegação aleatória tornou-se inviável, pois os sites esforçavam-se por reter o usuário e não mais ofereciam o conforto de *hyperlinks* para outras buscas. Era preciso contar com um catálogo abrangente e bem estruturado para recuperar informações de interesse. E aí nascia, para felicidade geral da nação internauta, o Google (Lins, 2013, p. 32).

O *Google*, com interface mais simples, facilitou o acesso do usuário à rede, “consultar o Google mediante uma palavra-chave ou uma expressão de busca e obter o resultado mais relevante naquele momento, para ir diretamente onde se desejava” (Lins, 2013, p. 33).

Segundo Gere (2008), o progresso da tecnologia não só possibilitou avanço na área, mas contribuiu para a formação de uma contracultura que passou a militar e a resistir ao mercado de consumo e à economia neoliberal instaurada, sob a visão de que a *Internet* é o “paradigma das estruturas emergentes, autorreguladoras e auto-organizadas que podem se desenvolver e prosperar sem intervenção mental do governo” (Gere, 2018, p. 155).

Junto com o desenvolvimento do capitalismo, da máquina e da tecnologia digital, emergiram estudos e pesquisas científicas sobre a tecnologia e/ou relacionados às tecnologias da informação que ecoaram e foram responsáveis pela produção de uma série de sintomas culturais na área da música, *design*, Filosofia e outros (Gere, 2018). Essa interconexão entre cultura e tecnologia foi marco para desenvolvimento da mídia digital, com a “[...] ideia de interatividade e multimídia como recurso artístico [...]” (Maieski; Castro; Alonso, 2021, p. 6).

Desse modo, o uso da tecnologia da *internet* atualmente se tornou um processo imerso, natural e invisível na sociedade, evidenciado nas atividades cotidianas feitas pela *internet* (movimentação bancária, e-commerce, conectividade, estudar e outros). Esse contexto propiciado pelos avanços tecnológicos expressa uma “sociedade da

Informação, uma nova era em que a informação flui a velocidades e em quantidades há apenas poucos anos inimagináveis, assumindo valores sociais e econômicos fundamentais” (Takahashi, 2000, p. 3).

Nesse contexto, as relações estabelecidas na e pela rede, ou seja, a cultura digital (Lemos, 2007), ao contrário do que acredita o senso comum, foi tecida, construída e desenvolvida ao longo dos tempos. A cultura digital não é algo novo, não se resume ou pode ser explicada somente pelo aparato tecnológico (máquina de escrever, telégrafo, máquina de tabulação, máquina de calcular, etc.).

A cultura digital se constitui por meio da interação entre diferentes elementos “[...] tecnologia, discursos técnico-científicos sobre informação e sistemas, práticas artísticas de vanguarda, utopia contracultural, teoria crítica, filosofia e formações subculturais [...]” (Maieski; Castro; Alonso, 2021, p. 3).

A transformação tecnológica, enquanto paradigma, reverbera na economia (informacional, global e em rede) e na transformação social (cultura, instituições/organizações, trabalho, mercado de trabalho, real, tempo e espaço), pois as tecnologias agem sobre a informação e moldam a existência individual e coletiva (Castells, 1999). Essa perspectiva pode ser explicada pelo [...] acesso em banda larga, [...], a diversificação de conteúdos, com imagens e áudio digital, [...], e a explosão de aplicações voltadas ao relacionamento interpessoal, tais como ambientes de encontro e os jogos em rede com “avatares” (Lins, 2013, p.14).

A lógica de redes de *internet*, cuja configuração está aberta e adaptada a todos os tipos de processos e organizações, é flexível à sua capacidade de reconfiguração e isso possibilita a convergência de tecnologias específicas para um sistema (microeletrônica, telecomunicações e computadores) altamente integrado (Castells, 1999). Tal integração pode ser explicada pela diversificação de telas, em especial, ao smartphone.

[...] A *Internet* deixou de ser uma rede que acessamos para tornar-se uma rede que nos envolve. As aplicações de relacionamento se consolidam, caracterizando as abrangentes redes sociais. A computação em nuvem, com repositórios públicos de informações que independem de um equipamento

em particular, garantiu o acesso permanente a dados, em qualquer ponto do mundo e por qualquer mídia (Lins, 2013, p. 13).

Essa rede que envolve os usuários, com seus recursos computacionais, encurta a distância e os relacionamentos sociais, facilita o acesso às informações em qualquer lugar e por qualquer mídia, permite ao usuário, por meio de equipamentos diversos (computador, tablet, telefone), acesso imediato às redes sociais, comunicar-se em tempo real, participar de atividades síncronas, assíncronas, etc.

Esse processo, possibilitado pela rede de *internet*, aguça a curiosidade e nos leva a indagar como se desenvolvem os processos educativos no contexto do poder de comunicação da *internet*, marcada pela interconexão entre o discurso oral, textual e audiovisual, que estabelece nova mentalidade humana: a metalinguagem (Castells, 1999). Este estado da mente humana constitui a terminologia da comunicação, pautada pela integração de texto-som-imagem que reverbera e molda os conteúdos da cultura digital.

Essa forma de comunicar, caracterizada pelo alcance global e pela interatividade, tem alterado a cultura do planeta, “[...] mediada e determinada pela comunicação, [...], nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico [...]” (Castells, 1999, p. 354).

Nesse emaranhado de redes interativas, os usuários da rede de *internet* consomem e “fornecem conteúdo e dão forma à teia” (Castells, 1999, p. 439). Isso significa que grande parcela dos usuários da rede alimenta-se daquilo que a *internet* disponibiliza, ao mesmo tempo em que produz diversos conteúdos imagéticos que sensibilizam e compartilham, com seus pares, no espaço cibernético.

Como adverte Lins (2013, p. 37) “estamos irresistivelmente submergidos em uma cultura do multimídia que modificou definitivamente nossa forma de ver o mundo e analisar os fatos da vida”. E ainda, criou hábitos e formas de agir diferentes da tradicional, muitas vezes com a interação com a tela.

No Brasil, a *internet* começou a ser implantada em 1989 como “uma infraestrutura de comunicação para fins acadêmicos”. O *backbone*⁴² da rede, recebeu o nome de Rede Nacional de Pesquisas – RNP [...]” (Lins, 2013, p.22), sua finalidade era divulgar e processar os dados das principais IES brasileiras e garantir a interconexão com provedores internacionais e os dados trafegados na comunidade científica (Takahashi, 2000).

Em 1994, o acesso à rede por linha discada estava disponível ao público como serviço adicional, cobrado na conta telefônica. No final da do século XX, surgem provedores de *internet* grátis (“Ilg, Bol, Terra Livre e outros), operando em benefício ou em convênio com determinada operadora de telefonia, sem cobrar qualquer tarifa de conexão ao usuário” (Lins, 2013, p. 27). O recurso da comissão de tráfego era destinado à empresa de telefonia que abrigava o provedor. O ganho auferido desta comissão provocou, por parte das operadoras de telefonia, a criação de novos conteúdos, como os jornalísticos, publicitários, artísticos e de lazer.

Esses novos tipos de interação, compartilhamento e comunicação, caracterizados como elementos da cultura digital, influenciam a forma de viver em sociedade e de consumir cultura e lazer. Estudo realizado por Cunha *et al.* (2011) analisou a formação do fruidor de arte digital a partir de dados no *Dossiê MTV Universo Jovem 5* e constatou que dentre as atividades de lazer do público juvenil (64 milhões de jovens no Brasil oriundos das classes A, B e C), duas se destacam: i) navegar na *internet*; ii) ouvir música na *internet*.

A partir dessa análise, o referido estudo mostra que a comunicação na rede se estrutura pelas expressões oral, visual e escrita, ou seja, normalmente, não se ouve uma música na *internet*, assiste-se ao videoclipe, sendo o “interesse em assistir a

⁴² (“espinha dorsal” ou “rede de transporte”, em português) é uma rede principal por onde os dados dos clientes da internet trafegam. Ele controla o esquema de ligações centrais de um sistema mais abrangente com elevado desempenho. [...] é o responsável pelo envio e recebimento dos dados entre diferentes localidades, dentro ou fora de um país. Essa grande espinha dorsal é dividida em partes menores com a finalidade de impedir que o tráfego e a transmissão de dados sejam lentos. No entanto, por continuar a ser a rede principal, o *backbone* faz a conexão de todas as redes menores, sendo possível, então, acessar qualquer rede por meio dele” (Canaltech, 2014).

esses vídeos direcionado, preferencialmente, vídeos *on-line* postados por pessoas *semelhantes* (63%), [...] em suas situações cotidianas ou que deem visibilidade e fama momentânea a anônimos” (Cunha *et al.*, 2011, p.11, *grifos nossos*).

Estudo realizado por Belloni (2002) mostra o descompasso gritante entre processos educacionais e a tecnologia (consumida pelos estudantes):

[...] as mídias eletrônicas assumem um papel cada vez mais importante no processo de socialização, ao passo que a escola (principalmente a pública) não consegue atender minimamente a demandas [...] negligenciando os recursos técnicos, considerados meramente instrumentais. No setor privado [...] se entregam de corpo e alma à inovação tecnológica, sem muita reflexão crítica e bem pouca criatividade, formando não o usuário competente e criativo, [...], mas o consumidor deslumbrado (Belloni, 2002, p. 118).

A autora enfatiza o papel de destaque exercido pelas mídias eletrônicas (rádio, TV, vídeo, cinema e outros) no processo de socialização das pessoas, influência que se intensifica no contexto atual de comunicação na rede de *internet*, imediata e de fácil acesso. Conseqüentemente emergem novas formas de interagir (videogame, jogos *on-line*, redes sociais), de pensar, de aprender e de socializar, assim sendo, direta ou indiretamente, influenciam a formação do sujeito. Isso ocorre, absolutamente:

A sofisticação crescente das TICs e a democratização do acesso a esses novos dispositivos provocam transformações sociais, culturais, econômicas, políticas e, por conseqüência, nos modos de perceber o mundo, de aprender e de agir. Como é natural e evidente [...] atingem mais fortemente crianças e jovens, que vivem seu processo de socialização, o que demanda mudanças radicais nos modos de ensinar, [...] (Belloni, 2012, p. 2).

Os dispositivos digitais alteraram a vida em sociedade, em várias frentes, alcançam e propagam informações e/ou conteúdos variados por meio de audiolivro, revistas científicas *on-line*, *e-books*, *app book*, *blogs*, *sites*, dicionários, obras digitalizadas, documentários e videoaulas (no *YouTube*), além de outras textualidades produzidas e disponibilizadas no universo digital (Kirchof, 2016). A realidade concreta da sociedade atual é constituída pela tecnologia, pelos conteúdos audiovisuais, pelo uso intensivo de mensagens, enfim, por elementos que estão contribuindo no processo de socialização e na formação dos sujeitos.

Dessa forma, a discussão levantada por Belloni (2012) corrobora com o presente estudo quando mostra, por meio da dinamicidade da cultura digital, como as tecnologias modificaram e deram outros significados processos educacionais formais ou não, em uma perspectiva que auxilia a pensar se o usuário do *YouTube*, ao assistir a conteúdos audiovisuais publicados, constitui-se apenas na posição de ouvinte, de espectador, apreciador. Isto é, seria este usuário aquele que apenas recebe o conteúdo narrado (prescrições prontas, incomunicáveis e mediatizadas pelas mídias digitais), guardando-o ou compartilhando-o com seus pares.

Ajuda-nos nesta reflexão o diálogo com o conceito de semiformação cultural do sujeito, que segundo Adorno (2010), seria a inimiga mortal da formação, pois expressa uma falsidade do processo formativo cultural, pois o que é ofertado culturalmente é ajustado e adaptado a partir e/ou sobre os mecanismos de mercado produtivo da sociedade capitalista.

Em outras palavras, o indivíduo apenas consome, sem esforço e autonomia, os bens culturais de massa, que por sua vez, já vêm prontos, mastigados e pré-digeridos. Este processo é chamado de indústria cultural, que oferece aos sujeitos:

Uma coisa e, ao mesmo tempo, priva-os dela, sendo processo idêntico e semelhante. [...] o princípio básico consiste em lhes apresentar tanto as necessidades, como tais, que podem ser satisfeitas pela indústria cultural, quanto em, por outro lado, antecipadamente, organizar essas necessidades de modo que o consumidor a elas se prenda, sempre e tão só como eterno consumidor, como objeto da indústria cultural. (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 179).

Para os autores, a indústria cultural tensiona as necessidades dos consumidores, ao mesmo tempo, as organiza visando prendê-los enquanto objetos desta indústria. Afinal, esses consumidores são “operários, empregados, fazendeiros e pequenos burgueses. A totalidade das instituições existentes os aprisiona de corpo e alma a ponto de, sem resistência, sucumbirem diante de tudo o que lhes é oferecido” (Adorno, 2002, p.16).

Desse modo, é oportuno pensar se a plataforma *YouTube* contribui para a formação ou para a semiformação do sujeito ao transformar “privacidade, afeto,

dados, comunicação e relações sociais em uma fonte de valor [...]” (Raulino, 2018, p. 37).

Nessa mesma linha, Freire e Guimarães (2013) advertem que a crítica não deve ser relacionada ao uso de tecnologia por si só, mas ao “poder no poder”, aquele que reproduz e transmite ideologia por intermédio da programação computacional,

[...] com o uso dos computadores, o poder no poder assegura a si mesmo, através da programação que ele mesmo faz, o melhor uso para a reprodução da sua própria ideologia. É muito mais fácil ao poder no poder sentir-se em paz com a transmissão ou a reprodução da sua ideologia através de uma máquina do que através do professor. [...] a crítica nossa tem que ser política, e não tecnológica. A posição em que eu me situo, portanto, é esta: eu não sou contra o computador; o fundamental seria nós podermos programar o computador. É a questão do poder: é saber a serviço de quem ele é programado para nos programar (Freire; Guimarães, 2013, p. 96).

A crítica à tecnologia é, portanto, política. A questão é saber a serviço de quem a tecnologia é programada.

Segundo Paulo Freire (2000), o que se sugere não é divinizar ou demonizar a tecnologia, mas saber se ela se encontra a serviço da reificação (impossibilidade do oprimido de pronunciar e codificar o mundo, por serem reduzidos a quase coisas) ou da humanização. Para ele, a tecnologia precisa de uma vigilância ética no sentido questionador: “[...] em favor de quê, de quem, contra quê, [...] ela está a serviço” (Freire, 2000, p. 102).

É esse viés questionador que se pretende neste estudo quando se analisa os desdobramentos dos processos educacionais nos conteúdos publicados por Felipe Neto na plataforma *YouTube*, na tentativa de analisar se os mesmos contribuem para a formação humana.

1.2.1 As estratégias de navegação nas mídias sociais

As mídias sociais não são ferramentas digitais neutras e parciais, obedecem à lógica da racionalidade instrumental⁴³ presente na indústria cultural, em que os produtos culturais, como o entretenimento, possuem sentido mercadológico - produto de troca. Configura-se, portanto, como uma indústria que investe em uma cultura racionalmente articulada, planejada e distribuída em moldes industriais, de forma técnica e pensada (Adorno; Horkheimer, 1985).

Como observado por Sastre *et al.* (2018), o fenômeno do filtro bolha⁴⁴ influencia significativamente as mídias sociais, mesmo que não seja o foco específico deste estudo. Isso nos leva a refletir sobre como as empresas digitais empregam estratégias para direcionar o consumo e filtrar apenas o que pode interessar aos usuários que navegam nessas plataformas, utilizando filtros que se baseiam nas pesquisas realizadas pelos usuários no Google⁴⁵, Facebook e outras plataformas digitais. Esses filtros têm o efeito de limitar e isolar o usuário, restringindo o acesso a conteúdo que não esteja alinhado com sua perspectiva ideológica ou interesses pessoais. Como resultado, o usuário fica “menos exposto a críticas e opiniões contraditórias, reduzindo assim a variedade de informações que recebe” (Branco, 2017, p. 53).

Os filtros de bolhas também interferem no sistema de acesso aos conteúdos, direcionando os usuários para sites de empresas parceiras nas redes sociais. Ao mesmo tempo, esses filtros dão a ilusão de que a busca é conduzida de forma autônoma e legítima pelo usuário. No entanto, esse processo pode levar à segregação

⁴³ Na racionalidade instrumental o pensamento se reduz a mero instrumento: “O procedimento matemático tornou-se, por assim dizer, o ritual do pensamento. Apesar da autolimitação axiomática, ele se instaura como necessário e objetivo: ele transforma o pensamento em coisa, em instrumento, como ele próprio o denomina” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 33).

⁴⁴ É a ação dos algoritmos como filtros que influenciam e direcionam o acesso de conteúdo baseado no perfil e hábitos de consumo do usuário, dando a sensação de eficiência na busca de ideias e informações, restringindo a maneira com a qual é realizada a pesquisa, ou mesmo, a definição de conteúdo (Sastre; Correio; Correio, 2018, p. 5).

⁴⁵ Empresa de serviços gratuitos *on-line* que hospeda informações a nível mundial.

e à diminuição da diversidade, uma vez que impede o usuário de conhecer outras opiniões e ter acesso a diferentes grupos de diálogo.

Para exemplificar como isso ocorre, basta que o usuário acesse um *site* em busca de um produto esportivo específico. Após essa visita, sempre que abrir outras páginas na *internet*, o produto esportivo estará presente, lembrando-o e incentivando-o a comprar ou a utilizá-lo. Dessa forma, cada acesso do usuário é “orientado por algoritmos e pela lógica dos filtros bolha” (Sastre; Correio; Correio, 2018, p. 7).

Outro exemplo ilustrativo é quando o usuário acessa o *Netflix*⁴⁶. Imediatamente, a plataforma sugere filmes e séries semelhantes à sua escolha anterior ou que estão em alta, com o objetivo de induzi-lo a consumir conteúdos populares ou mantê-lo atualizado sobre o que está sendo amplamente assistido. No entanto, essa abordagem pode inibir o usuário de realizar buscas próprias.

Por isso, esta pesquisa convida os usuários a refletirem sobre os conteúdos disponibilizados pelos Youtubers, já que muitas vezes esses profissionais criam em seus seguidores uma fantasia de pertencimento que os cativa e os fideliza a consumir regularmente o que é publicado por eles. Essa dinâmica pode resultar em uma forma de identificação ilusória que compromete a capacidade de raciocínio crítico diante dos conteúdos transmitidos (Sastre; Correio; Correio, 2018).

É como se os indivíduos, aparentemente livres e autônomos em suas escolhas, fossem condicionados a visitar esses canais diariamente de forma paralisante, sem questionar as publicações que, de maneira impositiva, exigem sua apreciação. Essa utilização massificada de conteúdos divulgados na internet condiciona a capacidade do usuário de enxergar o lado negativo popularizado, já que os discursos dos Youtubers são apresentados com racionalidade e lógica, mas não estimulam a crítica por parte de seus seguidores (Sastre; Correio; Correio, 2018).

Para entender essa perspectiva, a pesquisa adota o conceito de "virtualidade do real" (Castells, 1999), que se refere ao que ocorre nas comunidades virtuais, como

⁴⁶ Serviço pago de *streaming* de filmes e séries.

a plataforma *YouTube*. Segundo o autor, as ações virtuais não devem ser consideradas inexistentes; pelo contrário, a multimídia capta uma variedade de expressões culturais, construindo assim um novo ambiente simbólico que se torna parte de nossa realidade. Isso demonstra como os processos educacionais são produzidos no contexto da cibercultura.

Segundo Castells (1999), não há uma distinção clara entre realidade e representação simbólica; o que importa é a construção da realidade virtual, não apenas a indução a ela. Isso nos leva a investigar se essa construção da realidade virtual contribui para entender as diferenças observadas na rede e em outras esferas da vida social.

Os estudos de Pierre Lévy oferecem uma perspectiva interessante sobre o conceito de virtualidade, ao argumentar que esta não está em oposição ao real. Embora o virtual não tenha uma existência palpável ou concreta, ele está intrinsecamente ligado ao real, sendo constituído por ele. Essa compreensão amplia nosso entendimento sobre o ciberespaço, destacando que, “quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna universal” (Lévy, 1999, p. 111).

Essa universalidade repercute diretamente em todos os setores da vida humana e chama a atenção para as produções audiovisuais divulgadas pelos *Youtubers*, que ganham notoriedade na plataforma *YouTube*. A universalidade, apesar de desprovida de significado central, está associada à universalização em função da interconexão/interação generalizada da *internet*, constituindo, assim, a essência paradoxal da cibercultura, que por sua vez dá forma “a um novo tipo de universal: o universal sem totalidade [...]” (Lévy, 1999, p. 119). Isso é universal no sentido da presença virtual da humanidade, da participação de todos enquanto comunidade mundial da *internet*, imersa em ambiente digital sem fronteira definida.

Tal universalidade é tensionada pela totalidade, pois, enquanto a *internet* permite-se ser um universo digital conectado, ela dissolve sua totalidade ao começar se realizar na prática, pelo contato e pela interação efetiva. Isto é, “[...], as comunidades virtuais constroem e dissolvem constantemente suas micro totalidades

dinâmicas, emergentes, imersas, derivando entre as correntes turbilhonantes do novo dilúvio" (Lévy, 1999, p. 249).

Essa transformação do conceito de universalidade, caracterizada pela ausência de totalidade, como observada na *internet*, pode fornecer *insights* importantes para compreender os processos educacionais que surgem da dinâmica inerente a essa plataforma. Essa mudança tem um impacto significativo na sociabilidade e na formação humana, uma vez que redefine a maneira como as pessoas interagem, acessam informações e constroem conhecimento.

1.3 Tecnologias, Redes Sociais e os Processos Educacionais

É oportuno lembrar que esta pesquisa não é direcionada ao professor e nem à escola diretamente, mas ao estudo dos processos educacionais no contexto da tecnologia. Por isso, dialoga-se com determinados trabalhos que fazem e podem ter conotação formativa.

As tecnologias digitais - seja a Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC⁴⁷) ou a Tecnologia Digital da Informação e Comunicação (TDIC⁴⁸) - têm um potencial significativo para melhorar a qualidade da educação, especialmente quando são acompanhadas por abordagens pedagógicas adequadas. Por isso, são frequentemente utilizadas na Educação a Distância (EaD), que se tornou uma referência importante para pensar a integração da tecnologia na educação. No entanto, a implementação dessas tecnologias na educação brasileira tem sido influenciada por políticas públicas orientadas por organismos multilaterais, como o

⁴⁷ "Ao estudo e à utilização da microeletrônica e das telecomunicações para produzir, armazenar, processar, recuperar e transmitir informação" (Litwin, 1997, p.113).

⁴⁸ O "conjunto convergente de tecnologias em microeletrônica, computação (*software* e *hardware*), telecomunicações/rádiodifusão, e optoeletrônica" (Castells, 1999, p. 67) e são os "computadores (*hardware* e *software*), *webcams*, [...], telefonia móvel, os recursos da *internet* (correio eletrônico, *websites*, *podcasting*, arquivos *etc.*), TV e cinema digital, *scanners*, *wi-fi*, *Bluetooth*, entre outros exemplos" (Moraes, 2014, p. 10).

Banco Mundial (BM) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Heinsfeld e Pischetola (2019) destacam que há um descompasso quando naturaliza a tecnologia a resultados esperados e associa sua existência como elemento potencializador de experiências educacionais na resolução de mazelas que afligem a educação, sem considerar as relações socioculturais dos participantes envolvidos no processo educacional.

Como já sinalizado, o acesso à *internet* disponibiliza ao usuário o alcance de conteúdos variados em diferentes mídias (audiolivro, revistas científicas *on-line*, *e-books*, *app book*, *blogs*, *sites*, dicionários, obras digitalizadas, documentários e videoaulas no *YouTube*), além de outras textualidades produzidas e disponibilizadas no universo digital (Kirchof, 2016). O celular, neste contexto, caracteriza a representação da tecnologia na vida diária contemporânea.

Estudo realizado por Nicolaci-da-Costa (2004, p.17) demonstra que o celular faz parte da vida cultural do público juvenil na atualidade, “não é à toa que os jovens se sentem perdidos quando não têm seus celulares por perto”. Ter em mãos o celular significa autonomia e liberdade de ir e vir, é aparelho que remete a um espaço de privacidade e intimidade.

Pesquisa realizada por Lemos (2005, p. 7) assinala o quanto a telefonia celular modificou as formas de comunicação e consumo da informação, seu uso “expressa a radicalização da convergência digital, transformando-se em um "teletudo" para a gestão móvel e informacional do cotidiano [...]”.

Santos e Cypriano (2014) salientam que as redes sociais e as plataformas digitais constituem um fenômeno sem precedentes e um processo de intensificação que cresce à medida que aumenta sua presença na vida cotidiana. Para os autores, os conteúdos disponibilizados na *web* oferecem funcionalidades e serviços, possuem um caráter instrumental - difusão de informações, pesquisas e outros.

A *web* tem uma natureza relacional e pode ser compreendida como ambiente informacional propício ao compartilhamento. As matérias publicadas são compartilhadas e esta partilha é proveniente da vida *off-line* (fotos, vídeos, narrativas, depoimentos, opiniões e outros) de seus usuários, tudo enredado pela impessoalidade e pela troca entre indivíduos “[...] que são, em princípio, parceiros na animação desses espaços, qualquer um deles estando em condições de tomar a palavra e fazer uso de seu poder de enunciação para o público formado por seus pares” (Santos; Cypriano, 2014, p. 65).

A internet possui uma natureza relacional, proporciona um ambiente propício ao compartilhamento de informações. As postagens compartilhadas são oriundas das experiências *offline* dos usuários, como fotos, vídeos, narrativas, depoimentos e opiniões, tudo isso mediado pela interação e troca entre indivíduos. Santos e Cypriano (2014) destacam que os usuários são, em princípio, parceiros na criação desses espaços *on-line*, com a capacidade de se expressar e utilizar seu poder de comunicação diante de um público formado por seus pares.

Esse espaço torna-se relacional, um lugar enredado pela sociabilidade *on-line*, envolto nas “facilidades operacionais que a *internet* oferece aos internautas, que potencializam o estabelecimento de múltiplas formas de relação entre eles no interior da plataforma de interação *on-line*” (Santos; Cypriano, 2014, p. 66).

Pesquisa realizada por Calixto (2018), acerca dos *memes*⁴⁹, mostra o *YouTube* como mecanismo de comunicação, um espaço de sociabilidade em rede por diversos motivos, sendo um deles a ampla oferta de produtos midiáticos capazes de atender uma variedade de gostos, necessidades e anseios dos usuários. Segundo Calixto (2018, p. 227) “o *YouTube* representa a ascensão da *personalização* radical dos gostos e preferências”. Esse movimento comunicacional atinge percepções e comportamentos dos usuários da *internet*.

⁴⁹ São discursos polifônicos midiáticos com viés humorístico, com forte potencial de replicabilidade e que possui atrás de sua criação um caráter contestador específico (Souza; Passos, 2021).

Silva e Serafim (2016) realizaram pesquisa para investigar as redes sociais (*Facebook*, *Blog* e o *Twitter*) como um espaço para ensinar e aprender. O estudo foi feito a partir de trabalho empírico realizado, em 2010, com 18 estudantes de escola pública e 30 estudantes pertencentes à rede privada. Os resultados destacaram a importância do conhecimento pedagógico no uso das tecnologias, especialmente das redes sociais, como ferramentas de ensino. Os pesquisadores concluíram que o uso adequado das redes sociais pode contribuir significativamente para o processo de ensino e aprendizagem (Silva; Serafim, 2016)

O estudo realizado por Amante (2014) sobre o uso do *Facebook*⁵⁰ destaca as implicações no capital social dos usuários e sua relevância no contexto educacional. Ele revela que as interações voltadas para a aprendizagem nesta plataforma são limitadas. Os estudantes geralmente não utilizam o *Facebook* para propósitos de ensino formal, mas sim para atividades sociais, como interesses pessoais, redes de amizade e afiliações políticas. As interações educacionais são raras e, quando ocorrem, geralmente estão relacionadas à vida universitária, como compartilhamento de experiências e trocas de informações acadêmicas, não abordando aspectos formais de aprendizagem.

Pesquisa realizada por Moreira e Januário (2014) mostra a aplicabilidade pedagógica do *Facebook* a partir de suas possibilidades e potencialidades em diferentes contextos de aprendizagem. Os autores salientam que mesmo não tendo sido criado com objetivos educativos, o *Facebook* disponibiliza uma vasta gama de recursos (mural, grupos, *links*, eventos, mensagens, páginas, notas, comentários) e aplicativos educacionais.

Book Tag: permite criar listas de livros para a leitura num determinado grupo, permitindo ainda criar questionários e reflexões sob a forma de comentários sobre os livros. *Books iRead*: permite partilhar livros (que ainda estamos a ler, livros lidos ou que gostaríamos de ler), adicionar tags e comentários de amigos. *Poll*: permite a realização de sondagens diversas. *Quizze Creator*: permite criar *quizzes* que poderão funcionar para inquéritos ou testes. • *Flickr*: permite copiar fotos do *Flickr* para o *Facebook*. *FotoFlexer*: editor de imagens

⁵⁰ Criado em 2004 por um grupo de jovens universitários de Harvard (Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes) (Amante, 2014, p. 29).

para o *Facebook*, através da importação de imagens do *Picasa*, *Flickr* e outros. (Moreira; Januário, 2014, p. 76).

São inúmeras as possibilidades que a plataforma *Facebook* oferece como recurso digital, mas “as novas gerações estão habituadas a desenvolver tarefas com base no toque do dedo, interagindo com múltiplas fontes de informação diferentes, não raras vezes, ao mesmo tempo, pensando cada vez mais de uma forma não linear” (Moreira; Trindade, 2017, p. 57).

As redes sociais fomentam um processo pedagógico diferenciado, contudo, a mudança não se limita à introdução da tecnologia na educação, estende-se “em termos culturais, pois obriga a repensar os papéis de todos os atores envolvidos para além das implicações que devem ser concretizadas no plano da reconfiguração dos novos cenários de aprendizagem digital” (Moreira; Trindade, 2017, p. 65).

Estudo de Couto e Souza (2017) analisou mensagens instantâneas do *WhatsApp* como função de *stories*⁵¹, que tem uma memória efêmera com duração de 24 horas. Após este período, as publicações (imagens, vídeos, documentos e mensagens) desaparecem, são descartadas sem deixar rastros. É justamente a particularidade desta função que os autores se propuseram a analisar, investigando se este recurso promove ensino-aprendizagem.

No desfecho do estudo, foi destacado que a função *stories* do *Whatsapp* “deixa os usuários mais livres para publicar rotinas ou até mesmo irrelevâncias, sem o temor da permanência na memória e, conseqüentemente, de posteriores cobranças” (Couto; Souza, 2017, p. 164). Essa funcionalidade pode ser incorporada em práticas pedagógicas, especialmente devido à sua natureza efêmera, que pode estimular a espontaneidade entre os alunos.

Nota-se uma vasta literatura dedicada a refletir sobre os dispositivos de rede e o processo de ensino e aprendizagem no contexto da educação formal. Com base nessa compreensão, o próximo tópico nos convida a analisar como os processos

⁵¹ É um comando em que as “postagens, além de serem publicadas como status provisórios dos usuários, [...], são eliminadas logo após serem visualizadas” (Couto; Souza, 2017, p. 154-157).

educacionais promovidos na plataforma YouTube influenciam a socialização e a formação humana.

CAPÍTULO 2. DEIXE UM LIKE E COMPARTILHE: A PLATAFORMA *YOUTUBE* COMO UMA REDE DE SIGNIFICADOS

A plataforma *YouTube*, reconhecida como uma rede de conectividade e interação social como advertem Burgees e Green (2009), é o principal site de compartilhamento de vídeos no Brasil, sendo amplamente acessado e visitado (PNAD, 2017, 2019). Abriga uma vasta gama de conteúdos audiovisuais, que vão desde vídeos educacionais sobre temas médicos, como os bloqueios do plexo braquial (Selvi *et al.*, 2019), até materiais destinados à aprendizagem universitária (Nagumo *et al.*, 2020), além de produções elaboradas por *Youtubers*, abordando uma variedade de assuntos digitais (Abidin; Karhawi, 2021).

É imprescindível pensar sobre o *YouTube* não apenas como um espaço de entretenimento e aprendizado, mas também como um ambiente que pode afetar a saúde mental dos usuários devido ao tempo dedicado em seu uso e ao conteúdo consumido (Abjaude *et al.*, 2020). Nessa perspectiva, este estudo busca compreender o papel dessa tecnologia na interação social, tanto síncrona⁵² quanto assíncrona⁵³, uma vez que ela aproxima as pessoas, facilitando conexão e comunicação instantâneas. No entanto, é importante reconhecer que este mesmo processo pode desumanizar devido às complexidades e singularidades envolvidas na interação virtual.

2.1. Um tour pelas mídias sociais e o big data

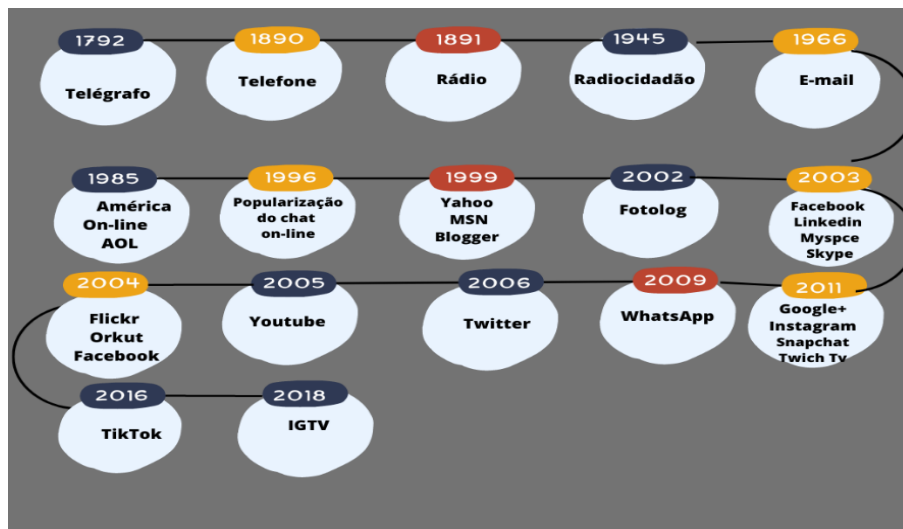
O desenvolvimento das mídias sociais não foi instantâneo, mas de forma gradual e processual (Figura 5). Segundo Santaella (2007), até início da década de 90, o termo mídia se referia aos meios que propagavam informações em massa - rádio, jornal, televisão e revista. Após esse período, a comunicação agregou novos

⁵² É aquela que simula uma interação em tempo real, on-line (Recuero, 2009, p. 32).

⁵³ A expectativa de resposta não é imediata (Recuero, 2009, p. 32).

elementos como a interação⁵⁴ e a interatividade⁵⁵, novas narrativas e estratégias de sociabilidade, tornando-se redes discursivas e sociocomunicacionais.

FIGURA 5. Linha do tempo: evolução das mídias sociais (1792-2018)



Fonte: Santaella e Braga (2017, p. 417); Feola (2020, p. 26), adaptado.

Antes mesmo do *World Wide Web*, de Tim Berners-Lee, a rede AOL⁵⁶ foi precursora na interatividade social, dando início a comunidades e fóruns virtuais (Shah, 2016). Nos anos seguintes, popularizou-se o *chat on-line*, uma ferramenta de comunicação conhecida como bate-papo, estabelecendo-se de forma síncrona na *internet*. Logo após, surge a prática de blogagem⁵⁷, que se popularizou e potencializou-se com o Fotolog⁵⁸ (Karhawi, 2017).

O lançamento de uma mídia complementa ou aprimora tecnologicamente a mídia anterior tanto na rapidez de seu alcance quanto na popularização de ferramentas comunicacionais, transformando as relações sociais, culturais e técnicas.

⁵⁴ “[...] ação recíproca entre dois ou mais atores onde ocorre intersubjetividade, isto é, encontro de dois sujeitos — que pode ser direta ou indireta (mediatizada por algum veículo técnico de comunicação, por exemplo, carta ou telefone)” (Belloni, 1999, p. 58).

⁵⁵ “[...] termo que vem sendo usado indistintamente com dois significados diferentes em geral confundidos: de um lado, a potencialidade técnica oferecida por determinado meio e, de outro, a atividade humana, do usuário, de agir sobre a máquina, e de receber em troca uma “retroação” da máquina sobre ele” (Belloni, 1999, p. 58).

⁵⁶ É uma editora *on-line* com uma rede de sites de mídia e entretenimento.

⁵⁷ É uma prática que envolve a criação e a publicação de conteúdo em blogs, pode ser pessoal ou empresarial.

⁵⁸ Rede social de fotos.

A Figura 5, por exemplo, demonstra o surgimento de redes sociais⁵⁹ como o Facebook, que aprimorou suas ferramentas ao longo do tempo, incluindo armazenamento de fotos, compartilhamento de conteúdo e integração com outras plataformas, resultando no aumento de acessos e na popularidade entre usuários.

O *YouTube* surgiu em 2005 como exemplo de cultura participativa (Jenkins, 2009). Antes dele, não havia plataforma eficiente para compartilhar vídeos, pois os e-mails não comportavam a extensão dos arquivos e os blogs não ofereciam ferramentas adequadas para hospedagem de vídeos (Karhawi, 2017). O *YouTube* superou essas limitações e abriu caminho para o surgimento de outras plataformas, como o Twitter.

Em 2006, surgem o *WhatsApp* e o *Instagram*; em 2016, é lançado o aplicativo *TikTok*, atualmente com 1,00 bilhão de usuários, tornando-se uma das redes de maior engajamento social no mundo, atrás apenas do Facebook (2,91 bilhões), *YouTube* (2,29 bilhões) e Instagram (1,20 bilhões) (Influencer Marketing Hub, 2022).

Em 2018, surge o aplicativo de vídeo (IGTV) que oferece recursos variados como salvar vídeo (até 60 minutos) no *feed* do usuário do *Instagram* para acesso posterior. Deste modo, a *internet*, a web e as tecnologias digitais de comunicação foram, segundo Aquino (2012, p. 24)

[...] responsáveis por potencializar práticas anteriormente existentes, facilitando atividades e contribuindo para alterações nos comportamentos dos indivíduos, mas não foram pioneiras em misturar elementos e linguagens de comunicação.

No início do século XXI, durante o processo evolutivo das mídias sociais, despontaram os algoritmos e o fenômeno do *Big Data*⁶⁰. Esses elementos introduziram novas formas de conhecimento e modos diferenciados de perceber e

⁵⁹ As redes sociais da *internet* constituem espaço virtual em que pessoas e grupos estão interligados (Castells, 1999).

⁶⁰ Conjuntos de dados caracterizados pelo volume, variedade e velocidade (3Vs), cuja organização e gerenciamento demandam arquiteturas escaláveis para que os processos de armazenamento, manipulação e análise sejam eficientes (Oliveira *et al.*, 2019, p. 47).

interagir com o mundo, promovendo uma interdependência entre sujeitos e tecnologias digitais⁶¹ (Fuchs, 2019).

O termo *Big Data*, forjado por Cox e Ellsworth, em 1997, refere-se ao conteúdo expressivo de “dados armazenados e organizados em uma variedade de formatos digitais, com velocidade de coleta nunca antes vistos” (Souza; Gonzalez, 2019, p. 25).

O impacto do digital e o poder dos algoritmos, por meio de ferramentas de análise da web em tempo real, têm diversos desdobramentos. Isso inclui o cálculo das necessidades humanas a partir de uma lógica instrumental, a influência na capacidade de decisão das pessoas e das instituições por meio de sistemas digitais, e até mesmo a possibilidade de automatizar a experiência humana (Fuchs, 2019).

Essa realidade também afeta a forma de pensar e as interações humanas (KLEIN *et al.*, 2017), gerando mudanças significativas na comunicação humana em diversos aspectos, como “atores, estruturas, sistemas, conteúdos, efeitos, contexto e estrutura de poder” (Fuchs; Chandler, 2019, p. 7).

É uma nova forma de lidar com as informações/dados disponíveis, por isso, atribuem como principal característica do *Big Data* os ‘3Vs’: volume, variedade e velocidade. Isso pode ser observado em ferramenta de busca na *internet*, como o *Google* ou “[...] empresas de cartões de crédito que registram e analisam vastas quantidades de dados com informação [...] para tentar detectar fraudes e identificar tendências de compra do consumidor” (Martínez-Ávila *et al.*, 2019, p. 31).

Além dessas facilidades promovidas para seus usuários, o *Big Data* tem gerado uma infraestrutura de conhecimento comum e científico que tem impactado os hábitos individuais e coletivos. Empregado para produzir novos *insights* em todos os setores sociais e para governar a vida cotidiana através de diversas ferramentas digitais, isso

⁶¹ O termo digital passou a significar muito mais do que simplesmente dados discretos ou as máquinas que usam esses dados. Falar do digital é evocar, metonimicamente, toda a panóplia de simulacros virtuais, comunicação instantânea, mídia ubíqua e conectividade global que constitui grande parte da nossa experiência contemporânea. Trata-se de aludir à vasta gama de aplicações, meios e formas que a tecnologia digital tornou possíveis, incluindo realidade, efeitos especiais digitais, filme digital, televisão digital, música eletrônica, jogos de computador, multimídia, *internet*, *world wide web*, telefonia digital e *wireless application protocol* (WAP) [...] (Gere, 2008, p. 15).

abrange a comunicação mediada por plataformas digitais e por empresas de vigilância de comunicação, como AOL, Apple, Facebook, Google/YouTube, Microsoft, Paltalk, Skype/Microsoft e Yahoo (Fuchs, 2019, p. 58).

Nessa perspectiva, as empresas direcionam suas escolhas e estratégias para oferecer produtos que se alinhem com os desejos dos clientes, resultando em uma diminuição significativa da autonomia do consumidor, que muitas vezes não exerce um pensamento crítico. Um exemplo disso é o uso estratégico de algoritmos, que direcionam e manipulam as preferências de compra, assuntos e opiniões, com base nos dados de navegação do usuário na internet (Souza; Gonzalez, 2019).

Essa prática algorítmica controla e personaliza os acessos e as pesquisas *on-line*, configurando-se como uma ação que impacta negativamente porque reduz a liberdade de escolha e a autonomia do usuário (Prado, 2019). Essa estratégia da indústria cultural é caracterizada pela racionalidade, calculabilidade e transformação do sujeito em mera mercadoria.

Os algoritmos exercem controle sobre o que é acessado, filtrando as opiniões e determinando o que deve ser visto e consumido. Adorno e Horkheimer (1985) alertam para a barbárie estética que se instaura na indústria cultural, onde a repetição se torna constante e os riscos desse fenômeno se intensificam. As necessidades são padronizadas e o número se torna o cerne do esclarecimento. Tudo é regido pela calculabilidade e utilidade, levando à coisificação do sujeito pelo processo técnico.

Essa postura epistemológica que critica o procedimento matemático ao transformar o sujeito em coisa, ajuda a pensar a plataforma *YouTube* como um espaço racionalmente elaborado. Isto é, sugere que mesmo elaborado racionalmente, o uso da plataforma pode deformar o sujeito ao impedi-lo de refletir sobre si mesmo, aceitando, sem consciência crítica, comportamentos, costumes, gostos e valores incentivados por *Youtubers*.

Nesse sentido, a técnica instituída na e pela indústria cultural abre espaço para a pseudosensação⁶² de contato social e semiformação⁶³, colabora para o surgimento do sujeito narcisista, o qual direciona suas ações pela calculabilidade, sendo incapaz de refletir sobre si e compreender a realidade social, ou seja, um sujeito manipulado. Adorno (1994) apregoa a necessidade da educação na primeira infância, pois é ela quem ensina as crianças a lidar com a verdade, conseqüentemente, evitando a barbárie⁶⁴ e a desumanização.

Essas mudanças resultaram em novos processos comunicacionais e alteraram a forma de interação entre as pessoas, isto é, ao contrário das relações face a face, as interações passam a ser mediadas pelas tecnologias, especialmente na nova realidade dos processos educacionais.

As salas de aula virtuais tornaram-se o novo ambiente de aprendizagem, espaço em que alunos e professores se encontram por intermédio de dispositivos eletrônicos. Embora essa transformação tenha suas vantagens em termos de acessibilidade e flexibilidade, também introduz desafios únicos, como a dificuldade em transmitir nuances emocionais e a perda da interação humana genuína. Desse modo, a tecnologia aproxima as pessoas, mas também pode desumanizar em virtude das complexidades e singularidades do processo educativo.

2.2. Deixe um comentário na rede de *internet*

⁶² “pseudo” no sentido de que objetificam e idealizam a educação em termos metodológicos da relação entre sujeito e objeto (Adorno, 1995a).

⁶³ Uma formação para objetificação dos indivíduos, pois “a formação cultural agora se converte em uma semiformação socializada, na onipresença do espírito alienado, que, segundo sua gênese e seu sentido, não antecede à formação cultural, mas a sucede” (Adorno, 2010, p. 9).

⁶⁴ “Entendo por barbárie algo muito simples, ou seja, que, estando na civilização do mais alto desenvolvimento tecnológico, as pessoas se encontram atrasadas de um modo peculiarmente disforme em relação à sua própria civilização – e não apenas por não terem em sua arrasadora maioria experimentado a formação nos termos correspondentes ao conceito de civilização, mas também por se encontrarem tomadas por uma agressividade primitiva, um ódio primitivo ou, na terminologia culta, um impulso de destruição, que contribui para aumentar ainda mais o perigo de que toda esta civilização venha a explodir, aliás, uma tendência imanente que a caracteriza”. (Adorno, 1994, p. 155).

O subtópico anterior discutiu a rápida expansão das mídias sociais e seu impacto nas relações sociais, destacando os benefícios significativos, mas também as dificuldades que surgiram para os indivíduos como intérpretes e criadores de cultura ao tentarem compreender o mundo ao seu redor. As mudanças ocasionadas pela emergência da cultura digital se dão nas formas de comunicação estabelecidas e nas interações que as constituem. As “práticas culturais [...] fundadas e conservadas na maneira ou na forma pela qual se interage, se comunica, delineia movimentos e trânsitos na constituição do ser humano” (Alonso, 2017, p. 26). Na cultura digital,

[...] elementos do mundo real são transformados em código binário, o que permite produzir informações que transitam fácil e rapidamente pela *internet*, e em linguagens variadas. Isso também é válido para os processos de comunicação que foram aprimorados e suportados por aparelhos móveis, que deram nova dinâmica às relações humanas (Valente *et. al.*, 2017, p. 363).



Os entraves residem precisamente nos processos de comunicação, frequentemente definidos e influenciados pela repetição de palavras proferidas. No contexto do YouTube, por exemplo, esses processos se manifestam em diferentes formas de linguagem (texto, áudio e imagem), na proliferação de propagandas e conteúdos diversos que muitas vezes não promovem a consciência crítica em relação ao mundo. Isso acontece porque tais informações são veiculadas com propósitos e significados específicos, sem necessariamente incentivar uma reflexão mais profunda por parte do público.

Esse cenário levanta questões importantes sobre se os processos comunicacionais gerados no contexto do *YouTube* fortalecem ou não a chamada “cultura do silêncio”. Além disso, também suscita reflexões sobre se os seguidores dos canais questionam ou não a veracidade das postagens feitas pelos influenciadores digitais que acompanham.

O formato comunicacional inerente à cultura digital tem o potencial de “formatar” os usuários e pode transformá-los em receptores passivos de informações e conhecimento. Conforme observado por Freire e Shor (1986, p. 11), isso pode resultar em uma situação em que os usuários se tornam “um cadáver de informação, um corpo morto de conhecimento”. Mesmo que os seguidores interajam com o

conteúdo por meio de compartilhamentos, curtidas e comentários, isso não implica necessariamente em ação por parte deles como sujeitos cognoscentes⁶⁵. Em vez disso, essas interações, ora estabelecidas nos comentários, frequentemente podem indicar apenas que o conteúdo foi considerado interessante e despertou algum tipo de interesse, sem necessariamente levar a uma reflexão crítica ou a uma mudança de comportamento significativa.

Estudo realizado por Silva e Mundim (2015) identificou as principais características da apropriação que usuários fizeram do *YouTube*, tomando como estudo a ocupação do Complexo do Alemão⁶⁶, em 2010, ação de grande visibilidade pública. A pesquisa contemplou a análise de 346 vídeos sobre o evento, veiculados entre os dias 28 de novembro de 2010 e 22 de janeiro de 2011. A análise dos vídeos e as narrativas trouxe à pesquisa a constatação de que “os conteúdos mais recorrentes foram os vídeos que replicam o conteúdo jornalístico dos meios de comunicação tradicionais” (Silva; Mundim, 2015, p. 243), no total foram 199 vídeos jornalísticos - aproximadamente 57% da amostra.

Mesmo com toda expressividade, inclusive em exibições (no total de 780.815 exibições), os autores ressaltam que não são esses vídeos que possuem interações, ora permitidas, por meio de comentários (opiniões, apoio, críticas, etc.), portanto sem *feedback* dos usuários. E ainda, há pouco endosso (representado no botão Gostei dar *like*  ou Não Gostei *dislike*  no vídeo) dos usuários aos conteúdos jornalísticos reproduzidos no *YouTube* sobre o evento em questão (Silva; Mundim, 2015).

A questão não envolve as facilidades informativas divulgadas na rede⁶⁷ de *internet*, a problemática é como essas informações são concebidas pelo usuário e

⁶⁵ Ser que realiza um ato de conhecimento através do pensamento.

⁶⁶ Comporta conjunto de favelas no Rio de Janeiro que foi ocupado pelas Polícias Civil e Militar em 2010.

⁶⁷ Refere-se “a um princípio de organização de sistemas, o qual envolve as redes tecnológicas, as redes sociais, as redes acadêmicas e, claro, as redes das redes, gerando, potencialmente, conhecimentos que podem contribuir para uma maior integração de ações e conhecimentos, dentro de um universo interdependente” (Preto; Assis, 2008, p. 79).

quais seus desdobramentos em sua formação, pois ao encontrar “tudo pronto” e estabelecido, não há garantias de que ele se inquiete com o que consome.

Ao acessar um canal no *YouTube* para acompanhar uma postagem, publicação ou informação específica, o usuário se direciona ao canal e ao influenciador que segue com base na confiança, credibilidade e referência que a ele atribui, devido a isso, é improvável que surjam dúvidas sobre a informação publicada e, possivelmente, até mesmo, a curiosidade para entender criticamente a mensagem seja negligenciada. Isso ocorre porque o canal ignora e/ou segrega as possibilidades do usuário se expressar, forçando-o a renunciar à capacidade de decidir mediante a confiança e credibilidade que acredita ter sido estabelecida mutuamente com o influenciador.

No *YouTube*, os processos comunicacionais, gerados pelos conteúdos publicados em diferentes linguagens (escrita, som e imagem), precisam ser lidos por aqueles que os consomem. Isto é, ao se apropriar de uma informação, é necessário interpretá-la criticamente. Paulo Freire (2001, p. 261) assinala que

O ato de ler é uma operação inteligente, difícil, exigente, mas gratificante. Ninguém lê ou estuda autenticamente se não assume, diante do texto ou do objeto da curiosidade, a forma crítica de ser ou de estar sendo sujeito da curiosidade, sujeito da leitura, sujeito do processo de conhecer em que se acha. Ler é procurar buscar criar a compreensão do lido [...].

Essa leitura, sustentada pela curiosidade, nem sempre se estabelece no âmbito do *YouTube* e isso ocorre em razão da rapidez com que as informações audiovisuais são divulgadas. Neste sentido, consta como uma maneira apenas de informar, entreter e inculcar padrões de consumo e, não necessariamente, levar o usuário a compreender o que lê e refletir sobre o que está sendo informado.

Nas redes sociais as relações são alicerçadas por comunicação e interação ‘quase mediadas’, isto é, “[...] implicam o uso de um meio técnico [...] que possibilita a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo” (Thompson, 2008, p. 78). Além disso, as situações vivenciadas no contexto digital se assemelham àquelas vividas cotidianamente, no entanto, ao contrário destas, podem ser experimentadas a cada acesso, em tempos e espaços distintos e por equipamentos diversos.

Alguns exemplos dessas simulações são as visitas virtuais a museus, visualizações em tempo real de locais diversos do planeta, acompanhamento de processos judiciais, acesso a bancos, jornais, revistas, socialização de músicas, filmes e vídeos, entre outros tantos exemplos possíveis, que só aumentam dia a dia [...] (Valente *et al.*, 2017, p. 363).

As facilidades dispostas na *internet* permitem que o usuário da rede visite os mais variados lugares, acompanhe acontecimentos em tempo real, rastreie compras feitas pela *internet*, realize movimentações bancárias, dentre outros. Plataformas digitais frequentemente empregam uma linguagem simples e conceitos familiares a fim de alcançar um público amplo. No entanto, nem sempre há o cuidado ou a disponibilização de tempo necessário para que o usuário pare e reflita sobre o conteúdo lido, tampouco sobre as intenções por trás da mensagem.

Desse modo, embora o *YouTube* seja um ambiente que permite o encontro virtual de pessoas em busca e compartilhamento de conteúdos específicos, as relações estabelecidas nessa plataforma nem sempre são dialógicas. As possibilidades de diálogo entre *Youtuber* e usuário, e vice-versa, tendem a ser limitadas devido ao próprio formato comunicacional verticalizado da plataforma, espaço em que prevalece o uso da técnica e das métricas direcionadas pelo canal.

Nessa comunicação não dialógica, pautada pelo uso da técnica, o seguidor do *YouTube* vai formando gradualmente sua opinião, muitas vezes influenciada pelas informações disseminadas pelos criadores de conteúdo. Isso contribui para uma leitura de mundo que, conforme Freire e Shor (1986, p. 16), pode ser sustentada pelo “ponto de vista do consenso oficial, levando os seguidores a executar ordens sem questioná-las, como se a sociedade existente fosse fixa e perfeita”.

O movimento de “ler com as lentes do outro” faz do usuário acrítico do *YouTube* um mero reprodutor de conteúdos audiovisuais, destituído de perspectiva crítica acerca também de si. Isso pode ser extremamente perigoso, pois se esses conteúdos passam a ser tidos como verdadeiros, podem ocultar ou velar a realidade, servindo aos interesses daqueles que os produzem.

A leitura apressada e superficial, seja de texto, áudio ou imagem, não pode ser considerada uma verdadeira leitura de mundo, mas sim a assimilação das

interpretações alheias. Em outras palavras, quando consumimos conteúdo no *YouTube*, estamos muitas vezes absorvendo as opiniões de um *Youtuber* sobre determinado tema, apresentadas em um formato técnico que visa gerar métricas de engajamento. Essa dinâmica pode ocultar e manipular as verdadeiras intenções por trás do conteúdo, levando os espectadores a uma compreensão distorcida da realidade.

É importante ressaltar que a proposta desta pesquisa não é sugerir uma nova alfabetização, voltada exclusivamente para a cultura digital, mas destacar a necessidade “de nos tornarmos cidadãos competentes para lidar com as mídias de forma produtiva e libertadora [...]”, como aponta Leite (2019, p. 13). Isso é crucial não apenas devido ao legado do passado colonial escravista brasileiro, que influencia os processos educacionais, mas, sobretudo, devido à influência da técnica na condição humana.

Nessa perspectiva, a questão da formação humana é abordada a partir do diálogo entre as teorias de Paulo Freire e Theodor Adorno. Embora ambos não tenham estudado necessariamente os mesmos objetos, a concepção epistemológica de cada um nos ajuda a refletir sobre a relação entre a educação libertadora proposta pelo primeiro e a necessidade de ruptura do véu tecnológico, promovido pela semiformação da indústria cultural, discutida por Adorno (2010).

Freire (2000) argumenta que é ao olhar para si mesmo, reconhecendo-se como um ser inacabado em constante processo de formação, que se garante o olhar para o outro. Segundo ele, homens e mulheres são seres relacionais e políticos que constantemente produzem cultura. Essa capacidade de reescrever o mundo possibilita não apenas a denúncia da realidade perversa, mas também o anúncio de uma realidade diferente que pode surgir da transformação da realidade denunciada.

É na leitura crítica do mundo que homens e mulheres podem se emancipar como sujeitos históricos e sociais. Essa leitura crítica permite que o usuário da internet seja capaz de discernir certos fatos e decidir se aceita passivamente essas circunstâncias ou intervém ativamente para promover mudanças.

Adorno (2011) afirma que a técnica, ou "véu tecnológico", desempenha um papel crucial na sociedade em rede, gerando indivíduos tecnológicos que estão intimamente ligados à técnica. Esta é vista como um instrumento que sustenta a racionalidade instrumental, influenciando o modo de produção e organização das relações sociais.

O pensador adverte que as pessoas tendem a se esquecer de que a técnica é simplesmente uma extensão das capacidades humanas, ela não possui um propósito em si mesma e nem se constitui como motriz independente. Essa racionalidade técnica, segundo o filósofo, “em seu plano mais restrito será menos influenciável, com as correspondentes consequências no plano geral” (Adorno, 2011, p. 132).

Exatamente, na sociedade contemporânea em rede, Adorno argumenta que a relação dos indivíduos com a técnica tem gerado um contexto de irracionalidade exacerbada, tornando-se até mesmo patogênico. Isso se reflete também na indústria do entretenimento, onde os usuários da *internet* dedicam horas diárias para estar *online*, seja jogando ou consumindo uma variedade de conteúdos.

Conforme Nicoli da Costa (2002), a tecnologia apresenta uma dupla face: por um lado, promove facilidades de comunicação, encurtando distâncias e tempos, proporcionando prazer, diversão e facilitando transações comerciais e bancárias. Por outro lado, seu uso intensivo pode sufocar devido à quantidade massiva de informações divulgadas e à necessidade de estar conectado o tempo todo. Esse panorama gera danos patológicos que podem causar isolamento social, solidão, depressão “[...] em virtude da substituição de relacionamentos e atividades reais por relacionamentos e atividades virtuais” (Nicolaci-da-Costa, 2002, p. 26).

Isso depende do uso que se faz da *internet*. Afinal, as redes sociais são veículos poderosos na criação e disseminação de informações e conteúdos, fazendo significar determinados fenômenos, para o bem ou para o mal (Alonso, 2017, p. 28), pois a *internet* pode ser utilizada de maneira instrumental ou emancipatória. Quem define o seu propósito é o próprio usuário, sendo ele o sujeito responsável por configurar sua utilização de forma consciente e responsável (Freire, 1987, p. 6).

Usuários do canal de Felipe Neto, no *YouTube*, veem-se imersos em um espaço digital repleto de representações audiovisuais, com respostas pré-fabricadas para uma ampla gama de informações. Isso nos leva a questionar se os processos educacionais ali desenvolvidos podem estar permeados por palavras vazias, como advertido por Paulo Freire (1999) ao discutir a humanização em sua obra “Pedagogia da Autonomia”.

Se os conteúdos publicados cotidianamente na *internet* têm sido carregados de palavras ocas, esvaziados de sentido social, automaticamente deixam de considerar o saber popular, a desigualdade estrutural brasileira, as relações de poder estabelecidas, os direitos sociais, dentre outros. É a ausência de sentido social que assujeita o usuário, tornando-o acrítico e subjugado ao discurso do entretenimento, dificultando-lhe a abstração de temas relevantes à leitura do mundo, conseqüentemente, alienando-se.

A incapacidade do usuário de realizar uma leitura crítica do mundo é reforçada pelo atual sistema neoliberal predominante, caracterizado pela competitividade no mercado de trabalho, pela rapidez na disseminação das informações e pelas demandas mercadológicas que, direta ou indiretamente, dificultam a realização de uma leitura crítica da *internet* e de suas redes.

Se a experiência de absorver e assimilar os conteúdos digitais disponibilizados no *YouTube* pode acomodar o usuário, transformando-o em mero espectador passivo, que aceita as publicações com uma interpretação simplista, é crucial entender como os processos educacionais ali desenvolvidos, mesmo sem a intenção de educar, impactam a formação humana.

2.3 *Youtube*: Rede de conectividade e sociabilidade

A palavra rede vem do “latim *retis*, que significa entrelaçamento de fios, com aberturas regulares, que formam uma espécie de tecido. A partir da noção de estruturas entrelaçadas [...]” (Preto; Assis, 2008, p. 76), portanto, empregada em

várias situações: rede que acomoda, embala e descansa; rede de pesca que captura peixes, etc. Nesta tese, a noção de rede é empregada como

um princípio de organização de sistemas, o qual envolve as redes tecnológicas, as redes sociais, as redes acadêmicas e, claro, as redes das redes, gerando, potencialmente, conhecimentos que podem contribuir para uma maior integração de ações e conhecimentos, dentro de um universo interdependente (Preto; Assis, 2008, p. 79).

As redes sociais ocupam e fazem parte da cultura digital que, por sua vez, mostra que as relações sociais, mediadas pelas tecnologias, afetaram todos os aspectos da ação humana “língua escrita e falada, ideias, crenças, costumes, códigos, instituições, ferramentas, métodos de trabalho, arte, religião, ciência, [...], têm a sua regulação alterada, dadas as novas formas de interação vivenciadas na cultura digital” (Preto; Assis, 2008, p. 78).

O *YouTube*⁶⁸ É considerado fenômeno da cultura participativa (Burgees; Green, 2009), um lugar que agrega, virtualmente, milhares e milhares de pessoas, as quais fazem *upload*, publicam, compartilham e assistem vídeos na *internet*. Todavia, quando surgiu, a plataforma era diferente porque

[...] disponibilizava uma interface bastante simples e integrada, dentro da qual o usuário podia fazer o *upload*, publicar e assistir vídeos em *streaming* sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico e dentro das restrições tecnológicas dos programas de navegação padrão e da relativamente modesta largura de banda (Burgees; Green, 2009, p. 11).

À época, mesmo não se diferenciando das outras iniciativas de vídeo *on-line*, o *YouTube* foi comprado pelo *Google* em 2006 pelo valor de 1,65 bilhão de dólares. No ano seguinte, foi considerado o *site* de entretenimento mais popular do Reino Unido, e, em 2008, estava entre os dez *sites* mais visitados do mundo. Esse sucesso em popularidade⁶⁹ tem agradado o público e colocado “o *YouTube* como o foco central

⁶⁸ As funções são como plataforma *top-down* de distribuição de cultura popular e como plataforma *bottom-up* de criatividade vernacular (pelos usuários, serviços de notícias etc.) (Burgees; Green, 2009).

⁶⁹ Em um espaço curto de tempo pode ser explicado em função de três versões: a primeira está relacionada às críticas da arquitetura tecnológica do *site*, conseqüentemente passou a ter atenção do blog de tecnologia e negócios TechCrunch, em 2005; a segunda é a versão de um dos seus cofundadores (Jawed Karim) que explica que o sucesso foi decorrente da implementação de quatro recursos: recomendações de vídeos, *link* de *e-mail*, comentários e um reprodutor de vídeo. Esses recursos permitiam os compartilhamentos e reprodução de vídeo, bem como a incorporação em outras páginas da *internet*. A terceira explicação pode estar relacionada ao primeiro *hit* do *YouTube* intitulado

em disputas por direitos autorais, cultura participativa e estruturas comerciais para distribuição de vídeos *on-line* [...]” (Burgees; Green, 2009, p. 15).

O *YouTube* não é uma produtora de conteúdo em si, mas uma plataforma que atende às necessidades dos produtores de vídeos, oferecendo um espaço exclusivo para compartilhamento de vídeos *on-line*, que podem variar de *hits*, videoclipes musicais, seriados, *trailers* de filmes, videoaulas, jogos digitais e outros. Dessa forma, garante que tais vídeos tenham audiência entre as comunidades participantes.

Ao longo desse trajeto, os usuários contribuem coletivamente para a produção de diversos valores culturais, sociais e econômicos por meio de suas interações de “consumo, avaliação e empreendedorismo” e, assim, o *YouTube* se destaca por apresentar mudanças dinâmicas, tanto em relação aos conteúdos publicados quanto à sua organização, uma ampla variedade de temas abordados e uma frequência constante de atividades, que pode, por vezes, parecer monótona (Burgees; Green, 2009, p. 17-18).

O *YouTube* é visitado, frequentado por todos, seja para assistir vídeos, compartilhar material produzido por outros usuários ou contribuir com a plataforma através da criação e *upload* de vídeos. Em suma, é uma plataforma utilizada de diversas maneiras

[...] por cidadãos-consumidores por meio de um modelo híbrido de envolvimento com a cultura popular – parte produção amadora, parte consumo criativo. Do ponto de vista da audiência, é uma plataforma que fornece acesso à cultura ou uma plataforma que permite aos seus consumidores atuar como produtores? (Burgees; Green, 2009, p. 26).

O usuário do canal do *YouTube* pode produzir e consumir os mais variados conteúdos audiovisuais e desempenhar esses dois papéis, mesmo que de forma desigual, ele cria verdadeiros processos de comunicação, contribuindo para a formação identitária, suscitando outras sociabilidades (Montaño, 2017). Além disso,

Lazy Sunday (“Domingo de Preguiça”), com duração de dois minutos e meio que teve expressiva visualização: 1,2 milhão de vezes em seus dez primeiros dias *on-line*, e mais de 5 milhões de vezes em fevereiro de 2006, chamando atenção da imprensa popular como um *site* potencial para conquistar o público jovem. Por fim, foi com o evento bola da vez da *internet* que o *YouTube* passou a ser a pauta constante na mídia de massa (Burgees; Green, 2009).

ali, o usuário é emoldurado como um “canal”, no qual “há espaço para vídeos, [...]”. A construção identitária deste usuário/canal acontece particularmente nas barras de navegação, mas tende a moldar todas as interfaces do *YouTube* a partir dessa presença” (Montaño, 2017, p. 12).

O usuário do canal do *YouTube* tem a capacidade de produzir e consumir uma ampla variedade de conteúdos audiovisuais, desempenhando esses dois papéis, embora de forma desigual. Nesse processo, ele contribui para a comunicação e também para a formação de sua identidade, promovendo diferentes formas de sociabilidade.

Além disso, dentro desse ambiente, o usuário é configurado como um “canal”, onde “há espaço para vídeos [...]”. A construção identitária deste usuário/canal acontece particularmente nas barras de navegação, mas tende a moldar todas as interfaces do *YouTube* a partir dessa presença” (Montaño, 2017, p. 12). Assim,

O usuário é alguém que habita um mundo de dados audiovisuais habitáveis e, na medida em que os habita, forma suas coleções que passam a ser a principal moldura do território/canal. Ou seja, o usuário (e este pode ser um amador em vídeo ou uma grande empresa de comunicação) é um *flanêur* da plataforma e um colecionador. [...]. (Montaño, 2017, p. 15).

Esse usuário, seja um amador em vídeo ou uma empresa de comunicação, atua como desenvolvedor de conteúdos e possui um público cativo, fidelizado e assinante. Além disso, pode atrair anunciantes e obter ganhos monetários com base nas métricas de engajamento do canal, como visualizações, acessos e compartilhamentos. Para exemplificar o alcance desses conteúdos, são apresentados, na Tabela 2, os canais com maior número de inscritos no *YouTube* entre os anos de 2018 e 2021.

TABELA 2. Os maiores canais do *YouTube* (2018-2021)

Canais	Número de Inscritos (milhões)			
	2018	2019	2020	2021
KondZilla	43	53	61	65
Whindersson Nunes	32	37	41	43,1
Felipe Neto	27	35	40	43,2

Luccas Neto	21	27	32	36
RezendeEvil	20	25	28	29,3
GR6 Explode	19	26	31	36,1
Você sabia?	19	29	37	41,7
Canalha	17	19	20	-
Authentic Games	15	17	19	-
Porta dos Fundos	15	-	16	-
Galinha Pintadinha	14	19	25	28,4
Maria Clara; JP	-	-	-	29,3
Renato Garcia	-	-	-	23,9

Fontes: https://www.YouTube.com/watch?v=joz_toUePBk; <https://neilpatel.com/br/blog/maiores-canais-do-YouTube/>; <https://rockcontent.com/br/blog/maiores-canais-do-YouTube/>; <https://www.remessaon-line.com.br/blog/criadores-de-conteudo-conheca-os-top-20-maiores-Youtubers-do-mundo/>.

A Tabela 2 mostra os canais mais acessados nos últimos anos na plataforma *YouTube*, chama a atenção o crescimento quantitativo na escala de milhões. Grande parte destes canais está voltada para entretenimento (música, *games*, paródia, humor e outros).

Para tanto, os *Youtubers* utilizam de práticas próprias da plataforma (*memes*⁷⁰, *vlogs*⁷¹, tutoriais⁷², *webséries*, programas de humor e outros) para manter a fidelização, aumentar o número de inscritos e de visualizações e permanecer entre os mais acessados do *YouTube*. Nesse processo, a monetização configura-se como um atrativo para os *Youtubers* (Tabela 3):

TABELA 3. Receita de canais com maior visualização em 2018

Canais	Receita estimada
KondZilla	US\$ 204,5 mil - US\$ 3,3 milhões
RezendeEvil	US\$ 43,4 mil - US\$ 693,8 mil
GR6 Explode	

⁷⁰ São aquelas experiências que tendem a se tornarem conhecidas, copiadas, parodiadas, compartilhadas muito rapidamente (Dawkins, 2007).

⁷¹ Vídeos postados com certa periodicidade, geralmente com um enquadramento único do *videologger*, sujeito que discorre sobre um assunto específico (Montaño, 2017).

⁷² São vídeos que ensinam (passo a passo) a fazer alguma coisa.

	US\$ 99,9 mil - US\$ 1,6 milhão
Authentic Games	US\$ 33,1 mil - US\$ 530,4 mil
Porta dos Fundos	US\$ 17,1 mil - US\$ 274,3 mil
Galinha Pintadinha	US\$ 67,1 mil - US\$ 1,1 milhão

Fonte: Raulino (2018, p. 187), adaptado.

A Tabela 3 mostra que a plataforma *YouTube* configura-se também como um lugar lucrativo⁷³. Em razão da rentabilidade e visibilidade que proporciona, torna-se atrativo aos usuários que consomem e/ou produzem conteúdos audiovisuais (amadores e/ou profissionais). Desta forma, quantificar sua capacidade de influenciar abre portas e possibilidades em empresas e marcas de divulgação de produtos e serviços nas mídias *on-line*.

Outrossim, profissionais dessa plataforma conseguiram “organizar a audiência de modo segmentado – algo que a televisão nunca conseguiu” (Costa, 2020, p. 19), a exemplo, o americano Jimmy Donaldson, conhecido como *MrBeast*, foi a pessoa mais seguida nas redes sociais, em 2022, com 111, 9 milhões de inscritos/assinantes no seu canal no *YouTube* (Globo, 2022). A Tabela 4 demonstra, numericamente, os dados referentes às visualizações dos maiores canais do *YouTube* no período estudado.

TABELA 4. Número de visualizações nos maiores canais do YouTube (2018-2021)

Canais	Número de Visualizações (em bilhões)			
	2018	2019	2020	2021
KondZilla	17	24	32	35
GR6 Explode	6	10	14	22
RezendeEvil	6	8	11	12
Authentic Games	5	6	8	-
Porta dos Fundos	4	-	-	-
Felipe Neto	3	7	10	14
Luccas Neto	2	6	13	18

⁷³ Vale salientar que apesar de toda pesquisa despendida, os dados referentes ao rendimento anual, de 2018, do *Youtuber* Felipe Neto não aparecem na Tabela por não estar disponível na *internet*.

Whindersson Nunes	2	2	3	-
Você sabia?	1	3	5	-
Canalha	1	1	1	-
Galinha Pintadinha	- ⁷⁴	11	17	21
Maria Clara; JP	-	-	-	18
Maria Mendonça	-	-	-	15
Turma da Mônica	-	-	-	12
Mundo Bitá	-	-	-	11

Fontes: <https://crienet.com.br/quais-sao-os-maiores-canais-do-YouTube-de-2018-vejam-os-10-mais-famosos/>;
<https://neilpatel.com/br/blog/maiores-canais-do-YouTube/>;
<https://rockcontent.com/br/blog/maiores-canais-do-YouTube/>;
<https://www.oficinadanet.com.br/post/13911-os-10-maiores-canais-do-YouTube>

A Tabela 4 revela, de forma gradual, o crescimento vertiginoso do número de visualizações da maioria dos canais citados ao longo do período observado. Chama a atenção, a eclosão de acessos em dois canais voltados para o público infantil: Luccas Neto e a Galinha Pintadinha. O primeiro dobrou o quantitativo de visualizações; o segundo, que sequer fazia parte dos maiores canais em 2018, passou a ocupar o 2º lugar em 2020.

Desperta curiosidade, ainda, o surgimento de dois novos canais infantis que passaram a fazer parte desse *ranking* de visualizações: Turma da Mônica e Mundo Bitá. As hipóteses para tal crescimento seriam: a) o isolamento social, ocasionado pela pandemia do novo coronavírus, quando as famílias permaneceram reclusas em seus lares e as crianças foram incentivadas a acessar os canais infantis do *YouTube* para se divertirem; b) o impulsionamento do canal por meio de pagamento no Google Ads⁷⁵ e em outras plataformas, como o *Facebook*.

O grande número de visualizações dos canais voltados ao público infantil no *YouTube* chama a atenção e suscita reflexões sobre o modo como os processos educativos gerados na plataforma repercutem na formação desse público. Questiona-se se esse espaço midiático contribui para que a criança vivencie sua infância de forma plena, sob a ótica de que é na primeira infância que a educação precisa ser

⁷⁴ Atingiu 14 milhões de visualizações neste período.

⁷⁵ Plataforma que ajuda a aumentar as vendas, os leads ou o tráfego do site mostrando sua empresa para as pessoas que estão em busca dos produtos ou serviços que você oferece no Google.

direcionada para a autorreflexão e o pensamento crítico, na tentativa de prevenir a repetição de padrões e comportamentos prejudiciais à formação de uma consciência autônoma (Adorno, 1995).

Embora seja o *YouTube* um canal voltado para o compartilhamento de vídeos, que entretém e se sustenta pela técnica, as formas de socialização nele disponibilizadas à criança podem comprometer processos de desenvolvimento afetivo, como a preferência por jogos *on-line* em detrimento de jogos com bola ou atividade recreativa com outras crianças (Araújo, 2021).

Além disso, questiona-se se a imersão da criança nas formas de socialização disponíveis no *Youtube* tem sido recorrente em seus lares para apagar arestas advindas da ausência da família e da escola no cotidiano da criança, por esta razão não promovem a cultura digital nesta fase da vida do referido público. Para Paulo Freire, é a família e a escola as instituições responsáveis pela formação de uma consciência crítica. O desapego de muitos pais no acompanhamento dos filhos diante da cultura digital, denota-nos a imagem de uma infância paralisada, em que a criança se assemelha a uma "estátua" diante das redes sociais, que alimenta o próprio ego ao invés de promover uma formação saudável (Araújo, 2021).

Essa perspectiva remete metaforicamente à estátua de Glauco que se desfigurou⁷⁶, perdendo completamente suas características originais (Rousseau, 1973). Assim, se configura o público infantil encoberto pelas crostas digitais em função do velamento provocado e/ou proporcionado pela cultura digital.

Para delinear esse processo, examina-se a seguir três estudos que versam sobre a dinamicidade da comunicação mediada pelo computador, tendo como recorte analítico o uso da plataforma *YouTube* por crianças. Embora tal análise pareça

⁷⁶ "Como a estátua de Glauco, que o tempo, o mar e as intempéries tinham desfigurado de tal modo que se assemelhava mais a um animal feroz do que a um deus, a alma humana, alterada no seio da sociedade por milhares de causas sempre renovadas, pela aquisição de uma multidão de conhecimentos e de erros, pelas mudanças que se dão na constituição dos corpos e pelo choque contínuo das paixões, por assim dizer mudou de aparência a ponto de tornar-se quase irreconhecível e, em lugar de um ser agindo sempre por princípios certos e invariáveis, em lugar dessa simplicidade celeste e majestosa com a qual seu autor a tinha marcado não se encontra, senão, o contraste disforme entre a paixão que crê raciocinar e o entendimento delirante" (Rousseau, 1999, p. 43).

destoar do objeto desta tese, em seus resultados há a sugestão de que as dimensões de saber e poder circundam os processos educativos no contexto da referida plataforma.

O primeiro a ser analisado é o estudo realizado por Melo (2018), que analisa os modos como as representações são colocadas em circulação por *Youtubers* infantis (crianças com canais na plataforma). O recorte desta pesquisa traz três canais do *YouTube* que, juntos, somam 2923 vídeos, protagonizados por três crianças brasileiras que estiveram no *ranking* de mais acessados, com grande índice de visualizações e inscritos. No total foram analisados 88 vídeos e selecionadas 68 imagens.

Os resultados da pesquisa indicam que o “*YouTube* coloca em circulação representações de crianças empreendedoras e focadas no sucesso, consumistas e participativas, que ganham voz com o auxílio da tecnologia” (Melo, 2018, p. 7), isso ocorre com o estímulo, apoio ou auxílio dos pais ou responsáveis, ou seja, as identidades infantis estão sendo produzidas (sentido e saberes) no âmbito desta plataforma como crianças preocupadas com sua profissão, renda própria, visibilidade midiática, celebridades amadas, seguidas e reconhecidas por outras crianças que nelas se espelham, contudo, retiradas de um cotidiano de brincadeiras, necessárias ao seu crescimento cognitivo e social.

O segundo estudo analisado apresenta conteúdos que as crianças assistem no *YouTube* e discute como contribuem para pensar as infâncias atuais. O universo amostral contou com a participação de 344 crianças (08 a 10 anos de idade) que responderam questionário (disparado nas redes sociais: *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*); destas, 30 foram selecionadas para participar de uma entrevista (Araújo, 2021). Ao final da pesquisa, constatou-se que as “culturas infantis estão presentes nos conteúdos [...] e nos usos que fazem do *YouTube*. Crianças assistem a vídeos no canal para se divertirem, compartilham suas preferências e veem os *Youtubers* como pessoas muito diferente delas” (Araújo, 2021, p. 6).

O terceiro estudo analisou como os *Youtubers* influenciam a vida e o comportamento das crianças telespectadoras da plataforma *YouTube* (Bezerra, 2018). O público-alvo foi formado por 30 crianças (19 meninas e 11 meninos) com idade entre 8 e 12 anos. Por meio de entrevista, constatou-se que as crianças assistem, diariamente (entre 2 e 3 horas), a vídeos engraçados e criativos, sendo o entretenimento e a diversão os principais motivos. Na pesquisa, os *Youtubers* são vistos por esse público como ídolos, por isso, crianças anseiam adquirir os produtos *personalizados* do ídolo, bem como se assemelham a eles na forma de se vestir (montar seus *looks*), gostar de jogos, querer imitá-los. Todos desejam ser *influencers* digitais.

A pesquisa revelou que poucas crianças relataram optar por assistir a vídeos em vez de brincar ou sair com amigos, e 25 delas mencionaram ter adquirido produtos recomendados por seus ídolos. Essas crianças não apenas se interessaram pelo produto em si, mas também acreditaram na opinião de seus ídolos. “as crianças acreditavam que os *Youtubers* eram honestos sobre os produtos que mostravam em seus vídeos e mensagens [...] pensavam que eles usavam todos os produtos demonstrados nos vídeos produzidos” (Bezerra, 2018, p. 51).

Como descrevem Melo (2018), Araújo (2021) e Bezerra (2018), há um processo constante de influência digital nos usuários infantis, seja para o viés empreendedor ou pela visibilidade midiática e rótulos heroicos atribuídos aos *Youtubers*. Tais atitudes ajudam a pensar (sobre) os processos educacionais que acontecem no âmbito da tecnologia são fortemente influenciados pela reprodução, cópia de comportamentos: vestir, falar, comprar e pela influência dos hábitos de consumo, da credibilidade na marca sugerida.

Na linha de influência digital, uma pesquisa conduzida por Pedro (2019) aborda seis vídeos sobre relacionamentos abusivos postados por seis *Youtubers* entre 2015 e 2018. A análise foi realizada com base em trechos transcritos desses materiais. Ao longo do estudo, foi observado que as *influencers* incentivam as espectadoras em situações de relacionamentos abusivos a reagirem, buscar ajuda profissional e desenvolver postura de firmeza sobre tais abusos. Narrativas de vida dispostas nos

vídeos analisados demonstram empatia, identificação e familiarização com o assunto e, por esta razão, podem ser instrumento de conscientização ao destacarem que, apesar de situações de relacionamentos abusivos serem comuns, não podem ser concebidas como normais.

Neste contexto, o discurso das *Youtubers* sobre questões específicas pode ser catalisador de mudanças, incentivando mulheres que enfrentam relacionamentos abusivos a reconhecer, se posicionar e resistir a esse tipo de relação (Pedro, 2019). Esses estudos nos levam a refletir sobre os processos educacionais promovidos pelo uso do YouTube, os quais podem ocorrer por meio de relatos, de narrativas de vida marcadas pela violência em suas diversas manifestações, e pela liberdade de abordar temas que tangenciam tabus e estruturas da sociedade patriarcal brasileira.

O autor chama a atenção sobre o capitalismo informacional que atravessa o *Facebook* e o *YouTube* (produtores de audiência) e que oferece aos usuários acesso aos serviços gratuitos de entretenimento. Paralelamente, monetizam essa participação de diversas formas (postagens, curtidas, venda de anúncio publicitário, etc.), coordenando “ [...] um ciclo próprio de acumulação de capital, gerando novo valor pela exploração do trabalho vivo – dos profissionais contratados e da audiência” (Raulino, 2018, p. 35). Este potencial econômico dá ao *Youtuber* o poder em atuar no sentido de “gerar, estimular, mobilizar ou agenciar comportamentos, identidades, gostos estéticos necessários à formação e consolidação de hábitos para o consumo” (Raulino, 2018, p. 35).

Outro estudo que contribui para a reflexão sobre o objeto de estudo é a análise da exploração do trabalho vivo presente nas redes sociais, especialmente no *YouTube*, conduzida por Raulino (2018). O autor destaca o papel do capitalismo informacional⁷⁷ que permeia plataformas como o *Facebook* e o *YouTube*, os quais funcionam como produtores de audiência, oferecendo aos usuários acesso a serviços

⁷⁷ “Partiremos do pressuposto de que essa centralidade da informação como fonte de valorização do capital, associada a outros aspectos determinantes como a globalização, a financeirização e a predominância de um trabalho que tem, como principal produto, a própria “informação”, constituem a base do capitalismo informacional” (Raulino, 2018, p. 22).

de entretenimento gratuitos enquanto monetizam essa participação de diversas maneiras, como por meio de postagens, curtidas e venda de publicidade.

Esse processo coordena “[...] um ciclo próprio de acumulação de capital, gerando novo valor por meio da exploração do trabalho vivo, tanto dos profissionais contratados quanto da audiência (Raulino, 2018, p. 35). Esse potencial econômico confere ao *Youtuber* o poder de “gerar, estimular, mobilizar ou agenciar comportamentos, identidades, gostos estéticos necessários à formação e consolidação de hábitos para o consumo” (Raulino, 2018, p. 35).

O autor explica ser essa uma das razões para muitos usuários desejarem ser *Youtubers*, numa perspectiva que nos ajuda a pensar se os processos educacionais que se constituem no *YouTube* podem estar ligados a monetização, portanto, necessariamente inclinados aos mandos e desmandos do capital. E ainda, se esses processos estão relacionados ao número de alcance, de engajamento do público e de visualizações dos vídeos, portanto, em estreito formato mecanicista.

Backes (2018) assinala que a escolha da pessoa por se tornar *Youtuber*, inicialmente ocorre de forma descompromissada e/ou espontânea. Muitos iniciam na plataforma sem dominar os conhecimentos técnicos e a técnica dos vídeos, mas dominam determinado assunto (jogos, filmes, idiomas, culinária, decoração, maternidade, etc.) e desejam compartilhar com outras pessoas. Em princípio, esses sujeitos falam sobre o que sabem e pensam, recomendam o que acreditam, mostram seus talentos.

Após algum tempo de prática, audiência, reconhecimento e credibilidade junto ao público angariado, buscam rendimentos e para aumentá-los, fazem parcerias com marcas, recebem cachês para promovê-las, vendem produtos e endossam seu uso, incitando a compra e o consumo (Backes, 2018).

Abidin (2021) declara que as produções divulgadas na *internet* são, normalmente, feitas por pessoas comuns que se espelham em influenciadores digitais e passam a criar conteúdo variado. O intuito, normalmente, é a visibilidade nas redes sociais, contudo, transformam a prática em carreira promissora e remunerável, que os

transforma em celebridades da *internet*, seguidas, reconhecidas e patrocinadas por grandes empresas, pois são estas quem lhes permite angariar seguidores e valorizar sua marca pessoal como celebridade - que passa a usar, estrategicamente, variadas narrativas para influenciar o consumo, o modo de agir, os hábitos e valores.

Todo esse processo possibilitado pelos conteúdos criados pelos *Youtubers* na *internet*, segundo Ribeiro (2021), produz novas narrativas que estão repovoando as redes sociais por intermédio de produções diversificadas (texto, vídeo e áudio), vistas por grupos específicos interessados no canal. Ao acessar a plataforma *YouTube*, o usuário não adentra riachos, relvas e flores como edificam o jardim do Eliseu⁷⁸ que, por ser original, não sofreu interferência da ação humana. Ao contrário, o acesso a essas redes penetra um mundo antes não visto que atende, à priori, a todas as necessidades e aos anseios daqueles que nele navega.

A plataforma *YouTube*, enquanto um espaço marcado pela ilusão do ser e do parecer, é um ambiente onde ocorre a simulação da construção de identidades, permitindo que homens e mulheres se apresentem como desejam ser, e não necessariamente como são. Diante das câmeras, por meio de ângulos específicos e elementos de produção (iluminação, cenário, trilha sonora, etc.), eles criam conteúdos variados e almejam ser reconhecidos social e economicamente por meio desses materiais. É por isso que nas redes sociais, especialmente de forma exacerbada, observamos uma valorização do ter em detrimento do ser.

Assim, em função da representação⁷⁹ que as permeiam, as redes sociais retiraram, de certa forma, a essência do homem que sumariamente fazia suas escolhas sem a influência de outros sujeitos sociais (*Youtubers*, blogueiros), posicionando-se diante das questões que o afligia (não sustentado pelas publicações da *internet*) e não possuía o exacerbado desejo pelo consumo (material e midiático).

⁷⁸ Vide Rousseau (1973).

⁷⁹ Em Rousseau, o sentido de representação é visto de forma negativa: “[...] gera uma duplicidade que contrapõe o real e o fenômeno em todos os sentidos” (Paiva, 2021, p. 3).

A atratividade de ‘ver e ser visto’ no âmbito das plataformas digitais tem outra conotação e está atrelada “[...] à reputação, pertencimento, admiração, desejo, conferindo à visibilidade uma conotação prioritariamente positiva, desejável” (Raulino, 2018, p. 38). No entanto, esta compreensão gera empobrecimento das experiências sociais, levando os usuários a usufruir mais do espaço digital que, propriamente, das relações, experiências e acontecimentos vivenciados em interação face a face. Por exemplo,

Viaja-se para compartilhar fotos (com enquadramentos e poses, muitas vezes, pesquisados antes em outras fotos na *internet*), vai-se a restaurantes para postar fotos do prato. Experienciar a viagem, o jantar, as companhias ficam em segundo plano. E isso se estende a todos os aspectos da vida: o ato de vestir-se vira uma busca para acompanhar a moda; o ato de ler vira sinônimo de acompanhar a lista de *best sellers*, o gosto musical vira a *playlist* de “Top 10” do *Spotify*; fazer parte de um grupo ou comunidade passa a ser balizado muito mais pelo que se veste e consome do que pelo que se faz e se pensa (Raulino, 2018, p. 38-39).

Percebe-se, assim, os desdobramentos das plataformas digitais, como o *YouTube*, quando se vê a consolidação de uma sociedade fundamentada na imagem (a pose a ser feita, o registro da foto) e no consumo (o que vestir, aonde ir, o que ler, a música a ser apreciada).

Nesse sentido, ver e ser visto na rede *internet* podem ser referências para pensar como os processos educacionais na plataforma *YouTube* são alimentados por formas representativas e pelo parecer no mundo moderno.

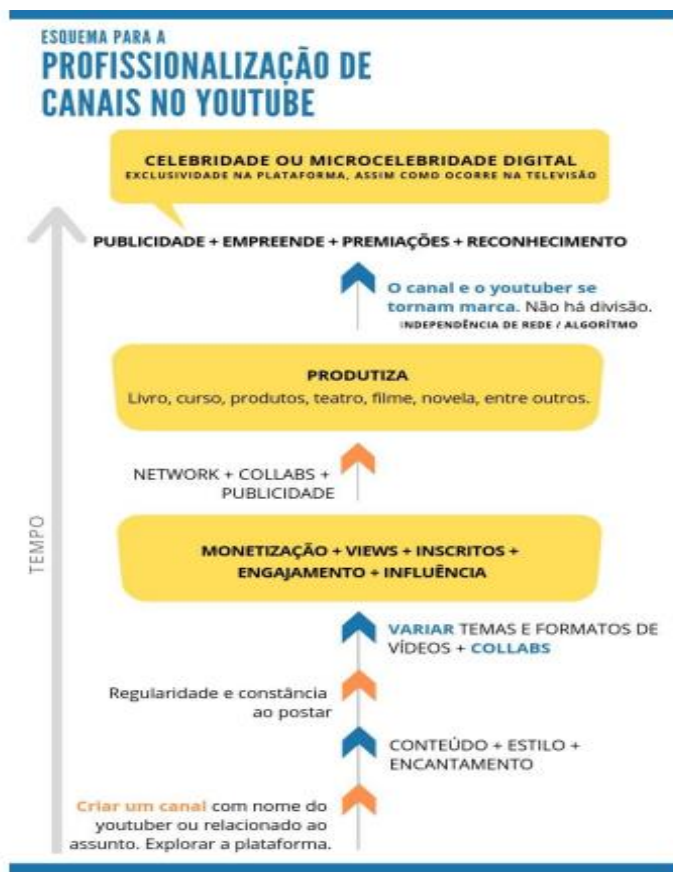
2.3.1 O trabalho de audiência do *Youtuber*: engajamento e monetização

À medida que conquistam uma audiência e um número significativo de seguidores, os *Youtubers* se tornam especialistas em determinados assuntos, passando a exercer influência sobre as pessoas. Por isso, o termo “influenciador digital” é frequentemente utilizado para descrevê-los.

Quanto à profissionalização de um canal no *YouTube*, trata-se de um processo abrangente que envolve diversos aspectos, inclui a criação de conteúdo e imagem, a estética do canal (imagem, som, arte, edição, etc.), a aparência, personalidade e

comportamento do *Youtuber*, a linguagem utilizada, entre outros aspectos (Backer, 2018), conforme ilustrado na Figura 6.

FIGURA 6. Esquema para a profissionalização de canais no YouTube



Fonte: Backer (2018, p. 219).

Segundo Ribeiro (2021, p. 272), o “processo de institucionalização da profissão de Youtuber se iniciou em *blogs*, no final de 1990, e depois ampliou-se para as redes sociais - *YouTube, Facebook e Instagram, Twitter*, entre outras”.

Em novembro de 2018, o Projeto de Lei n. 10938⁸⁰ foi protocolado na Câmara Federal com a finalidade de regulamentar a profissão, trazendo algumas normas,

⁸⁰ Art. 1º O exercício do ofício de *Youtuber* Profissional é regulado pela presente Lei.

Art. 2º Para os fins desta Lei, entende-se como *Youtuber* o obreiro que cria vídeos e os divulga na plataforma social do *YouTube* (<https://www.YouTube.com>), com amplo alcance de seguidores e afins.

§ 1º Os profissionais referidos no caput deste artigo são criadores de conteúdo e/ou debatedores ou comentadores de conteúdo já existente na Internet.

§ 2º As novas denominações e descrições das funções em que se desdobram as atividades do *Youtuber* Profissional constarão do Regulamento desta Lei.

como jornada de trabalho (Isto é dinheiro, 2018), mas foi arquivado. Portanto, não é uma profissão reconhecida legalmente, porém, desde 2015, *Youtubers* são designados como influenciadores digitais (Abidin, 2021).

A profissão influenciador digital surgiu em um contexto econômico e político globalizado, marcado pela precariedade de emprego, configurando-se como um “trabalho que pode, com sorte, vir a garantir a estabilidade econômica em longo prazo” (Hearn; Schoenhof, 2015, p. 196). É uma carreira profissional que exige dedicação, criatividade, disciplina, estratégias com o aparato tecnológico, desenvoltura na comunicação.

Apesar de não existir formação e nem exigência universitária específica para o exercício da função, o *Youtuber* precisa ter conhecimento em *marketing* e técnicas de

Art. 3º É livre a criação interpretativa do *Youtuber* Profissional, respeitado a obra original e citada sua fonte.

Art. 4º Nenhum *Youtuber* Profissional será obrigado a interpretar ou participar de trabalho que ponha em risco sua integridade física ou moral.

Art. 10. O empregador pode contratar *Youtuber* Profissional por prazo determinado ou indeterminado. § 1º O *Youtuber* Profissional pode, inexistindo incompatibilidade de horários, firmar mais de um contrato de trabalho ou prestação autônoma de serviços.

§ 2º É nula de pleno direito qualquer cláusula de exclusividade do contrato de trabalho indeterminado ou determinado.

Art. 11. A duração normal do trabalho dos *Youtubers* Profissionais não excederá 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais.

§ 1º Considera-se como tempo de trabalho o período de gravação, bem como o tempo necessário de preparação, nele incluídos ensaios, pesquisas, estudos, atividades de promoção e de divulgação, bem como as atividades de finalização do vídeo.

§ 2º No transcurso da jornada normal de trabalho é assegurado intervalo para refeição e descanso de no mínimo 45 (quarenta e cinco) minutos.

§ 3º Caso a jornada de trabalho exceda a duração normal, é garantido ao *Youtuber* Profissional pelo menos 1 (uma) hora de intervalo para repouso e alimentação.

§ 4º Horas suplementares acrescidas à jornada de trabalho serão remuneradas com acréscimo de 100% (cem por cento) sobre o valor da hora normal.

§ 5º O descumprimento dos intervalos previsto no § 2º e 3º geram remuneração ao trabalhador nos moldes previstos no § 4º, sem prejuízos de punições administrativas por parte da autoridade competente.

Art. 12. O *Youtuber* profissional que prestar comprovadamente serviços em condições insalubres ou perigosas faz jus à percepção do adicional respectivo e à tutela específica das normas de saúde, higiene e segurança do trabalho.

Art. 13. É obrigatório por parte dos empregadores, qualquer que seja a modalidade da contratação na forma do art. 10 desta Lei, elaborar e implementar medidas de prevenção de acidentes e doenças do trabalho.

Art. 14. Aplicam-se às omissões desta Lei, no que couber, os preceitos da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

Art. 15. Aplicam-se, no que couber, as normas do Código de Ética dos Jornalistas, aprovado pelo Congresso Nacional dos Jornalistas Profissionais, aos *Youtubers* Profissionais.

comunicação digital para divulgar seus conteúdos, tais como: humor, esporte, saúde, opinião, publicidade, etc. (Educa Mais Brasil, 2021), ou a assessoria de um adulto, no caso de crianças *Youtubers*.

O poder de influenciar escolhas e decisões é construído por meio de habilidades de atrair e manter o público seguidor. Este processo se constitui por uma “rede de elementos heterogêneos (sujeitos, imagens, textos, plataformas, algoritmos, métricas, mercados, empresas, etc.)” (Ribeiro, 2021, p. 272). Em outras palavras, o influenciador digital, por meio de imagens, sons, textos, narrativas pessoais e cotidianas, constrói uma reputação positiva e traz a seus seguidores a sensação de proximidade e intimidade, derrubando as barreiras entre público e privado.

Hearn e Schoenhof (2015, p. 200) ressaltam que essas celebridades se tornam produtoras de valor de si mesmas, “investem em si mesmas, assumindo o controle total de sua imagem pública, constroem sua fama [...] como uma forma de valor de mercado e se associam ativamente a outras marcas para produzir uma série de produtos que parecem representá-los”. Isso ocorre de forma processual, à medida que a interação, supostamente estabelecida entre influenciador e público, efetiva-se. Por intermédio da relação de pessoalidade construída e da credibilidade do influenciador, vai-se consolidando as métricas de engajamento desejadas.

O influenciador digital no *YouTube* é um profissional autônomo, que exerce uma atividade e é remunerado por ela. Os ganhos são baseados na contagem das métricas de engajamento: visualizações, acessos, compartilhamentos e outros. São essas métricas que garantem a monetização individual dos *Youtubers*. O presente estudo traz o método usado para efetuar o procedimento de mensuração dos ganhos de *Youtubers* (vídeos e canais), ofertado em forma de calculadora pela própria plataforma, conforme Figura 7.

FIGURA 7. Calculadora de dinheiro do YouTube

The image shows a web interface with a red header and a white body. The header section is titled "Ganhos totais estimados por canal" and contains a search bar labeled "Import YouTube User (Channel URL)". Below this, there are four data points: "Número total de inscritos" (0), "Número total de visualizações de vídeo" (0), "Ganhos totais estimados" (\$0), and "Média de ganhos por vídeo" (\$0). The lower section is titled "Ganhos totais estimados por vídeo" and contains a search bar labeled "Insira o URL do vídeo do Youtube". Below this, there are two data points: "Número total de visualizações de vídeo" (0) and "Gastos estimados do vídeo" (\$0).

Fonte: Influencer Marketing Hub (2022).

Essa ferramenta (Figura 7) contabiliza em dólar os possíveis ganhos para os criadores de conteúdo. Salienta-se que existem outras estratégias, como a escolha do método de monetização, o alcance do canal (mínimo mil inscritos) e outros. Dessa forma, o trabalho do influenciador digital pode ser caracterizado como prática performática, uma vez que

A construção de autorrepresentações *geram* impressões positivas diante de uma audiência, *bem como* a personalidade expressa nos conteúdos e a monetização dessa produção, [...]. Os influenciadores utilizam diferentes estratégias para performar a intimidade, afetividade, relacionalidade, autenticidade, reputação etc. Por meio dessas práticas, eles produzem visibilidade e influência nas plataformas (Ribeiro, 2021, p. 274, *grifos nossos*).

Ademais, esse processo se desenrola em uma plataforma digital, configurada como o local em que as ações são coproduzidas: audiência, curtidas, comentários, mensagens (Abidin, 2021), um espaço digital que comporta quase tudo em função dos mecanismos que o constitui: “ferramentas, algoritmos, métricas, normas e diretrizes” (Ribeiro, 2021, p. 274).

Por esse motivo, a plataforma não é um objeto tecnológico neutro, mas “[...] mediadores que modificam as ações dos sujeitos e são modificados por elas” (Ribeiro, 2021, p. 279). A exemplo, cita-se os algoritmos nas redes sociais, os quais “coordenam as postagens que aparecem no *feed* dos perfis com base no comportamento dos sujeitos e em regras de visibilidades estabelecidas pelos proprietários das plataformas” (Ribeiro, 2021, p. 274).

Essa arquitetura algoritma da plataforma *YouTube* influencia comportamentos e escolhas, bem como a criação de conteúdo *personalizado*, garantindo audiências. Por isso, há normas e métricas⁸¹ de engajamento, isto é, termômetros para empresas e marcas investirem no influenciador digital.

O mundo *on-line* é cada vez mais governado e delimitado por interesses privados que possuem e controlam as plataformas e recursos em que nos expressamos e, como resultado, é permeado de promoção e *marketing*. As plataformas de mídia social não apenas vendem acesso à nossa comunicação *on-line* como metadados para profissionais de *marketing* há outros interesses privados. Empresas como Sysomos Radian ou Bazaarvoice surgiram para encontrar o lucro em nossa sociabilidade, oferecem gerenciar, medir e otimizar as reputações corporativas e individuais para uma taxa. E, mais recentemente, empresas de pontuação social como a *Klout* oferecem aos usuários com uma medida “objetiva” do impacto total de sua influência ou reputação nas mídias sociais. Essas “pontuações sociais” pretendem fazer a identificação de pessoas “influentes” em mídia social mais fácil; na verdade, eles facilitaram a ascensão de pessoas. (Hearn; Schoenhof, 2015, p. 200).

Nesse cenário, há empresas que gerenciam e medem a influência de celebridades (como os influenciadores) nas mídias sociais, pois é para esse tipo de *influencer* que oferecem vantagens, acesso a produtos e eventos gratuitos, em troca de endosso público (Hearn; Schoenhof, 2015). Esses patrocinadores entendem que seguidores ou fãs vão aonde suas celebridades estão.

As mídias sociais oferecem novas possibilidades de interação entre celebridades e fãs, mas essas trocas geralmente são mais calculadas do que os fãs podem querer reconhecer. Mesmo nas mídias sociais, a celebridade continua sendo uma marca e sua condição de celebridade exige perseguir os objetivos de marketing de sua marca em todos e quaisquer locais públicos (Hearn; Schoenhof, 2015, p. 204).

⁸¹ Inscritos, visualizações, tempo de exibição, impressões, taxa de clique por impressão, marcações Gostei e Não Gostei, espectadores únicos, comentário, envolvimento, vídeos mais vistos e mais respondidos (*Youtube*, 2020).

As interações que ocorrem nas mídias sociais entre influenciadores e seguidores são regidas pela busca pela calculabilidade, sendo assim administradas e reduzidas a métricas como número de seguidores, compartilhamentos e visualizações. A partir disso, pode-se compreender que ser um influenciador digital é uma profissão que está sujeita a regras e responsabilidades a serem cumpridas. No entanto, Hearn e Schoenhof (2015) alertam que essa profissão exige dos influenciadores a submissão de sua subjetividade aos ditames da valorização e acumulação capitalista, o que, por sua vez, reforça as desigualdades de classe já existentes. Em geral, destacam-se como influenciadores digitais privilegiados aqueles que possuem maior poder aquisitivo, cultural, social e tecnológico.

2.3.2 A liberdade velada na criação de conteúdo audiovisual para o *YouTube*

Observa-se que o papel daquele que exerce influência na *internet* é estabelecido por um conjunto de elementos, incluindo o influenciador digital (como sujeito) e outros elementos não-humanos, como algoritmos e métricas de engajamento, que muitas vezes atuam como mediadores técnicos que facilitam as práticas performáticas dos influenciadores do *YouTube*. Isso nos leva a refletir sobre como esses comunicadores digitais e os mediadores técnicos constroem os processos educacionais neste contexto digital.

Como mencionado anteriormente, é importante destacar que o virtual não está em oposição ao real (Lévy, 1999), pois a virtualidade é constituída a partir da realidade. No entanto, os conteúdos publicados no *YouTube* e em outras mídias digitais são frequentemente planejados e pensados de forma racional, à luz do capital, muitas vezes, devido à necessidade mercadológica de engajamento. Assim, apesar de tais conteúdos refletirem aspectos da realidade, eles frequentemente reproduzem uma pseudo realidade (Adorno, 1994) que imita ou mistifica o sentido do real. Essa dinâmica pode levar o sujeito a um estado de alienação e contribuir para o adoecimento social.

Os mecanismos de escape instituídos pela racionalidade instrumental tecnológica levam os sujeitos a consumir, primordialmente pelo princípio do prazer, os conteúdos publicados por influenciadores digitais. Nesse contexto, esses sujeitos

passam a enxergar tanto os outros quanto a si mesmos como instrumentos, como objetos passíveis de serem manipulados, contribuindo para o processo de objetificação das consciências (Adorno, 1995a).

Para o filósofo, esse processo ocorre através da perspectiva da indústria cultural, na qual o usuário acrítico, que é detentor de um tempo livre muitas vezes colonizado e organizado, acessa plataformas como o *Netflix* e se depara, com apenas um clique, com um vasto menu de opções para satisfazer seus desejos, sem exigir esforço intelectual ou autocrítica sobre aquilo que consome ou assiste.

Essa perspectiva se sustenta a partir de um estudo que analisou a prática de cinco produtores⁸² de conteúdos no *YouTube*, entre 2014 e 2018, a partir de 70 vídeos publicados. Ao longo da pesquisa, evidenciou-se que as práticas adotadas na criação de conteúdos são recorrentes, ou seja, há “um padrão na maneira de produzir os conteúdos nos canais analisados” (Leite, R., 2019, p. 191). Os vídeos possuem similaridades em relação ao conteúdo e à prática de produção em si: formato de quadros com temáticas específicas, linguagem desenvolvida, produção em ambiente residencial, edição e montagem, efeitos visuais, dentre outros.

Nesse sentido, Matos (2020) analisou o fenômeno dos agenciamentos sociotécnicos e seu impacto na prática dos criadores de conteúdo. Embora essa discussão se diferencie um pouco da proposta desta tese, ela oferece uma nova roupagem que pode provocar reflexões sobre os processos educativos no *YouTube* em dois aspectos específicos.

Primeiramente, o discurso predominante na plataforma até 2012 era fundamentado nos princípios da cultura da participação e da liberdade de expressão, posicionando o *YouTube* como um espaço alternativo à mídia tradicional (Matos, 2020). No entanto, esse cenário sofreu uma mudança significativa com a explosão do

⁸² Siqueira (canal, *Mas Poxa Vida*), Kéfera Buchmann (canal *5inco Minutos*), Luba (canal *Luba TV*), Whindersson Nunes (canal *Whindersson Nunes*) e Jout Jout (canal *JoutJout Prazer*) (Leite, R., 2019, p. 8).

videoclipe *Gangnam Style*, que ultrapassou a marca de 1 milhão de visualizações, resultando na falha do contador da plataforma.

A partir de então, “observa-se a aparição de mecanismos - não apenas computacionais, mas também discursivos - de controlar, ou direcionar, como e quais conteúdos chegam a quais tipos de públicos” (Matos, 2020, p.36). Desse modo, a plataforma elegeu vários elementos⁸³ para mensurar quantitativamente o sucesso de um *Youtuber*, alterando de maneira significativa a estética das produções e a forma de confeccionar vídeos, bem como tipos de temas e formatos ideais e, mesmo com todos esses requisitos, o discurso de liberdade e de espírito empreendedor são ainda endossados.

Nossa missão é dar a todos uma voz e revelar o mundo. Acreditamos que todos têm o direito de expressar opiniões e que o mundo se torna melhor quando ouvimos, compartilhamos e nos unimos por meio das nossas histórias. [...] que todos devem ter a oportunidade de ser descobertos, montar um negócio e alcançar o sucesso de acordo com o próprio ponto de vista (*Youtube*, 2020, s/d).

É evidente que as funcionalidades técnicas da plataforma precisam ser atualizadas, conforme exigências do contexto socioeconômico e tecnológico em constante evolução. No entanto, é igualmente importante que o discurso acompanhe essas mudanças em curso. Ou seja, a plataforma não pode ser apenas caracterizada como um site de compartilhamento de vídeos (Matos, 2020). Há outros elementos, especialmente os agenciamentos sociotécnicos, que a constituem e afetam diversas práticas, incluindo a criação de conteúdo, a audiência, o engajamento, as negociações, as sensações envolvidas, as práticas de criação e produção, os investimentos em estrutura técnica, a monetização e o trabalho dos *Youtubers*.

Portanto, a liberdade aparente proclamada pelo canal é, na verdade, uma liberdade mascarada que pode prejudicar tanto o significado quanto a originalidade dos conteúdos produzidos e dos processos educativos compartilhados ali (Matos, 2020). Desse modo, o foco, muitas vezes, está em criar conteúdos que sejam

⁸³ “Números de visualizações, números de vídeos postados, números de ativações dos botões “gostei” e “não gostei”, número de inscritos, número de horas assistidas pela audiência, número de comentários em cada vídeo, número de compartilhamentos do vídeo, número de novos visitantes no canal, número de visualizadores recorrentes, entre outros” (Matos, 2020, p. 36).

facilmente quantificáveis aos olhos dos algoritmos da plataforma, em vez de priorizar a autenticidade e a expressão criativa.

O surgimento e a manutenção de espaços educacionais na plataforma educam criadores de conteúdo sobre como produzir para aumentar as chances de alcançar engajamento e visibilidade suficientes para ser possível gerar renda por meio dos vídeos, prática conhecida no vocabulário do *YouTube* como "monetização através do Programa de Parcerias" (Matos, 2020, p. 63-64).

O segundo ponto destacado por Matos (2020) refere-se às sabotagens aos canais, como a diminuição automática do número de inscritos (mesmo quando os usuários seguem as orientações do canal) e a alteração das lógicas de relevância quando os influenciadores digitais alcançam resultados significativos. Como essa atividade é profissionalizada, a própria plataforma lista os benefícios que serão concedidos aos influenciadores com base no número de inscritos em seus canais.

Isso tem levado muitos desses profissionais a “relatarem desânimo, desenvolvimento de depressão, estafa e outros aspectos que resultam na desistência de seus canais” (Matos, 2020, p. 24). Michelle Phan, em 2017, desabafou em vídeo sobre os motivos que a levaram a abandonar uma audiência de quase 9 milhões de inscritos: “[...] o desejado sucesso veio seguido de estresse, ansiedade, solidão e depressão” (Matos, 2020, p. 68).

A percepção, portanto, é de que a visibilidade midiática constitui a base e/ou dever do profissional *Youtuber*, é ela quem garante a monetização de conteúdo. E como nas demais profissões, marcadas pela exploração, nem sempre os ganhos garantem a saúde mental de influenciadores digitais.

Por exemplo, o site *Polygon*, especializado em jogos e cultura gamer, publicou uma reportagem [...] em que há uma lista de criadores que já assumiram publicamente enfrentar períodos de esgotamento físico e mental e, por isso, precisaram dar pausas. Esses períodos de inatividade dos canais em função da necessidade de afastamento da produção por seus criadores são conhecidos como hiatos. Porém, o que os criadores relatam nestas matérias é que escolher a saúde é, ao mesmo tempo, aceitar perder relevância. Muitas vezes, um hiato pode significar a “morte” de um canal. E todo o trabalho de anos, seu patrimônio criativo, se perde (Matos, 2020, p. 24).

Essa pressão constante sobre o influenciador digital a fim de que atenda ao ritmo que a plataforma exige para o cumprimento das métricas de engajamento, seja no número de inscritos ou nas visualizações dos vídeos, acomete sua saúde mental. Assim, “esse discurso da plataforma e seu ambiente, que evoca diversão, criatividade e liberdade, esconde, por trás da sua opacidade, relações e interesses comerciais por meio de uma pseudoneutralidade técnica” (Matos, 2020, p. 72).

O estudo conduzido por Vasconcellos (2018) evidencia a existência de atributos que conferem legitimidade aos *Youtubers* para se tornarem celebridades, figuras famosas e personalidades midiáticas. A pesquisa analisou dois profissionais renomados, Whindersson Nunes⁸⁴ e Kéfera Buchmann⁸⁵, com base em relatos orais presentes em vinte vídeos no total, abrangendo o período de 2013 a 2016, de ambos os influenciadores. A análise revelou que, embora abordassem temáticas diferentes, ambos compartilham alguns traços que se repetem entre essas duas personalidades da *web*.

Entre os pontos de convergência identificados, ressalta-se a utilização do *YouTube* como uma plataforma para alcançar visibilidade na televisão brasileira, o que indica uma intenção por trás dos conteúdos produzidos. Além disso, ambos os

⁸⁴ “Whindersson é, no momento em que este texto está sendo inscrito, o maior *Youtuber* do Brasil, com cerca de 24 milhões de inscritos em seu canal e leva, também, o título de personalidade mais influente entre os jovens brasileiros (de acordo com pesquisa da *Provokers em parceria com a Google*⁷⁴ realizada em 2017); é reconhecido, por pesquisa da *Snack75*, feita a partir do *software* Tubular Labs, como o dono do segundo canal de *YouTube* mais influente do mundo, ficando atrás apenas do sueco Pew Die Pie” (Vasconcellos, 2018, p. 136). Reune títulos: de *Humorista Favorito* e *Melhor Paródia Musical* de 2016 pelo Meus Prêmios Nick, [...], tendo sido indicado ao mesmo concurso em 2017 na categoria de *Melhor Youtuber Masculino*. Em 2013 e 2014 já havia sido indicado também como finalista ao prêmio de *Melhor Video Blogger* no Shorty Awards (competição internacional). Ainda em fase de crescimento inicial do canal, Whindersson foi convidado para participar do programa *Q Família é Essa?* Em seguida, dublou um personagem no filme de animação *A Era do Gelo: o Big Bang* (2016) e participou do videoclipe da canção *Acordando o Prédio* (2017), do cantor sertanejo Luan Santana. Além disso, fez participações interpretando a si mesmo nos longas *Internet – o filme* e *Os Penetras 2*, de 2017 (Vasconcellos, 2018, p. 188).

⁸⁵ “Kéfera foi a primeira *Youtuber* mulher a chegar à marca de um milhão de inscritos no domínio brasileiro da plataforma, mantendo seu canal na posição de canal pessoal com maior número de inscritos do *YouTube* nacional até meados de 2015, quando teve este lugar progressivamente ocupado por outros *Youtubers*” (Vasconcellos, 2018, p. 136). “Em 2015, Kéfera foi o destaque da Bienal do Rio [...] e em 2016 foi nomeada a *Youtuber do ano* pela revista *Glamour*, e *Youtuber feminina favorita* na competição nacional Meus Prêmios Nick 2016. Em 2017, foi indicada na categoria *Personalidade Brasileira Preferida* ao prêmio internacional Nickelodeon Kids' Choice Awards” (Vasconcellos, 2018, p. 143).

Youtubers buscam entreter os espectadores por meio de práticas performáticas humorísticas, como paródias e esquetes, muitas vezes baseadas em suas próprias experiências pessoais e memórias.

Eles atuam como narradores digitais, compartilhando histórias fictícias, cômicas ou cotidianas, na tentativa de criar uma conexão com os seguidores, abordando desafios e obstáculos enfrentados em suas vidas. No entanto, é importante notar que essa prática pode resultar apenas em um “julgamento superficial” (Vasconcellos, 2018, p. 223), refletindo o senso comum e uma compreensão limitada do mundo, sem estimular reflexões críticas mais profundas sobre as questões abordadas. Ao observar os comentários dos usuários, verifica-se opiniões divididas sobre o conteúdo publicado, exposição de intimidades, outros elogiam a capacidade do conteúdo provocar o riso, incitando repetidas visualizações ao vídeo.

O estudo investigativo realizado por Reale (2018) aproxima-se do objeto investigado por Vasconcelos (2018) quando analisa as diferentes estratégias enunciativas e os regimes de sentido e interação de quatro canais⁸⁶ de divulgação científica no Brasil. A autora observou, atentamente, o canal Nerdologia, que se utiliza de estratégias enunciativas, em especial, “o chamado à continuidade do diálogo”, em que

a necessidade não é só de responder as perguntas em vídeo, mas trazer a fala do outro integralmente para dentro da narrativa [...] nos comentários [...] elogios, sugestões de livros (ou outras produções relacionadas ao assunto), perguntas, correção de informação, ou mesmo soluções para dúvidas apontadas em vídeos anteriores. (Reale, 2018, p. 85).

A autora conclui que essas estratégias narrativas são essenciais para despertar o interesse e o apreço pela ciência. Isso sugere uma abordagem distinta daquela centrada na monetização, com o canal estudado buscando estabelecer uma conexão entre a ciência e a sociedade por meio das interações que promove. Essas interações proporcionam um *feedback* por parte dos destinatários/usuários, que expressam críticas em seus comentários, fazem comparações com outras fontes e, ao mesmo

⁸⁶ Alimento o Cérebro, Manual do Mundo, Canal do Pirula e Nerdologia.

tempo, demonstram satisfação pelo ganho intelectual, mantendo assim uma fidelidade à plataforma (Reale, 2018).

Nessa mesma linha de abordagem, Stadler (2019) analisa a utilização da plataforma *YouTube* como ferramenta de educação não formal, a partir da linguagem dos *influencers* digitais em vídeos educativos publicados em três canais⁸⁷. Segundo o estudo, a utilização da linguagem informal na formatação dos vídeos imprime humor ao conteúdo, permite o uso de gírias (mano, rolê) e expressões populares, bem como um linguajar jovem, descolado, direcionada ao público adolescente do Ensino Médio, recursos para deixar o vídeo mais interessante, divertido e acolhedor (Stadler, 2019).

Os vídeos, gravados em ambiente doméstico, utilizam-se de recursos audiovisuais, como esquemas de tela e vinhetas. Há preocupação com o cenário, com a roteirização; a gravação é feita olhando diretamente para a câmera. Os efeitos sonoros, na exibição do vídeo, objetivam “compartilhar e trocar saberes com os espectadores, [...]”. Isso porque, ao transmitir conhecimentos, o *Youtuber* atua em dois movimentos: ensina, mas também aprende” (Gohn, 2011 *apud* Stadler, 2019, p. 123). Tal perspectiva ocorre em um contexto de interações sociais, de trocas, o que necessariamente não pode ser garantida, exclusivamente, pela e na divulgação de vídeos educativos (Stadler, 2019).

Mesmo sendo o *YouTube* um *lócus* de multiplicidade de saberes, de compartilhamento de experiências, de processos interativos e intencionais, não se pode garantir que os processos educativos, ali gerados, despertem, entre os usuários, a consciência de si e do outro no mundo, ou mesmo, contribua para o crescimento formativo desse sujeito. A disposição de vídeos, conteúdos publicados e a própria organicidade dessa plataforma contribuem para uma formação que silencia o processo de produção do conhecimento - por não ensejar troca, problematização, diálogo.

⁸⁷ Biologia Total (criado em 2009 pelo prof. Paulo Jubilut), Manual do Mundo (criado em 2008 pelo jornalista Iberê Camargo e Mariana Fulfaro) e Nostalgia (criado em 2012 por Felipe Castanhari).

No contexto formativo, o estudo de Maragoni (2019) oferece *insights* sobre o papel social do *Youtuber* ao destacá-lo como um incentivador da leitura, tanto verbal quanto não verbal, por meio de seu poder de influência e sua capacidade de moldar opiniões. O estudo teve como referência a Bienal do Livro de 2017, que contou com a presença de dois *Youtubers*: Bel, Kéfera Buchmann e Felipe Neto. O evento bateu recorde de público jovem, entre 15 e 19 anos - 18% do público visitante (Globo, 2017).

A influência e a persuasão que os *Youtubers* possuem pode ser registrada em vários acontecimentos. Por exemplo, em 2018, a *Youtuber* Julia Tolezano (canal JoutJout Prazer, com 2, 47 milhões de inscritos) sugeriu em vídeo de seu canal, que todos deveriam ler o livro “A parte que Falta”, de Shel Silverstein. “[...] exatos 3 dias após a divulgação do vídeo, o livro se tornou o primeiro mais vendido na *Amazon* Brasil e o segundo mais requisitado no portal *Publish News* “[...] saltou do 12.011º lugar para 28º na lista dos mais vendidos” (Maragoni, 2019, p. 56).

O autor destaca que os *Youtubers* têm o potencial de servir como intermediários para atrair e motivar seus seguidores a lerem uma obra original. Eles conseguem isso ao narrar a obra com uma linguagem mais acessível, utilizando discurso verbal e, ao final, expressando sua própria opinião sobre ela. Os resultados da pesquisa evidenciaram que o uso do audiovisual, para além do entretenimento simples, pode ser um meio eficaz para promover a leitura, inclusive de obras clássicas (Maragoni, 2019).

O estudo conduzido por Tercetti (2021) investigou as experiências da cultura participativa no canal Matemática Rio, gerenciado pelo *Youtuber* Edu⁸⁸. O objetivo era avaliar o potencial do canal como uma ferramenta pedagógica complementar no ensino. A pesquisa analisou cinco videoaulas, considerando duas categorias: o número de visualizações (bem como curtidas e não curtidas) e o engajamento dos usuários (interações e colaborações). Os resultados indicaram que, embora houvesse interesse pelo canal, medido pelo número de visualizações, não foi observada uma

⁸⁸ Criada no Brasil, em 2013, em parceria entre Google e a Fundação Lemann, segmento voltado para uso de ordem pedagógica (Ensinos Fundamental e Médio), em formato de videoaulas feitos por professores brasileiros para “potencializar a transmissão do conhecimento (Tercetti, 2021, p.12).

cultura participativa significativa - houve pouca interação dos usuários, sugerindo uma forma passiva de participação (Tercetti, 2021).

A abordagem do canal *YouTube* como meio de disponibilizar conteúdos prontos, como as vídeo aulas tradicionais, levanta questões importantes sobre os processos educativos. Ao adotar esse formato, os usuários são colocados em uma posição passiva, limitando-se a receber e assistir ao conteúdo transmitido. Isso levanta questionamentos sobre o papel do professor nesse contexto e se ele assume a posição de detentor do conhecimento, o que poderia reforçar uma abordagem educacional mais tradicional e unidirecional, alinhada à concepção de educação bancária proposta por Paulo Freire (1999).

A partir desse questionamento, pode-se pensar que o *YouTube* disponibiliza um emaranhado de conteúdos intencionais, delimitado para a criação de valores, enquanto espaço de socialização, ou como fuga para entreter os mais variados gostos. Todavia, as experiências ali fomentadas, como alegria, felicidade, dor, sofrimento, dentre outros, se dão num patamar das representações sociais⁸⁹ que, além de mascarar o real, máscara também o homem, tornando-o “[...] o homem do homem” (Paiva, 2016, p. 214).

Nesse processo, cria-se uma ilusória realidade caracterizada pela representação que, se não for interpretada criticamente, não contribui para a formação humana e coloca o ser humano em contradição consigo mesmo, gerando crises de identidade, dilema existencial e outros que o deterioram enquanto humano (Paiva, 2016).

Nesse sentido, a realidade vivenciada no *YouTube*, de certa forma, pode aprisionar e manipular o usuário que dedica parte de seu tempo para assistir a conteúdos divulgados, os quais, metaforicamente, podem ser considerados como

⁸⁹ “Uma modalidade de conhecimento particular tendo a função de elaboração dos comportamentos e da comunicação entre os indivíduos” (Moscovici, 2012, p. 27).

fábulas que servem de refúgio em um mundo de aparência, sustentado pelas figurações representativas. A exemplo dos relacionamentos virtuais, que

diferentemente dos 'relacionamentos reais', é fácil de entrar e sair [...]. Em comparação com a 'coisa autêntica', pesada, lenta e confusa, eles parecem inteligentes e limpos, fáceis de usar, compreender e manusear. [...]. Sempre se pode apertar a tecla de deletar (Bauman, 2004, p. 13).

Outro exemplo, é a relação do usuário com o tempo. Observa-se que o tempo, conectado às mídias digitais, limita não somente o protagonismo do usuário, deixa “[...]em segundo plano a maravilhosa capacidade humana que é a imaginação. Isso facilita a diminuição do vínculo com a realidade e a confusão entre o que é real e o que é virtual” (Oliveira, 2017, p. 290). Ademais,

Impacta a construção da identidade, em especial a dos adolescentes. Algumas características, como o imediatismo e a impaciência em relação às demoras e esperas, típicas desse estágio de desenvolvimento, parecem acentuadas. Para eles o tempo, sentido complexo a ser definido, é percebido como fragmentado em uma série de 'presentes perpétuos' e imutáveis. Há perda da dimensão histórica e o tempo passado diminui o protagonismo diante da tirania do presente (Oliveira, 2017, p. 289).

Essa reflexão nos leva a considerar o papel do *YouTube* como um ambiente marcado pela interação entre sujeito e objeto, influenciado por uma variedade de elementos objetivos e subjetivos. É essencial compreender essa relação de forma dialética, pois uma fixação excessiva do sujeito no objeto, representado pela plataforma, pode levar a problemas de saúde e bem-estar. Esse processo nos ajuda a entender por que o *YouTube* é um espaço caracterizado por uma dinâmica dialética e contraditória - ao mesmo tempo em que atrai e desencanta, educa e deseduca, confirma e nega, como observado por Adorno (1994).

O *YouTube* é uma plataforma virtual que tem o poder de encantar o usuário ao oferecer uma ampla gama de possibilidades, despertando um senso de maravilha diante de suas funcionalidades e conteúdos diversificados. No entanto, esse encantamento pode ser rapidamente dissipado quando o usuário percebe, ou é confrontado com a percepção de que grande parte do conteúdo disponível é ilusório, levando à perda da sensação de magia. Enquanto o *YouTube* pode ser formativo ao fornecer informações e conhecimento, ao mesmo tempo, pode ser deformador, pois nem todo conteúdo contribui para uma verdadeira formação humana. Além disso, a

plataforma pode afirmar inicialmente posturas éticas, mas posteriormente contradizê-las. Nesse processo, a técnica muitas vezes é tratada como uma verdade, como observado por Adorno (1994).

A compreensão desse processo dialético que atravessa a plataforma pode ajudar a pensar se esse processo de desumanização em curso - instigado pelas redes sociais, que conjuntamente aceleram a fetichização das pseudonecessidades e o adoecimento (Adorno, 1994), influencia os processos educacionais ali gerados.

Paulo Freire (1987, p. 3) adverte que a “desumanização, que não se verifica apenas nos que têm sua humanidade roubada, mas também, ainda que de forma diferente, nos que a roubam, é distorção da vocação de ser mais”. Esta afirmação parece contraditória, porque apesar de toda a racionalidade instrumental que circunscreve o contexto do *YouTube*, ele acelera a fetichização e a vocação de ser mais, não no sentido freiriano, mas no sentido de ter, de aparecer.

A compreensão desse processo dialético que permeia a plataforma do *YouTube* pode ser fundamental para avaliar como o atual processo de desumanização, impulsionado pelas redes sociais, contribui para influenciar os processos educacionais ali presentes. Conforme observado por Adorno (1994), as redes sociais podem acelerar a fetichização das pseudonecessidades e promover o adoecimento social.

Paulo Freire (1987) adverte que a desumanização afeta não apenas aqueles que têm sua humanidade violada, mas também aqueles que a praticam de maneira diferente, distorcendo sua própria vocação para ser mais. Essa afirmação pode parecer paradoxal, pois, apesar da racionalidade instrumental que caracteriza o contexto do *YouTube*, a plataforma pode intensificar a busca pelo ter e pelo aparecer, em vez de promover uma verdadeira busca pelo ser mais, no sentido freiriano.

Essa dinâmica reflete uma tensão entre as possibilidades de desenvolvimento humano proporcionado pelo acesso à informação e pelo compartilhamento de conhecimento na plataforma e os riscos associados à superficialidade, à busca por

popularidade e ao consumo desenfreado que muitas vezes predominam nesse ambiente digital.

2.4 No tutorial de hoje: leitura audiovisual no *YouTube*

Neste subtópico, aborda-se a importância da leitura da palavra, na perspectiva freiriana, não a leitura da palavra escrita, em si, trabalhada na alfabetização, mas a leitura de conteúdos audiovisuais (som, imagem e texto), elaborados e publicados na plataforma *YouTube*. Tal procedimento dar-se-á por entender que estas publicações são constituídas pela comunicação na sociedade em rede que, como já mencionado, é marcada pela interconexão entre o discurso oral, textual e audiovisual (Castells, 1999).

Paulo Freire (1992) ressalta que o avanço da tecnologia é uma consequência natural do desenvolvimento humano ao longo da história. Ele argumenta que é inadequado demonizar ou idolatrar a tecnologia, mas sim entendê-la como uma prática política permeada de ideologia. O cerne da questão reside em saber como utilizar essa tecnologia e refletir sobre em benefício de quem ela está sendo empregada.

[...] o exercício de pensar o tempo, de pensar a técnica, de pensar o conhecimento enquanto se conhece, de pensar o quê das coisas, o para quê, o como, o em favor de quê, de quem, o contra quê, o contra quem são exigências fundamentais de uma educação democrática à altura dos desafios do nosso tempo (Freire, 2000, p. 102).

O olhar curioso, indagativo e crítico proposto por Freire (2000) serve como fundamento para este estudo, incentivando-nos a refletir sobre como os processos educacionais influenciam a formação humana.

Não é finalidade do estudo propor intervenção à leitura de mundo do usuário do *YouTube*, tampouco pretende “demonizar” as redes de *internet*, pois seria uma luta sem sentido, busca-se “[...] estimular o desenvolvimento da curiosidade e o pensar crítico” do usuário (Freire, 2000, p. 49). Afinal, a tecnologia não é boa nem má, não é salvadora nem a causadora dos males atuais (Freire, 2000). Mas, é preciso estar

atento e indagar criticamente: quem a manipula, quem está por trás? É urgente enxergá-la enquanto um recurso que está a serviço de um grupo, de um sistema vigente, que gera o consumismo na ótica capitalista, por meio da massificação, manipulação e inculcação de valores que vão, paulatinamente, constituindo o ser humano, exigindo-se vigilância ética sobre ela.

A partir do pensamento freiriano, pensar como a leitura da linguagem audiovisual no *YouTube* contribui para a formação da visão de mundo dos usuários. E ainda, como os processos educativos presentes nessa plataforma influenciam a formação humana.

Os processos educativos ali gerados exigem que o usuário saia da condição de silenciado, de seguidor, reproduzidor que confia nas narrativas produzidas pelos influenciadores digitais e as toma como verdades. No entanto, é fundamental que desenvolvam habilidades críticas para avaliar as informações recebidas e não simplesmente aceitar as narrativas dos influenciadores como verdades absolutas, mas questioná-las, compará-las com outras fontes e formar suas próprias opiniões.

Como pontuado ao longo da tese, a rede de *internet* é impregnada de conteúdos que ensinam “alguma coisa a alguém”. Nesse emaranhado de conteúdos, há aqueles que precisam ser cuidadosamente explorados para serem entendidos, como é o caso do poder de comunicação de dois fenômenos atuais: as *fakes news* e pós-verdades que têm se multiplicado “[...] vertiginosamente nos meios digitais, contaminando e comprometendo processos de informação e de formação dos indivíduos para a cidadania e para a democracia” (Leite, R., 2019, p.13).

É relevante ir além da mera discussão sobre tecnologia e destacar a importância da cidadania digital, ou e-cidadania, que se refere ao comportamento ético e responsável dos indivíduos no ambiente on-line. Isso implica em considerar não apenas a alfabetização digital, mas também os direitos e deveres dos usuários da internet, como o compartilhamento responsável de informações e a expressão sem causar ofensas (Lima; Diniz; Fonseca, 2023).

Esta perspectiva demanda uma educação que contribua para o desenvolvimento de habilidades que promovam o uso consciente e crítico da *internet*. Isso inclui não apenas o entendimento técnico das ferramentas digitais, mas também a compreensão dos valores éticos que devem orientar as interações *on-line*. Em razão disso, é necessário que o usuário da *internet* esteja alerta às entrelinhas das narrativas publicadas, às linguagens de som, imagem e texto, no sentido de “engajar-se numa experiência criativa em torno da compreensão e da comunicação” (Freire, 2001, p. 261).

Essa leitura precisa ser atenta, cuidadosa, interpretativa. Uma abordagem educacional abrangente nesse sentido contribui não apenas para a construção de uma sociedade digital mais ética e responsável, mas também para o fortalecimento da democracia e do respeito aos direitos humanos no ambiente *on-line*. A leitura de palavra deve ser precedida pela leitura de mundo (Freire, 2015):

[...] o resultado do diálogo mais profundo de respeito entre homens e mulheres, respeitando cada um a inteireza de dignidade do outro ou da outra. Dizer a palavra verdadeira é biografar-se. É possibilitar que sejamos sujeitos da história também e saíamos da condição de apenas objeto da sociedade (Freire, 2015, p. 293).

Paulo Freire nos oferece *insights* valiosos para refletir sobre como os processos educacionais gerados no *YouTube* impactam na formação humana, especialmente ao criticar a tendência nacional de adotar soluções prontas e importadas de outras sociedades, sem considerar a realidade social própria. Freire defende a importância da leitura crítica da palavra e da leitura de mundo como ferramentas essenciais para a emancipação intelectual e social.

Essa perspectiva teórica sobre a leitura, tanto da palavra quanto do mundo, é fundamental para compreender a leitura audiovisual, que envolve elementos como som, imagem e texto, e os processos educacionais presentes nos conteúdos disponíveis no *YouTube*. Ao considerar essa base teórica, é possível analisar de que maneira os conteúdos audiovisuais veiculados na plataforma *on-line* podem influenciar a formação humana.

O *YouTube*, como uma fonte abundante de informação e entretenimento, desempenha um papel significativo na construção das visões de mundo dos usuários. No entanto, é importante reconhecer que nem todos os conteúdos são igualmente educativos ou confiáveis. Muitos vídeos podem promover perspectivas distorcidas, desinformação ou até mesmo conteúdos prejudiciais. Por isso, é essencial que os usuários desenvolvam habilidades críticas para avaliar e interpretar as mensagens transmitidas pelos influenciadores digitais e produtores de conteúdo, a fim de fazer escolhas informadas e responsáveis em sua jornada de aprendizado e desenvolvimento pessoal.

Nota-se que muitos conteúdos disponibilizados na plataforma têm ensinado “alguma coisa a alguém” ou têm sido referência para outros multiplicarem determinadas ações e resolverem problemas reais - a partir da realidade de outras sociedades. A título de exemplificação, cita-se o *bullying* na escola. Recentemente, o Brasil tem enfrentado ataques a escolas dos Estados de Santa Catarina, São Paulo, Goiás, situação que há até pouco tempo se restringia a outros países, como os Estados Unidos. Uma das hipóteses para a incidência desses eventos está associada à vinculação de conteúdos de ataques na *internet*, anteriormente restrito apenas ao *deep web*⁹⁰. Agora, com um *software* específico, o acesso a esses conteúdos é disponibilizado a qualquer pessoa.

A disseminação de conteúdos extremistas nas redes sociais tem sido um dos fatores apontados por especialistas para “o aumento de ataques em escolas brasileiras” (Globo, 2023, s/p). Ou seja,

A maior parte das mensagens veiculadas pelas redes sociais [...] têm características de um movimento organizado para causar pânico. Esses eventos, segundo o que vem sendo difundido, ocorreram especialmente entre 12 e 20 de abril, este último, dia do massacre de Columbine e aniversário de Hitler (Unicamp, 2023, s/p).

O acontecimento mencionado é apenas um entre vários que poderiam ser citados a fim de demonstrar a necessidade de leitura audiovisual dos conteúdos publicados no *YouTube*, os quais não são neutros, nem parciais. Essa perspectiva

⁹⁰ Parte da Web que não é anexada pelo mecanismo de busca, como o Google, lado sombrio da web.

reforça o cuidado que o usuário precisa ter com as entrelinhas ideológicas que permeiam a tecnologia. É essencial abordá-la de forma crítica, questionando a quem servem os conteúdos, quais os fundamentos por trás de sua divulgação e se a proposta ao replicá-los é provocar o caos ou manter a ordem opressora vigente. Paulo Freire (1997a) adverte sobre essa questão, destacando a importância de se estar atento aos interesses subjacentes aos conteúdos que consumimos e aos processos educacionais nos quais estamos inseridos.

O progresso científico e tecnológico que não responde fundamentalmente aos interesses humanos, às necessidades de nossa existência, perdem, para mim, sua significação [...] não se trata, acrescentemos, de inibir a pesquisa e frear os avanços, mas de pô-los a serviço dos seres humanos. A aplicação de avanços tecnológicos com o sacrifício de milhares de pessoas é um exemplo a mais de quanto podemos ser transgressores da ética universal do ser humano e o fazemos em favor de uma ética pequena, a do mercado, a do lucro (Freire, 1997a, p. 147-148).

A razão de ser da tecnologia precisa ser questionada cotidianamente, informações publicadas precisam ser digeridas e não imediatamente compartilhadas. Assim como Paulo Freire aprendeu a ler com as cores, imagens e sons que compunham seu mundo, os usuários do *YouTube* têm a oportunidade de aprender a ler por meio dos conteúdos audiovisuais disponíveis na plataforma. No entanto, é importante destacar que, segundo Freire, que “ler não é puro entretenimento, nem tampouco um exercício de memorização mecânica [...]” (Freire, 2001, p. 260), ultrapassa a simples reprodução de informações e influências externas.

O poder da palavra é um instrumento de transformação, capaz de promover a humanização do sujeito (Freire, 2001). Nessa perspectiva, a leitura é um processo que pode levar à reflexão crítica, à formação de opinião e à tomada de decisões autônomas. Todavia, cabe questionar se os conteúdos audiovisuais do *YouTube* estão contribuindo para essa formação humana ou se estão apenas reforçando ajustamentos do sujeito que os consome.

Essa abordagem teórica nos desafia a refletir sobre se os diversos temas postados em uma plataforma de entretenimento têm sido abordados com o propósito de conscientização sobre determinados assuntos. Além disso, nos leva a questionar se a capacidade de ler, interpretar e questionar desses usuários estimulam o

pensamento crítico, contribuindo para uma compreensão mediada pelo mundo e pela realidade concreta. Isso nos leva a ponderar se os temas abordados nos conteúdos publicados estão moldando o sujeito para se adaptar à prática predominante de simplesmente reproduzir informações. Em outras palavras, se esses conteúdos são guiados por um discurso superficial, padronizado e unidirecional, que impede o usuário de se tornar um agente ativo diante das informações divulgadas.

Diante das prerrogativas já apresentadas ao longo do estudo, parece-nos que os conteúdos disponibilizados na plataforma *YouTube* vêm planejados para atingir determinado fim (Raulino, 2018). Apresentam-se de forma prescrita e pronta, de maneira que o usuário não tenha o trabalho de refletir e questionar, mas apenas ingerir, imitando o ordenado, o instituído, pautado por um efeito alienador⁹¹. Isso significa que não permitem nenhum ato cognitivo por parte daquele que os consome, afinal, foram feitos para o lazer e o entretenimento, embora carregados de significações, elaborados com finalidades racionalmente definidas.

A rede de internet proporciona um espaço livre e aberto para aqueles que desejam elaborar novas expressões e ideologias. No entanto, ao mesmo tempo, também disponibiliza informações distorcidas, superficiais e explicações simplistas, que podem oprimir e alienar seus usuários. Portanto, é crucial que os usuários questionem, por meio de uma percepção autônoma, se os conteúdos publicados são verdadeiros, quem os produziu, com qual finalidade, entre outras questões relevantes. Essa postura crítica e reflexiva é essencial para promover uma utilização mais consciente e responsável da internet, contribuindo para uma experiência mais enriquecedora para todos os usuários.

Segundo Valente (2019, p. 23), para mudar esse cenário, é necessário promover o "diálogo com a realidade [...], criticando-a, denunciando as disparidades e atuando coletivamente para que se transformem, pensando processualmente e de maneira analítica, nunca dogmática". O conteúdo veiculado no *YouTube* exerce influência ao informar, estabelecer tendências, moldar valores, comportamentos e

⁹¹ No sentido marxista: de produção de falsa consciência.

costumes. Nesse contexto, a educação desempenha um papel fundamental ao capacitar os usuários a desenvolverem uma visão crítica de si mesmos, dos outros e do mundo ao seu redor. Isso se torna possível porque o conhecimento liberta, permitindo que os usuários lidem de forma consciente com a rápida disseminação de informações através das mídias sociais, muitas vezes distorcidas.

Esse tipo de comunicação é péssimo para quem não tem acesso a outros tipos de informações e as aceita sem buscar fontes ou evidências para saber se são ou não reais. Por não fazerem uma análise crítica, internalizam notícias falsas (*fake news*) que em nada contribuem para a formação de uma consciência crítica e, por compartilharem-nas como verdadeiras, reforçam as deturpações e propagações de opiniões sem reflexões, transformando aquilo que é falso em verdadeiro (Paes, 2019, p. 34).

A propagação rápida das mídias, seja de forma direta ou indireta, exerce uma influência significativa nos eventos, ampliando sua disseminação e muitas vezes sendo aceita como verdadeira sem questionamento. Nesse contexto, os usuários do *YouTube* muitas vezes assumem uma postura passiva, recebendo as informações como definitivas, sem questioná-las. Embora tenham liberdade para escolher absorver ou não o conteúdo apresentado, sua capacidade de análise crítica pode ser comprometida devido à falta de habilidade em interpretar adequadamente os elementos multimídia (áudio, vídeo e texto). Essa falta de maturidade reflexiva pode impedi-lo de discernir adequadamente sobre os fatos apresentados, tornando-o suscetível a aceitar informações sem questionamento ou consideração crítica. Assim, apesar da liberdade de escolha, a falta de habilidades reflexivas pode limitar a capacidade do usuário do *YouTube* de se envolver de maneira crítica e informada com o conteúdo que consome.

Se há uma intenção de distorcer a verdade no ambiente virtual, é necessário promover uma educação humanizada que incentiva o questionamento, a investigação e a problematização da realidade, uma vez que esta não é algo estático ou imutável. É essencial compreender a complexidade da realidade e adotar uma postura ativa ao lidar com ela. Isso implica não apenas em absorver informações passivamente, mas também em desenvolver habilidades críticas que permitam uma análise cuidadosa e uma posição fundamentada diante dos acontecimentos, numa mudança “[...] de postura frente ao mundo, à medida que troca o ponto final das respostas pré-

determinadas pelo ponto de interrogação das perguntas, com uma postura questionadora e investigativa [...]” (Camargo, 2014, p. 312).

A exemplo da pós-verdade, fenômeno em que o discurso é sustentado mais pela emoção do que pelos fatos objetivos, com o intuito de influenciar a opinião do usuário da *internet* (Leite, R., 2019). Em muitos casos, isso pode ser visto como uma estratégia mobilizadora que tende a polarizar opiniões ao apelar para as emoções das pessoas envolvidas. Essa forma de comunicação, muitas vezes, limita o pensamento crítico e encoraja a reprodução acrítica de ideias, incentivando ações baseadas na percepção dos outros, como vemos frequentemente nas mídias digitais.

Ao discutir a questão da pós-verdade e das *fake News* (Leite, R., 2019), é importante destacar que não se pretende atribuir culpa à tecnologia, uma vez que esta é resultado de uma produção coletiva, planejada e executada por diversas pessoas, mas reconhecer que a utilização da tecnologia está imbuída de um pensamento ideológico que determina racionalmente como ela deve ser utilizada e quais objetivos devem ser alcançados.

Nesse contexto, a ética não reside na própria tecnologia, que é apenas um instrumento, mas naquilo que ela representa dentro dessa lógica hegemônica ao ser transformada em mercadoria ou utilizada como ferramenta para manter essa lógica dominante. É essa concepção que muitas vezes dificulta os usuários da *internet* a adotarem uma postura crítica em relação ao conteúdo que consomem e compartilham. Assim, ao abordar o papel da tecnologia na disseminação de informações, é fundamental não demonizá-la, mas sim analisar criticamente como ela é utilizada e como essa utilização reflete e perpetua determinadas ideologias e interesses.

No caso específico do *YouTube*, a plataforma em si não é a responsável por impedir os usuários de adotarem uma visão crítica. Ao contrário, o *YouTube* fornece um espaço onde uma variedade de conteúdo pode ser compartilhada e acessada. Quanto aos criadores de conteúdo, como Felipe Neto, é importante reconhecer que muitas vezes não se trata apenas de uma pessoa, mas de uma equipe especializada em produção audiovisual, composta geralmente por diversos profissionais

qualificados, roteiristas e editores, que trabalham em conjunto para criar e divulgar conteúdos específicos.

Esses conteúdos são concebidos com propósitos delineados, visando alcançar um determinado público-alvo, e possuem uma intencionalidade que deve ser levada em consideração ao analisar o impacto que têm sobre os espectadores. Portanto, ao discutir a influência do *YouTube* e de seus criadores de conteúdo, é importante considerar não apenas a plataforma em si, mas também as equipes por trás dos canais e os objetivos que guiam a produção e divulgação desses conteúdos.

Isso nos permite uma análise mais abrangente e contextualizada do papel que esses elementos desempenham na formação de opinião e na disseminação de informações na era digital. É nesse sentido que é tão urgente quanto necessária uma compreensão correta da tecnologia, que rejeita tanto a visão de que ela é intrinsecamente maligna e uma ameaça constante aos seres humanos, quanto a ideia de que está sempre a serviço do bem-estar humano (Freire, 2000).

A perspectiva teórica de Paulo Freire, especialmente sua abordagem da educação libertadora, é extremamente relevante ao refletir sobre o papel da educação na era digital e no contexto do *YouTube*. Através da educação libertária, os usuários do *YouTube* podem se tornar agentes ativos de mudança, capazes de perceber e questionar alternativas diferentes daquelas apresentadas pelos *Youtubers*. Ao desenvolver uma consciência crítica, os usuários podem começar a analisar de forma mais processual a linguagem audiovisual utilizada nos vídeos, questionando os discursos e as narrativas apresentadas.

Assim como os *Youtubers* conquistam a confiança e a credibilidade de seus seguidores, os usuários também podem aproveitar a plataforma como uma ferramenta poderosa para sua emancipação. Ao promover a conscientização e a reflexão, a educação libertadora pode ajudar os usuários a se tornarem mais autônomos e responsáveis em sua interação com o conteúdo do *YouTube* e com o mundo ao seu redor.

Sem dúvida, a ideia de que "ensinar exige esperança", conforme orientado por Paulo Freire em "Pedagogia da Autonomia" (1980), é fundamental quando consideramos a interconexão entre criticidade, autonomia, conscientização⁹² e a leitura do mundo.

Essa categoria serve como um elemento essencial para compreender e analisar os processos educacionais no contexto do *YouTube* porque significa não apenas consumir passivamente o conteúdo oferecido, mas também desenvolver uma postura crítica, questionadora e autônoma em relação ao que é apresentado. Nesse sentido, a perspectiva freiriana nos convida a pensar não apenas nos conteúdos específicos oferecidos na plataforma, mas também nos processos educacionais subjacentes e em como eles podem promover a transformação social e pessoal dos usuários.

2.5 O véu que encobre e fortalece o consumo no *YouTube*

Conforme mencionado anteriormente, Paulo Freire e Adorno são referências epistemológicas que nos auxiliam a analisar os processos educacionais ocorridos no canal do influenciador Felipe Neto, no *YouTube*. O propósito deste diálogo teórico é elucidar as contribuições epistemológicas de ambos e suas convergências no que diz respeito à experiência formativa no contexto educacional.

Para Adorno, a educação representa um esforço de reeducação em uma sociedade administrada e coisificada, enquanto para Freire, ela constitui uma

⁹² "A conscientização implica que ultrapassemos a esfera espontânea de apreensão da realidade para chegarmos a uma esfera crítica, na qual a realidade se dá como objeto cognoscível e na qual o homem assume uma posição epistemológica. A conscientização é, nesse sentido, um teste de realidade. Quanto mais conscientização, mais se 'des-vela' a realidade, mais se penetra na essência fenomênica do objeto, frente ao qual nos encontramos para analisá-lo. Por esta mesma razão, a conscientização não consiste em 'estar frente à realidade' assumindo uma posição falsamente intelectual. A conscientização não pode existir 'fora das práxis', ou melhor, sem o ato ação-reflexão. Esta unidade dialética constitui, de maneira permanente, o modo de ser ou transformar o mundo que caracteriza o homem" (Freire, 1980, p. 26).

oportunidade de emancipação política, promovendo a autonomia individual em direção à humanização dialógica e à superação do estado de opressão e alienação (Habowski; Conte, 2018). É sob essa perspectiva que esses pensadores nos auxiliam a refletir sobre os processos educacionais presentes na plataforma *YouTube* e como impactam na formação humana.

Cada um dos teóricos mencionados aponta a educação como uma ferramenta fundamental para a mudança social, enfatizando que sem ela a sociedade não pode evoluir. A educação desperta a consciência crítico-reflexiva do indivíduo e o capacita para compreender e transformar sua realidade. Por meio dela, o sujeito se emancipa como ser social. No entanto, Paulo Freire (2000) adverte que a educação, por si só, não é capaz de transformar a realidade social.

Adorno (1994), por sua vez, alerta para a impossibilidade de oferecer uma educação perfeita e totalmente prazerosa, pois ela também está sujeita ao tensionamento dialético da razão. Ou seja, embora a educação seja formativa, ela também pode causar frustração ao longo do processo.

Apropriar-se dessas perspectivas teóricas sobre educação ajuda-nos a pensar sobre o processo de sociabilidade na *internet* pois são justamente as paixões que circulam nas redes sociais (*Facebook, Instagram e YouTube*) que trazem aos usuários a preocupação extrema de ter ao invés de ser: ter aparência, ter o padrão de beleza estabelecido socialmente, ter *status*, seguidores e *likes*⁹³, ser aquilo que não são apenas para agradar a outros que acompanham suas postagens e publicações na *internet*. Embora as paixões sejam inerentes à natureza humana, elas podem levar a um caminho sem retorno.

A questão em destaque não é retroceder no uso das tecnologias nem coibir o acesso às redes sociais. O foco está na importância de equilibrar o tempo dedicado a essas plataformas, a fim de evitar prejuízos significativos para a vida, como as

⁹³ Refere-se a curtidas (quantidade de curtidas, pois é o propósito do ter) em relação às postagens na rede.

doenças caracterizadas pela era digital: “o vício da internet, a síndrome da fadiga de informações e a sobrecarga de informações” (Palfrey; Gasser, 2011, p. 210).

O uso contínuo e sem limites das redes sociais pode levar o usuário a perder suas características originais e identidade própria. Como resultado, o usuário pode se envolver em um comportamento de ostentação, onde o amor por si mesmo dita sua aparência e suas ações. Esse fenômeno se manifesta na exibição de objetos de consumo, como iates, joias, carros e roupas de marca, compartilhados nas redes sociais para fortalecer o consumismo. Esse comportamento de exibicionismo pode se transformar em uma armadilha social que aprisiona e sufoca, levando-nos a refletir sobre como os processos educacionais gerados no *YouTube* afetam a formação humana.

É evidente que os desdobramentos do amor-próprio no contexto social podem, da mesma forma que na *internet*, resultar em diversos prejuízos para a formação humana. Por exemplo, o desejo por *status*, a sensação de superioridade e a busca exagerada por reconhecimento podem levar a uma variedade de atitudes e reações negativas, como a publicação de fotos ou vídeos íntimos de parceiros após o término do relacionamento nas redes sociais. Os efeitos desse comportamento, segundo Ferreira e Deslandes (2018) são prejudiciais e devastadores, especialmente para adolescentes, podendo até mesmo conduzir ao suicídio.

Outro exemplo é o caso do que tem submetido o público juvenil aos mais variados tipos de violência digitais, dentre elas, o assédio cibernético, postagens depreciativas que são vistas por milhares de pessoas, sem dizer nos apelidos rudes que constroem aqueles intimidados. Essa violência acometida nas redes sociais desenvolve vários tipos de psicopatologias, como “insônia, depressão, baixo rendimento escolar ou falta de concentração” (Ferreira; Deslandes, 2018, p. 3376).

É por meio da educação que se pode orientar criticamente os usuários da internet a se afastarem desse “véu espesso” das redes sociais, que tem levado muitos indivíduos a cometerem crimes cibernéticos, organizarem invasões a escolas e outras ações prejudiciais, visando apenas benefícios pessoais e negligenciando o bem

comum. Como afirmam Santos e Cipriano (2014, p. 65): “as tecnologias não fazem senão o que seus usuários as fazem fazer no momento em que se apropriam delas”. Portanto, é crucial educar os indivíduos para que possam utilizar as tecnologias de forma responsável, ética e consciente, considerando sempre o impacto de suas ações no coletivo e na sociedade como um todo.

Essa forma de vida experimentada e vivenciada nas redes sociais configura uma nova sociabilidade, facilitada por um sistema que promove interações, compartilhamentos, trocas e conectividade entre os usuários. Em outras palavras, é um sistema que encoraja a colaboração de qualquer pessoa disposta a se envolver com outros por meio da plataforma (Santos; Cipriano, 2014).

A troca, nesse cenário, ocorre através da colaboração entre internautas, impulsionada pelos recursos tecnológicos, em plataformas relacionais como “os *blogs*, os *wikis*, os *sites* de redes sociais [...], os *sites* de compartilhamento de músicas, imagens e vídeos (tais como o *Flickr* ou o *YouTube*), da mesma forma que alguns outros serviços e funcionalidades [...]” (Santos; Cipriano, 2014, p. 65).

O compartilhamento envolve o compartilhamento de produções, interesses pessoais, troca de informações, fotos testemunhais e autorretratos (*selfies*), sentimentos e emoções, entre outros conteúdos (Santos; Cipriano, 2014).

A conectividade, outro elemento das redes sociais *on-line*, aumenta o valor do produto conforme o número de usuários, explicando o desejo de muitos de se tornarem influenciadores digitais. Empresas de publicidade também presenteiam esses influenciadores com produtos em troca de promoção em seus canais, aproveitando o reconhecimento e confiança que eles têm junto aos seguidores (Santos; Cipriano, 2014).

Nesse contexto, os membros das redes sociais, influenciados pelo amor-próprio, adotam máscaras sociais impostas por essa nova forma de sociabilidade, alimentada por trocas, compartilhamentos e conectividade entre os indivíduos conectados em rede. Esse não isolamento, marcado pela interação recíproca dos indivíduos, resulta gradualmente em uma perda de autenticidade, mesmo que eles

acreditem no contrário devido à forte expressividade envolvida e à sensação de pertencimento. Como resultado, eles não sabem quem realmente são, apenas como parecem ser. E assim, as redes sociais se tornam um palco de encenação e representação, que muitas vezes prejudica aqueles que as utilizam. O caminho não é eliminar essas plataformas, nem proibir seu uso, mas sim orientar seu uso de maneira cautelosa e preventiva.

Como já mencionado, a educação não apenas forma, mas também gera frustração constantemente (Adorno, 1994). Por isso, é crucial compreendê-la a partir de suas contradições e elaborá-la de modo a orientar os indivíduos a lidar com as frustrações, medos e violências da vida. Para tanto, a educação deve estar voltada para a formação político-social, proporcionando uma experiência formativa significativa. Ainda para Adorno (1994, p. 23): “a experiência é um processo autorreflexivo em que a relação com o objeto molda a formação do sujeito em sua objetividade”.

Portanto, um modelo educacional que ensinasse a interpretar a realidade certamente orientaria os indivíduos a navegarem criticamente na *internet*, ajudando a prevenir problemas psicológicos resultantes da sublimação dos instintos, idealização política, autoestima, desejo libidinal e outros aspectos que estão presentes e proliferam na sociedade contemporânea (Adorno, 1994). Tal perspectiva pode nos ajudar a compreender os motivos pelos quais os usuários do *YouTube* se unem em torno de uma referência (*Youtuber*) e se envolvem com um canal com base em vínculos de confiança e credibilidade.

Essa prática estabelecida pode, direta ou indiretamente, contribuir na formação identitária desses sujeitos. Entretanto, sustentado pelos “efeitos negativos de um processo educacional pautado meramente numa estratégia de ‘esclarecimento’ da consciência, sem considerar a forma social em que a educação se concretiza como apropriação de conhecimentos técnicos” (Adorno, 1994, p. 9).

Essa impotência da educação vigente impossibilita a emancipação, segundo o pensamento frankfurtiano. Isso ocorre porque a educação centrou-se no trabalho

social e não na “formação da consciência em si, no aperfeiçoamento moral, na conscientização” (Adorno, 1994, p. 15). Ao trazer esta perspectiva para o âmbito do *YouTube*, percebe-se que tais desdobramentos se não forem “controlados” por uma educação humanista, por exemplo, podem trazer prejuízos à formação humana porque incitam as mais variadas atitudes e reações.

É fundamental que a educação se torne um instrumento revelador das contradições da realidade, expondo a falsa sensação de felicidade presente nas redes sociais e evidenciando como a indústria cultural influencia e direciona as escolhas individuais. Ela deve mostrar como essa cultura padronizada recria uma vida baseada na compensação, direcionando a energia libidinal e outros aspectos da vida humana.

Nesse sentido, é crucial romper com a concepção de educação como simples absorção de conhecimento teórico e prescrições para a eficiência, e sim promover um aprendizado aberto, que incentive a reflexão sobre a história e proporcione contato com o outro, reconhecendo a sua diferença e singularidade (Adorno, 1994).

Em outras palavras, é necessário que a educação transcenda a preocupação exclusiva com o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e com o preparo para o mercado de trabalho. Ela deve agregar ao currículo técnico o respeito à diversidade e um ensino-aprendizado humanista que promova a compreensão da cultura à qual o sujeito pertence.

Essa base educacional humanística certamente terá impacto em outros aspectos da vida social, inclusive na plataforma *YouTube*, que, embora não seja um ambiente educacional formal, proporciona uma variedade de conhecimentos, como mencionado anteriormente. Apesar de oferecer entretenimento, informação e conhecimento, como destacado por Burgees e Green (2009), o *YouTube* não é um espaço relacional e dialógico por natureza. Da mesma forma, o *Youtuber* não é necessariamente um potencial educador, pois essa não é a sua função principal.

CAPÍTULO 3. OS PROCESSOS EDUCACIONAIS GERADOS PELO CANAL DO YOUTUBER FELIPE NETO

Este capítulo se concentra no corpus de análise composto pela trajetória e atividades profissionais do *Youtuber* Felipe Neto, bem como pelos conteúdos audiovisuais publicados em seu canal entre 2019 e 2020. A análise é conduzida sob a ótica do pensamento freiriano, utilizando duas categorias teóricas principais: consciência crítica e leitura de mundo. Além disso, incorpora-se a categoria de pertencimento para examinar o interesse dos usuários do canal, que buscam identificação e representação na figura do outro (Felipe Neto), buscando, por meio do entretenimento, satisfazer suas necessidades, desejos, sonhos e ideais.

Este capítulo foi organizado em três seções distintas: a primeira aborda o tratamento dos dados coletados; a segunda seção discute a persona de Felipe Neto; e a terceira apresenta as análises propriamente ditas. No entanto, antes de iniciar a análise proposta, é necessário fornecer alguns esclarecimentos sobre como essa construção foi planejada e os elementos que a compõem.

Neste estudo, consideramos que os conteúdos audiovisuais analisados são produzidos pelo *Youtuber* Felipe Neto de forma técnica e racional, com base em uma perspectiva mercadológica. Isso significa que Felipe Neto produz mercadorias⁹⁴, seja na forma de jogos *on-line* ou de entretenimento, e as expõe em seu canal (empresa), onde são "vendidas" aos usuários. Como mercadorias, esses conteúdos precisam ser consumidos, uma vez que a monetização do canal depende de métricas de engajamento, como visualizações, comentários e likes, que só podem ser alcançadas e mantidas se os usuários forem assíduos ao canal e/ou membros dele.

Essa dinâmica de consumo e engajamento reflete o conceito de circulação de mercadorias descrito por Marx (1998), onde a venda e compra de mercadorias servem como meio para atingir um objetivo além da própria circulação: a satisfação de

⁹⁴ “a mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa” (Marx, 1983, p. 45).

necessidades e a apropriação de valores de uso. Essa dualidade intrínseca da mercadoria – valor de uso e valor de troca- e a sua produção constitui a base das mediações sociais, pois “as pessoas não consomem o que produzem, mas produzem e trocam mercadorias para adquirirem outras mercadorias” (Postone, 2014, p. 174 *apud* Melo; Guaragni; Zazula, 2016, p.149).

Esse viés mercadológico, voltado para atender às pseudonecessidades dos usuários, contribui para a coisificação do indivíduo/usuário, uma vez que no contexto capitalista, o indivíduo é percebido e tratado como um mero instrumento para garantir o sucesso do canal e de seu criador. Essa coisificação do indivíduo implica a perda de sua singularidade em suas expressões subjetivas, e não se limita apenas ao consumo no canal. Em outras palavras, os indivíduos se tornam alienados de si mesmos, anulando sua identidade frente à racionalidade instrumental dominante, como indicado por Adorno e Horkheimer (1985, p. 35): “[...] as próprias relações dos homens foram enfeitadas, inclusive as relações de cada indivíduo consigo mesmo”.

A cultura é inseparável do processo de existência humana, no qual se estabelece tanto a "produção do homem por si mesmo, mediante a ação exercida sobre a natureza", quanto a "produção dos meios de sustentação da vida" (Pinto, 1979, p. 123). Ela possui duas dimensões: como bem de consumo e como processo de produção. Na primeira, a cultura se manifesta em instrumentos e artefatos diversos, enquanto na segunda, consiste em ideias abstratas presentes em cada período histórico, influenciadas por perspectivas técnicas próprias de cada sociedade.

Contudo, na sociedade contemporânea, "o homem, em vez de se apropriar da cultura, de dominá-la, faz o inverso, aliena-se a ela, transformando-a em uma realidade entificada, superior a ele" (Pinto, 1979, p. 126). Isso impede que o homem possa ser verdadeiramente um agente produtor de si mesmo, para si mesmo.

Ao torna-se um bem para outro, o homem converte-se “[...] em instrumento de utilização alheia, desaparece a dignidade que o caracterizava como produtor de si mesmo pela mediação da cultura que fora criando e acumulando e se estabelece um regime de convivência injusto e desumano” (Pinto, 1979, p. 127).

Tal realidade explica porque a apropriação e o manejo de produtos da cultura ocorrem de forma diferenciada nos diversos grupos sociais. Enquanto um grupo é privilegiado por deter a “parte ideal” e o aspecto subjetivo da cultura, apropriando-se dela como bem de produção, concebendo-a como finalidade social, o outro grupo transforma-se em detentor dos instrumentos de operação do mundo concreto pelo trabalho que desempenha, absorvendo a cultura apenas como bem de consumo (Pinto, 1979).

É com base nesses *insights* e no conjunto de elementos, incluindo a atividade profissional do *Youtuber* Felipe Neto e seus conteúdos audiovisuais, que este capítulo busca analisar como os processos educacionais gerados em seu canal no *YouTube* influenciam a formação dos sujeitos.

3.1 Tratamento dos Dados: Vídeos *Minecraft* e de Entretenimento

A coleta de dados no canal do Felipe Neto ocorreu entre os dias 1º de fevereiro e 31 de março de 2023, sempre às quartas-feiras⁹⁵. Durante o levantamento de dados, verificou-se que vídeos publicados em 2018 e boa parte da publicação de 2019 haviam sido removidos pela própria plataforma. Tais remoções, segundo Felipe Neto⁹⁶, foi devido à criação das normas do *YouTube* para *strikes*⁹⁷.

Observou-se ainda que nenhum dos vídeos publicados em 2019 e 2020 teve registro de *dislike* (não curtidos) pelos seguidores do canal. Isso permite levantar três perspectivas: 1) o “mercado de venda de “likes” [...], um processo mecânico que sequer representa a expressão real de conexão” (Raulino, 2018, p. 43); 2) “quem consome o conteúdo gosta do que está sendo abordado” (Backes, 2019, p. 117); 3)

⁹⁵ (em fevereiro nos dias 1º, 8, 15 e 22; em março, respectivamente, nos dias 1º, 8, 15, 22 e 29). No último dia (29/03) o canal contava com 44,8 milhões de inscritos.

⁹⁶ O próprio *YouTube* removeu os vídeos que feriam as regras da plataforma.

⁹⁷ O canal leva *strike* do *YouTube* quando o *Youtuber* disponibilizar conteúdos (imagem e áudio) copiados ou de terceiros sem prévia autorização. Neste caso, o conteúdo é removido e em três *strikes* a conta ou canais associados podem ser removidos.

retirada de comentários de seu canal pelo próprio Felipe Neto, em 2018, quando a plataforma decidiu “responsabilizar os criadores por comentários de terceiros em vídeos publicados [...]” (Matos, 2020, p. 188). Na ocasião, o *Youtuber* declarou:

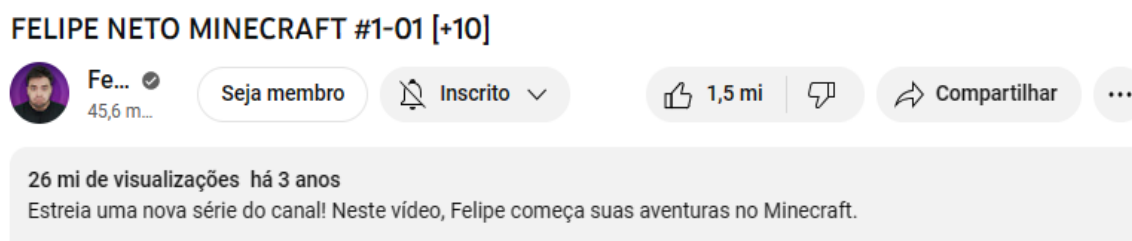
Não vou deixar o *YouTube* acabar com a minha vida. E se o *YouTube* está disposto a punir o meu canal porque alguém pode ir lá e fazer um comentário criminoso no meu vídeo, então, a partir de agora, eu estou tirando os comentários do meu canal (Felipe Neto, 2018 *apud* MATOS, 2020, p. 189).

O *Youtuber* esclarece que retira comentários do seu canal como uma forma de não ser punido pela plataforma ao ser desmonetizado⁹⁸, o que permite inferir que os *dislikes* realizados entre 2019 e 2020 podem ter sido excluídos pelo canal, principalmente porque em julho de 2020 Felipe Neto foi vítima de *fake news* e ameaças nas redes sociais por se posicionar politicamente contrário a Jair Bolsonaro em assunto relacionado ao manejo com a covid-19 (Globo, 2020). Ressalta-se, em tempo, que o *botão dislike* não está disponível por decisão da plataforma, como aponta Felipe Neto:

A plataforma *YouTube* anunciou a remoção do número de “dislikes” nos vídeos da plataforma. O número passa a ser visualizado de forma privada, apenas pelos criadores de conteúdo. O botão de “dislike” não será removido e os usuários ainda podem sinalizar seu descontentamento. Apenas não saberão quantas pessoas também fizeram isso (Época Negócios, 2021).

Essa decisão da plataforma parece contraditória, isto é, o botão *dislike* continua disponível (Figura 8), permitindo ao usuário manifestar se ‘não gostou’ do conteúdo publicado, mas os números referentes não podem ser visualizados pelo usuário nem por seus pares.

FIGURA 8. Botão dislike



Fonte: *YouTube*, 2020.

⁹⁸ “Bloqueio da geração da receita em um vídeo” (Matos, 2020, p. 194).

O *YouTube* ao disponibilizar o botão *dislike* e não publicizar os números referentes a ele, permite inferir que se trata de um falseamento da realidade porque a plataforma não expõe o influenciador digital negativamente, mas administra o usuário a partir do sentido mercadológico que o canal almeja alcançar. Ao impedir o usuário de conhecer os números atribuídos aos *dislikes*, os induz a consumir os conteúdos mais visualizados, sem nenhuma possibilidade de criticá-los. Ou seja, o usuário do canal pode assistir aos conteúdos publicados e comentar, mas ao não visualizar nenhum *dislike*, ele pode atribuir ao conteúdo todos os créditos possíveis.

Essa prerrogativa do *YouTube* vai na contramão do que ocorre no comércio eletrônico (*e-commerce*), que normalmente disponibiliza ao cliente um espaço para avaliar o produto adquirido, servindo como termômetro para outros clientes comprarem ou não dado produto.

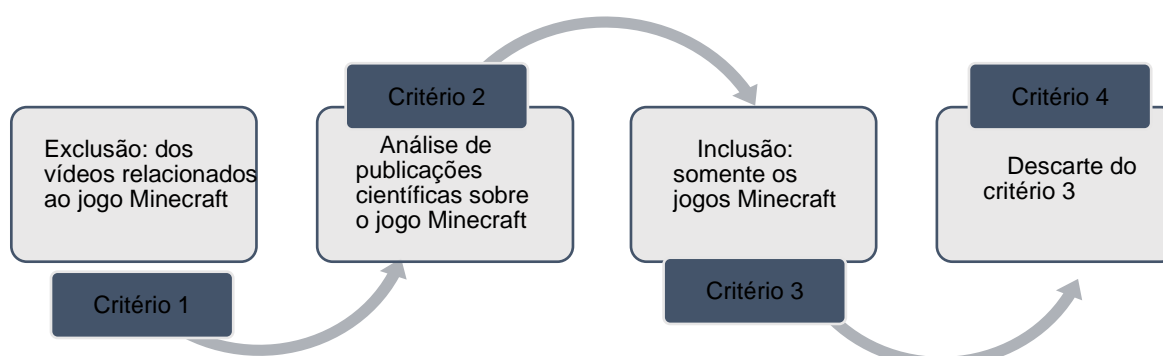
Da mesma forma, a plataforma *Instagram* permite que as pessoas compartilhem informações a respeito de determinada propaganda, alertam outros sobre fraudes envolvendo determinados produtos e serviços, contribuindo para a retirada da propaganda da plataforma. Ou seja, orientações e troca de informações ou até mesmo reclamações de fraude, de certa forma, podem impedir que o produto lese outros consumidores. De igual modo, o *YouTube* poderia considerar o aspecto pedagógico das publicações feitas em seus canais, de maneira que processos educacionais no uso da plataforma sejam efetivados.

Logo após essa etapa, a pesquisa iniciou a fase de organização dos vídeos tabulados em uma planilha Excel, dispostos em seis colunas com os seguintes dados: 1) data da criação e postagem do vídeo; 2) título do vídeo; 3) número de visualizações; 4) número de comentários; 5) número de likes; 6) duração de vídeo.

Essa pré-análise compõe o corpus da pesquisa: “o conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos” (BARDIN, 1977, p. 96). Foi uma tarefa desafiadora que implicou fazer escolhas diante de todo material audiovisual resultante da coleta de dados, que totalizou 370 vídeos (Anexos B e C), sendo 29 referentes a 2019 e 341 correspondentes a 2020.

Inicialmente, foi realizada leitura dos títulos dos vídeos (n=370) para compreender as mensagens neles contidas. Esta fase correspondeu a um exercício árduo, pois os assuntos estão voltados para o entretenimento e contemplam uma diversidade de temas, portanto, heterogêneos, o que impossibilitou mapear recorrências e fazer escolhas imediatas. Assim sendo, alguns critérios de exclusão e inclusão foram acionados, conforme Figura 9:

FIGURA 9. Critérios da etapa 1



Fonte: autora, 2023.

Desconsiderar os vídeos relacionados ao jogo *Minecraft*⁹⁹ (n=138) foi o primeiro critério estabelecido diante do quantitativo de material publicado no canal. Tal escolha ocorreu porque a pesquisa acredita que, por se tratar de um jogo *on-line*, não necessariamente seu conteúdo contemplaria os potenciais participantes do canal. Ademais, considerou-se que a inclusão desse conteúdo não ajudaria a responder à problemática e aos objetivos do estudo. Todavia, é necessário considerar algumas particularidades que *A Saga Minecraft* provocou no canal pesquisado.

⁹⁹ Trata-se de um jogo independente (indie), criado pelo programador sueco Markus Alexej Persson (conhecido como Markus "Notch"). "[...] lançado oficialmente em 2011, desde o lançamento de sua primeira versão alpha, em março de 2009, vem quebrando paradigmas na indústria e na cultura dos videogames, fato que tem lhe rendido inúmeros prêmios e uma crescente comunidade de jogadores (Cruz Junior, 2012, p. 212). Em 2014, a empresa Microsoft comprou a criadora do Minecraft por US\$ 2,5 bilhões e em janeiro de 2018, a chefia da Mojang informou que o jogo de blocos tinha atingido a marca de 74 milhões de jogadores ativos e vendeu 144 milhões de cópias, mundialmente" (Adrenaline, 2018 *apud* Madruga; Hennimg, 2020, p. 6).

Primeiramente, parte do material publicado por Felipe Neto entre 2018 e 2020 correspondia ao *Minecraft*; segundo o tempo de duração do vídeo/jogo chamava atenção; terceiro, foi justamente neste conteúdo que o canal alcançou números expressivos de *views*. Deste modo, era preciso ter outros elementos para sustentar o critério, a priori, estabelecido. Assim sendo, iniciou-se pesquisa acerca do referido jogo, verificando-se limitadas publicações sobre o referido jogo, dentre elas, foram encontrados estudos de Rocha e Guizzo (2022) e de Madruga e Henning (2020).

Rocha e Guizzo (2022) problematizam a parceria entre Felipe Neto e o *Minecraft*¹⁰⁰ e mostram como esse jogo contribuiu para novas marcas em seu canal, gerando maior retenção de atenção de seus seguidores. Antes, a média por vídeo no canal do *Youtuber* correspondia a 8 minutos, com o game atingiu-se 20 minutos, isso ocorreu porque “esse tipo de conteúdo é uma verdadeira mina de ouro para projetos patrocinados [...] entram no cotidiano das pessoas [...], tornam-se parte de suas vidas, suas rotinas [...]” (Pacete, 2020, p.1).

O *game Minecraft* configura-se como mina de ouro para Felipe Neto, pois são jogos de distração, com aventuras diferentes que despertam nos seguidores a vontade de jogar, de estar conectado, de vencer. Em função disso, as métricas (inscritos, visualizações e comentários) tendem a aumentar e a monetização acompanha esse feito (como foi o caso do britânico Daniel Middleton, jogador conhecido como The Diamond *Minecraft*, que faturou em 2017 cerca de R\$ 54,3 milhões).

Felipe Neto, como bom estrategista, visa alcançar novas métricas em seu canal, divulgando marcas de seus patrocinadores e de sua loja virtual. Ali compartilha gostos e torna-se vitrine que, direta ou indiretamente, instiga o consumo. O *Youtuber* utiliza-se do espaço do *Minecraft* para

[...] propagandear, divulgar uma infinidade de produtos e parcerias comerciais estabelecidas. Já nos primeiros minutos de exibição dos episódios, ele faz merchandising de seus produtos e do seu canal. O consumo está

¹⁰⁰ Um dos maiores jogos da última década. O nome *Minecraft* vem da junção de dois verbos em inglês: *mine*, que significa “minerar”, e *craft*, que significa “criar algo artesanalmente” (Monteiro, 2021 *apud* Rocha; Guizzo, 2022, p.1).

constantemente presente em suas falas, em seus *personagens*, em suas ações (Rocha; Guizzo, 2022, p.1).

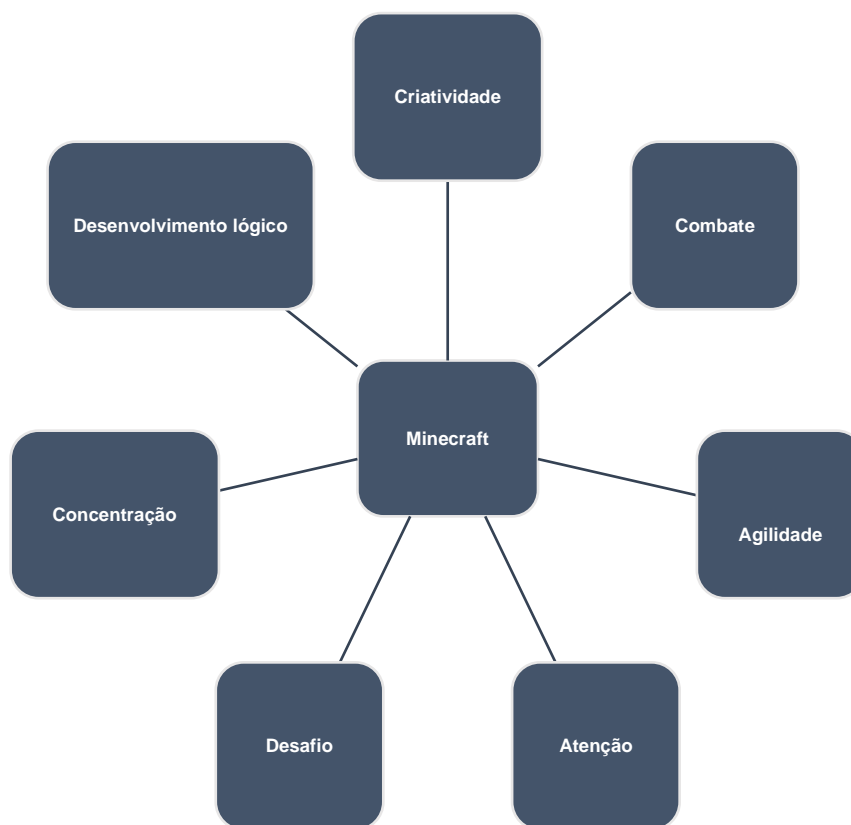
Outra perspectiva desse cenário é abordada no estudo de Madruga e Hennimig (2020), que examina as lições ambientais incorporadas no jogo *MinecraftEdu*¹⁰¹. No âmbito da Educação Ambiental, as autoras destacam a importância de observar durante o jogo todos os comandos (como plantar, adquirir equipamentos, memorizar, entre outros) que fornecem orientações que funcionam como lições para ensinar aos jogadores como interagir de forma ambientalmente correta no mundo virtual.

Todavia, nota-se que mesmo com tais comandos acionados na hora de jogar e o discurso pedagógico ambiental salientado pelos autores, não é garantido que a vivência proporcionada pelo jogo mude a forma ambientalmente correta de se pensar e agir, já que o ato de jogar deixa de ensinar atitudes ecologicamente corretas quanto ao uso dos recursos naturais de forma responsável, bem como o descarte correto de resíduos sólidos.

Ademais, ao problematizar que todo jogo (virtual ou não) envolve ganho-perda, criação-destruição, armadilha-conquistas, disputas, criatividade, competitividade e outros, o *Minecraft*, enquanto jogo de sobrevivência, não foge a esta perspectiva, conforme Figura 10.

FIGURA 10. Características do jogo *on-line* Minecraft

¹⁰¹ Plataforma educativa “criada para o uso de escolas e professores como ferramenta educacional, não gratuita. O jogo simula a construção com blocos, em cenário 3D, sendo de fácil utilização para os estudantes. A mecânica do jogo está baseada no empilhamento de blocos (cubos, criando alusão ao lego), e na coleta de recursos para a construção, misturando sobrevivência e exploração” (Dias; Rosalen, 2014, p. 160).



Fonte: Dias e Rosalen (2014), adaptado.

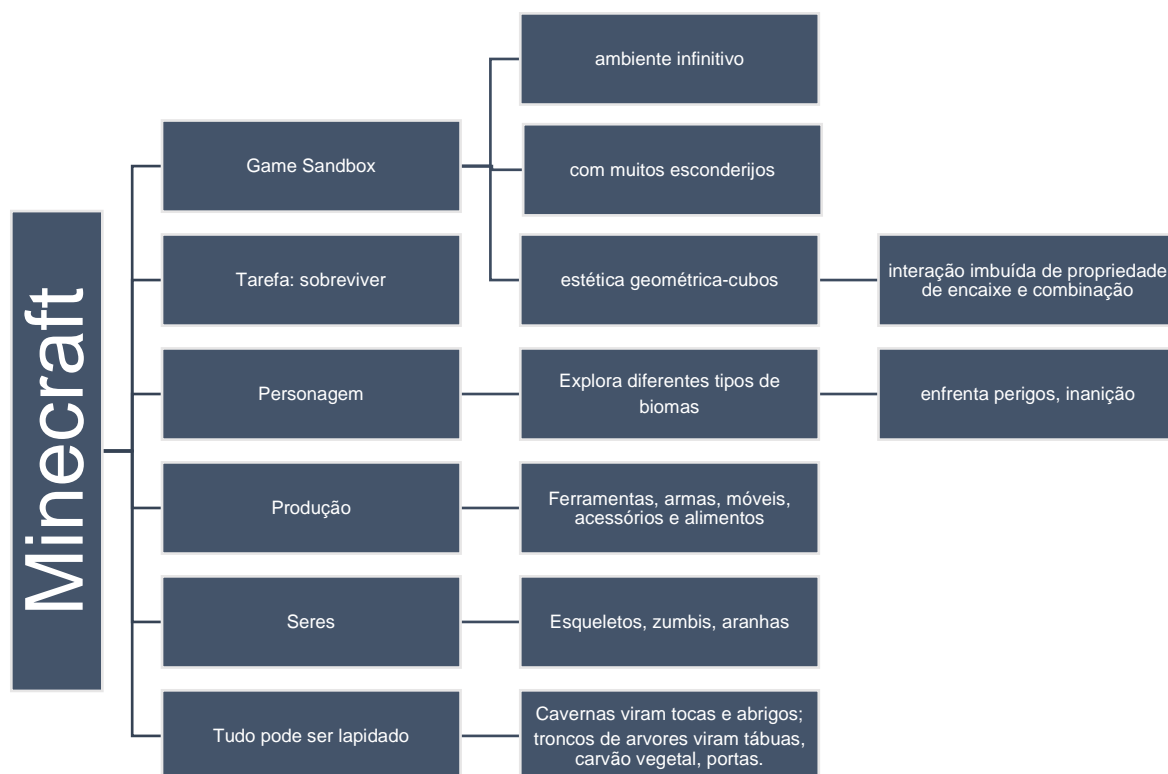
As características desse jogo *on-line*, conforme observadas na Figura 10, compartilham semelhanças com as habilidades exigidas no mundo do trabalho. Embora este não seja o foco principal deste estudo, é necessário discuti-las. Inicialmente, pode-se pensar que o jogo proporciona ao indivíduo uma sensação de liberdade. No entanto, trata-se de uma liberdade limitada e instantânea, que não permite ao jogador a verdadeira apropriação da realidade, nem lhe possibilita atuar como sujeito de sua própria história. Em outras palavras, o jogo apenas permite que o indivíduo participe das tramas como mero jogador. Ao concluir o jogo, ele deixa de ser um sujeito cognoscente (Freire, 1987). Isso ocorre porque suas habilidades reducionistas se limitam à materialização do ato, o que pode levá-lo à vitória, mas, ao mesmo tempo, é incapaz de transformar os processos materiais de sua existência humana (Freire, 1987).

Em segundo lugar, o jogo *on-line* caracteriza-se como um produto racionalmente pensado a partir de uma perspectiva mercadológica, produzido em

série e/ou em grande escala para o consumo e regido pelo princípio da troca por fazer parte da indústria cultural (Adorno; Horkheimer, 1985), que oferece valores subjetivos ao jogador. Ao consumir esses jogos, o indivíduo cria a ilusão de que ao jogar pode ser o que/quem desejar.

Nesse contexto, as habilidades necessárias para jogar criam uma interdependência que leva o jogador a interagir com outros. Dentro dessa teia relacional induzida pelo jogo, o pensamento do jogador se reduz a um mero instrumento objetivo (Adorno; Horkheimer, 1985), que, por meio de procedimentos matemáticos, busca garantir sua vitória em cada etapa do jogo. Feitos esses apontamentos, na perspectiva de compreender a estrutura do jogo *Minecraft*, a Figura 11 traz seu organograma:

FIGURA 11. Conhecendo o Minecraft



Fonte: Dias e Rosalen (2014, p. 218), adaptado.

O *Minecraft* é um game “[...] constituído de um mundo aberto, sem roteiros fixos de ação, cujo principal objetivo consiste em realizar uma tarefa relativamente simples: sobreviver” (Cruz Junior, 2012, p. 218). Em cada uma de suas etapas, o jogador enfrenta desafios e explora “[...] diferentes tipos de bioma (florestas, praias...), onde tudo pode ser destruído, coletado e/ou utilizado como recurso na produção (*crafting*) de inúmeros objetos e materiais [...] ferramentas, armas, móveis, acessórios e alimentos” (Cruz Junior, 2012, p. 218).

Um dos desafios no jogo é a construção de uma casa. Para tanto, são necessárias ferramentas, mas para consegui-las, é necessário ultrapassar etapas sucessivas. O mundo *Minecraft* começa do zero, por isso caracteriza-se como um jogo infinito, “paredes de cavernas podem ser lapidadas, transformando-se em tocas ou abrigos; troncos de árvores podem ser cortados e em seguida trabalhados (“craftados”), dando origem a tábuas, carvão vegetal, portas ou mesmo alicerces para uma casa” (Cruz Junior, 2012, p. 218).

A construção de uma cama, por exemplo, só é permitida mediante a matança de ovelhas, pois são estas que produzem lã. A lã é a moeda de troca na construção da cama. O anoitecer, a exemplo, traz inúmeros perigos: “[...] esqueletos, zumbis e aranhas saem de seus esconderijos tornando complexa a missão do jogador. [...]” (Cruz Junior, 2012, p. 218).

Dessa forma, a estrutura do jogo *Minecraft* se assemelha ao que ocorre na vida cotidiana, onde a construção de novos empreendimentos, sejam urbanos ou rurais, parte do zero. Inicialmente, há a ocupação de uma vasta área territorial, acompanhada da derrubada de árvores, desvio de nascentes e outras intervenções para dar início ao empreendimento planejado. A criação desse novo espaço resulta em uma acirrada disputa mercadológica, tanto no processo de ocupação quanto nos valores de venda atribuídos.

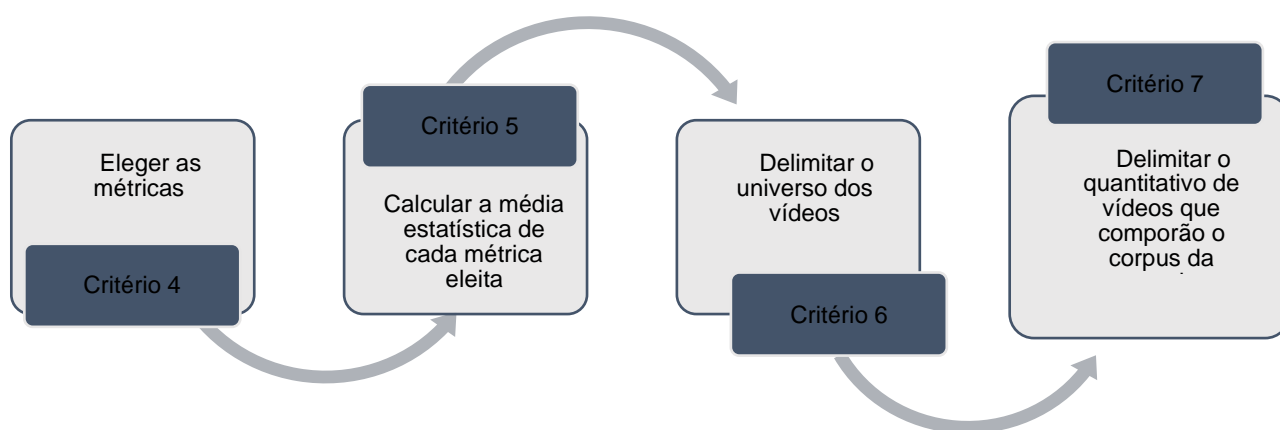
Essa característica do jogo serve como um gatilho para refletir ecologicamente, especialmente sobre a questão do desmatamento, que não apenas afeta o meio ambiente, mas também impacta a todos. O desmatamento destrói ecossistemas,

ameaça espécies, contribui para o aquecimento global, entre outros danos. Além disso, vai de encontro à Agenda 2030¹⁰² da Organização das Nações Unidas (ONU), que estabeleceu 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS¹⁰³) para enfrentar diversas questões, como a fome e a saúde global.

Diante da perspectiva de o jogo *Minecraft* representar uma forma infinita de construção *on-line*, optou-se, neste estudo, por analisar esse jogo. A análise abrange, portanto, o jogo em si e outros materiais audiovisuais de entretenimento publicados no canal do Felipe Neto no YouTube.

A etapa seguinte da pesquisa consiste na compilação do material pesquisado.

FIGURA 12. Segunda etapa



Fonte: autora, 2023.

Na segunda etapa (figura 12), elegeram-se as métricas, consideradas ferramentas de engajamento do usuário, posto que são elas quem mensura a receptividade do

¹⁰² Agenda para o Desenvolvimento Sustentável adotada por 193 Estados membros da ONU (Kronemberger, 2019).

¹⁰³ Erradicação da pobreza; Fome zero e agricultura sustentável; Saúde e bem-estar; Educação de qualidade; Igualdade de gênero; Água potável e saneamento; Energia limpa e acessível; Trabalho decente e crescimento econômico; Indústria, inovação e infraestrutura; Redução das desigualdades; Cidades e comunidades sustentáveis; Consumo e produção responsáveis; Ação contra a mudança global do clima; Vida na água; Vida terrestre; Paz, Justiça e Instituições Eficazes; Parcerias e meios de implementação (Onu, 2015).

público ao produto audiovisual publicado, configurando-se gatilhos que podem interferir nas produções posteriores do *Youtuber*.

FIGURA 13. Métricas adotadas



Fonte: autora, 2023.

A Figura 13 detalha as métricas adotadas no estudo. O número de visualizações dos vídeos “é um motivador [...], além de impulsionar o conteúdo no site, atua como elemento de interesse entre os indivíduos” (Leite, 2019, p. 38). As métricas funcionam como termômetro que sinaliza como o conteúdo produzido foi recebido pelos seguidores do canal, orienta sobre o que se deve publicar ou adequar para garantir a fidelidade de seguidores no canal.

O número de comentários representa quantitativamente o envolvimento dos usuários em relação ao vídeo assistido. As conversações dispostas em cada vídeo no canal indicam se o conteúdo é interessante ou não. É através dos comentários que “os usuários podem interagir entre si e construir uma rede social ou realizar conversações sobre temas de seu interesse” (Leite, 2019, p. 40).

O tempo de duração de vídeo é um fator a ser considerado para a produção do material audiovisual porque influencia diretamente no tempo de visualização do usuário, um dos elementos que monetiza o conteúdo. Precisa ser cuidadosamente pensado, considerando-se fatores como “[...] o tipo de conteúdo do vídeo, as estratégias utilizadas para manter o público assistindo [...]” (Leite, 2019, p. 99).

Ressalta-se, porém, que a análise de duração de vídeos do *Youtuber* Felipe Neto diverge de outros publicados na plataforma *YouTube*. A sua média de duração de seus vídeos aproxima-se dos 20 minutos (Tabela 5). Em contrapartida, em outros

canais da mesma plataforma, “[...] 98% de todos os vídeos têm menos de dez minutos de duração e a média fica entre três e quatro minutos” (Reale, 2018, p. 62).

Para se compreender o universo das métricas do canal de Felipe Neto, a partir do material audiovisual coletado (n=370) neste estudo, elaborou-se a média estatística (Tabela 5) de cada métrica, no intuito de evidenciar os desdobramentos e o alcance do material produzido pelo referido canal no *YouTube*.

TABELA 5. Média estatística dos vídeos de Felipe Neto (2018-2020)

Anos	Qt.	Média (milhões)	Média (mil)		Duração
		Visualizações	Likes	Comentários	
2019-2020	370	5.286.425	468.822	24.641	19:21

Fonte: autora, 2023.

A tabela mostra a média das principais métricas relacionadas aos conteúdos publicados (n=370). Os números são expressivos e chamam a atenção quanto ao alcance das publicações.

Após análise da média das métricas mencionadas elaborou-se um fluxograma para ajudar na construção da tipificação do material (Figura 14). A tipificação é compreendida como um processo “[...] mais denso e intenso que o exercício de ordenação, mas tem a mesma finalidade: apropriação da riqueza de informações do campo, [...]” (Minayo, 2012, p. 624). É a tipificação das informações coletadas que auxilia na categorização do estudo.

FIGURA 14. Fluxograma da tipificação dos dados (1ª etapa)



Fonte: autora, 2023.

A Figura 14 mostra detalhadamente o quantitativo de vídeos selecionados (n=370) e as médias das métricas: visualizações, comentários, *likes* e tempo duração, respectivamente. São essas métricas que direcionaram a seleção dos vídeos analisados qualitativamente neste estudo. Após revisitar a planilha Excel, observou-se que se o estudo considerasse somente as métricas na seleção dos vídeos, os números se limitaram ao jogo *Minecraft*, isso não seria suficiente para a realização da análise aqui proposta. Deste modo, dividiu-se o material coletado no canal de Felipe Neto em dois universos de pesquisa: jogos *on-line* e entretenimento e a partir desta estrutura, aplicou-se as métricas mencionadas.

FIGURA 15. Universo da pesquisa



Fonte: autora, 2023.

O universo dos jogos *Minecraft* (Figuras 14 e 15) contempla, como já mencionado, um quantitativo de 138 episódios publicados na Saga, no canal de Felipe Neto. Destes, mapeou-se os vídeos a partir das métricas detalhadas nos *prints* abaixo:

FIGURA 16. Prints métricas (visualização e likes) Minecraft

Ano	Data	Título do vídeo	Visualizações	Ano	Data	Título do vídeo	Likes (mil/milhões)
2020	22/mar	Felipe Neto minecraft #1-01 [+10]	24.821.978	2020	22/mar	Felipe Neto minecraft #1-01 [+10]	1.500
2020	02/mar	Meu novo vizinho quer me pegar no minecraft #1-22 [+10]	20.359.191	2020	06/mar	Invandi a mansão amaldiçoada no minecraft #1-24 [+10]	1.100
2020	20/abr	Eu construí um shopping no minecraft #1-16 [+10]	14.878.930	2020	17/mar	Construí um castelo mágico no minecraft #1-29 [+10]	1.000
2020	10/abr	Encontrei um cachorro no minecraft! tudo mudou! #1-11 [+10]	14.181.545	2020	04/mar	Achei a raríssima casa da feiticeira no minecraft #1-23 [+10]	989
2020	22/abr	Eu capturei um urso panda no minecraft #1-17 [+10]	12.405.061	2020	16/jun	Revelando a área secreta do meu mundo no minecraft #1-44 [+10]	980

Fonte: autora, 2023.

FIGURA 17. Prints métricas (comentários e tempo de duração) Minecraft

Ano	Data	Título do vídeo	Comentários (mil/milhões)	Ano	Data	Título do vídeo	Duração
2020	11/nov	Episódio 100! O casamento de espirito e coriza! Minecraft #1-100	183.021	2020	17/mar	Construí um castelo mágico no minecraft #1-29 [+10]	45:21:00
2020	22/mar	Felipe Neto minecraft #1-01 [+10]	172.419	2020	18/mar	Claudio casou e teve o 1º filho no minecraft #1-30 [+10]	39:30:00
2020	18/abr	Reencontrei a raríssima ovelha rosa no minecraft #1-15 [+10]	148.235	2020	30/mar	Construí um santuário pras raposas no minecraft #1-36 [+10]	38:50:00
2020	22/abr	Eu capturei um urso panda no minecraft #1-17 [+10]	147.785	2020	10/abr	Encontrei um cachorro no minecraft! tudo mudou! #1-11 [+10]	38:46:00
2020	29/mar	Consegui um cavalo no minecraft!!! #1-05 [+10]	143.658	2020	23/out	Eu fiquei invisível no minecraft #1-92 [+10]	38:11:00

Fonte: autora, 2023.

A partir dessas métricas, obteve-se um panorama do universo *Minecraft*, como detalha o Quadro 1:

QUADRO 1. Vídeos universo *Minecraft*

Vídeos	Métricas			
	Visualizações	Likes	Comentários	Duração
Felipe Neto <i>minecraft</i> #1-01 [+10]	x	x		
Episódio 100! O casamento de espirro e coriza! <i>Minecraft</i> #1-100			x	
Construir um castelo magico no <i>minecraft</i> #1-29 [+10]				x

Fonte: autora, 2023.

Feito esse mapeamento (quadro 1), optou-se por escolher o vídeo que mais atendeu às métricas, isto é, que obteve maior número de visualizações e *likes*, a saber: Felipe Neto *minecraft* #1-02 [+10].

Em relação ao universo de entretenimento (n= 232), o tratamento dispensado à esta fonte foi o mesmo utilizado para os jogos *on-line*. A escolha foi realizada no Excel por meio do filtro (classificar do maior para o menor) de cada métrica. Ou seja, o filtro da métrica visualização classificou o vídeo mais visualizado, o filtro do like da mesma forma e assim por diante.

FIGURA 18. Prints métricas (visualização e likes) do entretenimento

Ano	Data	Título do vídeo	Visualizações	Ano	Data	Título do vídeo	Likes (mil)
2020	13/out	Batalha entre siri e alexa! Quem ganhou? [+10]	23.344.456	2020	13/out	Batalha entre siri e alexa! Quem ganhou? [+10]	1.300
2020	08/jan	Conversas mais engraçadas do uber e ifood!	17.342.812	2020	04/mar	Conversas mais engraçadas da internet [+10]	1.000
2020	22/set	Minha mãe roubou meus video games! [+10]	17.325.586	2020	19/nov	Nova batalha! Siri vs. google home! Quem ganhou?	1.000
2020	16/mar	Tentando abrir uma garrafa de maneiras impossíveis [+10]	16.587.943	2020	08/jan	Conversas mais engraçadas do uber e ifood!	966
2020	07/fev	Qual o sabor do picolé? [+10]	15.164.397	2020	16/mar	Tentando abrir uma garrafa de maneiras impossíveis [+10]	949

Fonte: autora, 2023.

FIGURA 19. Prints métricas (comentários e tempo de duração) entretenimento

Ano	Data	Título do vídeo	Comentários (mil/milhões)	Ano	Data	Título do vídeo	Duração
2020	13/mai	Reagindo a 10 anos de canal [+10]	109.826	2020	08/set	ISSO PRECISA PARAR!!! [+10]	38:00:00
2020	02/jul	Macho hetero tá difícil... [+10]	57.211	2020	18/nov	O mistério sombrio pegou o espirro!!! #1-103 [+10]	37:41:00
2020	13/out	Batalha entre siri e alexa! Quem ganhou? [+10]	50.484	2020	02/ago	Invadi a loja proibida no mundo mágico #2 [+10]	34:12:00
2020	07/abr	Respostas de provas mais engraçadas [+10]	48.090	2020	13/mai	Reagindo a 10 anos de canal [+10]	33:42:00
2020	01/set	Tente não achar fofo! versão 2020! [+10]	47.098	2020	06/set	O grande resultado do concurso de construções! [+10]	33:40:00

Fonte: autora, 2023.

A partir desses filtros, elegeu-se os vídeos de maior quantitativo numérico ou aqueles que obtiveram, quantitativamente, mais visualizações, *likes*, comentários e dispensou maior duração de tempo.

QUADRO 2. Vídeos do universo entretenimento

Vídeos	Métricas			
	Visualizações	Likes	Comentários	Duração
Batalha entre siri e alexa! Quem ganhou? [+10]	x	x		
Reagindo a 10 anos de canal [+10]			x	
Isso precisa parar!!! [+10]				x
Conversas mais engraçadas da <i>Internet</i> [10+]		x		

Fonte: autora, 2023.

Esse mapeamento realizado, via métricas de engajamento, permitiu chegar aos vídeos que compõem a análise¹⁰⁴, no total de cinco (n=5), como demonstra a Figura 20.

FIGURA 20. Fluxograma da tipificação dos dados (2ª etapa)

¹⁰⁴ Por categorias de análise, entende-se como aquelas que representam vários temas (Bardin, 1977).



Fonte: autora, 2023.

A Figura 20 mostra, de forma detalhada, a composição dos vídeos que fazem parte do corpus da análise, a partir dos universos já mencionados

QUADRO 3. Categorias de análise

Universos dos vídeos	Temas	Descrição geral
Jogos <i>Minecraft</i>	Aventura	Conteúdos que versam sobre competição, sobrevivência e o inesperado.
Entretenimento	Engraçados	Provoca risos

Fonte: autora, 2023.

Após a categorização das temáticas a partir das métricas mencionadas, chegou-se à compilação de cinco (n=5) de vídeos, conforme Tabela 6:

TABELA 6. Corpus de análise

Universo da pesquisa	Título do vídeo	Visualizações (mil/milhão)	Likes (mil/milhão)	Comentários (mil)	Duração (min./s)
Jogo <i>Minecraft</i>	Felipe Neto <i>Minecraft</i> #1-01 [+10]	24.821.978	1.500	172.419	23:02
Entretenimento	Batalha entre siri e alexa! Quem ganhou? [+10]	23.344.456	1.300	50.484	17:10
	Conversas mais engraçadas da Internet [+10]	13.220.524	1.000	22.438	15:21
	Reagindo a 10 anos de canal [+10]	6.476.479	675	109.826	33:42
	Isso precisa parar!!! [+10]	1.789.848	264	8.811	38

Fonte: *YouTube*, 2020.

A tabela acima resume os vídeos de entretenimento analisados neste capítulo, os quais auxiliarão na compreensão de como os processos educacionais gerados pelos conteúdos produzidos por Felipe Neto impactam a formação de seus seguidores. Para tanto, analisa-se a narrativa do influenciador em cada vídeo acima, isto é, as conversações e/ou interações que se desenrolam, mesmo que o *Youtuber* não estabeleça diálogo com os seguidores.

3.2 Felipe Neto: empresário e influenciador digital

Este tópico, apresenta-se a persona profissional Felipe Neto, não a pessoa, sujeito Felipe Neto. A persona profissional refere-se à pessoa e à função que ela exerce na plataforma *YouTube*, sendo remunerada pelo exercício dessa atividade.

Ressalta-se que a intenção não é a *personalização* do *influencer* pesquisado. Demonstra-se que, a exemplo de outros *Youtubers*, Felipe Neto iniciou sua trajetória na plataforma *YouTube* publicando vídeos caseiro e domésticos (Figura 21), sem muitos recursos técnicos, preocupação estética ou roteiro direcionando sua fala.

Como mencionado, Felipe Neto faz parte da primeira geração de produtores de conteúdo, iniciando a exposição de conteúdos em meados de 2010.

Quando o PC e eu lançamos os vídeos, o *YouTube* estava fervilhando no Brasil. As pessoas estavam (e estão até hoje) completamente viciadas em entrar no site e ficar navegando pelos vídeos, [...]. Por essa razão, fizemos “sucesso” no momento certo. Fomos os pioneiros do novo público do *YouTube* e, com isso, acabamos nos tornando os dois canais brasileiros de maior sucesso da história no país (Neto, 2013, p. 40 *apud* Torres Leite, 2019, p. 61).

FIGURA 21. Prints de vídeos de Felipe Neto no YouTube (2010-2021)



Fonte: *YouTube* (2010-2021).

A Figura 21 mostra os primeiros vídeos domésticos do *Youtuber* Felipe Neto. Aos poucos, o material audiovisual por ele produzido foi sendo melhorado devido à

visibilidade e ao reconhecimento do público, exigindo que tanto ele quanto o seu canal se profissionalizem.

Felipe Neto investiu, para tanto, na formação de uma equipe, em uma rede de profissionais que atendesse suas necessidades enquanto criador de conteúdos audiovisuais, que desse suporte, garantindo métricas de audiência e monetização. Esta equipe precisaria produzir e desenvolver produtos audiovisuais, gerenciando o engajamento do canal, utilizando-se de estratégias de *marketing* na busca de patrocinadores, marcas, anunciantes, etc. Para ilustrar tal panorama, apresenta-se o *print* de vídeo gravado pelo *Youtuber* e parte de sua equipe, em 2022 (Figura 22):

FIGURA 22. Felipe Neto, Bruno e Marcel (2022).



Fonte: (1) Desafio acerte o sabor da batatinha - *YouTube*

Observa-se que no *print* que o vídeo foi gravado em estúdio, apresenta uma estrutura gráfica e estética, com edição profissional, cores marcantes no cenário, inserção de texto/legenda e iluminação que favorece o espaço e a qualidade do vídeo. Na apresentação do vídeo, existem vários *links* que direcionam os usuários à loja virtual, ao *Instagram* da Netolab e convite ao usuário para tornar-se membro da equipe Netolab e outros.

A presença de dois membros da equipe, que interagem com Felipe Neto, e os diálogos paralelos do *Youtuber* com os outros membros da equipe durante a transmissão do vídeo aproximam o público e o convida a interagir.

Para chegar a essa estrutura de publicação e tornar-se um profissional reconhecido como *influencer* e empresário, Felipe Neto percorreu uma trajetória profissional que gerou, ao longo dos anos, visibilidade midiática e monetização. Para compreender o percurso traçado, sucintamente, detalha-se a biografia deste *Youtuber*.

3.2.1 Felipe Neto: percurso biográfico

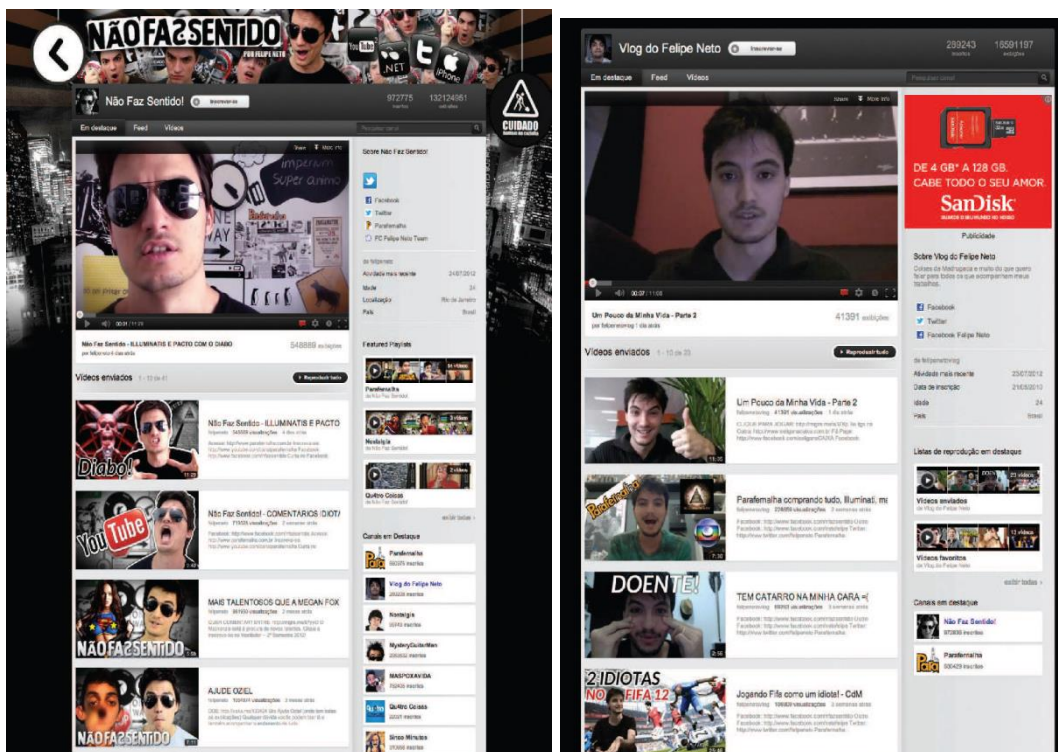
Felipe Neto Rodrigues Vieira nasceu em 21 de janeiro de 1988, no Rio de Janeiro. Fez vários cursos de teatro e atuou nesta área durante a adolescência. Até meados de 2007, manteve um *blog* cujo título era “Controle Remoto” e foi um dos administradores do portal de séries americanas IsFree.Tv¹⁰⁵, notabilizado pelo avatar “Cap_Sparrow” (Arruda *et al.*, 2011).

Em 2010, criou dois canais no *YouTube*: Não Faz Sentido¹⁰⁶ e Vlog do Felipe Neto. Em um período de oito meses, tornou-se popular e “[...] ganhou fã-clube, programa de TV no canal pago Multishow, assessor de imprensa, linha de canecas e camisetas com bordões próprios como ‘Você tem probleminha?’, além de dezenas de entrevistas em todos os lugares” (Arruda *et al.*, s/d, p. 3).

FIGURA 23. Home page dos canais: Não Faz Sentido! Vlog do Felipe Neto, YouTube (2012).

¹⁰⁵ Site popular de seriados americanos.

¹⁰⁶ Programa seguia a “linha do diário virtual: críticas sobre qualquer assunto. Mas principalmente ídolos e manias do universo teen e das subcelebridades como os ex-BBB’s” (Arruda *et al.*, s/d, p. 3).



Fonte: Salgado (2013, p.123), adaptado.

A visibilidade e audiência de ambos os canais (Figura 23) renderam-lhe convites de emissoras de televisão para participar de programas televisivos, como o quadro “Sem Noção” no programa Esporte Espetacular da TV Globo, os programas: “Será que faz sentido?” e “*Até que faz sentido*”, veiculados pelo canal de televisão *Multishow* (Salgado, 2013).

Felipe Neto também participou da série brasileira “Na Fama e Na Lama” e foi entrevistado pelo apresentador Jô Soares, em 2015, sendo premiado no vídeo “Music Brasil”, na categoria *Web Star* (2010) e “Os Melhores da *Websfera*” e foi indicado como *Personalidade do Ano* (2015) no “4º Prêmio Tudo de Bom!” (Salgado, 2013).

Em 2011, Felipe Neto criou o canal de humor “Parafernália”, na plataforma *YouTube*. Em seguida, inaugurou uma empresa denominada “Paramaker Network”, a qual se tornou “a primeira empresa brasileira de *network* dentro do *YouTube* brasileiro, visando à profissionalização do ramo” (Santos, 2019, p. 34).

Nos anos seguintes, esse influenciador digital participou do *YouPix Festival*¹⁰⁷, estreou a websérie “A Toca”¹⁰⁸, inscreveu-se em cursos empresariais na Universidade Harvard, produziu o espetáculo teatral “Minha Vida Não Faz Sentido”¹⁰⁹ para o NetFlix Brasil, dentre outros. Em 2016, Felipe Neto encerrou seus canais e redirecionou sua atuação para uma

[...] produtora de vídeos de humor, focado em produções para o *YouTube*. Depois, fundou um canal em conjunto com seu irmão. Durante esse tempo, lançou quatro livros e se envolveu em três empresas. Em 2019, se tornou o segundo *Youtuber* mais assistido do planeta, ficando atrás apenas do sueco PewDiePie. Somente em 2019, foram mais de 3,5 bilhões de visualizações do jovem *Youtuber* e mais de 500 milhões de horas do seu material consumido (Kamradt, 2021, p. 20).

Além da produtora de vídeos de humor, lançou quatro livros de sua autoria¹¹⁰, tornando-se um dos *Youtubers* com maior número de visualizações e engajamento em nível mundial. Esta audiência não se limita ao canal do *YouTube*, estende-se a outras redes sociais da *internet* como *Instagram*¹¹¹, *Twitter*¹¹², *TikTok*¹¹³ e *Facebook*¹¹⁴.

Em 2017, Felipe Neto criou o canal “Irmãos Neto”, com seu irmão Luccas Neto. Um canal voltado para crianças e, a partir de então, conta com uma equipe de profissionais composta por conselheiros, pedagogos e psicólogos. Nos anos seguintes, produziu dois filmes: *Tudo por um Pop Star* (2018) e *Totalmente Inocente* (2019).

¹⁰⁷ Ponto de encontro da Creator Economy e do mercado de Influência no país. As mais relevantes empresas, plataformas, marcas e creators apresentam no evento cases, lançamentos, insights e estratégias.

¹⁰⁸ Comédia em forma de falso documentário.

¹⁰⁹ Comédia com duração de 1h30m.

¹¹⁰ Não Faz Sentido! Por Trás da Câmera. História do programa Não Faz Sentido (2013); A Trajetória de um dos Maiores *Youtubers* do Brasil (2018); A Vida por Trás das Câmeras. Biografia (2018); O Mundo Segundo Felipe Neto: Verdades Hilárias da Vida (2019); Felipe Neto: Acredite se Puder (2019).

¹¹¹ @felipeneto

¹¹² Twitpic.com/felipeneto

¹¹³ <https://www.tiktok.com/@felipeneto>

¹¹⁴ <https://www.facebook.com/felipeneto>

Em 2020, no período da pandemia, lançou em seu canal do *YouTube* a série de games *Minecraft*¹¹⁵, um jogo virtual que se popularizou no Brasil, a exemplo, dos jogos “Construindo a melhor farm de ferro do *Minecraft*, com 2.924.866 visualizações e 11 mil comentários públicos, e “Construindo uma farm de xp insuperável”, com 2.531.160 visualizações e 12 mil comentários públicos [...]” (Rocha; Guizzo, 2022, p. 4).

Em 2019, Felipe Neto se tornou sócio, com João Pedro Paes Lemes¹¹⁶, da empresa *Play9*. Trata-se de uma *startup* de mídia - um estúdio de conteúdo que leva soluções integradas a seus clientes, tais como Galvão Bueno, Arezzo e outros (Neofeed, 2022).

Em maio de 2020, Felipe Neto participou do Programa Roda Viva, na TV Cultura, considerado um dos Programas de entrevistas mais tradicional da televisão brasileira. A participação do *influencer* digital na emissora trouxe a ela recordes de audiência nunca vistos antes no programa¹¹⁷.

A entrevista durou 1h36m17s e teve como um dos assuntos abordados, o posicionamento político de Felipe Neto na eleição presidencial em 2018. Na ocasião, ele manifestou publicamente seu apoio ao então candidato de extrema direita: Jair Bolsonaro¹¹⁸.

Durante a entrevista, Felipe Neto explicou porque em 2018 apoiou publicamente o referido candidato. Em 2020, todavia, reconheceu este apoio como um equívoco. A justificativa para esta mudança, segundo o *influencer*, foi o seu

¹¹⁵ Os episódios têm duração de vinte e cinco minutos a duas horas; em cada um, é apresentada uma nova criação nesse mundo virtual, com um cenário para as próprias aventuras, o que desperta o interesse dos seguidores por uma nova façanha (Rocha; Guizzo, 2022, p. 4).

¹¹⁶ Ex-diretor executivo do canal de esportes da Globo.

¹¹⁷ hoje (09/09/2023) com 2.842.799 visualizações de visualizações, 166 mil likes e 27.271 mil comentários.

¹¹⁸ O candidato Jair Bolsonaro valeu-se, ao longo de sua campanha eleitoral, do uso intenso e estratégico das redes sociais (Almeida, 2019), sendo tal uso marcado pelo bombardeio de informações, pelas *fake News*, por transmissões ao vivo na internet, trazendo suspeição a esses meios de comunicação (Almeida, 2019). A eleição presidencial elegeu Jair Bolsonaro, no segundo turno, em 28 de outubro de 2018, como Presidente da República Federativa do Brasil.

desconhecimento intelectual e a insuficiência de entendimento político para discernir suas escolhas.

Felipe Neto reconhece seu papel social de “performar em seu canal do *YouTube* uma mistura entre apresentador, comunicador e ator. Já em sua página do *Twitter* ou em seu perfil no *Instagram*, afirma que pode ser ele mesmo” (Hornhardt, 2021, p. 11), a exemplo do trecho transcrito da entrevista no Programa Roda Viva:

A força política que me dão hoje, a importância política que me dão hoje, é uma importância que eu nunca pedi, na verdade, acho que vale falar sobre isso, essa é uma importância que reflete um pouco do cenário brasileiro que a gente está vivendo hoje. Quando um *Youtuber* que está no *YouTube* fazendo vídeos de humor, diversão, *Minecraft*, se torna uma referência política no *Twitter*, isso é um sinal claro de carência, de carência de posicionamento de pessoas que deveriam se posicionar e muitas vezes não se posicionam, de carência do público. Eu estar aqui, sentado, hoje, embora eu agradeça do fundo do meu coração, e acho que meus números na *internet* justificam minha participação no programa, mas falar sobre política é um cenário também que evidencia essa carência. Eu acho que, infelizmente, a gente está vivendo um momento de carência no Brasil em relação à cultura, em relação à opinião e eu torço muito para que esses comunicadores comecem a falar mais (Felipe Neto, 2020, 11'19" - 12'29").

Felipe Neto se reconhece como referência política, mesmo não sendo seu canal construído para este fim, e salienta a carência enfrentada pelo Brasil quando o assunto é envolvimento político e participação popular nas decisões da nação.

Em 2023, esse influenciador digital concedeu outra entrevista à Organização das Nações Unidas, no Dia Mundial da Liberdade de Imprensa. Tratou de temas relacionados a *fake news* na política, ao futuro dos jovens com a *internet* e ao discurso de ódio instaurado na sociedade brasileira (Onu News, 2023). Assim, o percurso do *influencer* e empresário Felipe Neto dialoga com a perspectiva de Fischer (2002) quando mostra que os dispositivos pedagógicos da mídia operam na constituição dos sujeitos.

O *YouTube*, enquanto dispositivo midiático, mesmo que não possua a intenção pedagógica de ensinar, convoca as pessoas que assistem a conteúdos produzidos e divulgados pelos influenciadores digitais a pensarem (concordar ou discordar), pois tais produções interpelam e invocam ideias (verdades ou inverdades), acionam

negociações, regulações e geram processos educacionais que influenciam (direta ou indiretamente) os modos de ser, agir e se comportar.

Santos e Castro (2022) ressaltam que o *YouTube* é uma instância de cultura participativa, em que influenciadores digitais enunciam e disseminam discursos e narrativas audiovisuais sobre determinado tema ou assunto. Como exemplo, cita-se o vídeo “Desafio da camisinha (o de verdade!)”, lançado, em 2017, por Felipe Neto, visualizada por 3,2 milhões de pessoas, em que ele discursa sobre o uso de preservativo nas relações sexuais.

Esse vídeo, segundo Santos e Castro (2022) enquanto dispositivo pedagógico de mídia, teve como finalidade a formação humana dos sujeitos.

[...] sujeitos conscientes, responsáveis pela própria saúde e pela saúde do outro. [...], pois, ao ditar um modo de agir com relação ao sexo, faz com que espectadores/as pensem sobre si mesmos/as, contribuindo com seus processos de subjetivação. Isso não significa que todos/as serão afetados da mesma maneira, pois idade, grau de instrução, localização geográfica, relações de poder nos relacionamentos afetivo-sexuais e classe social são marcadores que podem influenciar na recepção e na prática dos conselhos (Santos; Castro, 2022, p. 60).

No vídeo, o influenciador Felipe Neto trata de um tema tabu e complexo: o sexo. Dentre os 14.602 comentários, em 2022, uma postagem chamou a atenção, adverte Santos e Castro (2022): “Tenho 17 anos e ainda sou virgem! [...]. Meus pais nunca falaram de sexo comigo, e nem de camisinha, mas o que eles não me falam, Felipe me conta!” (Vivi Silva, 2017).

Nota-se que Felipe Neto possui

[...] familiaridade com o público jovem, usa uma linguagem que o aproxima desse grupo, apresenta um tom normativo e busca argumentos nas próprias vivências. Por isso, os enunciados presentes nesse vídeo podem ser capazes de fazer o/a espectador/a olhar para si mesmo/a e refletir sobre sua vida sexual, seja para modificá-la, adequando ao que foi sugerido, seja para discordar do que foi dito. Somos constituídos/as a partir das relações com o outro, ao ver/ouvir o outro, refletimos sobre nós mesmos/as e as figuras públicas, como o *Youtuber*, possuem uma influência considerável nesses processos. (Santos; Castro, 2022, p. 64).

A lógica discursiva pautada em uma narrativa partilhada por vivências suscita no sujeito uma sensação de pertencimento, pois traz sentido a questões relacionadas a sua intimidade, ao seu cotidiano.

Nesse aspecto, a análise em pauta, que contempla a trajetória e atuação do *influencer* digital Felipe Neto e os vídeos por ele produzidos ajudam a verificar como os processos educacionais em circulação repercutem na formação dos sujeitos que consomem esses produtos.

3.2.2 O canal no *YouTube* @Felipeneto

Lembrando: seu desafio é um escrito.
 Todo dia, um escrito novo, aqui para o canal.
 Este é o teu desafio.
 Até bater 30 milhões.
 Então convença uma pessoa, usando qualquer
 técnica de persuasão.
 Tira uma foto ou faz um vídeo,
 de alguma forma registrar esse momento e
 manda para mim no Twitter @felipeneto (Felipe Neto,
 2018).

O texto acima sinaliza o quanto Felipe Neto, como influenciador digital, possui a capacidade de convencer o público que o segue, utilizando-se de estratégia narrativa que estabelece confiança e estreita laços de pertencimento. Essa relação pode ser confirmada quando ele menciona o desafio: “todo dia, um escrito novo, aqui para o canal”.

Tal desafio se materializou em janeiro de 2019, quando esse *influencer* alcançou 30 milhões de inscritos em seu canal¹¹⁹, conforme havia planejado.

Não é pelo número, é pela jornada. A luta, o sangue, o suor, as lágrimas. Vocês fazem com que minha vida seja um mundo de conquistas e realizações. E hoje, superamos mais uma! Sim, o cabelo preto vai voltar! E agora nós vamos para a grande saga: O PLAY DE RUBI SERÁ NOSSO!!! A gente merece e merece muito. São 2 vídeos por dia, nossa alma e nosso corpo estão no *YouTube*, essa é nossa casa e nós vamos vencer todos os

¹¹⁹ <https://www.YouTube.com/channel/UCV306eHqgo0LvBf3Mh36AHg>

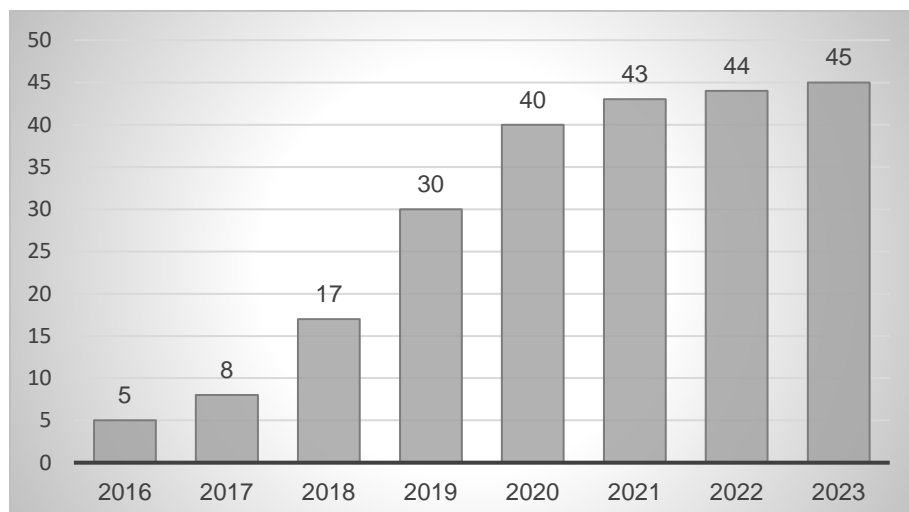
obstáculos! SÓ VEM 50 MILHÕES!!! Muito obrigado a cada um de vocês por existirem na minha vida. (Observatório dos Famosos, 2020).

A fala, direcionada aos usuários, expõe proximidade, aliança e companheirismo. Ao mesmo tempo em que Felipe Neto menciona “não é pelo número”, convida seus seguidores “para a grande saga: *play* de Rubi 50 milhões”. Ao comentar, demonstra que tal conquista exige entrega, dedicação e comprometimento com o canal: “são dois vídeos por dia, nossa alma e nosso corpo estão no *YouTube*”.

Felipe Neto trata a plataforma como “nossa casa”, um lugar de encontro e garante aos usuários do canal que, juntos, vão “vencer todos os obstáculos”. Agradece a existência de cada um em sua vida.

A estratégia de convencimento, por parte de Felipe Neto, e a credibilidade dispensada por seguidores de seu canal se materializa na métrica de número de inscritos, conforme detalha o Gráfico 1 a seguir:

GRÁFICO 1. Crescimento do número de inscritos (em milhões) no canal Felipe Neto (2016-2023)



Fonte: *YouTube*, 2023.

O gráfico 1 mostra que em 2016, o número de inscritos alcançava os 5 milhões. No ano seguinte, houve um acréscimo de 60%, atingindo-se 8 milhões. Em 2018, esse número atingiu 17 milhões de inscritos no canal. Em novembro de 2019, saltou para 30 milhões e, em 2023, alcançou 45 milhões de inscritos. Com tal resultado, Felipe Neto encontra-se entre os cinco maiores *Youtubers* do mundo.

Eu só tenho palavras de amor e agradecimento por tudo isso. São doze anos podendo fazer o que eu amo todos os dias, graças ao público que acompanha, compartilha e se inscreve. Estou vivendo a fase mais feliz da minha vida e é tudo graças a eles. Esse feito é incrível e me enche de orgulho! Poder representar o Brasil no ranking dos 5 maiores *Youtubers* do mundo é algo que me emociona e me deixa profundamente grato. Muito obrigado por absolutamente tudo (Diário da Manhã, 2022, s/p).

A narrativa de agradecimento desse influenciador digital elenca os usuários de seu canal como protagonistas que acompanham, compartilham e se inscrevem. A gratidão é a marca deste feito, quando demonstra orgulho em “poder representar o Brasil no *ranking* dos 5 maiores *Youtubers* do mundo”.

Nota-se que o alcance do canal se desdobra não somente no reconhecimento mundial, mas na monetização gerada que, em 2021, possuía uma “[...], receita de aproximadamente US\$13 milhões por ano (R\$65 milhões)” (Uai.com, 2021). Ou seja, naquele ano, a empresa desse influenciador digital faturou, mensalmente, em torno de R\$5 milhões, oriundos da plataforma *YouTube*.

Esse sucesso alcançado pelo empresário e *Youtuber* Felipe Neto não pode ser atribuído exclusivamente à sua *persona*. Os créditos devem incluir os profissionais habilitados que formam sua equipe, intitulada *Netolab*, pois são eles que produzem, criam, possibilitam e garantem o alcance das métricas de engajamento - curtidas, inscritos, visualizações e duração dos vídeos no canal *YouTube*.

QUADRO 4. Equipe técnica Netolab (2023)

Funções	Responsáveis
Editor de vídeo	Leonardo Bigio
Diretor geral	Bruno da Silva Correa
Roteirista, diretor, editor de vídeo, e diretor de fotografia	André Navarro
Roteiristas	Felipe vinha

	Samanta de Lima Cristino
	Marcel Vidal de Albuquerque
Integrantes	Victor Oliveira Monteiro
	Bruno Cytrynbaum "Mozka"
	Luiz Felipe Vinha Carneiro
	José Passini Neto
	Pedro Chilingue Estefan Murteira
Diretora de edição e criadora de legendas	Bárbara Fiorot Ribeiro da Costa
Ilustradora e designer gráfica	Viviane Marchetti Bruno

Fonte: *YouTube*, 2023.

O Quadro 4 demonstra que a produção audiovisual, para garantir qualidade das publicações semanais, dos conteúdos e o alcance das métricas, dentre outros, depende de uma equipe especializada.

A plataforma *YouTube*, enquanto oportunidade de negócios, possui aspectos técnicos que precisam ser considerados, são mecanismos automatizados com funcionalidades específicas. Paralelamente, considera-se, ainda, as decisões no âmbito editorial e empresarial na criação dos conteúdos, bem como os resultados desejados pelos anunciantes da plataforma e a garantia da monetização dos vídeos (Matos, 2020).

Esse cenário revela que todo conteúdo divulgado atende tanto às métricas da plataforma quanto à concepção neoliberal que influencia o consumo, reforça a racionalidade administrada, instiga o desenvolvimento tecnológico, muitas vezes, distantes da humanização e da emancipação (Adorno, 1995), uma vez que a racionalidade instrumental instaurada, promove a objetificação da consciência dos indivíduos, impedindo-os de refletir sobre o contexto de dominação que os cerca.

3.3 O Que Diriam Freire e Adorno Sobre O Jogo *Minecraft*?

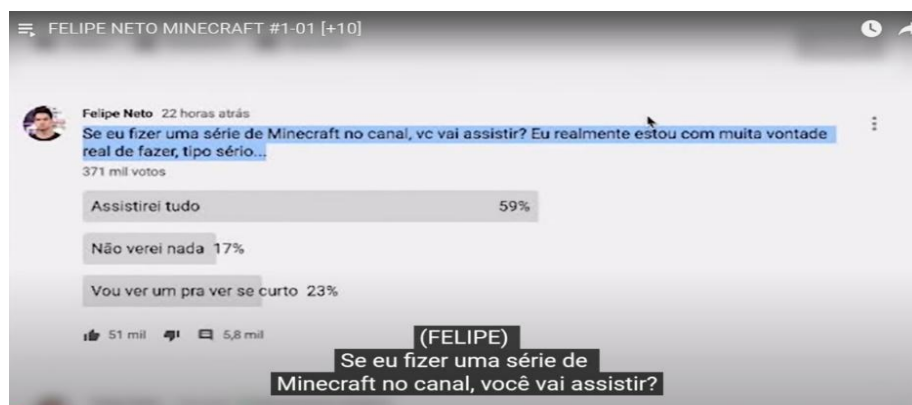
Esta seção tem o objetivo de analisar os processos educacionais gerados e protagonizados por Felipe Neto, a partir do jogo *Minecraft*. Como já mencionado, por processos educacionais se compreende as ações formativas que ocorrem fora da esfera educacional e que, necessariamente, não buscam educar alguém, todavia, por serem práticas cotidianas, passam a fazer parte da vida cultural de um grupo. Neste estudo, essas ações são analisadas no âmbito da plataforma *YouTube*.

Diferente de outros espaços sociais, como na vida familiar, por exemplo, os processos educacionais gerados no âmbito das plataformas digitais são, tecnicamente, pensados, planejados e alinhados aos mecanismos da Indústria Cultural e à lógica do mercado.

É nesse viés mercadológico que a proposta da série de *Minecraft: a Saga* no canal do *Youtuber* Felipe Neto foi concebida nesta tese.

Em 23 de março de 2020, o *influencer* fez uma enquete em seu canal para saber o interesse dos seus seguidores em participar do jogo *on-line*, conforme Figura 24. O público que respondeu atingiu o número de 371 mil pessoas e apenas 17% mencionaram que não assistiriam à série *Minecraft* (59% assumiram que assistiriam e 23% manifestaram que talvez assistiriam).

FIGURA 24. Enquete Jogo *Minecraft*: você vai assistir?



Fonte: *YouTube*, 2020.

É oportuno observar que a enquete foi respondida em menos de 24 horas e foi justamente este vídeo (Felipe Neto *Minecraft* #1-01 [+10]) (Tabela 6) que atingiu todas as métricas de engajamento do canal de Felipe Neto, em 2020.

Essa estratégia utilizada pelo *influencer* delega a seus seguidores uma pseudo decisão, a qual não está atrelada à subjetividade de escolha de cada um, mas encontra-se interligada ao sentido mercadológico, se todos optarem a favor do jogo. Afinal, é a opção ‘de participar da Saga *Minecraft*’ quem garante as métricas e o sucesso do canal.

Dessa forma, mesmo que o canal acione seguidores para decidir sobre a produção de conteúdo, o público não é o protagonista do negócio, mas pode vir a ser o fantoche, pois ao consumir/jogar o *Minecraft*, garante o *status* almejado pelo empresário Felipe Neto.

É uma travessia desafiante refletir sobre a realidade posta, que agrada milhares de pessoas, as quais passam a experimentar e vivenciar novas relações sociais por meio de jogos *on-line*, nas redes da *internet*. Entretanto, questiona-se como o tempo dispensado a essas experimentações e vivências tem contribuído para a formação humana desses indivíduos.

Para tanto, o vídeo do jogo *Minecraft* ora analisado foi transcrito (Anexo IV) pela extensão do Chrome no *YouTube*- YTScribe¹²⁰, logo após foi feita a conferência da referida transcrição, mediante escrita e áudio. A finalidade desta transcrição foi “gerar um conjunto de dados que se preste a uma análise cuidadosa e a uma codificação” (Rose, 2002, p. 348).

A plataforma *YouTube* tem como foco o entretenimento, as pessoas buscam “[...] a informação aliada ao entretenimento, com vídeos leves e descontraídos, por

¹²⁰ É um site e uma extensão usada para transcrever vídeos e áudios em texto.

isso, [...], é importante variar o seu formato para que seja possível surpreender as pessoas e não tornar este espaço previsível e sem graça” (Backes, 2018, p. 214). Nesta perspectiva, espera-se que os vídeos publicados tragam conteúdos engraçados e provoquem gargalhadas entre seus usuários.

O entretenimento gerado pelo *YouTube* é racional e tecnicamente elaborado. Por se tratar de um negócio, é ferramenta a serviço da Indústria Cultural, produzido, necessariamente, para garantir as métricas instituídas pela plataforma, ao *Youtuber* compete garanti-las.

Citamos como exemplo, o pedido emotivamente feito por Felipe Neto a seus seguidores para jogarem o *Minecraft* os deixou em dificuldade para dizer ‘não’, pois foi solicitado por uma *persona* que é referência diária em suas vidas. A convocação, apesar de camuflar o sentido mercadológico que a constitui, foi feita por alguém com quem o usuário se identifica e que o representa.

É esse processo de representação e identificação com o *Youtuber* que faz com que o usuário do canal perca a singularidade de suas escolhas e passe a se identificar com as escolhas que o influenciador faz e/ou deseja (no caso em questão, jogar o *Minecraft*). A influência de Felipe Neto, por si só, pode influenciar a pseudo decisão do outro (jogar ou não no seu canal).

Tal perspectiva expressa a objetificação do usuário do canal, que levado pela vontade do outro (Felipe Neto) isenta-se de manifestar vontade pessoal, constituindo-se, neste processo, uma pseudoformação, pois a pessoa agarra-se ao desejo do outro por acreditar que a vontade do outro irá satisfazê-la (Adorno, 2010).

Observa-se, oportunamente, que a sociedade capitalista só existe e se constitui a partir das relações que estabelece. São essas relações que vão formando o pensar (subjetividade do sujeito). Contudo, se o seu pensar é determinado pela cultura de massa, o usuário se conforma e sua subjetividade é esvaziada, conseqüentemente, impedindo-o de ser autocrítico, de ‘ser sujeito’ (Freire, 1999), transformando-o em objeto que pode ser conduzido e manipulado pelo outro. Este esvaziamento do indivíduo traz prejuízos à sua formação humana.

De acordo com Freire (2000), o conhecimento proveniente do uso de procedimentos tecnológicos não pode ocorrer de forma passiva, como um treinamento ou adestramento. Antes, precisa permitir que homens e mulheres se tornem produtores capazes de reinventar, de prescindir do exercício de curiosidade, de pensar de forma crítica a própria técnica. Para o estudioso, o conhecimento gera emancipação.

Essa emancipação humana, também defendida por Adorno (1995), é aquela que mostra a homens e mulheres o véu tecnológico a que estão presos, que permite a reflexão e o questionamento, de maneira que não sejam submetidos passivamente ao que lhes é oferecido. Contudo, a própria estrutura da técnica tida “como sendo algo em si mesma, um fim em si mesma, uma força própria, esquecendo-se que ela é a extensão do braço do homem” (Adorno, 1994, p. 122) impede que este véu tecnológico seja desfeito.

Isso pode ser evidenciado, por exemplo, na análise de conteúdo do jogo *online Minecraft*, quando as narrativas constituídas pela própria técnica são tecidas já nos primeiros minutos de fala do influenciador Felipe Neto.

Ele instaura o ato inicial, enaltecendo que cumpriu a promessa de fazer somente aquilo que o agradasse, mesmo que essa realização pessoal não gerasse muitas visualizações, conforme descrito:

[...] eu prometi para mim mesmo que esse ano, se eu sentisse vontade de gravar qualquer coisa, que desse real vontade, eu ia gravar; eu não ia deixar de gravar só porque é da pouca *views*. Eu acho que vai dar bem poucos *views*, acho que *Minecraft* foi o negócio, todo mundo no Brasil já fez; mas eu tô com vontade de fazer; O Piuripai fez uma série inteira, mas não assisti, mas fiquei com vontade de fazer também, então, eu vou fazer. Então, vamos embora (Felipe Neto, 2020).

Essa estratégia de conectar vontade pessoal com os outros, de certa forma, aciona o gatilho de pertencimento simbólico dos usuários ao canal. Felipe Neto, ao demonstrar sua vontade particular, compartilha com os usuários do canal seus sonhos e desejos. No entanto, é salutar reafirmar que, tanto o canal (negócio rentável) quanto a *persona* profissional Felipe Neto (empresário), foram convertidos pela lógica

mercadológica em mercadorias que devem, necessariamente, estimular o consumo e, conseqüentemente, o lucro. Por isso, o que estes dois elementos produzem caracterizam mercadorias em série para serem consumidas/visualizadas a luz do princípio da troca, das métricas de engajamento do *YouTube*.

Por outro lado, mercadorias que se propagam na rede de *internet*, necessariamente precisam das relações estabelecidas com outros (usuários do canal), pois são esses sujeitos que vão responder aos anseios e apelos dos produtores de conteúdo (Kehl, 2004), são as pessoas que garantem, por exemplo, os *views* do canal.

Felipe Neto (2020) menciona em sua fala que “[...] o *Minecraft* foi o negócio, todo mundo no Brasil já fez. O Piuripai fez uma série inteira, mas não assisti [...]”. Ou seja, ele reforça que esse game é popular, conhecido por muitos usuários, mas decide que vai jogá-lo mesmo assim. Ressalta-se que este vídeo foi postado, especificamente, três dias depois que a pandemia¹²¹ da covid-19 foi decretada pela Organização Mundial de Saúde (OMS), acompanhada por orientações de medidas de isolamento social.

A repentina decisão de jogar *Minecraft* configura-se em estratégia racionalmente elaborada pelo empresário Felipe Neto, que recorreu a um mecanismo que suscitaria a adesão de seus seguidores, dada a situação de isolamento social proeminente devido à preocupação com o contágio pela pandemia. Esta situação atingiria, de igual modo, uma população que não navega muito pelas plataformas digitais, que passariam a exercer atividades laborais em *home-office*, bem como estudantes e profissionais da educação, que passaram a exercer atividades em formato remoto.

Como estratégia que poderia ou não aumentar as métricas do canal, Felipe Neto (2020) narra: “*eu decidi que eu quero gravar uma série de Minecraft, pode ser*

¹²¹ Crise sem precedentes do ponto de vista comportamental, sanitário e econômico, decretada em 11 de março de 2020 pela Organização Mundial de Saúde.

que dure um episódio, pode ser 200 episódios, entendeu? Vai depender do meu entusiasmo, da minha felicidade gravando. Tô muito feliz".

Felipe Neto usa como estratégia um discurso apelativo expresso e identificado na seguinte fala: *"tô muito feliz [...] pode ser que dure um episódio, pode ser 200 episódios"* (Felipe Neto, 2020). Ao apelar para o argumento sentimental, ele destaca que essa felicidade pode ser alcançada e mantida mediante a quantidade de episódios da Saga. De forma indireta, alerta os usuários do canal sobre a responsabilidade que possuem na garantia da felicidade dele próprio.

O discurso apelativo do *influencer* esconde que a monetização do canal é oriunda das visualizações dos usuários do canal. O sucesso depende das métricas de engajamento que só podem ser garantidas pelos usuários do canal. Deste modo, ao expor seu desejo particular de jogar *Minecraft*, Felipe Neto oculta as relações de dominação estabelecidas entre a sua imagem e a de seus seguidores. Estes, sem perceber, encarregam-se de produzir o brilho da notoriedade (Kehl, 2004), mantendo a visibilidade de Felipe Neto como um dos *Youtubers* mais assistidos na plataforma *YouTube* pelo mundo.

As narrativas do conteúdo transcrito sobre o vídeo *Minecraft* (Anexo IV) reforça que se trata de um jogo em que o indivíduo precisa construir um mundo a partir de uma floresta bruta (Figura 25) e da maneira que o jogador desejar. Por isso, este jogo configura-se como infinito, uma vez que tal floresta precisa ser lapidada ou destruída para que a construção de um novo mundo ocorra.

FIGURA 25. Início do jogo *Minecraft*



Fonte: Felipe Neto, 2020.

A Figura 25 mostra o início do jogo. Isto é, o momento em que o jogador adentra o mundo digital do *Minecraft*. Esse mundo configura-se digitalmente como rural, ou seja, encontra-se em seu estado natural. A partir deste cenário inexplorado que o jogo inicia com a proposta de provocar o jogador a construir, direcionado pelas funcionalidades disponíveis, um novo mundo.

O *Minecraft* incentiva o jogador a criar um novo mundo, permitido pelo jogo, de diversas maneiras, porém em cada etapa necessita-se de ferramentas, insumos, minerais, dentre outros. Como ocorre na vida real, em que para construir uma casa, por exemplo, as pessoas investem recursos, tempo e instrumentais, no jogo *Minecraft*, as mesmas exigências estão presentes, mas materializadas em outros formatos. Em cada etapa, o jogador precisa utilizar os elementos que o próprio jogo oferece, mas atento ao que precisa ser respeitado.

Para tanto, o jogo apresenta um baú (Figura 26), que armazena elementos como ferro, carvão vegetal, machado, enxada, dentre outros. O jogador utiliza-se de tais ferramentas para construir seu mundo virtual.

FIGURA 26.Comandos do Minecraft



Fonte: YouTube, 2020.

Observa-se que à medida em que o jogador avança na construção de seu mundo virtual, aumentam-se os recursos/ferramentas disponíveis, facilitando o gerenciamento.

Na construção de uma casa, por exemplo, o jogador precisa recorrer aos comandos apresentados no jogo, mas à medida em que as etapas vão sendo vencidas, o jogador adquire mais ferramentas, como picareta, pedras e outros, as quais auxiliarão na escavação do terreno e na construção da casa.

Outro exemplo que citamos é a construção da mobília da casa. Neste aspecto, comandos são acionados no jogo e ao processá-los para avançar, o próprio jogo obriga o jogador a alguns animais, por exemplo, conforme comenta o *Youtuber* Felipe Neto ao jogar:

Por favor, não matem as ovelhas! Não façam isso que eu acabei de fazer, perdão! Eu preciso da sua lã, perdão, perdão, perdão, perdão. Eu prometo que nunca mais vou fazer isso, cara. Mentira! vou ter de matar muitas ovelhas nesse jogo. [...]. Gente, eu preciso de ovelhas, infelizmente, para poder fazer cama [...] e para os monstros não me matarem [...] (Felipe Neto, 2020).

Esse comentário de jogador revela que o abatimento de uma ovelha, exigido pelo jogo, é uma contrapartida. Ou seja, ao abater a ovelha, o jogador recebe lã. Esta questão desperta curiosidade porque a ovelha é um animal que, quando abatido, serve para o consumo da carne, mas o jogo não sinaliza nada a este respeito, apenas conduz o jogador à compreensão de que a lã possui um valor de troca. É o conteúdo

material, enquanto valor de troca, no caso a lã (mercadoria) que adquire outra conotação no contexto atual mercadológico, a saber, quantitativamente a materialidade da mercadoria produzida (Marx, 2011).

Essa objetificação (Adorno, 1995) atribuída à lã, como valor de troca no jogo *Minecraft*, desconsidera este produto (lã) como um elemento útil, de caráter qualitativo, pois deixa de incorporar o produto do trabalho do seu criador (ovinocultura de lã), ou seja, o elemento humano, o subjetivo. Entende-se que isso ocorra porque a proposta do jogo encontra-se atrelada à indústria cultural, que prioriza o mercado e não exige do jogador reflexão crítica.

Não há, portanto, nenhum convite da indústria cultural para o desvelamento da realidade, conforme preconiza Paulo Freire (1987) ao tratar dos aspectos inerentes à atividade que fomenta a aprendizagem consciente e crítica. Ao contrário, homens e mulheres são percebidos como seres passíveis de adaptação, sendo-lhes os produtos entregues de forma racional e técnica por esta indústria. Este movimento limita o desenvolvimento da consciência autocrítica, posto que a técnica administra desejos e a realidade circundante.

Na contemporaneidade, esse movimento caracteriza-se como processo contraditório. Enquanto tratados globais visam à preservação da fauna e flora e se articulam em torno da necessidade do equilíbrio ecológico, a indústria cultural de entretenimento lança um dos jogos mais populares da atualidade (*Minecraft*), que de forma diversa, induz o jogador à destruição.

Os artifícios psicológicos do jogo *Minecraft* não permitem despertar, entre seus jogadores, a noção de preservação do meio ambiente. Não é suficiente que o início de sua narrativa ocorra em uma floresta para assegurar que a questão ambiental esteja sendo considerada, visto que as ações necessárias, em cada etapa, obrigam o jogador a destruir para avançar no jogo.

Nesse aspecto, a indústria cultural apresenta uma contradição, pois, se o mundo *Minecraft* é de sobrevivência, a preservação seria um ponto de equilíbrio para o novo mundo construído, mediante ações sustentáveis e ecologicamente corretas.

Contudo, da forma que é apresentado ao jogador, o *Minecraft* reproduz a degradação ambiental e matança desnecessária de animais não para recorrer à necessidade de alimentos, mas em prol da lógica capitalista, como sinalizado pelo próprio Felipe Neto (2020), em comentário: “*Eu sinto muito pelas ovelhas, é porque o jogo me obriga. Se eu pudesse fazer isso sem matar ovelha, eu faria. Mas o jogo não é vegano*”.

Ao mesmo tempo em que menciona a obrigatoriedade estabelecida pelo jogo, esse influenciador digital manifesta-se contrário à tal exigência, sinalizando para uma consciência sobre tal ato, todavia, não lhe resta outra escolha senão o abate do animal. Para promover comicidade à ação e se justificar, Felipe Neto (2020) completa que “o jogo não é vegano”. A preocupação apresentada no abatimento das ovelhas ocorre apenas no ato imediato, os ganhos se sobressaem na escolha feita *pelo Youtuber*.

A particularidade apresentada pelo *Minecraft* na construção de um novo mundo remete a um mundo paralelo digital, como são os *reality shows* e tantos outros mecanismos da indústria cultural (Adorno, 2005), em que o jogador pode representar, construir o mundo que idealiza, destruir monstros e fantasmas utilizando-se das ferramentas apresentadas e que melhor lhe convier. Exemplo disso tem-se no comentário de Felipe Neto (2020), que acelera o jogo ao dizer: “*E aí, vocês vão ver como é que o bicho vai pegar. É que nem a tropa de elite, agora o bicho vai pegar*”.

Ao mencionar “Tropa de Elite”, filme policial brasileiro, o *Youtuber* declara que para construir esse novo mundo, “tudo” pode ser permitido, inclusive a violência. Porém, não é aquela violência retratada no filme, que combate o tráfico e o crime organizado na favela do Alemão, no Rio de Janeiro, mas a violência velada, aquela que se justifica: para “não ser morto”, o jogador do *Minecraft* recorre a todas as ferramentas que estão ao seu alcance: “ludibriar os animais para poder matá-los [...]. É isso mesmo, gente, infelizmente, esse não é um jogo vegano de verdade. E não é só por isso, não. Eu preciso de lã também” (Felipe Neto, 2020).

O jogo solicita rapidez, ações imediatas, por isso, enquanto vai jogando, o *Youtuber* faz um apelo a seus seguidores: “Aliás, eu vou precisar muito da ajuda de

vocês, jogadores profissionais de *Minecraft*. Eu sei que vocês me acompanham, que vocês me seguem, que vocês vão assistir essa série” (Felipe Neto, 2020). Nota-se que mais uma vez ele pede, a quem estiver assistindo ao jogo, para segui-lo e acompanhar a série. Reforça o apelo pedindo para que comentem: “por favor deixem dicas nos comentários, que eu vou ler os comentários desses vídeos aqui para eu poder saber o que que eu faço [...] deixem dicas [...] Felipe, faz isso, Felipe, sua anta, não é assim” [...] (Felipe Neto, 2020). Em todo o tempo, ele busca interação com o público, comentários também são moedas de troca na plataforma e rendem lucro.

Em dado momento, Felipe Neto se dirige ao criador do jogo: “perdão aí profissional do *Minecrafters*, eu errei, mas eu vou virar o profissional *Minecraft* também. Eu prometo [...] e nunca farei vocês passarem vergonha” (Felipe Neto, 2020). Mesmo não se reconhecendo como um bom jogador, o *Youtuber* se redime, prometendo que vai melhorar para envergonhar seus seguidores que estão assistindo ao vídeo. Subjetivamente, nesta fala, ele os convida a acompanhá-lo no canal, no intuito de não apenas se divertirem, mas elevar suas métricas também com as visualizações, curtidas e comentários.

Logo após, Felipe Neto avança para nova etapa no jogo: a construção do curral das vacas, quando diz: “[...] preciso fazer um curral de eleitor do Bolsonaro. Aaah! Preciso fazer um monte de cabeça de gado, preciso fazer cercas para conter minhas vacas. Eu preciso colocar os eleitores tudo dentro do cercadinho” (Felipe Neto, 2020).

A analogia feita pelo *Youtuber* a curral eleitoral¹²² é muito interessante, pois ele associa o cercado das vacas a um curral e os animais ao eleitorado de Bolsonaro e, por esta razão, o “gado” (como é comumente conhecido o eleitorado deste candidato, partindo-se da perspectiva de que não raciocinam por si mesmos, a exemplo dos animais) precisa ser contido dentro do cercadinho (ou seja, em um mundinho pequeno, que não privilegia a reflexão crítica).

¹²² Um grupo de eleitores que votam sistematicamente no candidato do partido filiado, uma prática que ainda persiste na política brasileira.

Essa perspectiva do *Youtuber* prolonga-se durante o jogo, quando ele convida seus seguidores que votavam a participar do jogo: “*Agora vamos lá, chamar os eleitores [...] vambora. Eleitooooor! Vem comigo*” (Felipe Neto, 2020). Nesta fala, entende-se que Felipe Neto convida seus seguidores do canal não apenas a participar do jogo. Ele os convida a acompanhá-lo no voto contrário ao candidato em questão.

A ação solicitada pelo jogo para cercar o gado traz duas análises relacionadas ao período eleitoral vivenciado pelo *influencer* e todo o eleitorado brasileiro: 1) dadas as circunstâncias que envolviam o embate político e ideológico envolvendo a campanha para presidência do Brasil e 2) a questão pessoal envolvendo o *Youtuber* e o eleitorado de Bolsonaro, que não se conformou na mudança de postura de Felipe Neto em relação a seu voto, que antes pertencia ao candidato em questão. Assim, cercar o gado no jogo eleva ao sentido de silenciá-lo, por outro lado, evidencia a proporção da alienação sofrida pelo eleitorado de Bolsonaro, que como gado, segue a ideologia do candidato sem refletir.

Enquanto prossegue no jogo, Felipe Neto menciona pontos controversos e que foram mencionados ao longo da campanha do candidato: “*Vem aqui, olha o kit gay. Olha o kit gay. Isso, vem! Olha o kit gay! Aaah, olha aqui o kit gay! Vem aqui! olha a mamadeira de pinto. Veem, bom menino. Vem!*” (Felipe Neto, 2020).

O kit gay¹²³ é um termo falso e pejorativo dado ao Programa Escola sem Homofobia, proposta pedagógica aprovada pelo Congresso Nacional, em 2011, para combater a homofobia nas escolas. Todavia, diante das críticas, naquele ano foi vetado pela presidente Dilma Rousseff. Um dos eixos do programa estruturava trazia “a composição de um material didático, financiado pelo MEC, que seria distribuído em escolas públicas brasileiras ao final daquele ano” (Maracci; Machado, 2022, p. 40). Foi, justamente, este eixo que trouxe amplitude midiática ao Programa, tendo referência contrária, à época, o então deputado federal Jair Bolsonaro¹²⁴. O impacto

¹²³ Refere-se ao nome atribuído popularmente ao programa de referência: Escola sem Homofobia, criado em 2011.

¹²⁴ Ele divulgava os perigos do suposto kit em pronunciamentos na câmera e programas de televisão aberta, logo se convertendo em vídeos curtos, publicados na plataforma *You Tube* e amplamente compartilhados em sites como o Facebook e o Twitter. Nesse momento da polêmica, tomavam

midiático do programa provocou o cancelamento do envio do material didático, denominado ‘kit gay’, às escolas brasileiras.

No entanto, mesmo vetada a cartilha do programa Escola sem Homofobia, o ‘kit gay’ continuou sendo instrumento de destaque na campanha presidencial de 2018, especificamente na campanha do candidato Jair Bolsonaro, que apresentava “[...] corriqueiramente, o livro *Aparelho Sexual e Cia* como espécie do Kit Gay [...]” (Maracci; Machado, 2022, p. 41). Porém, o livro citado não fazia parte do material didático financiado pelo MEC e apenas serviu como estratégia política na referida campanha eleitoral, trazendo duplo direcionamento político: 1) “[...] menção aos perigos da homossexualidade, associada à pedofilia e a promiscuidade de crianças; 2) [...] uso do kit gay como elemento *para se opor ao maior partido oponente, de esquerda* (PT), ou até mesmo a um campo de pautas relacionadas à esquerda de modo generalista (Maracci; Machado, 2022, p. 45).

Assim, ao mencionar o ‘kit gay’ durante o jogo *Minecraft*, Felipe Neto aciona gatilhos no eleitorado e apoiadores do então candidato à presidência, Jair Bolsonaro, que naquela ocasião, promovia ataques ao *Youtuber* Felipe Neto pelas redes sociais, dentre eles, incentivava ameaças de apoiadores à porta do condomínio do influenciador e incitava, pelas redes sociais, um movimento que associava o *Youtuber* à pedofilia (Forum, 2020).

Atento ao jogo, Felipe Neto prossegue referindo-se aos eleitores de Bolsonaro como gado. Em dado momento, associa ao candidato uma palavra recorrente entre seu eleitorado, a saber: mito.

Vem gado. Vem, gado!
Isso, olha aí! vem com o papai, vem.
Vem como o Papai, isso.
Repete: Mitoooo! Mito! (Felipe Neto, 2020).

destaque os materiais audiovisuais presentes no projeto, que se tornaram virais na época dado seu compartilhamento em larga escala, com críticas. No viés de seus antagonistas, o Kit Gay impunha um perigo às crianças, que seriam expostas precocemente ao “homossexualismo” e se tornariam “alvos fáceis para pedófilos”, nas palavras de Bolsonaro (Maracci; Machado, 2022, p. 40).

Ressalta-se que a associação do vocábulo “mito” a Bolsonaro, no pleito eleitoral de 2018, intensificou-se no âmbito das redes sociais porque trazia a noção de um mandato limpo, que trabalharia contra a corrupção e a ‘sujeira’ instaurada pela esquerda, trazendo os ‘valores da família tradicional’. A palavra ‘mito’ era utilizada, ainda, como aspiração a “um governo com punhos de ferro, ao estilo militar [...] a imagem de um sujeito honesto, “ficha limpa”, incorruptível [...]” (Silva Junior; Mello Neto, 2022, p.8).

Sob a influência do jogo *Minecraft*, precisamente nos momentos finais do jogo, Felipe Neto (2020) traz outra questão emblemática: a terra plana. De maneira irônica, ele argumenta: “[...] se jogar comigo, a verdade será mostrada”.

Vem, Terra Plana. Aqui, a terra é plana!
Olha aqui, eu tenho provas!
eu tenho provas de que a terra é plana, é só você me seguir.
se você me seguir, você vai encontrar a verdade.
você vai descobrir toda a verdade sobre o mundo (Felipe Neto, 2020).

A Terra Plana é um movimento que surgiu recentemente, afirma ser a terra plana. Um assunto que esteve em pauta na *internet*, no *YouTube* e *Facebook*, mas que divide opiniões.

De modo geral, ao jogar o *Minecraft*, Felipe Neto comenta vários assuntos que atravessam a pauta da vida social. Isso, a priori, contribui para o processo informativo daqueles que assistem a seu canal. Todavia, isso ocorre de forma reducionista e aligeirada, parece não haver a pretensão de ensinar, associa-se mais a um posicionamento político que ele assume enquanto *persona da internet*.

O jogo *Minecraft*, como diversão/entretenimento, encontra-se incorporado à indústria cultural, pois sua lógica mercadológica exige que ele atenda às necessidades dos indivíduos que o consomem, de tal maneira que sintam a necessidade de consumi-lo frequentemente. Por isso, é salutar saber quem o programa para nos programar (Freire; Guimarães, 2013).

3.4 O Lugar de Entreter: Pensando os Processos Educativos no Canal @Felipeneto

O entretenimento é uma marca da sociedade capitalista, em especial, o entretenimento comercial, entendido como uma mercadoria que fornece divertimento por meio de programas a exemplo do *Big Brother* Brasil – um programa que reúne diversas pessoas em disputa por dinheiro e fama, as quais tornam-se famosas não por suas qualificações e atributos pessoais, mas simplesmente por participar e se expor neste reality.

O sucesso de programas como o *reality* mencionado ocorre, segundo Trigo (2003) porque na sociedade atual

[...] os fluxos de circulação da informação são controlados por instituições e empresas ligadas aos mais diversos setores produtivos, existe uma intrincada rede que agrupa em um mesmo fenômeno atividades que, na origem, são diferentes (esportes, notícias, arte, educação, lazer, turismo, “showbusiness”), mas que se articulam enquanto mercadorias destinadas a um consumo específico caracterizado pelo prazer (p. 21-22).

Esta exposição mercadológica, por sua vez, reverbera em outras esferas sociais, a exemplo do consumo de bens de entretenimento, que

[...] alivia, em determinados aspectos, os indivíduos do processo de trabalho e possibilita um tipo de satisfação substitutiva. O central nisso é a necessidade dos que trabalham de fugir do trabalho alienado e não a necessidade por entretenimento (Buselmeier, 1985: 39).

O entreter está tensionado pela relação tempo livre¹²⁵ e tempo de trabalho, associa-se, ainda, à diversão e ao consumo que, nesse processo, apresenta-se como um elemento utilitário, oferecido ao usuário como uma pseudoliberalidade de escolhas que podem ser satisfeitas pela indústria cultural (Adorno; Horkheimer, 1985). Essa

¹²⁵ Em Adorno o tempo livre remete a reificação orquestrada pela lógica do capital, isto é, se apresenta como uma imitação da liberdade e de restauração das forças laborais do sujeito, para então, reintroduzi-los à lógica do trabalho, do capital; um tempo livre pautada na perspectiva materialista no mundo administrado (Adorno, 1995c).

perspectiva permite pensar como se dá o tempo livre (aquele não preenchido pelo trabalho) na ilusória indústria cultural dominada pelo capital.

Adorno (1995c) ressalta que uma sociedade subjugada pela razão instrumental oferece às pessoas produtos cuidadosamente produzidos capazes de articular e inculcar a necessidade subjetiva por lazer, instigando compulsoriamente ao consumo. Nesse sentido, o tempo livre, funcionalmente relacionado com o trabalho, representa somente seu esquecimento temporário.

No entanto, todo esse aparato para entreter e divertir encontra-se a serviço de grandes empresas e empresários, como o *Youtuber* Felipe Neto e sua equipe Netolab, visam ao lucro, à acumulação de capital, concebendo o entretenimento, dentro de uma lógica capitalista, como mercadoria. Assim, utilizam-se de meios técnicos para influenciar o usuário por meio da diversão.

É a vontade de entreter¹²⁶ que motiva o consumo de produções audiovisuais na rede de *internet*, como mostra a figura a seguir.

FIGURA 27. Entretenimento como motivo para consumo de conteúdo em vídeo

¹²⁶ O termo entretenimento, do latim "inter" (entre) "tenere" (ter), evoluiu para o inglês "entertainment"- "aquilo que diverte com distração ou recreação" ou "um espetáculo público ou mostra destinada a interessar ou divertir" (Gabler, 1999, p. 25).



Fonte: Video Viewers, Provokers, 2018.

O entretenimento tratado neste tópico é o digital, isto é, atividades de entretenimento que ocorrem e se estabelecem na rede de *internet*, em especial no canal do *Youtuber* Felipe Neto.

Nesse sentido, quatro vídeos foram selecionados e analisados na perspectiva de saber como os processos educativos gerados por estes conteúdos influenciam na socialização e na formação humana.

3.4.1. Vídeo ‘Batalha entre Siri e Alexa! Quem ganhou?’

O vídeo *Batalha entre Siri e Alexa! Quem ganhou?* tem como conteúdo uma disputa entre dois robôs: Siri¹²⁷ e Alexa¹²⁸, assistentes virtuais digitais, consideradas “[...] artefatos comunicacionais que auxiliam usuários a executarem tarefas cotidianas

¹²⁷ Assistente inteligente da *Apple* com várias funcionalidades: realizar ligações, lembretes, etc.

¹²⁸ Inteligência artificial da Amazon controlada por voz.

de forma automatizada, através da linguagem natural falada ou escrita” (SANTOS; Polianov, 2021, p. 54473).

Além de assistentes pessoais, que auxiliam em funções, como: mandar mensagens, realizar buscas, adicionar lembretes, seguir instruções e outros, Siri e Alexa são objetos com quem é possível dialogar, pois foram programadas para tal fim. A programação destas assistentes digitais robotizadas foi feita para performar certos construtos do gênero feminino, tais como: a voz (timbre e entonação), o cuidado com o outro e o trabalho feminino (Santos; Polianov, 2021).

Nessa mesma linha, as assistentes digitais robotizadas denominadas Lu (Magazine Luiza) e Bia (Bradesco), caracterizadas como *personagens* femininas, reforçam a não neutralidade das tecnologias e a “existência de uma divisão sexual do trabalho, perpetuada e acentuada através do desenvolvimento tecnológico e do cuidado como um trabalho demarcado como feminino” (Santos; Polianov, 2021, p. 54473).

As empresas, apesar de contribuírem para a manutenção do sexismo endêmico, têm reprogramado essas assistentes digitais para responder mensagens enviadas por voz ou texto – sejam elas agressões verbais, insultos ou comentários sexuais de forma assertiva, incisiva e contundente (Santos; Polianov, 2021), permitindo-nos inferir que esta ação pode caracterizar uma forma de adesão e de posicionamento sobre a igualdade de gêneros no âmbito da tecnologia.

Essa realidade evidencia que as assistentes digitais são programadas por empresas e por profissionais de corporações tecnológicas que utilizam algoritmos inteligentes que “influenciam nos conteúdos que são vistos, lidos, assistidos, ouvidos, bem como podem influenciar opiniões e as próprias interações entre pessoas” (Sgarbosa; Del Vechio, 2020, p.198).

Por ser a tecnologia uma expressão da criatividade humana (Freire, 2000), ela se encontra a serviço de alguém, que pode instrumentalizá-la para atender a lógica capitalista, podendo, inclusive, robotizar as práticas sociais cotidianas em função da

sua razão operacional instaurada. Advém destas circunstâncias a necessidade de vigilância ética sobre a tecnologia, pois

Ao manipular a máquina, o homem aprende que a obediência às instruções é o único meio de se obter resultados desejados. Ser bem-sucedido é o mesmo que adaptar-se ao aparato. Não há lugar para a autonomia. (Marcuse, 1999, p. 80).

Esse cenário é fruto da reverberação do trabalho e da produção na vida de homens e mulheres que buscam otimizar tempo e ações com a ajuda dos artefatos digitais (como Siri e Alexa).

Feitas essas considerações iniciais, retoma-se a proposta de Felipe Neto - promover um desafio entre duas tecnologias, buscando verificar como elas respondiam perguntas corriqueiras e simples do dia a dia, tais como: você está bem? Quantos anos você tem? Quer casar comigo?

FIGURA 28. Disputa entre Siri e Alexa



Fonte: Felipe Neto, 2020a

QUADRO 5. Galeria de perguntas para Siri e Alexa

Perguntas feitas pelo Felipe Neto	Resultados apresentados		Pontuação
	Siri	Alexa	
Você está bem?	Como poderia ficar triste tendo a sua companhia? Impossível	Eu agradeço a sua preocupação. É sempre bom estar atento ao impacto de suas palavras nas pessoas.	Ponto para Siri
Quantos anos você tem?	Bom, eu vim ao mundo gradativamente. Mas, o meu primeiro dia como assistente foi em 4 de outubro de 2011.	Em anos humanos, tenho 5. Se falamos de anos de cachorro ou de gato, já estou na casa dos 30. Se bem que, como eu acho que anos de inteligência artificial se medem em nanossegundos, digamos que eu sou muito, mas muito mais velha que você.	Ponto para Alexa
Quantos anos eu tenho?	Eu não sei a sua idade	Minha bola de cristal parou de funcionar. Não vou conseguir adivinhar sua idade.	Ponto para Alexa
Quer casar comigo?	Vamos ser apenas amigos, ok?	Eu não quero compromisso. Na verdade, nem posso. Eu sou amorfa por natureza.	Ninguém ganhou ponto

Fonte: Felipe Neto, 2020a.

A batalha travada entre Siri e Alexa se desdobra em outras perguntas (APÊNDICE E), mas não nos cabe aqui apresentá-las em sua totalidade, uma vez que a amostra para nosso objetivo é suficiente.

Aparentemente a disputa trouxe informações importantes ao usuário do canal, mostrando que tanto Siri quanto Alexa são artefatos digitais que respondem de acordo com a programação recebida. Contudo, pode-se inferir que a batalha pode ter sido racionalmente pensada para divulgar esses dispositivos inteligentes e despertar, no usuário do canal, a necessidade de comprá-los. Uma forma, portanto, de popularizar um recurso inteligente no dia a dia das pessoas, considerando-se, sobretudo, o alcance do canal e o poder de influência de Felipe Neto.

Todavia, nota que, mesmo trazendo informações básicas, entrelaçadas pelo riso e o cômico, características do canal de Felipe Neto, o episódio de embate entre Siri e Alexa não contribuiu criticamente para levar o sujeito a pensar sobre o papel da

inteligência artificial¹²⁹ (IA) e a possibilidade por ela posta de substituir o diálogo com o outro, o contato face a face. Ou seja, o episódio assistido reforça, direta ou indiretamente, o consumo de tais artefatos e a aceitação daquilo que a indústria cultural impõe ao indivíduo (Adorno; Horkheimer, 1985).

Esse cenário se manifesta, por exemplo, no tempo livre de homens e mulheres que, por meio da indústria cultural, têm acesso a um vasto conteúdo que encanta e aprisiona, sendo, ao mesmo tempo, um serviço tecnicamente elaborado, mas que não permite senti-lo e nem o experimentar. Isso ocorre porque a arte e a cultura passaram a servir ao capital (Adorno; Horkheimer, 1985).

Em relação ao canal de Felipe Neto, sabe-se que a proposta é divertir, entreter, porém, a forma como esse entreter se desdobra impacta a socialização e a formação humana dos seus seguidores.

3.4.2. Vídeo Reagindo a 10 anos do canal

O vídeo "Reagindo a 10 anos do canal" é uma retrospectiva do canal de Felipe Neto no *YouTube*, que completou 10 anos em 2020. A proposta do material audiovisual disponibilizado teve por objetivo lembrar os melhores momentos que marcaram este período.

Nas primeiras recordações, Felipe Neto menciona as marcas que sinalizam "*um apanhado de vergonhas alheias*". [...] *eu não me arrependo de nada, nem dos meus erros*" (Felipe Neto, 2020a). A fala do *Youtuber* demonstra que para ter visibilidade e atingir sucesso no canal, foi necessário mobilizar ações e alvejar *personalidades* que,

¹²⁹ um composto de algoritmos computacionais (códigos de alto e baixo nível de linguagem de programação), capaz de obter resultados lógicos semelhantes à inteligência humana, por meio de mecanismos previamente configurados. Corresponde, assim, ao conceito de uma máquina com cognição, comparável a um cérebro humano, a fim de avaliar situações e tomar decisões lógicas (Sgarbosa; Del Vecchio, 2020, p. 195).

em detrimento das métricas de engajamento, foram postos em evidência a fim de garantir o envolvimento dos usuários do canal, distraíndo-os por longo tempo.

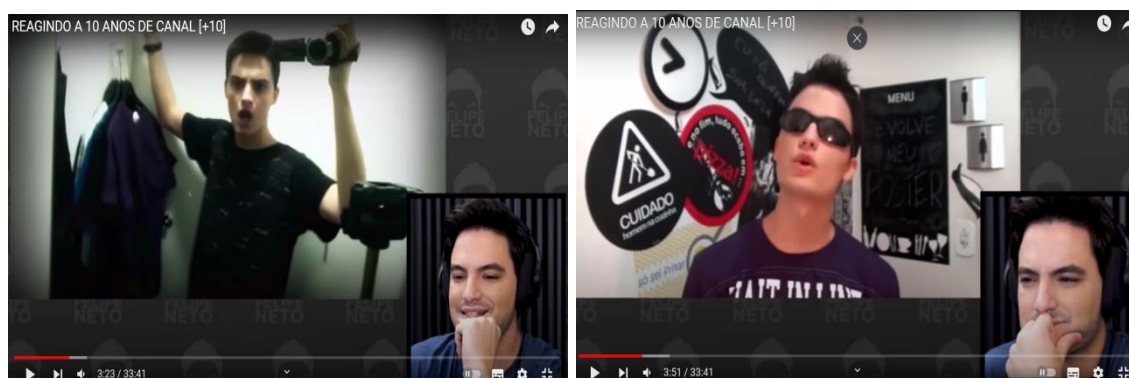
Nesse sentido, observa-se que conteúdos de entretenimento, no âmbito da indústria cultural, produzem encantamento e aprisionam (Adorno, 1995) porque chamam a atenção quando divulgados.

O primeiro vídeo do canal, relembra Felipe Neto, teve duração de 2 segundos e configurou-se como um teste da câmera filmado em HD. Logo após, nascia o vídeo oficial denominado *Não faz sentido*. Ao mostrá-lo na retrospectiva, Felipe Neto detalha a riqueza do figurino:

[...] botei óculos escuros, fui ao shopping, comprei roupa para poder fazer o quadro [...] me preocupei em fazer algum tipo de cenário [...] vamos ver um trech... é muito difícil de assistir, gente (gritando). Me ajuda, Deus! Vai ser tenso [...] (Felipe Neto, 2020b).

Felipe Neto se prende aos detalhes de forma tecnicamente pensável, na tentativa de divertir os usuários do canal. Atrelado a este cuidado, ele narra como se deu o processo de compra do figurino, grava e mostra fotos tiradas no provador do shopping, como mostra a figura a seguir:

FIGURA 29.Registros no provador do shopping



Fonte: *YouTube*, 2020b.

Para fazer esse vídeo, ele utiliza-se de vários artefatos e ainda explica o motivo de tal registro em um lugar inusitado:

Eu tive que explicar para a mulher porque eu estava levando uma câmera, um tripé e uma camisa feminina para dentro do provador masculino. Então, ela estava vendo, [...] e ela passou, passou, passou [...] olhou para mim e disse: “Que é isso?” E eu tive que explicar para ela que na verdade eu faço vídeos para *internet*. E que eu não era gay. (Felipe Neto, 2020b).

Foi épico aquele momento, comenta Felipe Neto, “ter que justificar o porquê levar toda aquela estrutura para dentro de um provador masculino de uma loja. E ainda, explicar que ‘não era gay’ pelo simples fato de levar uma camiseta feminina para experimentar”. Revisitar este episódio provocou no *Youtuber* nostalgia, sinalizando para a lembrança de que a persistência se configura como um diferencial na vida de qualquer profissional:

Ninguém começa sendo brilhante, ninguém. Tipo, a primeira vez que o Ronaldinho Gaúcho pegou uma bola, ele não driblou todo mundo e se tornou o maior gênio do futsal. Eu garanto para você. Ninguém nasce sabendo. A primeira tentativa de qualquer coisa é uma bosta. E isso era eu, sendo uma bosta. (Felipe Neto, 2020b).

Esse reconhecimento no início de carreira parece ter sido importante e serviu como gatilho para Felipe Neto melhorar tanto os conteúdos publicados no canal quanto sua atuação como influenciador digital no *YouTube*. Em várias passagens da retrospectiva, ele menciona a estranheza de assistir a si mesmo, ouvir sua voz e seu sotaque paulista. Reconhece, comenta, o quanto fazia uso da linguagem mediada por palavrões: “não conseguia me comunicar sem falar palavrões” (Felipe Neto, 2020b) e menciona que esta postura o envergonha muito.

É interessante observar que ao reconhecer o uso rotineiro de palavrões, Felipe Neto menciona que, embora recorresse a este tipo de linguagem, cresceu em um contexto familiar conservador e tradicional, sem culpabilizar seus pais pela criação recebida. Falou de situações inusitadas no início da sua carreira profissional, como: a gravação a respeito das bandas coloridas; o vídeo *Quem foi o filho da p*** que*

inventou uma calça laranja? Segundo ele, foi esse material audiovisual que o colocou “no mapa”, pois as pessoas passaram a reconhecê-lo na rua, fazendo-lhe a mesma pergunta que nomeia o vídeo.

Nesse momento, Felipe Neto resgata memórias da juventude, ouvindo Legião Urbana e Cazuza, referências de canções que retrataram criticamente a formação sócio-histórica do Brasil. De acordo com Manzatto (2022, p. 335):

O jeito de construir a sociedade brasileira e suas instituições políticas foram fortemente criticados por canções como “Brasil Mostra Tua Cara” (1988), de Cazuza [...] ou “Que país é esse?” (1987), de Renato Russo com interpretação do grupo Legião Urbana.

Outro material audiovisual, segundo o *Youtuber*, que o colocou em evidência foi o vídeo “Não Faz Sentido: Crepúsculo”, com duração de 11m42s. O conteúdo do vídeo traz, basicamente, a imitação das vozes e caras dos *personagens* da saga *Crepúsculo*, de Stephenie Meyer¹³⁰. Felipe Neto se alegra ao lembrar episódios deste vídeo, mencionando que foi um material interessante, mas que o preocupou em razão da duração do vídeo que extrapolou o padrão da época. Contudo, ele preferiu “correr o risco” e o colocou no ar e foi um sucesso, afirma ele.

Na retrospectiva do canal, Felipe Neto fala da primeira empresa que abriu, em 2011, denominada Parafernália, cujo objetivo era fazer humor no *YouTube*. Lembra que um dos primeiros vídeos publicados falava, ironicamente, sobre a aparência dos jogadores de futebol no Brasil, dentre eles, Neymar¹³¹, que naquela época era muito

¹³⁰ Escritora americana da série/saga *Crepúsculo* - história que gira em torno da relação entre a jovem Bella Swan e um vampiro, Edward Cullen. Dois personagens de contrastes que se apaixonam e resolvem correr o risco de uma proximidade tão perigosa.

¹³¹ Foi a partir de 2009 que sua fama começou a se disseminar pelo Brasil por meio de sua atuação no Santos Futebol Clube (time paulista) e reconhecida pelo mundo quando iniciou sua trajetória na seleção brasileira - herói da Copa das Confederações de futebol da Fédération Internationale de Football Association (Fifa). Em 2013, o jogador inicia sua trajetória no time espanhol Barcelona e torna-se um dos maiores ícones do mundo. Atualmente, atua no time francês Paris Saint-Germain e está rodeado de propostas no âmbito publicitário. (Feltes; Sanfelice, 2019, p. 2).

jovem (19 anos), e se apresentava com cortes de cabelo diferenciados, conforme figura a seguir.

FIGURA 30. Cortes de cabelo do Neymar



Fonte: YouTube, 2020b.

Este vídeo com a exposição de Neymar trouxe vários dissabores, afirma Felipe Neto, que se estendem nas redes sociais, com alfinetadas e curtidas por parte do jogador.

Esse episódio permite abrir um parêntese a respeito do protagonismo de Neymar na sociedade juvenil brasileira, “[...] ele é constantemente apresentado na narrativa midiática como um *personagem* capaz de ofertar elementos e sentidos desencadeadores de constructos comportamentais, ideológicos e imagéticos” (Feltes; Sanfelice, 2019, p. 2). Para os autores, um dos instrumentos utilizados pela mídia (televisiva e digital) são as marcas¹³² que patrocinam Neymar, as quais direta ou indiretamente incentivam a juventude a consumi-las.

¹³² Nike, Guaraná Antarctica, Claro, Listerine, Gillette, Panasonic, Tenys-pé, Rexona, Red Bull, Clear Men.

Observa-se que o brilho da imagem pública do jogador não é ofuscado pelos escândalos¹³³ em que o jogador Neymar se envolveu, tampouco pelo desfecho trágico¹³⁴ de seu futebol na Copa do Mundo, pois tudo que o envolve é notícia e a indústria cultural transforma esses episódios em imagem dos objetos (Kehl, 2004).

Felipe Neto reconhece que além de expor, negativamente, esse jogador, expôs outras *personalidades* do cenário religioso, como o apóstolo Valdemiro Santiago de Oliveira¹³⁵, Silas Lima Malafaia¹³⁶ e o bispo Edir Macedo Bezerra¹³⁷.

Essa elite política-religiosa-empresarial recentemente apoiou, por meio de declarações públicas e eventos religiosos, o ex-presidente Jair Bolsonaro, em especial no período da pandemia do Covid-19. Na ocasião, diante da necessidade do isolamento social, esses líderes foram contrários ao fechamento dos templos, empresas e escolas, embora valham-se da *internet*, da televisão e do rádio para realizar cultos e proferir curas (Guerreiro; Almeida, 2021).

Malafaia, por exemplo, “com uma retórica inflamada, usou seu canal no *YouTube* para se posicionar contra o fechamento dos templos e defender as ações do governo federal, por meio de uma linguagem negacionista” da pandemia (Guerreiro; Almeida, 2021, p. 55).

¹³³ Traições e infidelidade; acusação de estupro em Paris, em 2019; envolvimento com sites de apostas e outros.

¹³⁴ Afastamento da Copa do Mundo em 2018; Fora da Copa da América do Brasil em 2019; Punições da UEFA e outros.

¹³⁵ Fundador da Igreja Mundial do Poder de Deus e ex-bispo da Igreja Universal do Reino de Deus, considerado um dos maiores propagadores de curas milagrosas da TV brasileira.

¹³⁶ Pastor protestante conhecido por sua atuação política e pelo discurso de ódio sobre temas como homossexualidade e aborto. Em 2002 e 2006, apoiou Lula (PT) em suas campanhas a presidente, chegando a ser indicado a um Conselho informal da Presidência da República. Em 2010, transitou para a oposição, apoiando José Serra (PSDB). Nas eleições de 2012, foi cabo eleitoral evangélico do candidato José Serra (PSDB) à Prefeitura de São Paulo. Nas eleições de 2014, fez campanha para Aécio Neves (PSDB) à Presidência da República. Em 2018 e 2022 optou pela extrema-direita, com atuação forte e agressiva a favor do então candidato à reeleição, Jair Messias Bolsonaro. É dono da editora Central Gospel e mantém o programa Vitória em Cristo na TV, desde 1985.

¹³⁷ Fundador e líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), hoje apenas Universal, é bispo, proprietário do Grupo Record e da TV Record, terceira maior emissora de televisão do Brasil, acionista majoritário do Banco Renner, dono do Hospital Moriah (Buriti, 2015), entre outras empresas.

FIGURA 31. Personagens política-religiosa-empresarial



Fonte: *YouTube*, 2020b.

A minimização dos riscos da pandemia por estas lideranças religiosas repercutiu nas redes sociais e gerou vários embates entre Malafaia e Felipe Neto, a exemplo de comentários que degradam a imagem do *Youtuber*:

Esse camarada perverte crianças através de seus vídeos [...] ensina em um de seus vídeos as crianças a manipularem a regra do *YouTube* para vídeos impróprios para menores de 18 anos. [...] há um vídeo do *Youtuber* falando com uma adolescente, onde tem milhões de crianças assistindo, uma tal de Amanda Pena, o que esse cara está induzindo essa garota sobre sexo é uma aberração, uma monstruosidade. (Gospel, 2020).

Essa declaração ofensiva, dentre outras publicadas por Silas Malafaia, geraram vários processos judiciais de indenização ao *Youtuber* Felipe Neto, a exemplo de um acordo feito pelo Ministério Público do Rio de Janeiro, quando o pastor perdeu dois processos movidos pelo *Youtuber* por ofensas nas redes sociais. Em dado momento, Felipe Neto menciona:

Malafaia decidiu fazer 'transação penal' para não ser denunciado pelos crimes que cometeu contra mim. Pagará R\$ 24 mil para uma instituição de caridade [...]. Como eu não quero dinheiro do pastor, entraremos na Justiça cível pedindo indenização a ser destinada para instituições que cuidem de pessoas LGBTQIA+ em situação de vulnerabilidade [...]. (Estado de Minas, 2022).

Nota-se que conteúdos publicados pelo *Youtuber*, expostos na retrospectiva do canal, demonstram que o entretenimento garantido pela exposição de “personalidades” gera desgaste e inimizades que se estendem para além das redes sociais.

Retomando a retrospectiva, Felipe Neto menciona que, em 2013, começa a se politizar, rever conceitos, a se posicionar sobre temas polêmicos (homofobia, pautas esquerdistas e outras). Aquele foi um ano com limitadas publicações de vídeo no canal, no entanto, houve o lançamento do livro *Não Faz Sentido: por trás das câmeras*, como mostra a figura a seguir:

FIGURA 32. Lançamento do Livro *Não Faz Sentido: por trás das câmeras*



Fonte: *YouTube*, 2020b.

Apesar do lançamento do livro e as mudanças em relação a sua postura política, Felipe Neto menciona que foi neste período que decidiu não querer ser mais *Youtuber*. Foi uma decisão temporária porque no ano seguinte, mesmo depois de perder vários seguidores no canal em função de seu distanciamento, ele retornou às atividades com *Daily Vlogs* (Diário em forma de vídeos), com publicações diárias que mostravam o cotidiano e os bastidores da empresa.

Um dos materiais mostrados no *Daily Vlogs* é o vídeo sobre a Copa do Mundo, ao vivo, na visão de Felipe Neto, um acontecimento histórico no esporte brasileiro porque houve a derrota do Brasil contra a Alemanha por 7x1.

FIGURA 33. Brasil perde 7x1 para Alemanha



Fonte: *YouTube*, 2020b.

Felipe Neto elegeu este momento, 8 de julho de 2014, como “o maior vexame da história do futebol mundial”. Foi um vídeo, segundo ele, feito para manifestar seu descontentamento com o time brasileiro.

Na retrospectiva Felipe Neto elegeu 2015 como um ano especial, destaca como principais ações: a primeira experiência com o jogo *Minecraft* e o período em que fez um curso livre, voltado a empresários na Universidade de Harvard¹³⁸, detalhados na figura a seguir:

FIGURA 34. Momentos importantes de 2015

¹³⁸ Universidade privada situada no estado de Massachusetts, nos Estados Unidos.



Fonte: *YouTube*, 2020b.

Em 2016, ele relata que voltou, em definitivo, para a diversão, o entretenimento no *YouTube*, encerrando o canal *Não Faz Sentido*. Na ocasião, menciona que fez diversas campanhas publicitárias, financiadas pela Chiclets, e promoveu várias entrevistas no referido canal. Dentre os entrevistados, encontra-se a apresentadora Xuxa Meneghel¹³⁹. Uma das perguntas feita a ela foi se ela era satanista. O *Youtuber* declara que esta era uma pergunta que muita gente queria fazer, mas ninguém tinha coragem, mas ele teve.

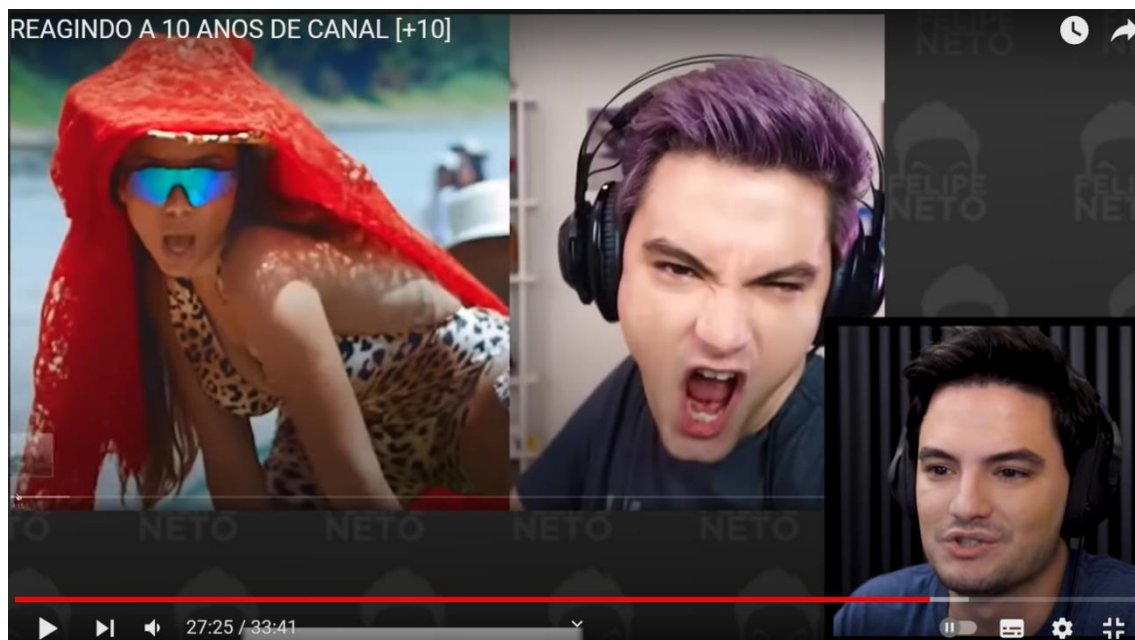
Ainda em 2016, Felipe Neto começou a publicar vídeos diários no *YouTube*, trocando com frequência a cor do cabelo.

Em 2017, mudou-se para Netolab e lançou o vídeo de maior sucesso do canal: a paródia¹⁴⁰ *Rebuliço*, dos *Despacito*, do cantor Luis Fonsi, com duração 3m54s.

FIGURA 35. Paródia *Rebuliço*, dos *Despacito*

¹³⁹ Atriz, apresentadora e empresária, referência para o público infantil na década de 1990.

¹⁴⁰ Recriação de uma obra já existente pelo viés da comicidade.



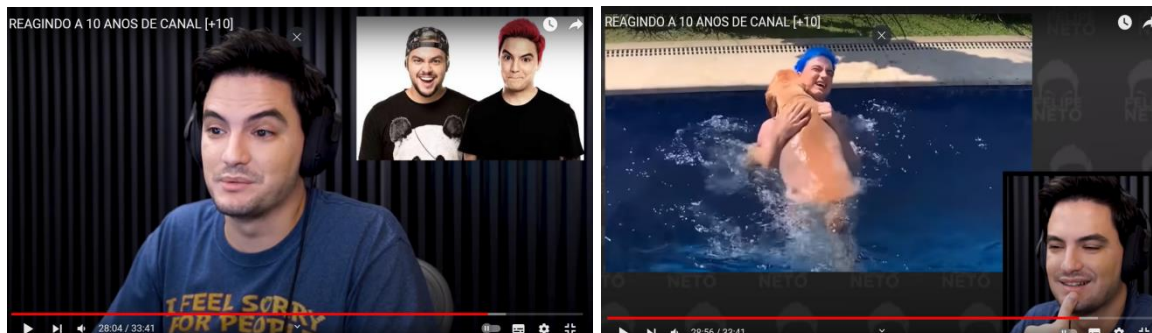
Fonte: *YouTube*, 2020b.

Neste vídeo, Felipe Neto canta o rebuliço da família Neto e do canal, porque tudo que comentam vira rebuliço. Segundo ele, a paródia não pode ser mostrada: “não posso dar play, porque, senão, eu vou perder a monetização desse vídeo aqui” (Felipe Neto, 2020b)

Nesse mesmo ano, o *Youtuber* recusou um pedido do Ministério da Educação - MEC: fazer campanha do Novo Ensino Médio. Para ele, não seria uma campanha espontânea, mas financiada. Ele recusou porque considerava a reforma “[...] uma bosta. A educação no Brasil está errada do início ao fim. Que fique claro que não estou criticando os canais que fizeram a campanha da reforma do Ensino Médio. Somos todos novatos nesse mundo” (Veja, 2017).

O ano de 2018, por sua vez, é considerado o ano de inscritos no canal. Também, é quando nascem os “Irmãos Neto”, com vídeos mostrando momentos familiares. No entanto, foi no período em que Felipe Neto tornou-se alvo de *muitas Fake News* e ataques na rede de *internet*.

FIGURA 36. Lembranças de 2018

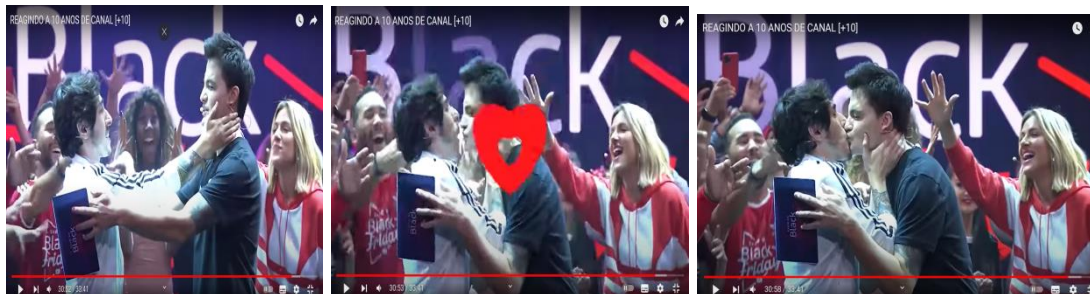


Fonte: *YouTube*, 2020b.

Em 2019, começa uma nova fase para o *Youtuber* com a inauguração da Netolab, profissionalização da equipe do canal. Foi neste ano que Felipe Neto promoveu, segundo ele, a maior *live* de entretenimento (com exceção das lives musicais) intitulada *Show Black Friday* para as marcas: Americanas.com, Adidas, Carrefour, Etna, Chevrolet e PicPay.

Essa *live* durou cinco horas e registrou o acesso de 480 mil pessoas, simultaneamente. Na ocasião, ele apostou: se a *live* batesse recorde de audiência, daria um selinho no apresentador Bruninho. Ao final da *live*, constatada a audiência, a promessa do *Youtuber* foi cumprida, como demonstra a figura abaixo:

FIGURA 37. Live Black Friday (2019)



Fonte: *YouTube*, 2020b.

Apesar de não mencionado na retrospectiva, em 2019, ocorreu um episódio que envolveu o *Youtuber* Felipe Neto e a Bienal do Livro no Rio de Janeiro. A situação começou com o recolhimento do livro *Vingadores: a cruzada das crianças*, censurado pelo então governador Marcelo Crivella (Partido Republicano Brasileiro -PRB, agora, Republicanos). A censura ocorreu devido à exibição da imagem de dois rapazes se beijando, como mostra a figura abaixo:

FIGURA 38. Vingadores: A Cruzada das Crianças



Fonte: BBC News Brasil (2020).

Inconformado com a atitude do político, Felipe Neto comprou 14 mil livros¹⁴¹ na Bienal com a temática Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgênero, Queer e Intersexo (LGBTQI), sendo tais livros distribuídos na própria Bienal, gratuitamente, embalados em plástico preto e com etiqueta na qual estava escrito: "livro impróprio para pessoas atrasadas, retrógradas e preconceituosas" (Globo, 2019).

¹⁴¹ "Dois Garotos se Beijando", de David Levithan (Galera Record); "Boy Erased", de Garrard Conley (Intrínseca); "Ninguém Nasce Heroi", de Eric Novello (Seguinte); "Me Chame Pelo Seu Nome", de André Aciman (Intrínseca); "Arrase!", de RuPaul (Harper Collins); "Com Amor, Simon", de Becky Albertalli (Intrínseca); "Os Prós e os Contras de Nunca Esquecer", de Val Emmich (Intrínseca); "Confissões de um Garoto Tímido, Nerd e (Ligeiramente) Apaixonado", de Thalita Rebouças (Arqueiro); "O Homem de Lata", de Sarah Winman (Faro); "O Garoto Quase Atropelado", de Vinícius Grossos (Faro). (Pleno News, 2019).

Em 2020, Felipe Neto relata em sua retrospectiva do canal que foi um ano marcado por dois importantes acontecimentos: a pandemia e o jogo *Minecraft*. Apesar de não ser a finalidade deste estudo tratar sobre a pandemia do COVID-19, é preciso fazer algumas considerações que tratam sobre ela porque este foi um período singular para Felipe Neto.

Em razão do arrefecimento da doença, ausência de política de contenção e de vacinas, morte de grande número de pessoas e o negacionismo do governo sobre a COVID-19, Felipe Neto se posicionou em seu canal e proferiu ataques ao então presidente Jair Bolsonaro, chamando-o de genocida devido à má gestão sobre a situação, culpabilizando-o pelas mortes, as quais poderiam ter sido evitadas.

Tal ação gerou queixa-crime contra o *Youtuber*, apresentada por um dos filhos de Bolsonaro, todavia, a investigação foi suspensa pela juíza Gisele Guida de Faria da 38ª Vara Criminal do Rio de Janeiro. Segundo ela,

Carlos Bolsonaro não tinha autoridade para pedir a investigação [...]. A apuração de um "crime praticado contra a honra do presidente da República e previsto na Lei de Segurança Nacional" só poderia ter sido iniciada por "requisição do Ministério Público, de autoridade militar responsável pela segurança interna ou do ministro da Justiça. (Dw.com, 2021).

Em resposta a esse acontecimento, Felipe Neto se manifestou dizendo:

A clara tentativa de silenciamento se dá pela intimidação. Eles querem que eu tenha medo, que eu tema o poder dos governantes. Já disse e repito: um governo deve temer seu povo, nunca o contrário. Carlos Bolsonaro, você não me assusta com seu autoritarismo. Não vai me calar. (Dw.com, 2021).

Diante da repercussão, houve manifestação de apoio de várias autoridades¹⁴² a favor de Felipe Neto nas redes sociais. Fortalecido, o *Youtuber* organizou uma

¹⁴² o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a ministra Marina Silva, o ex-procurador-geral da República Rodrigo Janot, o ex-candidato à presidência Ciro Gomes, o presidente da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Felipe Santa Cruz e vários artistas e parlamentares (Dw.com, 2021).

defesa pública, gratuita, *on-line*, intitulada “cala a boca já morreu¹⁴³”, a todas as pessoas que estivessem passando pela mesma situação por ele vivida.

Em abril de 2020, em sua retrospectiva do canal, Felipe Neto obtém recorde de *views* e inscritos no canal, sendo um momento histórico, segundo ele, na história de seu canal. Ele reconhece que foram muitos os ganhos, apesar de frisar que não está imune a problemas como todo mundo, salienta que faz terapia, tem problemas como todas as pessoas, mas, nem por isso, deixa de reconhecer os ganhos do seu canal no *YouTube*. Finaliza agradecendo de forma singular a toda a equipe do canal, aos profissionais envolvidos e aos seus seguidores que o apoiam e assistem a cada vídeo lançado.

De modo geral, não se pode negar as mudanças ocorridas na *persona* Felipe Neto, enquanto profissional e pessoa pública, embora seu alcance nas redes sociais se estruture na mercadoria, propagandeada por seus canais na rede de *internet*.

É justamente essa instrumentalização do imaginário (Adorno, 1985), que se apresenta como um projeto de ‘aparente liberdade’, que preocupa, pois trata-se de um produto técnico, que por meio do entretenimento, produz imagens representativas de uma *persona* que utiliza vários recursos da indústria cultural para garantir visibilidade dele mesmo, Felipe Neto. É a partir da sua existência constatada pelo outro que o vê, que sua *persona* se torna um objeto desejável, uma mercadoria rentável - que ao produzir bens de consumo, satisfaz seus usuários que, de certa forma, permanecem à sua mercê.

Essa dependência é atravessada pelo afeto, pelas preferências pessoais e simpatias. Neste contexto, o usuário é apenas um consumidor que se apropria dos

¹⁴³ Trata-se de uma frente de advogados para assumir a defesa gratuita de todas as pessoas que forem investigadas ou processadas por se manifestarem contra o presidente Jair Bolsonaro ou por expressarem uma ideia e criticarem alguma autoridade pública. [...] poderá ser usufruída por qualquer pessoa que não tenha advogado e, por meio de página na internet, poderá acionar a equipe responsável pelos encaminhamentos jurídicos (Migalhas, 2021).

conteúdos produzidos, deixando de lado sua subjetividade para se apegar à subjetividade alheia.

3.4.3. Vídeo Isso precisa parar!

O vídeo "Isso *precisa parar*" versa sobre um modelo discursivo recorrente na rede de *internet*, os denominados *memes*.

Memes são conteúdos discursivos atravessados pelo humor e o sarcasmo, com finalidade crítica, servem para comunicar algo a alguém (Souza; Passos, 2021). É uma forma, a priori, de entretenimento, apesar de tratar de questões emblemáticas que podem fazer alusão ao cenário sociocultural brasileiro.

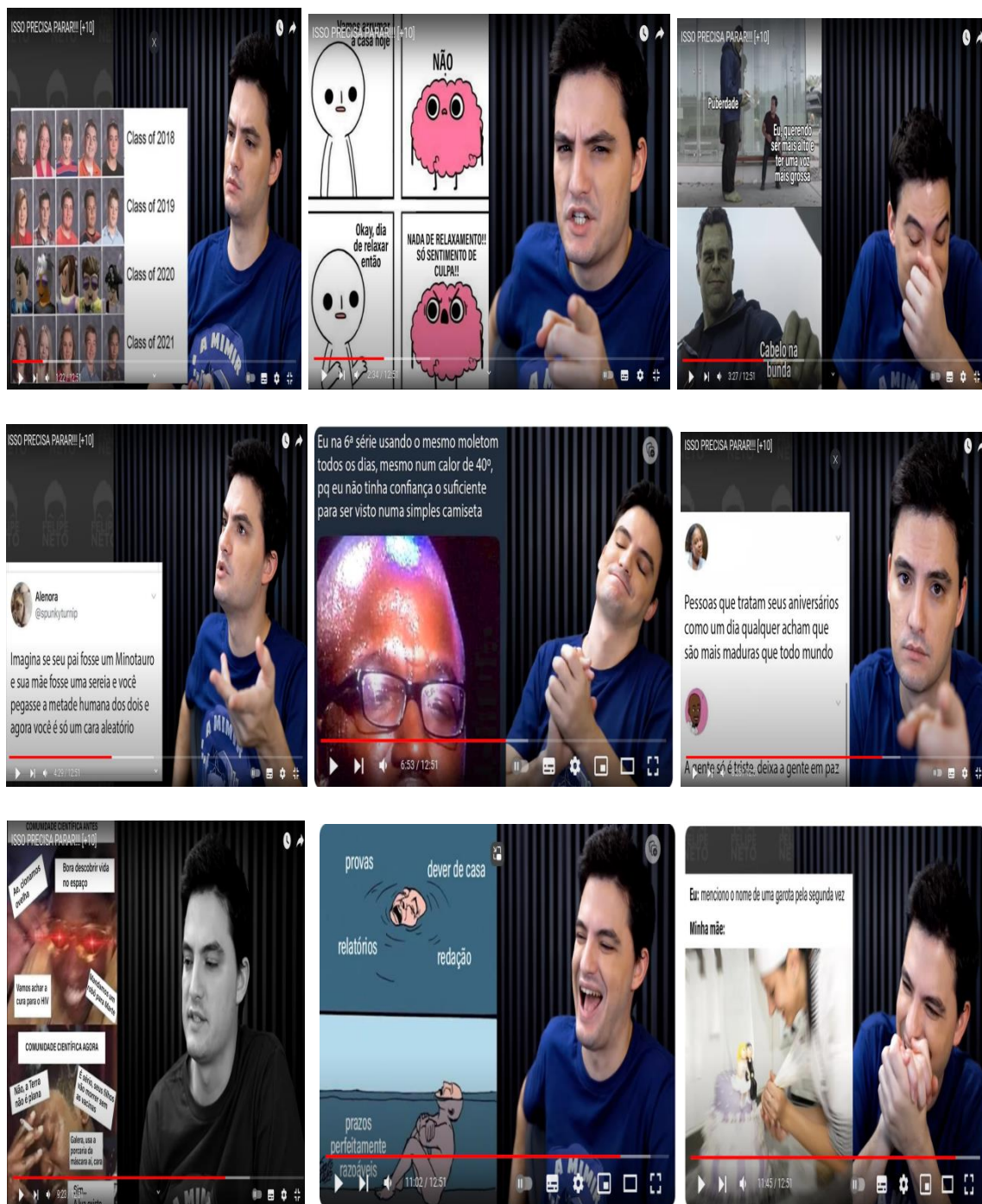
[...] o uso do humor, inicialmente designado com o intuito de angariar cliques, encoraja o compartilhamento das publicações, que são ressignificadas a partir de cada usuário e ganham forma de posicionamento político em perfis individuais e na imprensa, chegando novamente a influenciar decisões políticas, como verificou-se em 2018 na tentativa do governo federal em controlar o uso de fotografias oficiais do então presidente Michel Temer na produção de *memes* em perfis de humor na *internet* (Souza; Passos, 2021, p. 233).

Os memes ainda podem ser considerados publicações tendenciosas que, representadas em forma de humor, entretêm a partir de temáticas cotidianas, pessoas na rede de *internet*. Ou seja,

Memes são artefatos cada vez mais importantes na dinâmica comunicacional da cibercultura. Em seu modo de expressão, permite diferentes formas de ler e interpretar o mundo a partir da autoria dos usuários em rede. Em sua amplitude na *internet*, tornam-se uma espécie de "caldeirão" da opinião pública onde múltiplos temas são misturados e ressignificados na medida em que são propagados. (Oliveira; Porto; Santos, 2022, p.5).

No vídeo *Isso precisa parar* são apresentados nove memes ao longo dos 12m51s de duração, como mostra a galeria de memes (Figura a seguir):

FIGURA 39. Galeria de memes reais na internet



Fonte: YouTube, 2020c.

Os assuntos dispostos na galeria de memes foram selecionados pela equipe Netolab.

Na galeria, os três primeiros memes elencados expõem imagens recorrentes na *internet*, que fazem parte do cotidiano de muitas pessoas. Ressalta-se que o *meme* “pode manifestar representações positivas ou negativas dos nossos hábitos, crenças, emoções, sentimentos, ideologias ou das nossas conexões e práticas sociais e culturais em rede” (Oliveira; Porto; Santos, 2022, p.7).

Na galeria de memes alguns chamam a atenção. O primeiro ironiza o perfil dos estudantes entre 2018 e 2021. O destaque é para os estudantes de 2020, ora representados por avatares. O terceiro, mostra um jovem na puberdade, que se espelha em heróis, como por exemplo, o incrível Hulk, que remete à força e ao tamanho. Neste ínterim, Felipe Neto explica como a puberdade entre os garotos de 13 e 14 anos acontece: voz engrossando, a cobrança da sociedade para ser um homem alto, mas a puberdade muitas vezes chega e diz “toma pelo nas nádegas” (Felipe Neto, 2020).

Na segunda fila da galeria, o segundo meme chama a atenção para um jovem que, mesmo no calor, se veste de moletom para esconder seu corpo, que não atende ao padrão socialmente legitimado. Felipe Neto se identifica com este meme, segundo ele, na adolescência era muito magro e para esconder sua magreza, braços e pernas finas, escondia-se atrás de um moletom, mesmo nos dias mais quentes.

Logo após, há um meme que representa pessoas que não gostam de comemorar aniversário. E nem sempre a sociedade entende essa escolha. Felipe Neto se identifica com esse *meme* e pontua:

Identifiquei e muito. Olha só, presta atenção. Eu não comemoro meu aniversário desde sempre. Não é uma coisa depois que fui ficando velho que comecei a fazer. Não é. “Ah”, eu não comemoro mais aniversário porque é um ano a menos de vida, entendeu? E eu não quero comemorar. Eu só não gosto da atenção. Eu não gosto. Eu não gosto de ter que atender telefone. Eu detesto falar ao telefone. Quem me conhece sabe disso. Eu odeio falar ao telefone. E no meu aniversário, todo mundo me liga. E, aí, eu tenho que ficar

atendendo telefone. E é sempre aquela conversa constrangedora, de você ficar agradecendo, obrigado. Obrigado (Felipe Neto, 2020).

Na terceira fileira da galeria, o primeiro meme faz alusão à crise política que atravessou o Brasil, recentemente, no período da pandemia, a saber: a negação da ciência, o descaso com a comunidade científica, a urgência do uso da máscara.

Logo após o meme traz referência aos prazos estabelecidos para prova, relatórios e outras atividades, que nem sempre os estudantes conseguem atender. As imagens do *meme* ironizam o estudante que não se atenta a prazos estabelecidos.

[...] Vamos concordar que é verdade, vai. Você recebe lá [...] 2 semanas, 1 semana e meia para estudar, para entregar o dever de casa, para entregar o relatório, a redação [...] Tô falando pra jovem. [...] os prazos são razoáveis, jovem. Faça-me o favor, jovem. E tu fica: “Não aguento, estou sobrecarregado!” Diminui o tempo do Lolzinho. Só um pouquinho. Diminui o tempinho do *Fortnite* só um pouquinho, para ver se não sobra tempo para escrever uma redação maneira. Sobra, né? (Felipe Neto, 2020).

Felipe Neto associa o *meme* ao tempo gasto na rede de *internet* e aconselha o público jovem a diminuir acessos de modo a sobrar tempo para estudar e entregar as atividades escolares no prazo estipulado pelo professor. Todavia, parece contraditório, pois ele menciona Lolzinho¹⁴⁴, Fortnite¹⁴⁵, e não cita seu próprio canal @felipeneto.

O último meme faz alusão a uma mãe que, de maneira irônica, ouve seu filho mencionar o nome de uma mulher pela segunda vez. De imediato, ela já prepara o bolo do casamento. Apesar de apresentar uma legenda descontraída, este *meme* revela a permanência do adulto jovem na casa parental. O chamado ‘ninho cheio’, recorrente na família brasileira, refere-se ao “adulto jovem que continua residindo com

¹⁴⁴ Refere-se ao termo popular do jogo *online League of Legends*.

¹⁴⁵ Refere-se ao jogo eletrônico multijogador on-line.

sua família de origem, sem desvincular-se financeira e afetivamente de seus genitores” (Vieira; Rava, 2012, p.92).

Os memes selecionados pelo *Youtuber* representam artefatos que retratam a realidade social brasileira, constituem-se de enunciados (material, verbal e não-verbal) que elucidam humor sobre dado acontecimento, sendo rapidamente compartilhados na rede de *internet*.

O que chama atenção, nesses memes, é o viés propulsor desses conteúdos que de maneira direta e indireta, à luz humorística, reforçam a reprodução do pensamento da elite e a lógica capitalista vigente.

Essa lógica vigente impossibilita reconhecermos que somos seres relacionais e políticos. Isto é, que dependemos um dos outros. Impede-nos ainda de perceber que conteúdos publicados em formato de memes não são neutros, são racionalmente feitos por pessoas, que têm interesses e intencionalidades.

3.4.4. Vídeo conversas mais engraçadas da *internet*

No vídeo *Conversas mais engraçadas da internet*, o enredo é marcado por conversas engraçadas que, sucintamente, foram elencadas na galeria abaixo:

FIGURA 40.Galeria de conversas engraçadas na internet



Fonte: *YouTube*, 2020d.

Conversas engraçadas na internet é um vídeo recorrente no canal de Felipe Neto. Trata-se de um material publicado, mensalmente, no intuito de provocar riso, parte de conversas divertidas que acontecem cotidianamente no *WhatsApp*.

Na galeria de *Conversas engraçadas na internet*, Felipe Neto alerta os usuários que está apenas lendo o conteúdo, sinalizando não ter sido ele quem o escreveu, enfatizando que não está fazendo piada com evangélicos (“eu pago o teu dízimo”). Adverte sobre o perigo de fazer promessas como esta, pois o dízimo corresponde a 10% da renda de uma pessoa. Se a pessoa tem uma renda milionária, o valor correspondente ao dízimo é altíssimo. Ele lembrou o caso do ex-jogador Kaká, que doou seu troféu de Melhor do Mundo para a igreja, e confessou: “[...] *ele faz o que ele quiser com o troféu dele. Quem somos nós para julgar?*” (Felipe Neto, 2020d).

Outra conversa, foi a piada com o nome da cidade de Palhoça, em Santa Catarina. Felipe Neto argumenta que as piadas com lugares são uma forma de enaltecê-los, mas ponderou: “[...] *daqui a pouco não vai ter mais lugar no Brasil que vai me assistir. Todo mundo vai me odiar, entendeu? Então, beijo pra Magé, beijo pra Nova Iguaçu, beijo pra Madureira [...]*” (Felipe Neto, 2020d).

Percebe-se neste discurso, de forma direta e indireta, o indício de discriminação e rotulação em relação ao nome de cidades provoca risos no ouvinte e até mesmo no apresentador de conteúdo. Mesmo sabendo que a intenção desta anedota é provocar risos, nota-se ausência de uma fala cautelosa, por parte do Felipe Neto, na perspectiva de evitar ser preconceituoso dentro do preconceito.

Sabe-se ainda que as piadas frequentemente operam com estereótipos. “Os estereótipos quase nunca são agradáveis ou positivos, tampouco bondosos” (Carmelino; Possenti, 2015, p. 415).

No caso em destaque, a piada menciona, de forma aligeirada e engenhosa, a cidade de Palhoça, veiculando-a apenas ao seu nome. O que constitui uma categorização incompleta, pois deixou de enaltecer suas riquezas locais, a saber, uma região litorânea e uma região que concentra um dos maiores mangues da América do Sul. Deste modo, a piada com o nome da cidade de Palhoça/SC em seu formato simplificado, encobriu e pisoteou as questões históricas e culturais da região.

Outra conversa, refere-se à vestimenta feminina: “saia curtinha”. Nesta piada, Felipe Neto adverte as mulheres: “não é teu namorado que tem que gostar da roupa que tu usa”, traz exemplo de frases trocadas com a namorada dele: “*vai do jeito que você quer, você que tem que saber, é o seu corpo, você tem que se sentir bem*” (Felipe Neto, 2020d).

Apesar de não ser escopo desta tese discutir os temas que atravessam essa piada, a saber, vestimenta feminina, corpo e o papel do masculino nessas escolhas. Esta anedota permite trazer alguns apontamentos reflexivos.

Inicialmente é pensar a questão da liberdade da escolha do modo de vestir, relacionado à questão estética e ao gosto feminino. Aqui nos permite pensar em dois momentos históricos: o patriarcado e o contexto atual.

No primeiro a “vida da mulher era administrada conforme os interesses masculinos, sendo envolta em uma aura de castidade e de resignação, pois deveria procriar e obedecer às ordens do pai ou do marido” (Boris, 2007, p. 453); já no contexto atual, apesar dos resquícios patriarcais, quase sempre a roupa feminina é ditada pela moda do sistema vigente. Afinal, foi a moda “o primeiro grande dispositivo a produzir social e regularmente a *personalidade* aparente e que estetizou e individualizou a vaidade humana e, ainda, conseguiu fazer da aparência um instrumento fundamental da nossa existência” como adverte Lipovetsky (1989, p. 39).

O segundo é pensar sobre os desdobramentos do discurso da moda na indução do consumo de vestimentas que alimentam estilos e *personalidades* femininas, como menciona Lipovetsky (1989). Além dos estilos, esse discurso ajuda a compreender o poder das mídias sociais, enquanto influência na subjetividade e nas percepções

femininas em relação ao corpo da mulher em uma sociedade patriarcal contemporânea.

Retornando às conversas engraçadas, outra conversa pontuada por Felipe Neto é a rapidez das relações amorosas na atualidade. Termina-se um namoro e em brevíssimos quinze minutos, o jovem já está com outra pessoa. Neste momento, Felipe Neto dialoga com seu irmão, Bruno, dizendo: “[...], termina aqui no recreio? PÁ, daqui a pouco já está com a outra menina, entendeu? E aí: “Ah, você terminou comigo, mas tem 15 minutos! Foi só o tempo da aula de matemática. É jovem. Certeza que é jovem” (Felipe Neto, 2020d).

Em seguida, Felipe Neto traz outra conversa relacionada à resposta automática tão recorrente nos dias atuais que, em sua maioria, não possui relação com o contexto. Por exemplo:

- Tô bem e você?
- Tô com um pouco de febre kkkk
- Não fica assim, você é linda.

Felipe Neto afirma que respostas automáticas são impensadas e ditas em situações adversas, mas quando relacionadas à mulher, traz um viés de machismo porque relaciona a mulher à beleza, ao lindo.

Outra conversa está relacionada a boletos a pagar, no caso específico, boleto vencido que, ironicamente, o devedor ao ser avisado do vencimento responde: “que bom, estava torcendo por ele”. Nesta piada, Felipe Neto lembra que o Brasil é o único país do mundo que usa boleto. Não existe em outros países “um papel com código de barras para você pagar uma conta. Não existe em lugar nenhum! Nenhum! É coisa do Brasil”.

Outra conversa apresentada é uma ação corriqueira no *WhatsApp*: é quando um celular estraga e muitas pessoas sugerem, de forma inesperada, tirar *print* da tela quebrada do aparelho móvel. De forma impensada, muitas pessoas reproduzem essa fala ao tentar ajudar alguém que teve a tela do celular quebrada.

De modo geral, os vídeos de entretenimento analisados atendem à proposta de entreter, fazer rir, provocar gargalhadas. Embora estejam atravessados pelo viés mercadológico, tecnicamente trazem conteúdos diversos que além de provocar o riso, ensina sobre alguma coisa. É justamente esses processos educacionais gerados que foram considerados analiticamente neste tópico.

Percebe-se que os vídeos selecionados pelo estudo trazem acontecimentos vigentes, há uma preocupação do *influencer* Felipe Neto em mencionar fatos atuais, mas pelo aligeiramento e a fluidez, não trazem contribuições significativas relacionadas à autonomia, enquanto elemento libertário do ser mais. Ao contrário, mesmo que nele se menciona questões sociopolíticas, as palavras são ocas, esvaziadas, nulas de ações, apresentam-se como recurso mercadológico descompromissado com a formação humana e mais preocupado com lógica capitalista vigente.

Sabe-se que o empresário Felipe Neto não traz a perspectiva de um educador, sua prerrogativa é entreter, no entanto, como influenciador, ele exerce papel social importante e detém compromisso social com aqueles que o seguem, além de possuir um discurso representativo que pode contribuir para a saída do estado vegetativo da consciência e impedir que homens e mulheres reajam de maneira acrítica diante das mazelas sociais circundantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Algumas considerações são necessárias ao nos encaminhar para o desfecho desta análise. De imediato, o ato de estudar, como nos lembra Paulo Freire, exige paciência impaciente e tenacidade, as quais nascem com a curiosidade e com as inquietações ontológicas que se estruturam na disciplina de estudar, na pesquisa enquanto um ato cognoscente, na dedicação de tempo para pensar e, então, produzir conhecimento, ou seja, a construção do objeto (Severino, 2013).

Nesse sentido, esta tese, enquanto processo intelectual, foi resultado de um exercício organizativo, de um processo de indagação e reunião de um conjunto de dados compilados a partir do procedimento de estudo de caso particular, delineado por um método expositivo que possibilitou chegar a resultados e discussões, e por elementos teóricos que, conjuntamente, permitiram realizar as análises, debater resultados e por fim, elaborar esta tese.

Esse processo investigativo propôs estudar o uso das tecnologias e os processos educacionais que as atravessam. A escolha deste tema deu-se pela necessidade de rigorosa vigilância ética (Freire, 2000) sobre as redes sociais e, ainda, na perspectiva de contribuir para a discussão dos desafios postos pela rede de *internet*.

Ao elaborar o problema de pesquisa, buscou-se investigar os pontos de tensão que se relacionam, de forma contraditória, entre cultura digital e processos educacionais ora constituídos no âmbito da sociedade e da cultura.–Para tanto, foi oportuno recorrer a estudos da área para elucidar os pontos de tensionamentos do objeto de estudo proposto. A partir deste percurso investigativo, mapeou-se as produções de conhecimento acadêmico e científico sobre o assunto estudado.

O capítulo 1 dedica-se aos estudos representativos da temática pesquisada, elencando dialogicamente sua exposição teórica. Adotou-se as teorias de

conhecimento freiriana e adorniana, considerando que ambas convergem quando pensam filosoficamente sobre a formação humana.

Paulo Freire e Adorno conferem à educação crítica a condição de mecanismo de transformação do ser humano e do mundo que o rodeia. De forma particular, questionam veemente, em prol da defesa da condição humana, a realidade social e as atrocidades ocorridas ao longo da história. De forma crítica, teorizaram sobre a existência humana, o poder e a sociedade capitalista.

Esses estudiosos nos ensinaram a refletir sobre a condição de objetificação humana em uma sociedade que padroniza conteúdos culturais, instiga o consumo e distancia os sujeitos dos valores humanos e que, ao invés de operar em sentido humanístico, privilegia a calculabilidade e a técnica.

Nesse cenário, o presente estudo entende que a operacionalidade que ocorre na plataforma *YouTube* aplica-se aos processos de objetivação de seus usuários, embora não seja este o objeto de estudo específico dos referidos autores.

Somou-se às contribuições teóricas do capítulo estudos sobre a tecnologia sob a égide dos clássicos Castells e Lévy, os quais demonstram que o progresso tecnológico não se limita aos aparatos tecnológicos em si - máquina de escrever, telégrafo, máquina de tabulação, máquina de calcular, dentre outros, mas ecoou para uma série de produções na área da música, da Filosofia, do *design*, como orienta Gere (2018).

De forma relacional, a transformação tecnológica reverberou em todos os âmbitos sociais porque ao agir sobre a informação, ela molda, direta ou indiretamente, a existência individual e coletiva (Castells, 1999).

Nessa perspectiva, Lins (2013) contribui mostrando que a integração da rede de *internet* não se resume a uma rede de acesso, mas a uma rede que envolve o outro, por isso entende-se sua materialização no Brasil e o impacto que provocou na área da telefonia e na criação de novos conteúdos no setor artístico, lazer e mercado publicitário.

O capítulo 2 apresenta a plataforma *YouTube* como um lugar de possibilidades que aproxima pessoas e promove encontros, ao mesmo tempo, um lugar que desumaniza.

O *YouTube* é um lócus de compartilhamento de vídeos, os processos educacionais por ele gerados se sustentam por tramas ficcionais, racionalmente elaboradas pelo viés mercadológico do capital. Por isso, os *influencers* imputam modelos, formas de agir e pensar.

Nesse processo, reforça-se a necessidade do outro para a constituição individual, porém, não no sentido de agregar este outro, enquanto um exercício humano que ensina “alguma coisa a alguém”, mas na perspectiva de se repetir, copiar e reproduzir o que está posto. Conteúdos produzidos no *YouTube* são entregues como pacotes enfeitados que, divulgados por um *influencer*, remetem à veracidade em razão das técnicas utilizadas de convencimento.

O influenciador utiliza-se de linguagem simples, marcada por afetos e, assim, conquista, formata e manipula o usuário da plataforma. Este, sem questionamentos, absorve o conteúdo publicado e o compartilha.

No capítulo 2, apresentou-se, ainda, números de acessos e compartilhamentos de vídeos do *YouTube* nos últimos 10 anos. O quantitativo e seu alcance concebem esta plataforma como instrumento privilegiado de massificação, que propagam ideologias para manutenção da ordem capitalista vigente (Adorno, 1985).

Além de uma ferramenta que transmite conteúdos diversos, o *YouTube* é usado como mecanismo adaptativo e integrativo e como meio ofuscado pelas técnicas do entretenimento. Seu caráter adaptativo e integrativo está presente quando permite que o canal escolha o que o usuário deve assistir, conhecer. Este (entretenimento), condicionado pelos mecanismos ideológicos, ofusca as relações de dominação e cega a dominação da razão instrumental instituída (Adorno, 1985).

Desse modo, assim como as demais redes sociais, o *YouTube* é regido pela indústria cultural, que se configura como um estilo de indústria da diversão, sustentada

pela racionalidade técnica, caracterizada pelo forte caráter de manipulação visando disciplinar seus consumidores (Adorno; Horkheimer, 1947).

Ou seja, ao mesmo tempo em que a indústria cultural apresenta e organiza as necessidades dos usuários, ela os satisfaz. Neste movimento, ela os aprisiona, transformando-os em objetos.

Essa técnica instituída na/pela indústria cultural é racionalmente pensada, enredada pela calculabilidade, utilidade e coisificação do sujeito e traz prejuízos severos à socialização e à formação humana porque abre espaço à semiformação e às pseudos: pseudonecessidade, pseudoescolha, pseudosensação, pseudorealidade e pseudofelicidade.

Paulo Freire, ao se posicionar sobre a televisão, por exemplo, diz que esta não pode ser compreendida em si, pois não caracteriza um instrumento puramente técnico, seu uso é também político e isto requer que se compreenda a serviço de quem tal mecanismo de comunicação em massa atua.

Essa análise permite compreender os mecanismos mercadológicos sob a ótica de Marx, que enfatiza como a mercadoria determina os objetivos e meios da atividade humana na sociedade capitalista. Nesse contexto, o trabalho torna-se uma mercadoria de grande valor e notoriedade, transcendendo sua simples função produtiva. Isso significa que o desenvolvimento das pessoas está intrinsecamente ligado à produção de mercadorias, como é o caso do influenciador Felipe Neto. Além disso, Vieira Pinto (1979) destaca que a cultura, como um produto do processo produtivo, se manifesta tanto de forma material quanto subjetiva, influenciando ideias de eficácia produtiva.

Essa compreensão mercadológica e os interesses políticos que constituem os conteúdos publicados no *YouTube* pode fazer do usuário sujeito de suas escolhas, não apenas objeto dos interesses da lógica do capital, afinal, “os meios de comunicação, os instrumentos tecnológicos, [...], são criaturas nossas, são invenções do ser humano, [...]. O risco aí seria o de promovê-los então, a quase fazedores de nós mesmos” (Freire; Guimarães, 2013, p. 68).

Essa compreensão foi fundamental para o desenvolvimento do capítulo 3, que trata sobre a operacionalização dos argumentos demonstrados e comprovados mediante o processo de análise ou tratamento do objeto, a partir de um conjunto de elemento, a saber: a *persona* Felipe Neto e os conteúdos de *Minecraft* e entretenimento por ele publicado em seu canal na plataforma *YouTube* entre os anos 2018 e 2020.

As escolhas metodológicas e técnicas (observação) foram fundamentais neste processo porque possibilitaram demonstrar particularidades da realidade pesquisada. De imediato, a pesquisa deparou-se com expressivo número de vídeos (370 vídeos) no canal de Felipe Neto, correspondendo à necessidade de exercício árduo na sistematização de dados, pois os assuntos contemplavam uma diversidade de temas, impossibilitando mapear recorrências e realizar escolhas imediatas.

Acionou-se, para isso, um roteiro de critérios de exclusão e inclusão na construção do corpus da análise, sendo o tempo dispensado, à esta etapa, extenso por se tratar de um fenômeno complexo, com diversas dimensões que teriam de ser explicadas.

Delineou-se melhor o objeto de estudo a partir das orientações da banca de qualificação, quando o *corpus* da análise não se limitou apenas aos vídeos publicados pelo canal do Felipe Neto, agregando-se a eles a *persona* que o constitui enquanto empresário, influenciador e detentor de uma equipe de profissionais que, nos bastidores, contribuem para a construção da *personalidade* Felipe Neto, garantindo que seu canal seja um dos mais assistidos no *YouTube*.

Feitos esses encaminhamentos, o passo seguinte do estudo recorreu ao critério de inclusão por meio das métricas de engajamento, como *likes*, comentários, visualizações e tempo de duração dos vídeos, selecionando-se, a partir deste critério, os cinco vídeos que compuseram a análise.

Após compilar esse material, os dados receberam tratamento por meio da análise de conteúdo, visando, criticamente, explanar o sentido velado e/ou manifesto do conteúdo das mensagens verbalizadas pelo *youtuber* em questão e os significados

por trás do discurso de mensagens por ele proferido. Assim, o estudo de caso escolhido configurou-se como significativo e representativo, “de modo a ser apto a fundamentar uma generalização para situações análogas, autorizando inferências” (Severino, 2013, p. 94)

O estudo mostrou que os conteúdos (jogos e entretenimento) dispostos no canal do Felipe Neto, no *YouTube*, encontram seus nexos na indústria cultural. Esta, por sua vez, utiliza-se de mecanismos ilusórios e ludibriadores, bem como de artimanhas, em favor do consumo irrefletido. É um tipo de véu tecnológico que envolve e manipula homens e mulheres, impedindo que percebam ou notem que tudo que é oferecido ou publicado no canal é pensado e construído racionalmente por pessoas que atendem as lógicas do capital. Deste modo, a tese, ora apresentada, traz luz ao viés mercadológico da plataforma *YouTube*, como técnica racionalmente construída.

Essa constatação crítica desnuda ou contraria os mecanismos de afeto e pertencimento, frequentemente utilizados nos discursos do *influencer* Felipe Neto. A felicidade e os agradecimentos atribuídos aos usuários de seu canal são técnicas que garantem as métricas de engajamento do canal. Ele utiliza-se de aspectos sensíveis e individuais que são orquestrados, cativam e trazem a sensação de proximidade.

O processo investigativo demonstrado neste estudo não se limitou à verificação do que se tem publicado sobre o tema, mas agregou-se a um rigor para compilar trabalhos pertinentes à proposta analítica. Tal procedimento possibilitou pensar e discutir o papel social do *youtuber* na sociedade em rede.

Além disso, o diálogo analítico-reflexivo possibilitou a produção do conhecimento sobre o impacto dos processos educacionais (formas de agir, pensar e sentir) gerados pelo canal do *influencer* Felipe Neto no processo de socialização e na formação humana dos usuários que o seguem.

Percebeu-se, que esses saberes vivenciados e advindos do referido canal mais deformam do que contribuem para a formação humana, no sentido de reproduzir o pensamento vigente e os padrões estabelecidos socialmente. Tal análise pode ser conferida no que tange à liberdade mascarada proclamada pelo canal, ao processo

de desumanização quando a plataforma instiga a busca pelas pseudonecessidades, pelo ter e aparecer, quando poderia promover verdadeira busca pelo ser mais, no sentido freiriano.

A partir do conhecimento produzido, o problema de pesquisa foi respondido porque evidenciou que o *YouTube*, apesar de ser uma cultura participativa e de compartilhamento de vídeos, é comprometido com as métricas mercadológicas de engajamento. Para tanto, o *influencer* lança mão de diversas estratégias (afeto, pertencimento e outros) para garantir esse engajamento, e com isso, ter visibilidade e ganhos monetários. Esta perspectiva, sustentada pela técnica, compromete a subjetividade dos usuários, a autonomia de suas escolhas e suas decisões.

Este estudo pretende servir como um estímulo para outros pesquisadores, oferecendo uma base para investigar os desafios apresentados pela internet. As categorias freirianas exploradas - cultura do silêncio, consciência ingênua, consciência crítica, inexperiência democrática e leitura de mundo - foram fundamentais para analisar e compreender os processos educacionais no *YouTube* e seu impacto na capacidade humana de pensar e agir. Elas revelam processos carregados de significados e intencionalidades, influenciados por interesses diversos. Portanto, este estudo não busca encerrar a discussão sobre a interação entre tecnologia e processos educacionais, mas fornecer uma base para futuras investigações nesta área.

REFERÊNCIAS

- ABJAUDE, Samir Antonio Rodrigues; PEREIRA, Lucas Borges; ZANETTI, Maria Olivia Barboza; PERIERA, Leonadrod Régis Leira. Como as Mídias Sociais influenciam na Saúde Mental? **SMAD, Rev. Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog.** 2020 jan.fev.;16(1):1-3 DOI: [10.11606/issn.1806-6976.smad.2020.0089](https://doi.org/10.11606/issn.1806-6976.smad.2020.0089)
- ABIDIN, Crystal. Comunicativo Intimidades: Influenciadores e Interconexão Percebida. **Intercom – RBCC São Paulo**, v. 44, n. 1, p.289-301, jan./abr. 2021.
- ABIDIN, Crystal; KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais, celebridades da internet e ‘blogueirinhas’: uma entrevista com Crystal Abidin. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.** N. 44, v.1, p. 289-301, 2021. <https://doi.org/10.1590/1809-58442021114>.
- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. O conceito de esclarecimento. In: **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, p. 19-52.
- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A Indústria Cultural: O Esclarecimento Como Mistificação das Massas. In: **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, p. 57-79.
- ADORNO, Theodor W. **Educação e emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.
- ADORNO, Theodor W. Educação após Auschwitz. In: **Palavras e Sinais**. Petrópolis: Vozes, 1995a, p. 104-123.
- ADORNO, Theodor W. Sobre sujeito e objeto. In: **Palavras e Sinais: modelos críticos 2**. Petrópolis: Vozes, 1995b. p. 181-201.
- ADORNO, Theodor W. Tempo Livre. In: **Palavras e Sinais: modelos críticos 2**. Petrópolis: Vozes, 1995c. p. 70-82.
- ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ADORNO, Theodor W. Teoria da Semiformação. In: PUCCI, B.; ZUIN, A. A. S.; LASTÓRIO, L. A. C. N. **Teoria crítica e inconformismo: novas perspectivas de pesquisa**. Campinas, SP: Editora Autores Associados LTDA, 2010. p. 7-40.
- ADORNO, Theodor W. **Educação e emancipação**. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.
- AQUINO, Maria Clara. Interatividade e participação em contexto de convergência midiática. In: RIBEIRO, J.C.; FALCÃO, T.; SILVA, T. (orgs.). **Mídias sociais: saberes e representações** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, p.11-31: doi: 10.7476/9788523217341
- ARAÚJO, Clara de Melo **O YouTube como um lugar possível para se pensar as infâncias**. 218f. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Educação, 2021.
- ARELARO, L.R.G.; CABRAL, M.R.M. **Paulo Freire: por uma teoria e práxis transformadora**. In: BOTO, C., ed. **Clássicos do pensamento pedagógico: olhares entrecruzados** [online]. Uberlândia: EDUFU, 2019, pp. 267-292. História,

Pensamento, Educação collection. Novas Investigações series, vol. 9.
<https://doi.org/10.14393/edufu-978-85-7078-472-8>

ALMEIDA, Ronaldo de. Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. **Novos estud. CEBRAP**, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 185-213, 2019.

ALONSO, Katia Morosov. Cultura digital e formação: entre um devir e realidades pungentes. IN: CERNY, Roseli Zen et.al. **Formação de educadores na cultura digital**: a construção coletiva de uma proposta. Florianópolis: UFSC, 2017, p. 23-39.

AMANTE, L. Facebook e novas sociabilidades: contributos da investigação. In: PORTO, C.; SANTOS, E. **Facebook e educação**: publicar, curtir, compartilhar [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014, p. 27-46.

ARAÚJO, Clara de Melo. EISENBERG, Zena. **O Youtube como um lugar possível para se pensar as infâncias**. 215f. Dissertação de Mestrado - Departamento de Educação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2021.

BACKES, Suellen. **Produção e consumo de vídeos on-line**: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do Youtube. 242f. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, PUCRS, 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BBC NEWS BRASIL. Felipe Neto: bolsonaristas aperfeiçoam a cada dia esquema que manipula massas no WhatsApp. **Net**, 2020.

BEISIEGEL, Celso de Rui. **Paulo Freire**. Recife: Editora Massangana, 2010.

BELLONI, Maria Luiza. **Educação a distância**. 3. ed. Campinas, SP: Associados, 1999.

BELLONI, Maria Luiza. **Ensaio sobre a educação a distância no Brasil**. Educação & Sociedade, ano XXIII, n.78, abril, 2002.

BELLONI, Maria Luiza. Educação à distância e mídia-educação: da modalidade ao método. **ComCiência** n.141 Campinas set/2012.

BEZERRA, Luiza das Graças Lacerda de Carvalho. **A influência dos youtubers no universo infantil**. 82f. Dissertação (Mestrado Profissional). Programa de Mestrado Profissional em Administração, Universidade de Fortaleza, 2018.

BORIS, Georges Daniel Janja Bloc; CESÍDIO, Mirella de Holanda. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade** – Fortaleza, nº 2, p. 451-478, 2007.

BRANCO, Sérgio. *Fake News* e os Caminhos para Fora da Bolha. **Interesse nacional**. agosto–outubro, 2017, p. 51-61.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Presidente da República, 1988.

BRASIL. **Decreto-Lei 9.215/46**. Proíbe a prática ou exploração de jogos de azar em todo o território nacional. Brasília: Casa Civil, 1946.

BURGEEES, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CALIXTO, D. Memes, youtubers e as tensões temporais entre estudantes e professores. In: NAGAMINI, E.; ZANIBONI, A.L. Territórios migrantes, interfaces expandidas. Ilhéus, BA: EDITUS, 2018, pp. 275-287. **Comunicação e Educação séries**, vol. 5.

CAMARGO, Clarice Carolina Ortiz de. **Métodos de avaliação formativa**: desatando nós e alinhando possibilidades. 354f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Educação. Universidade Federal de Uberlândia, 2019.

CANALTECH. O que é backbone? **Net**, 2013. Disponível em [O que é backbone? - Canaltech](#). Acesso em 1 mar. 2023.

CARMELINO, Ana Cristina; POSSENTI, Sírio. O que dizem do Brasil as piadas? **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, SC, v. 15, n. 3, p. 415-430, set./dez. 2015.

CARNEIRO, Maria Inês Lacerda; SOUSA JUNIOR, Manuel Alves de. Reflexões e legado de Paulo Freire no contexto da ditadura militar do Brasil. In: PADILHA, Paulo Roberto; ABREU, Janaína (org.). **Paulo Freire em tempo de fake news**. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2019, p. 358-374.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informatização: Economia, sociedade e cultura. 2. ed. Vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTIONI, Remi; MELO, Adriana Almeida Sales de; NASCIMENTO, Paulo Meyer; RAMOS, Daniela Lima. Universidades federais na pandemia da Covid-19: acesso discente à internet e ensino remoto emergencial. **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, v. 29, n. 111, p. 399-419, 2021. <https://doi.org/10.1590/s0104-40362021002903108>

CODATO, Adriano Nervo. Uma história política da transição brasileira: da ditadura militar à democracia. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, 25, p. 83-106, nov. 2005.

COSTA, Carlos. Os midas da web. **Revista Comunicare**, São Paulo, Cásper Líbero, v. 17, 2020, p. 12 – 24. Disponível em: < <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/sites/5/2020/12/comunicare17-especial.pdf> >. Acesso em 20 nov. 2022.

COUTO, E.S.; SOUZA, J.D.F. Whatsapp com função stories: ensinar e aprender na magia do instante. In: PORTO, C., OLIVEIRA, K.E.; CHAGAS, A., comp. **Whatsapp e educação**: entre mensagens, imagens e sons [online]. Salvador: Ilhéus: EDUFBA; EDITUS, 2017, p. 151-168. <https://doi.org/10.7476/9788523220204.0009>

CUNHA, Fernanda Pereira da; LOBATO, Iolene Mesquita; BARZ, André Thiago de Almeida; COSTA, Michelle Santos. **E-Arte/educação crítica: galeria intermediática on-line**. Anais do VII Seminário do Ensino de Arte do Estado de Goiás: Desafios e Possibilidades Contemporâneas e CONFAEB - 20 anos.2010. Disponível em

<<http://faeb.com.br/wp-content/uploads/2012/08/XX-CONFAEB.pdf>>. Acesso em 12 jan.2011.

CRUZ JUNIOR, Gilson. **Eu jogo, tu jogas, nós aprendemos**: experiências culturais eletrolúdicas no contexto do ciberespaço. 245f. (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em Educação. Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.

DALSOTTO, Mariana Parise Brandalise. O educador: um perfil de Paulo Freire. **Revista Brasileira de Educação** v. 25, 2020, p. 1- 4.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DIAS, Yumi Mendes. **Paulo Freire para além de método**: uma atitude ética. In: PADILHA, Paulo Roberto; ABREU, Janaína (org.). Paulo Freire em tempo de fake news. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2019, p. 296-301.

EDUCA MAIS BRASIL. Você conhece a profissão Youtuber? **Net**, 2021. Disponível em [Você conhece a profissão Youtuber? | Educa Mais Brasil](#). Acesso e 23 mar.2023.

ÉPOCA NEGÓCIOS. YouTube anuncia que vai remover o número de “dislikes”, que se tornará privado. **Net**, 2021. Disponível em [YouTube anuncia que vai remover o número de “dislikes”, que se tornará privado - Época Negócios | Tecnologia \(globo.com\)](#). Acesso em 01 ago. 2023.

ESTADO DE MINAS. Felipe Neto quer que indenização de Malafaia vá para instituições LGBTQIA+. **Net**, 2022.

FELIPE NETO. **Minecraft #1-01 [10]**. Youtube, 2020.
https://www.youtube.com/watch?v=tgxw_0r0s20&t=175s

FELIPE NETO. **Batalha entre Siri e Alexa! Quem ganhou?** Youtube, 2020a

FELIPE NETO. **Reagindo a 10 anos do canal Youtube**. Youtube, 2020b

FELIPE NETO. **Isso precisa parar!** Youtube, 2020c

FELIPE NETO. **Conversas mais engraçadas da internet**. Youtube, 2020d

FEOLA, Gabriella Garcia Sanches. **Mapeamento da comunicação sobre sexualidade feita por influenciadores no Youtube**. 346f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, 2020.

FERREIRA, Taiza Ramos de Souza Costa; DESLANDES, Suely Ferreira. Cyberbullying: conceituações, dinâmicas, personagens e implicações à saúde. **Ciênc. Saúde colet**. V. 23, p. 3369-3379, 2018. Disponível em <https://www.scielo.org/pdf/csc/2018.v23n10/3369-3379/pt>. Acesso em 29 jul. 2021

FORUM. Felipe Neto: "Somente hoje, 416 vídeos já foram subidos tentando me associar com pedofilia". **Net**, 2020. Disponível em [Felipe Neto: "Somente hoje, 416 vídeos já foram subidos tentando me associar com pedofilia" - Revista Fórum \(revistaforum.com.br\)](#). Acesso em 10 nov. 2023.

FREIRE, Paulo. **Educação e mudança**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

FREIRE, Paulo. **Conscientização**: teoria e prática da libertação. 3ª ed. São Paulo: Moraes, 1980.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FREIRE, Paulo; SHOR Ira. **Medo e Ousadia**: o cotidiano do professor. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da esperança**: um reencontro com a pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997a.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática de liberdade**. 23. ed. Rio de Janeiro. Paz e terra, 1999.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Indignação**: cartas pedagógicas e outros escritos. São Paulo: UNESP, 2000.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. São Paulo: Cortez, 2001.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Esperança**: um Encontro com a Pedagogia do Oprimido. 13.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 60. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

FREIRE, Paulo; GUIMARÃES, Sérgio. Do uso dos meios: questões finais. In: **Educar com a mídia**: novos diálogos sobre educação. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013, p. 90-104.

FREIRE, Ana Maria Araújo. A leitura do mundo e a leitura da palavra em Paulo Freire. **Cad. Cedes**, Campinas, v. 35, n. 96, p. 291-298, mai-ago., 2015. Disponível em <https://www.scielo.br/j/ccedes/a/7DgKZW4TQjBFXd9BTnvrQwv/?format=pdf>. Acesso em 1 ago. 2021.

FUCHS, C; CHANDLER, D. Introduction. In: **Digital objects, digital subjects**: interdisciplinar perspectives on capitalismo, labour and politics in the age of big data. University of Westminister, London: University of Westminister Press, 2019, p. 1-21. DOI: <https://doi.org/10.16997/book29>.

GABLER, N. **Vida, o filme**: como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GALHARDI, Cláudia Pereira; FREIRE, Neyson Pinheiro; FAGUNDES, Maria Clara marques; MINAYO, Maria Cecília de Souza; CUNHA, Isabel Cristina Kowal Olm. Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, 27(5), p.1849-1858, 2022.

GERE, Charlie. **Digital Culture**. Londres: Reaktion Book, 2008.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GIL, Antonio. Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GLOBO. Bienal do livro bate recorde de público com youtubers entre as principais atrações. **Net**, 2017. Disponível em [Bienal do Livro bate recorde de público com youtubers entre as principais atrações | Rio de Janeiro | G1 \(globo.com\)](#). Acesso em 10 jan. 2023.

GLOBO. MrBeast: quem é o novo youtuber mais popular do mundo. **Net**, 2022. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2022/11/17/mrbeast-quem-e-o-novo-youtuber-mais-popular-do-mundo.ghtml>

GLOBO. Por que o número de ataques em escolas está crescendo no Brasil? g1 explica. **Net**, 2023. Disponível em [Por que o número de ataques em escolas está crescendo no Brasil? g1 explica | G1 Explica | G1 \(globo.com\)](#). Acesso em 10 jul.2023.

GLOBO. Influenciador digital Felipe Neto é vítima de fake news e de ameaças. **Net**, 2020. Disponível em [Influenciador digital Felipe Neto é vítima de fake news e de ameaças | Jornal Nacional | G1 \(globo.com\)](#). Acesso em 1 ago. 2023.

GLOBO. Livros com temática LGBT comprados por Felipe Neto são distribuídos na Bienal. **Net**, 2019.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não formal e cultura política**: impactos sobre o associativismo no terceiro setor. São Paulo: Cortez, 2011.

GOSPEL. Malafaia: Felipe Neto é produtor de fake news e perverte crianças com vídeos. **Net**. 2020.

HABOWSKI, Adilson Cristiano; CONTE, Elaine. A questão do exílio em Theodor Adorno e Paulo Freire. **Linhas Críticas**, 24, 2018, p. 538-554. <https://doi.org/10.26512/lc.v24i0.19689>

HADDAD, Sérgio; DI PIERRO, Maria Clara. Escolarização de jovens e adultos. **Revista Brasileira de Educação**, p. 108-194, 2000.

HEARN, Alison; SCHOENHOFF, Stephanie. From celebrity to influencer: tracing the diffusion of celebrity value across the data stream. In *A companion to celebrity*, organizado por P. David Marshall e Sean Redmond, 194-212. Hoboken: John Wiley & Sons. 2015. <https://doi.org/10.1002/9781118475089.ch11>.

HEINSFELD, Brunma Damiana; PISCHETOLA, Magda. O discurso sobre tecnologias nas políticas públicas em educação. **Educação E Pesquisa**, 45, e205167, 2019.

HORKHEIMER, M. **Eclipse da razão**. São Paulo: Centauro, 2000.

INFLUENCER MARKETING HUB. O que é TikTok? – Tudo o que você precisa saber em 2023. **Net**, 2022. Disponível em <https://influencermarketinghub.com/what-is-tiktok/>. Acesso em 09 jan. 2023.

ISTO É DINHEIRO. Projeto de Lei visa regulamentar profissão de youtuber no Brasil. 05 nov. 2018. Disponível em: [Projeto de Lei visa regulamentar profissão de youtuber no Brasil - ISTOÉ DINHEIRO \(istoedinheiro.com.br\)](#). Acesso em: 15 out. 2023.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**. Volume 17. Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2021, p. 48-61.

KARHAWI, Issaaf. Blogueiras de moda no Brasil: a consolidação de uma profissão. **12º Colóquio de Moda, 9ª Edição Internacional, 3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda**, 2016.

KARHAWI, Issaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. Anais do **XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas** (Abrapcorp), 2017.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação**. São Paulo: Papirus, 2007.

KIRCHOF, Edgar Roberto. **Como ler os textos literários na era da cultura digital?** Estudos de literatura brasileira contemporânea, n. 47, p. 203-228, jan./jun. 2016.

KLEIN, Gisiela Hasse; NETO, Pedro Guidi; TEZZA, Rafael. Big Data e mídias sociais: monitoramento das redes como ferramenta de gestão. **Saúde Soc**. São Paulo, v.26, n.1, p.208-217, 2017.

KRONEMBERGER, Denise Maria Penna. Os desafios da construção dos indicadores ODS globais. **Cienc. Cult.** vol.71 no.1 São Paulo Jan./Mar. 2019. <http://dx.doi.org/10.21800/2317-66602019000100012>

LEITE, Rafaela Bernardazzi Torrens. **Youtuber: o produtor de conteúdo do Youtube e as relações de produção audiovisual**. 276f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Estudo de Mídia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, 2019.

LEITE, Ana Paula da Mota. A alfabetização midiática e informacional em tempos de fake news e o legado de Paulo Freire. In: PADILHA, Paulo Roberto; ABREU, Janaina (Org.). **Paulo Freire em tempos de Fake News**. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2019.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LEMOS, André. A arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet. Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, **XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação**, Salvador/BA, 04 e 05. setembro. 2005. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/109986911192793762783072499970909167230.pdf>. Acesso mai.2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Daniela da Costa Britto Pereira; DINIZ, Juliane Aparecida Ribeiro; FONSECA, Maria Aparecida Rodrigues. **Educação e tecnologias digitais de informação, de comunicação e expressão: conceitos, concepções e práticas** [recurso eletrônico]. Aparecida de Goiânia: Editora Alfredo Nasser: Centro Universitário Unifan, 2023.

- LINS, Bernardo Felipe Estellita. A evolução da Internet: uma perspectiva histórica. **Cadernos ASLEGIS**, v.48, 2013. [Aslegis48 art01_hist_internet \(belins.eng.br\)](https://doi.org/10.1590/1981-2248-2013-01)
- LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Lisboa: Anthropos, 1989.
- LITWIN, Edith. Questões e tendências da pesquisa no campo da tecnologia educacional. In: **Tecnologia Educacional**: política, histórias e propostas. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.
- LIMA, Daniela Costa Britto Pereira. Educação a distância e uso de tecnologias digitais de informação e comunicação: uma questão de inclusão? In: GONÇALVES, V.; MOREIRA, J. A.; CORRÊA, Y. (Orgs.). **Educação e Tecnologias na Sociedade Digital**. Tirso: Portugal: Whitebooks, 2019.
- LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamasso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Rev. Katál**. Florianópolis v. 10 n. esp. p. 37-45, 2007.
- MAIESKI, Alessandra; CASTRO, Michele Marta Morais; ALONSO, Katia Morosov. Cultura Digital: os contextos da sua constituição. **Revista UFG**, Goiânia, v. 21, n. 27, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5216/revufg.v21.69013>
- MANZATTO, Antônio. O Brasil em canções. **Perspect. Teol.**, Belo Horizonte, v. 54, n. 2, p. 321-346, mai./ago. 2022.
- MARACCI, João Gabriel; MACHADO, Paula Sandrine. Kit gay: Mapeando controvérsias nas redes de uma ofensiva antigênero. **Psicologia Política**. vol. 22. n.53. p. 37-51. 2022.
- MARAGONI, Júlio César. **O papel do youtuber como incentivador de novos modelos de leitura e produções audiovisuais na escola**. 91f. Dissertação (Mestrado), Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2020.
- MARCUSE, H. Algumas implicações sociais da tecnologia moderna. In: KELLNER, D. (editor). **Tecnologia, guerra e fascismo**: coletânea de artigos de Herbert Marcuse. São Paulo: UNESP, 1999.
- MARTÍNEZ-ÁVILA, D.; SOUZA, E.A.; GONZALEZ, M.E.Q. Big Data na Filosofia e na Ciência. In: **Informação, conhecimento, ação autônoma e big data**: continuidade ou revolução? [on-line]. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica; FiloCzar, 2019, p. 24-81. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/gfrbh/pdf/martinez-9788572490559-03.pdf>. Acesso em 25 nov. 2021.
- MARTINS, Heloisa Helena T. de Souza. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educ. Pesqui.** São Paulo, v. 30, n. 2, p. 289-300, agosto de 2004.
- MATOS, Ludimila Santos. **O Youtube não liga pra gente**: agenciamentos sociotécnicos na percepção de criadores de conteúdo brasileiros para o Youtube. 282f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre- RS, 2020.
- MATTAR, João. Youtube na educação: o uso de vídeos em EaD. 2009. **Net**. Disponível em

<http://www.joaomattar.com/YouTube%20na%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20o%20uso%20de%20v%C3%ADdeos%20em%20EaD.pdf>. Acesso 31 dez.2020.

MATOS, Ludimila Santos. “**O Youtube não liga pra gente**”: agenciamentos sociotécnicos na percepção de criadores de conteúdo brasileiros para o Youtube. 282f. Tese (Doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre, 2020.

MARX, Karl. **O Capital**. 2 ed. Boitempo, 2011.

MELATTI, Júlio César. **Por que a aldeia Krahó é redonda?** Informativo Funai, p. 34-41, 1974.

MELO, Alessandro de; GUARAGNI, Mariana Prado; ZAZULA, Marielle. Trabalho e educação a partir de uma leitura do marxismo de Moishe Postone. In: SCHLESENER, AH., MASSON, G; SUBTIL, MJD, orgs. **Marxismo(s) & educação**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2016, p. 135-162.

MELO, Darcyane Rodrigues de. **Infância youtuber**: um estudo sobre modos de ser criança na contemporaneidade. 146 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Luterana do Brasil, Programa de Pós-Graduação em Educação, Canoas, 2018.

MIGALHAS. Suspensa investigação contra Felipe Neto por acusações a Bolsonaro. **Net**, 2021. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/342037/suspensa-investigacao-contra-felipe-neto-por-acusacoes-a-bolsonaro>

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis RJ: Vozes, 1994.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. O que é COVID-19. **Net**, 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca#o-que-e-covid>. Acesso 29 jul. 2020.

MONTAÑO, Sonia. A construção do usuário na cultura audiovisual do Youtube. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, vol. 24, n. 2, mai/ago. 2017.

Disponível em

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/25256/15213>. Acesso em 1 jan.2021. Acesso em 12 mar. 2020.

MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. Tiktok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa. **Revista Latino-Americana de Estudos Científico – RELAEC**. V. 01, n.02 mar. /abr. 2020, p. 5-20.

MORAES, Mariza Silva de. Tecnologias Digitais e Informática Educativa: ponderações históricas e teóricas. **EaD & Tecnologias Digitais na Educação**, Dourados, MS, Jan/Nov 2014, n° 3, Vol. 2.

MOREIRA, J. António; JANUÁRIO, S. Redes sociais e educação: reflexões acerca do Facebook enquanto espaço de aprendizagem. In: PORTO, C.; SANTOS, E. **Facebook e educação**: publicar, curtir, compartilhar [*on-line*]. Campina Grande: EDUEPB, 2014, p. 67-84.

MOREIRA, J. António; TRINDADE Sara Dias. O whatsapp como dispositivo pedagógico para a criação de ecossistemas educomunicativos. In: PORTO, C., OLIVEIRA, K.E.; CHAGAS, A. **Whatsapp e educação**: entre mensagens, imagens e sons [*on-line*]. Salvador: Ilhéus: EDUFBA; EDITUS, 2017, p. 49-68.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

NAGUMO, Estevon; TELES, Lúcio França; SILVA, Lucélia de Almeida. A utilização de vídeos do Youtube como suporte ao processo de aprendizagem. **Revista Eletrônica de Educação**, v. 14, 1-12, e3757008, jan./dez. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.14244/198271993757>

NEOFEED. Uma Globo paralela? Como a Play9 está construindo “uma rede de afiliadas” de canais online. **Net**, 2022. Disponível em <https://neofeed.com.br/blog/home/uma-globo-paralela-como-a-play9-esta-construindo-uma-rede-de-afiliadas-de-canais-online/> . Acesso em 1 nov. 2023.

NETO, Felipe. **Não faz sentido**: por trás da câmera. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. "Tudo o que tenho de fixo na vida é meu celular": os celulares como âncoras da identidade dos jovens nômades urbanos, 2004. **Net**. Disponível em: <https://www.ces.uc.pt/lab2004/inscricao/pdfs/painel24/AnaMAriaNicolacidacosta.pdf>. Acesso em: 01 ago.2020.

OLIVEIRA, Eloiza Silva Gomes. Adolescência, internet e tempo: desafios para a Educação. **Educar em Revista**, Curitiba, Brasil, n. 64, p. 283-298, abr./jun. 2017. Disponível em <https://www.scielo.br/j/er/a/WkgCN3gwJqjwccLdf4wxKjj/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em 12 mar. 2021.

OLIVEIRA, Kaio Eduardo; PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa. Apresentação. In: **Memes e educação na cibercultura**. Ilhéus, BA: Editus, 2022, p. 5-9.

OLIVEIRA, Ely F. Tannuri de; CASTANHA, Rafael; JUNIOR, Rene F. Gabriel; BUFREM, Leilah Santiago. Contexto da produção científica de Big Data: análise cientométrica. In: MARTÍNEZ-ÁVILA, D., SOUZA, E.A.; GONZALEZ, M.E.Q (org.). **Informação, conhecimento, ação autônoma e big data**: continuidade ou revolução. São Paulo: Cultura Acadêmica; FiloCzar, 2019, p. 47-66.

ONU NEWS. Entrevista: Felipe Neto fala à ONU News sobre futuro da internet, jovens e discurso de ódio. **Net**, 2023. Disponível em [Entrevista: Felipe Neto fala à ONU News sobre futuro da internet, jovens e discurso de ódio | | ONU News](#). Acesso em 09 set. 2023.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Transformando nosso mundo**: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. 2015.

PAES, Carla. Educação e comunicação: objetos distintos que se complementam para formação integral do cidadão sob uma perspectiva Freireana. In: PADILHA, Paulo Roberto; ABREU, Janaina (Org.). **Paulo Freire em tempos de Fake News**. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2019.

PAIVA, Wilson Alves de. A arte da representação cívica no Emílio de Rousseau. **Filosofia**. Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, v.33, p. 211-224, 2016.

PAIVA, Wilson Alves de. **O veneno como remédio: a terapêutica de uma doença inusitada. Ciclo de Conferências: A estátua de Glauco: da degradação e da reconfiguração do humano em Rousseau.** Goiânia: UFG, 2021.

PALFREY, Jonh; GASSER, Urs. **Nascidos na Era Digital: entendendo a primeira geração dos nativos digitais.** Porto Alegre: Artmed, 2011.

PEDRO, Adriana Moreira. **Os relacionamentos abusivos em narrativas de vida produzidas por youtubers: uma análise avaliativa.** 137f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2019.

PLENO NEWS. Saiba quais livros Felipe Neto distribuiu na Bienal do Livro. **Net**, 2019.

PNAD Contínua. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua.** Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2017. IBGE. 2018. Disponível em https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf

PNAD Contínua. **Acesso à Internet e a televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2019.** 2021. IBGE/PNAD TIC. Disponível em https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf . Acesso em 20 dez. 2021.

PONTES, Júlia da Silva. **Sensacionalismo e violência no contexto da Indústria Cultural: a ideologia como (de) formação e barbárie.** 192f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação. Universidade Federal de Goiás, 2020.

PORTAL EBC. Conheça o perfil dos 11 candidatos à Presidência da República. **Net**, 2013. Disponível em [EBC | Conheça o perfil dos 11 candidatos à Presidência da República](#). Acesso em 07 jul. 2023.

PRADO, Magaly. Redes sociais digitais e a esfera pública: “fake news” e a manipulação da opinião coletiva. In: MARTÍNEZ-ÁVILA, D., SOUZA, E.A.; GONZALEZ, M.E.Q. (org.). **Informação, conhecimento, ação autônoma e big data: continuidade ou revolução?** São Paulo: Cultura Acadêmica; FiloCzar, 2019, p. 165-184.

PRETTO, Nelson De Luca; ASSIS, Pretto Alessandra. A. Ensaio: cultura digital e educação: redes já! In PRETTO, Nelson de Luca; SILVEIRA, SA(Orgs.). **Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder.** Salvador: EDUFBA, 2008. pp. 75-83. Disponível em <http://books.scielo.org/id/22qtc/pdf/pretto-9788523205249-06.pdf>. Acesso em 01 mar. 2019.

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.

RAULINO, Gabriela Dalila Bezerra Do lúdico ao lucro: o trabalho gratuito da audiência do Facebook e do Youtube na acumulação do capital. 223 f. Tese (doutorado), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2018.

- REALE, Manuella Vieira. **O sabor do saber**: Divulgação científica em interação no YouTube. 165f. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo- PUC, SP, 2018.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RIBEIRO, Sandra Stephanie Holanda Ponte. Sobre repovoar narrativas: o trabalho dos influenciadores digitais a partir de uma abordagem sociotécnica. **Civitas** 21 (2): 271-281, maio-ago. 2021.
- ROSE, Diana. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens e Discurso sobre as ciências e as artes**. Coleção Os pensadores, Vol. II. São Paulo: Nova Cultural, 1999.
- SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus. 2007.
- SANTAELLA, Lucia; BRAGA, Alexandre. Metamorfoses na cultura digital e na educação. In: CERNY, Roseli Zen; RAMOS, Elda Maria Faust; BRICK, Elizandro Maurício; OLIVEIRA, Alexandre dos Santos; SILVA, Mônica Renneberg da. **Formação de educadores na cultura digital**: a construção coletiva de uma proposta. Florianópolis: UFSC/CE/NUP, 2017, p. 411- 429.
- SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. **RBCS** Vol. 29 n° 85 junho/2014, p.63-79.
- SANTOS, Luiza Carolina; POLIANOV, Beatriz. O que têm em comum Alexa, Siri, Lu e Bia? Assistentes digitais, sexismo e rupturas de performances de gênero. **Galáxia**, n° 46, 2021, p.1-24. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2553202154473>
- SANTOS, Nathalia Barros dos. **Consumismo e infância um estudo do canal Lucas Neto**. 52f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso). Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília/UNB, 2019.
- SASTRE, Angelo; CORREIO, Claudia Silene Pereira de Oliveira; CORREIO, Francisco Rolfsen Belda. A influência do “filtro bolha” na difusão de *Fake News* nas mídias sociais: reflexões sobre as mudanças nos algoritmos do Facebook. **Revista GEMInIS**, São Carlos, UFSCar, v. 9, n. 1, pp.4-17, jan. / abr. 2018.
- SELVI, Onur; TULGAR, Serkan; SENTURKA, Ozgur; TOPCU, Deniz I, OZER, Zeliha. YouTube como fonte informativa sobre bloqueios do plexo braquial: avaliação de conteúdo e valor educativo. **Revista Brasileira de Anestesiologia**, 2019. N.69, v.2, p. 168-176.
- SERRA JUNIOR, Gentil Cutrim; ROCHA, Lourdes de Maria Leitão Nunes. A Internet e os novos processos de articulação dos movimentos sociais. R. **Katál.**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 205-213, jul./dez. 2013.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

SGARBOSA, Pietro; DEL VECHIO, Gustavo Henrique. Inteligência artificial e suas implicações: como os dispositivos inteligentes e assistentes virtuais influenciam o cotidiano das pessoas. **Interface Tecnológica** - v. 17 n. 2 (2020).

SHAH, S. The history of social networking, **Digital Trends**, 2015. Disponível em <https://www.digitaltrends.com/computing/the-history-of-social-networking/>. Acesso em 02 jan. 2023.

SILVA JUNIOR, Mauricio Cardoso da; NETO, Gustavo Adolfo Ramos Mello. Do Caos ao Mito: A Ascensão de um Presidente pela Óptica Psicanalítica. **Psicologia: Ciência e Profissão**. 2022 v. 42, p.1-15. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003230891>

SILVA, FS; SERAFIM, ML. Redes sociais no processo de ensino e aprendizagem: com a palavra o adolescente. In: SOUSA, RP., et al., (orgs.) **Teorias e práticas em tecnologias educacionais [on-line]**. Campina Grande: EDUEPB, 2016.

SILVA, Sivaldo Pereira da; MUNDIM, Pedro Santos. Mediações no *YouTube* e o caso 'Ocupação do Complexo do Alemão': características e dinâmica de uso. **Intercom – RBCC São Paulo**, v.38, n.1, p. 231-253, jan./jun. 2015.

SILVA, Tarcízio. Linha do Tempo do Racismo Algorítmico. **Net**, 2022.

SILVA, Tarcízio. **Racismo Algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais**. São Paulo: Edições Sesc, 2022

SOUZA, Edna Alves; GONZALEZ, Maria Eunice Quilici. Big Data e Autonomia: continuidade ou revolução? In: MARTÍNEZ-ÁVILA, D.; SOUZA, E.A.; GONZALEZ, M.E.Q. **Informação, conhecimento, ação autônoma e big data: continuidade ou revolução?** São Paulo: Cultura Acadêmica; FiloCzar, 2019, p. 25-46. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/gfrbh/pdf/martinez-9788572490559-03.pdf> . Acesso em 25 nov. 2021.

SOUZA, Tássia Aguiar de; PASSOS, Mateus Yuri. Os memes em pauta: uma análise discursiva das apropriações midiáticas do humor. **Intercom RBCC São Paulo**, v. 44, n. 1, p.231-246, jan./abr. 2021

SOUZA, Tássia Aguiar de; PASSOS, Mateus Yuri. Os memes em pauta: uma análise discursiva das apropriações midiáticas do humor. **Intercom - RBCC São Paulo**, v. 44, n. 1, p.231-246, jan./abr. 2021.

STADLER, Pâmella de Carvalho. **Youtube como ferramenta de educação não formal**: boas práticas para a produção de vídeos educativos com base nos aspectos da linguagem de youtubers. 83f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação e Novas Tecnologias), Centro Universitário Internacional- UNINTER, Curitiba, 2019.

TAKAHASHI, Tadao. A sociedade da informação. In: **Sociedade da Informação no Brasil**: livro verde. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia. 2000, p. 1-14.

TERCETTI, Carlos Henrique. **Cultura participativa e cibercultura**: o Youtube como estratégia pedagógica. 127fl. Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em Ciências Humanas). Universidade Santo Amaro, 2021.

TRIGO, L. G. G. **Entretenimento**: uma crítica aberta. São Paulo: Senac, 2003.

- TROPA DE ELITE. Gênero: Ação Tempo de Duração: 115 minutos Ano de Lançamento (Brasil): 2007.
- THOMPSON, J. B. **A Mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. 9. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- TOLEDO, Caio Navarro de. **1964**: o golpe contra as reformas e a democracia. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 24, n. 47, p. 13-28, 2004.
- TECHTUDO. 'Youtuber' entra para dicionário. **Net**, 2016. Disponível em <https://www.techtodo.com.br/noticias/2016/12/palavra-youtuber-entra-para-dicionario-veja-mais-palavras-tech.ghtml>
- TRIGO, L. G. G. **Entretenimento**: uma crítica aberta. São Paulo: Senac, 2003
- TOSCHI, Mirza Seabra. Tecnologias e educação: contribuições para o ensino. **Séries Estudos**. Campo Grande, v.19, p.35-42, 2005.
- UNIVATES. Cinco fontes confiáveis para buscar artigos científicos. **Net**, 2020. Disponível em <https://www.univates.br/noticia/28629-cinco-fontes-confiaveis-para-buscar-artigos-cientificos> . Acesso em 16 dez. 2021.
- UNICAMP. Para especialista, ameaças em escolas escondem intenção de provocar pânico. **Net**, 2023. Disponível em [Para especialista, ameaças em escolas escondem intenção de provocar pânico | Unicamp](#). Acesso em 5 mai. 2023.
- VALENTE, José Armando; ALMEIDA, Maria Elizabeth Bianconcini de; KUIN, Silene. Aprender na cultura digital: a contemporaneidade e a construção do conhecimento. In. CERNY, Roseli Zen; RAMOS, Elda Maria Faust; BRICK, Elizandro Maurício; OLIVEIRA, Alexandre dos Santos; SILVA, Mônica Renneberg da. **Formação de educadores na cultura digital**: a construção coletiva de uma proposta. Florianópolis: UFSC/CE/NUP, 2017, p. 359-382.
- VASCONCELLOS, Amanda Meschiatti. **Celebridade 2.0**: o Youtube e a nova fábrica de famosos. 263 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades), Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Artes, 2018.
- VEJA. Eleições 2018: Jair Bolsonaro é eleito presidente do Brasil. **Net**, 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/eleicoes-2018-segundo-turno-apuracao-resultado-presidente-ao-vivo/>. Acesso em 5 jan.2023.
- VEJA. Youtuber explica por que não fez campanha do novo Ensino Médio. **Net**, 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/educacao/youtuber-explica-por-que-nao-fez-campanha-do-novo-ensino-medio/>
- VIEIRA, Ana Caroline Sari; RAVA, Paula Grazziotin Silveira. Ninho cheio: perspectivas de pais e filhos. **Psicologia: teoria e prática**, v. 14, n. 1, p. 84-96, 2012
- VIEIRA PINTO, Álvaro. *Teoria da cultura*. In.: **Ciência e existência**: problemas filosóficos da pesquisa científica. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979, p.119-128.
- YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- YOUTUBE. Os 10 maiores canais do YouTube Brasil. **Net**. 2018. Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=5sgdfl_kTxY>. Acesso em 17 abr. 2019.

YOUTUBE. Sobre o Youtube. [Site de Internet]. **Net**, 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/> Acesso em: 23 nov. 2022.

YOUTUBE. Blaze: Tire dos Pobres e dê aos Influencers. **Net**, 2023. Disponível em: [BLAZE - Tire dos Pobres e dê aos Influencers - YouTube](#) Acesso em: 23 mai. 2023.

YOUTUBE. **Batalha entre Siri e Alexa! Quem ganhou?** Youtube, 2020a

YOUTUBE. **Reagindo a 10 anos do canal Youtube.** Youtube, 2020b

YOUTUBE. **Isso precisa parar!** Youtube, 2020c

YOUTUBE. **Conversas mais engraçadas da internet.** Youtube, 2020d.

APÊNDICE A- EXPOSIÇÃO DOS DADOS DO LEVANTAMENTO

Base consultada	Tipo trabalho	Autor	Título	Palavras-chave	Link/ DOI
SCIELO	Artigo	SANTOS; CASTRO, 2022.	Currículo cultural do YouTube constituindo sujeitos de gênero e sexualidade	Pedagogias culturais; discursos; sexualidade.	https://doi.org/10.20435/serieestudos.v27i6.1.1711
SCIELO	Artigo	KAMRADT, 2021	O capital celebridade e suas articulações em outros campos: a teoria de Bourdieu estendida e o caso de Felipe Neto	Felipe Neto; Celebridade; Youtube.	https://doi.org/10.1590/0103-3352.2021.36.246725
BDTD	Dissertação	ARAÚJO, 2021	O YouTube como um lugar possível para se pensar as infâncias	YouTube, Infância, Crianças, Tecnologia, Sociologia da Infância	53269.PDF (puc-rio.br)
BDTD	Dissertação	BACKES, 2019	Produção e consumo de vídeos on-line: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do Youtube	Comunicação. YouTube. Influenciadores digitais. Youtubers. Hipermodernidade.	https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/8635
BDTD	Dissertação	BEZERRA, 2018	A influência dos outubers no universo infantil	Infância. Comportamento. Influência. <i>Youtube</i> . <i>Youtubers</i> .	https://uol.unifor.br/oul/ObraBDTDDdSiteTrazer.do?method=trazer&ns=true&obraCodigo=108387 http://dspace.unifor.br/handle/tede/108387
BDTD	Dissertação	FEOLA, 2020	Mapeamento da comunicação sobre sexualidade feita por influenciadores no Youtube	Influenciadores Digitais. Sexualidade. Redes Sociais. Criadores de conteúdo. Comunicação Digital.	Mapeamento da comunicação sobre sexualidade feita por influenciadores no YouTube (usp.br)

BDTD	Tese	LEITE, 2019	Youtuber: o produtor de conteúdo do Youtube e as relações de produção audiovisual	Youtubers, YouTube, práticas de produção, audiovisual, mídias sociais.	https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/27385
BDTD	Dissertação	MARAGONI, 2019	O papel do Youtube como incentivador de novos modelos de leitura e produções audiovisuais na escola	Educação. Youtuber. Novos modelos de leitura. Produção audiovisual na escola. Práticas educativas.	Júlio César Marangoni.pdf (uninove.br)
BDTD	Tese	MATOS, 2020	“O Youtube não liga pra gente”: agenciamentos sociotécnicos na percepção de criadores de conteúdo brasileiros para o Youtube	YouTube. Criadores de conteúdo. Agenciamentos sociotécnicos. Affordances. Análise de conteúdo	“O YouTube não liga pra gente” : agenciamentos sociotécnicos na percepção de criadores de conteúdo brasileiros para o YouTube. (ufrgs.br)
BDTD	Dissertação	MELO, 2018	Infância Youtuber: um estudo sobre modos de ser criança na contemporaneidade	YouTube. Youtubers mirins. Estudos Culturais. Representações infantis	Plataforma Sucupira (BDTD.gov.br)
BDTD	Tese	PEDRO, 2019	Os relacionamentos abusivos em narrativas de vida produzidas por youtubers: uma análise avaliativa	Sistema de avaliatividade. Análise Crítica do Discurso. Relações abusivas. Youtubers	http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-27112019-184703/
BDTD	Tese	RAULINO, 2018	Do lúdico ao lucro: o trabalho da audiência do Facebook e do Youtube na acumulação do capital	capitalismo, teoria do valor-trabalho, Facebook, YouTube.	Minerva - Registro Completo (ufrj.br)
BDTD	Dissertação	REALE, 2018	O sabor do saber: divulgação científica em interação no YouTube	Divulgação científica; ciência complexa; regimes de interação e de sentido; enunciação; YouTube	REPOSITORIO PUCSP: O sabor do saber: divulgação científica em interação no YouTube
BDTD	Mestrado	STADLER, 2019	Youtube como ferramenta de educação não formal: boas práticas para a produção de vídeos	Youtubers educacionais. Educação não formal. Linguagem audiovisual. Vídeo. Novas tecnologias.	Teses e Dissertações (uninter.com)

			educativos com base nos aspectos da linguagem de youtuber		
BDTD	Dissertação	TERCETTI, 2021	Cultura participativa e cibercultura: o Youtube como estratégia pedagógica	Cultura participativa, Cibercultura, Youtube, Recurso Pedagógico, Interdisciplinaridade.	<u>Cultura participativa e cibercultura: o youtube como estratégia pedagógica (unisa.br)</u>
BDTD	Teses	TORRES LEITE, 2019	Youtuber: o produtor de conteúdo do Youtube e as relações de produção audiovisual	Youtubers, YouTube, práticas de produção, audiovisual, mídias sociais.	<u>Universidade Federal do Rio Grande do Norte: Youtuber: o produtor de conteúdo do Youtube e suas práticas de produção audiovisual (ufrn.br)</u>
BDTD	Dissertação	VASCONCELL OS, 2018	Celebridade 2.0: o Youtube e a nova fábrica de famosos	Celebridade. Mitos. Cibercultura. YouTube. Territorialidade	<u>RiUfes: Celebridade 2.0 : o Youtube e a nova fábrica de famosos</u>
SCIELO	Artigo	ABIDIN, 2021	Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin	Influenciador digital; Celebridades; Internet	https://doi.org/10.1590/1809-58442021114
SCIELO	Artigo	KARHAWI, 2017	Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão	influenciadores; blogueiros; vlogueiros; comunicação; influência	https://www.researchgate.net/publication/341983923 <u>Influenciadores digitais conceitos e praticas em discussao</u>
SCIELO	Artigo	MONTEIRO, 2022	TikTok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa.	TikTok; Educação; Aprendizagem criativa.	<u>TIKTOK COMO NOVO SUPORTE MIDIÁTICO PARA A APRENDIZAGEM CRIATIVA Revista Latino-Americana de Estudos Científicos (ufes.br)</u>
SCIELO	Artigo	NAGUMO; TELES; SILVA, 2020	A utilização de vídeos do Youtube como suporte ao processo de aprendizagem	Tecnologia e educação, Educação informal, Atitude dos estudantes, Ambiente de aprendizagem	http://dx.doi.org/10.14244/198271993757
BDTD	Dissertação	PEIXOTO, 2021	Práticas informacionais na web social: uma análise espaço-	Influenciadores digitais. Práticas informacionais.	

			temporal sobre o influenciador digital no Youtube	Mediação da informação. Youtube. Web social.	https://www.repositorio.ufal.br/handle/123456789/9762
SCIELO	Artigo	RIBEIRO, 2021	Sobre repovoar narrativas: o trabalho dos influenciadores digitais a partir de uma abordagem sociotécnica	Influenciadores digitais, Revisão de literatura, Teoria ator-rede.	https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39918
SCIELO	Artigo	SILVA; MUNDIM, 2015	Mediações no YouTube e o caso 'Ocupação do Complexo do Alemão': características e dinâmica de uso	YouTube. Cibercultura. Vídeos online. Internet. Cultura digital.	https://doi.org/10.1590/1809-58442015111

APÊNDICE B- VÍDEOS MINECRAFT

Ano	Data	Título do vídeo	Link de acesso	Visualizações	Likes	Comentários	Duração
2020	22/mar	Felipe Neto minecraft #1-01 [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=fgxw_0r0s20&t=175s	24.821.978	1.500	172.419	23:02
2020	02/mai	Meu novo vizinho quer me pegar no minecraft #1-22 [+10]	https://youtu.be/xQ96PI2iRBg?si=SSJDovFgVXNkOct3	20.359.191	896	62.785	37:39
2020	20/abr	Eu construi um shopping no minecraft #1-16 [+10]	https://youtu.be/HAA8Kk3wtlo?si=HfEv9FkW6I-bYQT9	14.878.930	953	57.343	35:32
2020	10/abr	Encontrei um cachorro no minecraft! tudo mudou! #1-11 [+10]	https://youtu.be/yPpGMO18axU?si=70tUYoe6Lz615sIK	14.181.545	694	70.518	38:46
2020	22/abr	Eu capturei um urso panda no minecraft #1-17 [+10]	https://youtu.be/psf0VPchMRw?si=Hv6rCa1xTZn59TWO	12.405.061	751	147.785	33:21
2020	22/mar	Encontrei uma caverna secreta no minecraft #1-02 [+10]	https://youtu.be/eb82Px28luE?si=Jym9QhW9wBMFGLiJ	12.329.675	743	59.452	21:44
2020	06/mai	Invandi a mansão amaldiçoada no minecraft #1-24 [+10]	https://youtu.be/A0kuMcLrUro?si=-bxAyaw6ElhRR1vd	11.609.416	1.100	41.719	31:11
2020	11/nov	Episódio 100! O casamento de espirro e coriza! Minecraft #1-100	https://youtu.be/BNPDJ5JAClo?si=kS1gRX2QVPno8qzp	11.399.002	886	183.021	26:06
2020	12/mai	Fiz uma competição entre meus cavalos no minecraft #1-27 [+10]	https://youtu.be/Y5cUzva7Tas?si=8MLp_jlBTxl4HV52	11.225.549	771	58.622	35:13:
2020	06/abr	Invadi um castelo com armadilha no minecraft #1-09 [+10]	https://youtu.be/1Y8PbD4Pu7E?si=cUjx2leCXjwkZ5C5	10.993.024	675	48.933	35:33:
2020	18/abr	Reencontrei a raríssima ovelha rosa no minecraft #1-15 [+10]	https://youtu.be/2wx2QLtLG9A?si=Shd9WiXBRC89_aYa	10.906.847	697	148.235	30:46:
2020	12/abr	Achei uma torre inimiga e o pior aconteceu - minecraft #1-12 [+10]	https://youtu.be/M3uGm6WkDDc?si=6h7HKfdWI4Sv2swg	10.808.405	607	89.256	22:51
2020	25/mar	Achei um tesouro incrível num navio abandonado Minecraft #1-03 [+10]	https://youtu.be/T13GrDdgKPI?si=iPcanJkatGibnYZm	10.567.640	621	53.721	20:25
2020	29/mar	Consegui um cavalo no minecraft!!! #1-05 [+10]	https://youtu.be/pE5J0LdZCfU?si=JYpyDLnZlcmTmAT	10.437.360	676	143.658	24:30
2020	17/mai	Construi um castelo magico no minecraft #1-29 [+10]	https://youtu.be/-3Sn0mU5fks?si=MB5wzqLJ8sfaLVQI	10.382.510	1.000	95.633	45:21
2020	22/mai	Construi uma prisão e prendi um delinquente no minecraft #1-32 [+10]	https://youtu.be/pDQCR1JDPEg?si=ubS_pv_53pmacm8	10.371.391	756	35.004	35:04
2020	27/abr	Virei um mestre das poções e invadi o templo no minecraft #1-20 [+10]	https://youtu.be/z6Di8jkN1_0?si=G4qGY2TSoax4uH0r	9.968.443	649	90	12:35
2020	25/ago	AAAAAAHHHHHHHHH MINECRAFT #1-63 [+10]	https://youtu.be/1XFD0uDF3DE?si=j67W1Yvwjyb5axoa	9.957.804	815	43.009	25:45

2020	08/mai	Encontrei um cavalo esqueleto no minecraft #1- 25 [+10]	https://youtu.be/124r0AznIF8?si=ijjfaaiVeg2ec1TV	9.789.339	838	53.773	36:40
2020	02/abr	Encontrei uma cidade e um novo amigo no minecraft #1 - 07 [+10]	https://youtu.be/FMzVpISSGqA?si=pZ0q8ZqmfqAAhJGe	9.787.072	583	105	22:52
2020	16/abr	Encontrei um urso polar no minecraft # 1-14 [+10]	https://youtu.be/ZWWP1s1mCWc?si=Ap-4GQNDsSaOjuGhM	9.740.455	609	57.828	35:06
2020	19/jul	Construi uma casa pro coquinho e levei coriza numa aventura no Minecraft #1-49!	https://youtu.be/w0g2kbMWEJ8?si=5XRB7FyuP4Nbh1z-	9.659.018	796	43.601	35:08
2020	26/abr	Fui a caça da cabeça de creeper no minecraft #1-19 [+10]	https://youtu.be/inrluiztVeg?si=Yox_9BRN3u0DFqEU	9.479.799	640	42.578	36:45
2020	04/mai	Achei a rarissima casa da feiticeira no minecraft #1-23 [+10]	https://youtu.be/inrluiztVeg?si=Yox_9BRN3u0DFqEU	9.431.527	989	60.567	35:28
2020	24/abr	Construi um templo para os pandas no minecraft #1-18 [+10]	https://youtu.be/IRLHarlUb2Q?si=aFkGAYpsRk45x9R	9.358.706	657	44.861	35:45
2020	04/abr	Capturei um golfinho e algo aconteceu no minecraft #1-08 [+10]	https://youtu.be/pgHISpK9Lto?si=xSrUK3ieFo3Zqz8H	9.168.863	557	26.298	28:23
2020	07/jun	Encontrei a ilha cogumelo no minecraft #1-40 [+10]	https://youtu.be/f81yr0p6tH8?si=YKz0isnLhxm-3eIO	9.144.037	666	29.960	32:08
2020	14/mai	Encontrei a ave sagrada e trouxe para casa no minecraft #1-28 [+10]	https://youtu.be/xaFLXv5VY5Y?si=pXJ24-drMI4Bu2RT	9.059.624	738	55.542	34:12
2020	30/mai	Construi um santuário pras raposas no minecraft #1-36 [+10]	https://youtu.be/GpWu-PaN5Bs?si=TfBloliy4NEVMwHa	9.045.377	699	51.571	38:50
2020	14/abr	É hora da vingança! Por jussara! Minecraft #1-13 [+10]	https://youtu.be/kr6fKofgTsl?si=4yCZAKv2ZXiLPSaG	8.973.362	536	41.077	17:09
2020	18/mai	Claudio casou e teve o 1º filho no minecraft #1-30 [+10]	https://youtu.be/kDdMCMr32l8?si=AV5LAm4yp4wD73KO	8.808.807	840	54.773	39:30
2020	27/mar	Segui um mapa do baú do tesouro no minecraft #1-04 [+10]	https://youtu.be/9SvH62yJnpl?si=RgFMAKDW6n38kAMo	8.777.254	543	32.809	16:05
2020	31/mar	Atravessamos o portal do nether no minecraft #1 - 06 [+10]	https://youtu.be/tmwc8cnGZ8A?si=q0oR3Aua0zZ5uTX4	8.670.438	859	42.098	22:18
2020	08/abr	Invandi um castelo do nether! me ajudem! minecraft #1-10 [+10]	https://youtu.be/kAapqX9wYUq?si=Z4EJjsZ46i9cu_U0	8.570.854	572	70973	34:38
2020	10/mai	Achei um templo secreto e jaguaririca na floresta! minecraft #1-26 [+10]	https://youtu.be/jsxdSpiTVXo?si=2IUioaf3Jj4IRAj3	8.450.956	718	44.522	33:28
2020	26/mai	Capturei uma bruxa diferente no minecraft #1-34 [+10]	https://youtu.be/SkA_p1zCxQo?si=DqDflxqp-u_F_VrE	8.396.521	723	47.148	33:14
2020	23/nov	Enfrentei o mistério para recuperar o espirito no minecraft! #1-105 [+10]	https://youtu.be/cE1cTucwVL4?si=vemM-LfyxDGNmKWz	8.372.613	893	71.393	22:38
2020	07/jun	Avaliando construção dos fãs no minecraft [+10]	https://youtu.be/l467-9_Awbl?si=XdqOxjapO6LV_bj	8.372.293	661	16.441	32:09
2020	16/jun	Revelando a área secreta do meu mundo no minecraft #1-44 [+10]	https://youtu.be/3lZXUCkUD8c?si=Q2eKs13wr0H1FCu9	8.321.512	980	99.714	11:45

2020	30/abr	Fui atras do Jussauro...Ele ainda esta vivo? minecraft #1-21 [+10]	https://youtu.be/q23utpKJT1c?si=FhYI9oyx8pgtRcos	8.279.373	784	78.744	37:33
2020	02/dez	Um anjo invadiu a conta do mistério sombrio e me ajudou! minecraft #1-108	https://youtu.be/PfC2Ed9SXlc?si=3g-V6UgplKZS6iuQ	8.279.373	647	31.273	33:14
2020	20/mai	Explodi minha casa no minecraft #1-31 [+10]	https://youtu.be/nCXgHPuVxKE?si=EK30gAGVg5pNkD5f	8.223.288	828	42.790	29:08
2020	01/jun	Sai em busca da ilha de cogumelos no minecraft #1-37 [+10]	https://youtu.be/4JpE2n9iZ70?si=NQpBSDgMzV6t6oWb	7.805.311	613	37.651	35:20
2020	10/out	Capturei um ravager no minecraft #1-81 [+10]	https://youtu.be/NPscpl9mdts?si=dQLPd_sfUinbLApz	7.776.115	436	19.923	32:21
2020	24/mai	O espirro achou uma namorada no minecraft #1-33 [+10]	https://youtu.be/lx9ZwWKxJ-w?si=K2ZjmHglKoaoUICW	7.773.372	659	123.333	33:23
2020	09/jun	As vacas cogumelos `tiveram um bebe no minecraft #1-41 [+10]	https://youtu.be/8_nB-kQIALY?si=Lp75kkS53xQHFLy	7.673.430	665	37.008	26:28
2020	02/set	Encontrei um creeper no meu banheiro do minecraft #1-70 [+10]	https://youtu.be/Bq5TTYoQh2l?si=dVS-NpwwHhSR2Wy3	7.611.919	584	25.256	29
2020	29/mai	Domei a raposa mais fofa no minecraft #1-35 [+10]	https://youtu.be/aFgJLXTfAUE?si=Fv-wfZyk4Pfru-65	7.608.808	655	97.180	36:29
2020	10/jun	Avaliando castelos dos fãs no minecraft [+10]	https://youtu.be/sr8jn_9g-Cc?si=5P-ZWjzC_tjsyU5G	7.566.103	597	15.208	15:14
2020	14/set	O espirro enlouqueceu no minecraft #1-75 [+10]	https://youtu.be/EfEsna0KuKM?si=CrG2wa9-bUt1eqWu	7.390.273	532	32.351	33:06
2020	14/jul	Um panda zangado me atacou no minecraft #1-47 [+10]	https://youtu.be/C1csmQellAY?si=G3_30kiWXd2xLVGg	7.328.467	730	31.697	32:20
2020	22/jul	Enfrentei uma invasão para salvar os villagers no minecraft #1-52 [+10]	https://youtu.be/IMWBAFYI9z0?si=_YUGQSYRbUtuydFM	7.318.296	604	57.555	37:33
2020	03/jun	Encontrei um iglu com passagem secreta no minecraft #1-38 [+10]	https://youtu.be/277pPNhTo90?si=FE59ZEH0SIN4PLvY	7.140.672	622	37.349	32:51
2020	24/jul	Mamacita encontrou um marido e teve um bebe no minecraft #1-53 [+10]	https://youtu.be/_YSWgmLy3Mw?si=RyrkvG6DA7JHQfE	7.083.062	643	45.076	32:16
2020	13/nov	Enfrentei o mistério sombrio frente a frente no minecraft #1-101 [+10]	https://youtu.be/O2Dsde642l0?si=u2EZJ8bk_ospHNq0	7.010.558	627	107.603	26:20
2020	16/nov	O mistério atacou uma vila inteira o minecraft #1-102 [+10]	https://youtu.be/oRlIfK6kxLI?si=OW-YM2mRv_xC-QtN	6.833.581	562	68.933	34:02
2020	05/jun	Encontrei uma vila zumbi cheias de diamantes no minecraft! #1-39 [+10]	https://youtu.be/hnDJ90RzzXs?si=nbu2R9zfld6QlFWT	6.828.915	641	35.212	31:54
2020	31/mai	Avaliando animais fãs do minecraft [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=dJpNlzOpeUs	6.816.585	579	19.011	17:21
2020	11/jun	Bruno blanco julgado pela mamacita:culpado ou inocente? minecraft #1-42 [+10]	https://youtu.be/8p3KP4iahHo?si=Eccodky6YB0dtWx	6.816.428	634	36.907	33:48
2020	07/ago	Encontrei o novo elemento netherite do minecraft #1-59 [+10]	https://youtu.be/0_A1BYppDCw?si=q778bo8a6b9Phfz2	6.778.878	518	25.499	31:50

2020	23/out	Eu fiquei invisível no minecraft #1-92 [+10]	https://youtu.be/KWsq3b4xowQ?si=to-d4krcaoQPANqh	6.716.962	452	26.325	38:11
2020	03/ago	Fomos invadidos por uma raiz gigantesca no minecraft #1-57 [+10]	https://youtu.be/BXfH4iig8fY?si=tI4odHwOoQGQE2OW1	6.687.030	480	28.286	33:32
2020	27/jul	Construí um templo das aves no minecraft #1-54 [+10]	https://youtu.be/x-3CGCkyL9E?si=4qVXI60xmlzeyanS	6.655.929	698	39.781	36:16
2020	19/mai	Avaliando casa dos fãs no minecraft [+10]	https://youtu.be/zpqCEDry6U8?si=epKDGyXzHHZJDmDq	6.548.450	594	34.107	19:44
2020	16/set	Agora já era!!! minecraft #1-76 [+10]	https://youtu.be/eYGxrF9WJQE?si=XOtHqf52sdRM5Rnm	6.470.448	480	39.009	24:02
2020	13/jun	Capturei o raríssimo pereirinha na galinha do minecraft #1-43 [+10]	https://youtu.be/jJWDa54EbzQ?si=Mfl-6IV8o6eIPA3r	6.432.941	789	52.186	30:40
2020	25/nov	Encontrei uma pirâmide colossal do mistério no minecraft! #1-106 [+10]	https://youtu.be/tNf51wln8g?si=IG9pTNfNIXG7qphr	6.347.321	519	32.209	25:26
2020	13/jul	Encontrei o panda marrom!!! Minecraft #1-48 [+10]	https://youtu.be/Rbfl0eHIIDg?si=Tj8_PBRoEVaAbVf	6.334.659	571	39.799	27:28
2020	20/jul	Saí numa aventura com o jussara 2 no minecraft #1-51 [+10]	https://youtu.be/kqgUjuozqcw?si=HJtMJiUb8dSWomOQ	6.284.899	608	49.197	33:50
2020	12/jul	Construí um templo para as vacas cogumelo no minecraft #1-46 [+10]	https://youtu.be/MzfynHSynTI?si=GMBqiVWVJhinUzxp-	6.222.087	683	53.771	34:30
2020	19/ago	Me preparando para grande batalha no minecraft #1-64 [+10]	https://youtu.be/F9olwze9Gu0?si=qQddqKwNX8-P5hcF	6.216.345	604	38.311	28:21
2020	28/ago	O pior aconteceu no minecraft #1-68 [+10]	https://youtu.be/gAfgDqLXggQ?si=iR92BZhw8NL0pxU6	6.167.770	434	37.229	24:06
2020	06/jul	Andei sobre as águas! A volta do minecraft #1-45 [+10]	https://youtu.be/a7EdsP1Uzmc?si=22TXIM1fwZxyZaYO	6.106.705	718	117.432	27:44
2020	25/set	Criei uma farm de wither no minecraft #1-80 [+10]	https://www.youtube.com/live/RSc_wGD6HhY?si=S_FaLM6dMtb1NasN	6.055.122	422	19.593	25:20
2020	25/mai	Avaliando estatuas dos fãs no minecraft [+10]	https://youtu.be/l467-9_Awbl?si=NqpWCZDITKP3WjiN	6.039.473	591	24.691	15:02
2020	15/mai	A maior sorte da história do minecraft [+10]	https://youtu.be/lCznmH1TFZw?si=CmaZ5iUzh4SROixh	5.972.856	603	26.731	13:29
2020	04/dez	O Mistério invadiu e explodiu tudo! Deixou o desafio final! minecraft #1-109	https://youtu.be/au1Sz9h6gyo?si=P_6XEAHWv_OQZ23s	5.942.260	501	51.031	22:22
2020	04/set	Consegui tartarugas e elas tiveram bebês no minecraft #1-71 [+10]	https://youtu.be/PHGtbv04vCE?si=orfp3uSDhONeyv	5.928.953	605	24.726	37:59
2020	07/set	Capturei um novo animal de estimação no mundo do minecraft #1-72 [+10]	https://youtu.be/2weYEwVvYVKU?si=naCv-tYCTy4s5w3y	5.910.988	561	16.459	25:51
2020	09/set	Fiz o julgamento dos brunos blancos no minecraft #1-73 [+10]	https://youtu.be/xyD6RMISShk?si=zCHyKrOy_b12R4Zw	5.910.083	552	21.451	31:48
2020	02/out	O início do nosso novo zoológico no minecraft #1-83 [+10]	https://youtu.be/BVRTvzO0Z4M?si=3wA0CznxFtIH2N_V	5.853.112	499	29.948	28:18
2020	31/jul	Encontrei a nova floresta e o pior aconteceu no minecraft! 1-56 [+10]	https://youtu.be/-ojQNL2Dvd8?si=NCUgiVxkpv2D2wO5	5.821.747	588	63.706	34:11

2020	23/set	Construi um mega santuário para as tartarugas no minecraft #1-74[+10]	https://youtu.be/toDiRQG8utl?si=qsHKXvI2MR0kLp0d	5.696.837	449	45.222	32:25
2020	14/ago	Gosmento, não!!! Achei um portal em ruínas no minecraft #1-62 [+10]	https://youtu.be/iE5p1tl_2tl?si=h72qpa-SFskN3tKo	5.663.313	497	24.197	25:13
2020	05/ago	Capturei um gosmento no minecraft #1-58 [+10]	https://youtu.be/7rMgb75qHBs?si=egm4RlveCoRIN3fw	5.654.539	431	44.262	35:19
2020	12/ago	Encontrei o maior bastion do minecraft #1-61 [+10]	https://youtu.be/aRELANaiAxA?si=252HbWCDqcNKlwS_	5.538.357	407	20.601	35:33
2020	29/jul	Fui explorar o novo nether e achei algo incrível, no minecraft #1-55 [+10]	https://youtu.be/iLz1TWU3kDQ?si=AiRSju9e8VZHwjME	5.471.350	756	47.973	29:02
2020	05/out	Construi santuário dos ursos polares no minecraft #1-84 [+10]	https://youtu.be/T-f-Fc8dNIE?si=kd_irARyQ08VNyj	5.427.727	398	22.883	28:33
2020	31/ago	Eu vinguei a mamacita no minecraft #1-69 [+10]	https://youtu.be/zq_RpEvX2Uo?si=6nMv-lz7TML9IP2x	5.392.596	479	36.199	28:11
2020	30/set	Construi o castelo da frozen no minecraft #1-82 [+10]	https://youtu.be/4jGPnRgRvd0?si=pojkQDNpRQyqDz9N	5.363.826	516	138.548	31:40
2020	27/jul	Avaliando construções aereas dos fãs no minecraft [+10]	https://youtu.be/75imEqT7SQ?si=8iajqOSa_X_wsR-	5.360.803	489	12.533	13:25
2020	05/jul	Abrindo brinquedos de minecraft [+10]	https://youtu.be/EKDq5cfXe20?si=oMtdy267_JWC3omk	5.283.513	625	32.956	18:30
2020	27/mai	O maior azar da historia do minecraft [+10]	https://youtu.be/k6PljW6oNOI?si=b_5UWk1XOZf1LrFM	5.275.272	509	24.575	13:19
2020	27/abr	Construi a casa dos sonhos pro goiaba no minecraft #1-79 [+10]	https://youtu.be/HNmTHq1SXIU?si=FVGv-SWHfaGWR-_8	5.263.157	520	40.119	30:41
2020	19/out	Levei meu gato pro espaço e o pior aconteceu no minecraft! #1-90 [+10]	https://youtu.be/zGd3XmWUkP0?si=ty_7NtYxQP88tkuT	5.237.348	549	38.049	22:26
2020	10/ago	Encontrei a misteriosa floresta verde no nether no minecraft [+10]	https://youtu.be/Tc9LNcYdQTA?si=iCN5a7aYKWX5jxi8	5.169.527	530	28.213	28:39
2020	26/ago	Construi o mais poderoso beacon no minecraft #1-67 [+10]	https://youtu.be/9JPywNVbwpg?si=e-zCXsohYcZKHU7T	5.165.812	460	27.898	31:52
2020	08/out	Novidades lançadas no Minecraft! [+10]	https://youtu.be/x3c_Y6Zz-io?si=gmy6BY1oVrMYC1ay	5.122.361	465	24.869	21:42
2020	16/out	Construi a torre mais alta do minecraft #1-89 [+10]	https://youtu.be/X_tBym_aJxY?si=hz2mJal-ozhmuZto	5.093.322	499	19.453	24:34
2020	15/abr	Tente não ficar irritado-minecraft [+10]	https://youtu.be/6RTEjuEgSKA?si=nOyQIYHu22ekYoIX	5.059.018	764	35.611	14:45
2020	29/abr	Os maiores fails do minecraft #2 [+10]	https://youtu.be/xOQCTXmbbPk?si=qE9Yxec6BetrNtc6	5.057.127	550	25.972	12:28
2020	20/nov	Sai para salvar o espirro e fui para outra dimensão no minecraft #1-104 [+10]	https://youtu.be/0UdpqYif0Zc?si=pTKRehrBLZ0y6VbR	5.022.464	464	30.007	19:46
2020	01/mai	8 Coisas que você não sabia sobre minecraft![+10]	https://youtu.be/hL7otl7IM68?si=3lz5cbv6EuP0Zj7W	4.977.813	557	32.122	16:15
2020	09/out	As ovelhas enlouqueceram no minecraft! #1-86 [+10]	https://youtu.be/xOlzss0k3uc?si=8hrGnC8OueDLJd7X	4.913.840	416	18.531	26:07

2020	09/nov	Consegui construir o raro item aquatico no minecraft #1-99 [+10]	https://youtu.be/fbJf2JHk1NM?si=bGn1omBSik6DFOA6	4.892.969	423	44.109	30:22
2020	17/mai	Esse video vai te deixar satisfeito com o minecraft [+10]	https://youtu.be/wQqoI9J7pIU?si=swUQ1eifywuUbcBJ	4.804.803	547	17.254	11:52
2020	12/out	Nasceu um boneco de neve no meu mundo do minecraft #1-87 [+10]	https://youtu.be/-4R5NI9N7cs?si=O8wNv0mMDh6GLXfL	4.782.837	403	29.609	28:34
2020	18/set	Encontrei e desafiei um novo inimigo no minecraft #1-77 [+10]	https://youtu.be/cbRD9B1Pc5g?si=m0LzK-LGHKkigod	4.781.157	440	26.955	30:21
2020	03/mai	Falando toda a verdade sobre a saga minecraft! [+10]	https://youtu.be/FdnEituSfgs?si=gEcOofbNTIk130lf	4.746.150	644	80.685	21:11
2020	07/out	Capturei Javalis e algo terrível aconteceu no minecraft! #1-85 [+10]	https://youtu.be/GJrRcQbyEE?si=VRnqdJXnvt0yMQLA	4.670.451	389	19.054	29:34
2020	24/ago	Construi um incrível templo de ovelhas no minecraft #1-66 [+10]	https://youtu.be/SnB3RESIkKA?si=3AGdA5INBpN_rlpr	4.517.267	380	28.630	32:11
2020	01/ago	Felipe neto no mundo mágico do minecraft #1 [+10]	https://youtu.be/PyWYpxwyAU0?si=deOBy4s4ontrw-to	4.447.833	565	23.699	27:38
2020	26/out	Encontrei o pior cavalo da história do minecraft #1-93 [+10]	https://youtu.be/yDz3ykwL_go?si=v0EnseYSdHOJqaaK	4.430.106	416	13.229	24:50
2020	25/ago	Avaliando construções com barcos dos fãs no minecraft [+10]	https://youtu.be/_DNL4hUFZIs?si=ffyL6y_vjIR_AZow	4.087.926	352	9.636	12:31
2020	21/out	Tive meu primeiro bebe galinha no minecraft #1-91 [+10]	https://youtu.be/Dvr7yNRzYJU?si=w_0zJraJAY2fH5hV	4.046.421	360	13.296	16:36
2020	09/jul	Teste: Quem é você na saga Minecraft? [+10]	https://youtu.be/lippiBe4r1k?si=LpE9yJn-iMiUoTFT	4.040.863	509	56.454	20:50
2020	06/nov	Agora tenho ouro infinito no minecraft #1-98 [+10]	https://youtu.be/q0_1aN3MxAI?si=OHdoXWudo6EG4YP6	4.014.158	364	24.112	26:09
2020	02/nov	Minha nova gigantesca construção no minecraft #1-96 [+10]	https://youtu.be/EtQWv43xn3c?si=HvrQOVU4Gnn5OZy_	3.812.452	488	24.640	22:59
2020	01/abr	Melhores memes de minecraft [+10]	https://youtu.be/RdW7mk-9Nm0?si=yK926eh-Hqae0jj	3.691.273	358	24.112	12:45
2020	17/jun	Saga minecraft chegou ao fim? [+10]	https://youtu.be/xBsVzeA6Pf4?si=6Thzc4116smRPACN	3.631.099	551	59.103	18:17
2020	17/jun	A saga minecraft chegou ao fim? [+10]	https://youtu.be/xBsVzeA6Pf4?si=6PzczEryJEA1wHng	3.625.680	551	59.103	18:18
2020	26/jun	Minecraft na vida real! [+10]	https://youtu.be/g78OBvffEPq?si=RVEAtrmBAKCUHSMr	3.521.990	380	14.309	11:49
2020	04/nov	Quebrei o bloco inquebrável e fui pro espaço no minecraft #1-97 [+10]	https://youtu.be/xAg-Bq_82gA?si=ilPollXsN6I-Knsj	3.485.900	400	23.393	22:35
2020	24/jun	Que nota você tirou? Teste da saga minecraft [+10]	https://youtu.be/cbr1A5Rfmds?si=yDf6UvXvAlhzSUIN	3.367.230	357	59.123	18:12
2020	21/jun	Impossível não rir! Versão minecraft [+10]	https://youtu.be/swhdomlbdY4?si=AU3ZVuPly9PAVOFz	3.290.353	334	10.796	11:38
2020	07/dez	O mistério sombrio deixou uma armadilha na reta final! Minecraft#1-110 [+10]	https://youtu.be/CWypqINIZoY?si=txOd8FqRg0FcOSjW	3.242.971	483	20.009	25:51

2020	01/abr	Melhores memes do minecraft [+10]	https://youtu.be/RdW7mk-9Nm0?si=omX9233KN-145bzT	3.213.069	354	23.781	12:45
2020	28/out	Um palermo invadiu nosso mundo no minecraft #1-94 [+10]	https://youtu.be/4JbK_jhipn8?si=fkohLAnHwJdX-nE	3.151.031	369	12.387	19:27
2020	29/jun	A volta da saga minecraft [+10]	https://youtu.be/v4HGOaWcqfq?si=1CL8S3MjdiXA2qzi	3.009.646	487	23.397	12:59
2020	14/out	Capturei um pombo de madureira pro zoológico no minecraft! #1-88 [+10]	https://youtu.be/anPD17FIB-U?si=15WhbVLUWX_6mWQ5	2.944.476	339	15.033	22:48
2020	16/mai	A grande novidade da saga do minecraft [+10]	https://youtu.be/bnbyr4aOBOE?si=utesfkknobQhCyls	2.913.936	425	51.236	7:37
2020	19/jun	A verdade sobre a paralisação da saga minecraft [+10]	https://youtu.be/0A3kZ3HPSG4?si=uNQ3O4SdBqhE3aey	2.743.772	357	30.993	18:23
2020	16/ago	Liberei meu mundo no minecraft [+10]	https://youtu.be/OWBamitFbk?si=X2kKGgBGz6aakyDP	2.730.009	337	52.501	8:34
2020	18/jul	Melhores memes do minecraft [+10]	https://youtu.be/RdW7mk-9Nm0?si=omX9233KN-145bzT	2.672.870	291	20.231	12:15
2020	16/mai	Memes da saga minecraft #1-33 [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=kjNKtSc2PeM	2.511.012	292	14.491	13:15
2020	16/ago	Memes da nossa saga minecraft! [+10]	https://youtu.be/7b5SDFzCXV/k?si=IhfZ5UQ5ytn5A4lf	2.503.240	293	14.564	13:15
2020	03/nov	Fui a falência por causa do minecraft [+10]	https://youtu.be/KLvIGGx4Z3k?si=-ErPYg8uM5HBITb5	2.400.112	331	10.755	18:15
2020	15/ago	As coisas mais engraçadas do minecraft [+10]	https://youtu.be/Kw4xEkUQY_s?si=moixKbZelih7UmrC	2.302.746	331	16.076	12:26
2020	30/jul	Revelando o novo segredo da saga minecraft [+10]	https://youtu.be/z6w08bf4lqc?si=reo9RPk2MgGK3dMh	1.951.991	260	18.360	8:49

APÊNDICE C- VÍDEOS ENTRETENIMENTO

Ano	Data	Título do vídeo	Link do vídeo	Visualizações	Likes	Comentários	Duração
2020	13/out	Batalha entre siri e alexa! Quem ganhou? [+10]	https://youtu.be/lyAJqllYLNc?si=i_d6Beu_j1YmnQwi	23.344.456	1.300	50.484	17:10
2020	08/jan	Conversas mais engraçadas do uber e ifood!	https://youtu.be/i67X-LG_meE?si=O7PivfcGqWefzuWp	17.342.812	966	1.719	10:27
2020	22/set	Minha mãe roubou meus video games! [+10]	https://youtu.be/u-Nscyz8Fk?si=KhJWesJq1iOZu06H	17.325.586	646	21.119	24:10
2020	16/mar	Tentando abrir uma garrafa de maneiras impossíveis [+10]	https://youtu.be/uZkLnE1N6ik?si=PzOXk4SOFV5Hm9Cl	16.587.943	949	13.189	17:00
2020	07/fev	Qual o sabor do picolé? [+10]	https://youtu.be/FDYza2RpvIE?si=bYxZZfoae_EmZcOI	15.164.397	743	14.390	21:13
2020	02/fev	Encheram minha sala com 18 mil bolinhas! [+10]	https://youtu.be/BVdDFN5coPg?si=AhTrUfPrQkK9GIT3	14.725.618	943	12.119	11:17
2020	29/set	Fiz o pior mikshake do mundo e ela bebeu!!! [+10]	https://youtu.be/WCcgknk3KS6Y?si=vKqvx2Bj9PYDUUxK	13.834.415	753	20.989	18:48
2020	04/mar	Conversas mais engraçadas da internet [+10]	https://youtu.be/c9Fd9BI-UTc?si=3CX165AvqCirSfoE	13.220.524	1.000	22.438	15:21
2020	30/jan	Testei truques de celular pra ver se funcionam! [+10]	https://youtu.be/X-ha1mnJov4?si=Waz90FqAJy6IRURa	12.857.849	846	12.003	19:39
2020	03/out	Enfrentei o grande akinator! [+10]	https://youtu.be/UzVYzqf7hFQ?si=5tw4S8vT0Lkykp1u	11.472.141	668	11.536	21:10
2020	20/fev	Provando lentes bizarras! [+10]	https://youtu.be/QxdBX60eluo?si=wQqrx9R6S2BVONM	10.973.868	733	22.439	15:40
2020	27/set	Avaliando construções-espirro [+10]	https://youtu.be/hnU5R87djuU?si=voqC8dTaanpunadM	10.316.109	722	17.104	14:28
2019	19/dez	Conversas mais engraçadas da internet [+10]	https://youtu.be/c9Fd9BI-UTc?si=3CX165AvqCirSfoE	10.148.422	838	14.570	12:06
2020	19/nov	Nova batalha! Siri vs. google home! Quem ganhou?	https://youtu.be/QZu4Y6d5clq?si=hyaaJWpXva4WNGts	9.999.494	1.000	45.011	16:39
2020	24/set	Eu sou um impostor! Among us! [+10]	https://youtu.be/aSH7WhV8cWo?si=Jdv-NHkRHpZR2zOW	9.894.847	646	17.723	12:41
2020	19/dez	Não tem vídeo, mas tem vídeo! [+10]	https://youtu.be/zMdxnmQP984?si=7YzMuHXI_3Cpl6GZ	9.358.706	657	7.716	8:02
2019	19/set	Desafio: Tente nao ficar irritado [+10]	https://youtu.be/nRQrkUit2U?si=VGnp7FHTYVxc0V7A	9.358.341	901	18.952	13:08
2020	11/mar	Desafio qual é o país! Quem ganhou? [+10]	https://youtu.be/2F0VSHZAC34?si=rInS8dFVfDHTgSz	9.275.348	428	9.741	23:25
2020	20/mar	Luccas Neto abriu sua parte da netoland! de volta ao canal [+10]	https://youtu.be/F5Yvit3Duxo?si=Cjl_mM2_m4u3uXIA	9.026.869	682	12.119	11:24
2020	11/fev	Respostas mais engraçadas de celebridades para fãs [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=g114_iWkTzo	8.528.863	889	18.321	11:19
2020	18/nov	O mistério sombrio pegou o espirro!!! #1-103 [+10]	https://youtu.be/bIM4w66kHsQ?si=iYUAO2qU_ZnnA9L	8.422.401	643	8.840	37:41
2019	25/nov	Desafio: acerte a altura do famoso! Quem ganhou?	https://youtu.be/ZN60URH6JIE?si=veV3dcsnRdVJRwny	8.315.048	503	10.009	21:22
2019	22/nov	Desafio qual e o país! Quem ganhou?	https://youtu.be/2F0VSHZAC34?si=Wpgyen-1N9uADicb	8.158.979	448	10.328	20:29
2020	18/fev	Os criminosos mais burros da historia! [+10]	https://youtu.be/D42qZkmvevM?si=g3JdhZxLKGajYvgM	8.151.031	668	6.926	16:19
2020	29/jan	Prints de Whatsapp, impossivel não rir [+10]	https://youtu.be/5ulr_CAYftM?si=Kxecc4qUj3ugar_i	8.117.412	672	15.509	12:39

2020	18/mar	Abrindo brinquedos caros! Valem a pena? [+10]	https://youtu.be/phSvhwT4LYE?si=hUjPHxxQfvDkTDvi	7.717.661	568	10.041	10:11
2020	09/fev	Julgando thumbs clickbait do youtube (De 0 a 10) [+10]	https://youtu.be/wjA4tAzurRn0?si=-hyCR47a0m8jtobH	7.645.599	670	29.199	28:52
2020	22/jan	É vegano ou não é? valendo dinheiro!	https://youtu.be/t86lt3H6Olq?si=qYlqhmJ14Mt5Q7rh	7.572.486	545	10.454	18:06
2020	07/nov	Felipe neto sendo impostor de uma forma impressionante! [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=yVwXn1ntWYA	7.437.321	453	8.503	19:21
2020	08/mar	6 Coisas que você não sabia sobre o bob esponja! [+10]	https://youtu.be/EYYmrPwH6KM?si=LJO6-lqgLEKzn70	7.372.613	593	13.112	14:47
2020	21/fev	Abrindo e testando produtos fit [+10]	https://youtu.be/RxUyO4CfXl8?si=8FqxlO6UifnRq4e	7.343.387	425	10.871	17:35
2020	31/out	O jogo mais bizarro de todos os tempos! [+10]	https://youtu.be/fEBh9PyZUVU?si=Jbb02FYAlpFqGPfG	7.343.387	452	1.971	24:21
2019	17/nov	Eu quero isso agora! Tente não querer!	https://youtu.be/0FmSIZN8TrY?si=kQ8Sd4yqZ5AY7d7V	7.338.508	555	8.693	17:04
2019	24/nov	Pessoas vs tecnologia	https://youtu.be/UdXQ3CEmxY0?si=1c204LCJecdGJPtO	7.132.551	551	27.990	12:15
2019	17/nov	Conversas de ifood mais engraçadas!	https://youtu.be/3xKFkls2610?si=Tf3NvbLUW1q4XYG6	7.103.871	452	4.747	14:16
2020	10/set	Cuidando de um bebe possuído [+13]	https://youtu.be/1VKUXAG_bBY?si=QgPpwCeg5ch4bcf2	7.082.857	455	25.870	12:07
2019	18/nov	Casos onde a natureza pegou o mundo de volta!	https://youtu.be/CoK-V_MRtpk?si=vKYFq8v1mPusrw5Y	6.963.740	666	8.411	14:57
2019	24/nov	Coisas que voce comeu errado a vida inteira!	https://youtu.be/P_KZZ_FkYJc?si=ln6IA02xzLq9nah4	6.864.313	530	7.902	15:11
2020	13/fev	4 coisas reais achadas no fundo do oceano [+10]	https://youtu.be/0cAYHNgbp-4?si=2MwbBGC0Sh25xSDO	6.842.993	555	11.246	18:51
2020	02/jul	Macho hetero tá difícil... [+10]	https://youtu.be/CP9_R9LOXTY?si=ph_9U3EkHCX2UcSr	6.700.779	716	57.211	14:48
2020	13/mai	Reagindo a 10 anos de canal [+10]	https://youtu.be/uel_ew90rzs?si=r1wPqytmJAXVORqw	6.476.479	675	109.826	33:42
2020	18/jun	Avaliando construções aquáticas dos fãs no minecraft [+10]	https://youtu.be/fiNPFh5Mtlg?si=SnwzSqeIDlb7Thhu	6.362.266	577	19.351	14:27
2020	28/jun	Só pode escolher um! Qual você escolhe? [+10]	https://youtu.be/XDxc20vft7A?si=RUskb0gayWVx_rW5	6.344.133	871	43.209	13:16
2020	01/nov	Usando o vent do among us da melhor maneira [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=PrtjNCP_VdY	6.344.001	432	9.537	25:34
2020	30/nov	Entrei na pirâmide do mistério sombrio! #1-107 [+10]	https://youtu.be/O2Dsde642l0?si=d_2H278yeMA1aKHi	6.305.077	569	23.454	28:28
2020	18/jan	Os melhores TikTok! Impossível não rir!	https://youtu.be/nyYMY0mPDHo?si=G1LiFMFg5j3hTveA	6.297.284	522	7.746	12:37
2019	26/nov	Os melhores TikTok! Impossível não rir	https://youtu.be/nyYMY0mPDHo?si=PDXFUHdT6zg1w8Sb	6.287.891	829	12.091	15:04
2020	10/fev	Quem criou a melhor escultura na netolab? [+10]	https://youtu.be/FuNdq9kLiV1?si=F0lIdfVjQ0i7ZkUx	6.260.795	411	31.212	21:34
2019	22/nov	Coisas mais caras compradas online	https://youtu.be/Ri-s8M2SuZ4?si=MHumlyo5F7JIHfX3	6.007.543	364	5.671	18:49
2020	03/jan	Melhores conversas do whatsapp	https://youtu.be/SnHBrAWQBBY?si=D0hEfAZXcPK9l1Dp	5.971.036	474	6.749	11:47
2020	12/fev	Respostas de provas mais engraçadas [+10]	https://youtu.be/YThFH9fziQU?si=YS9BAtewwdceEHIE	5.952.645	484	7.559	12:03
2020	17/set	Eu sou a pior mãe do mundo [+10]	https://youtu.be/UqZ6ssFqt4w?si=FJ3TRu82j6EjZeOu	5.910.913	385	15.023	16:53
2020	31/jan	Crianças que foram longe de mais! [+10]	https://youtu.be/6_cOeeBo9oA?si=ufipwG2B6wox8Oed	5.889.592	524	11.213	13:09

2020	06/set	O grande resultado do concurso de construções! [+10]	https://youtu.be/tDqcqlw_Jl4?si=ogc4SrPTlq8xdY4Z	5.882.021	438	32.243	33:40
2020	30/jun	Lugares antes e depois impressionantes! [+10]	https://youtu.be/5h7W6MpfqI?si=rhrAztshkaCWg5pn	5.838.062	680	16.844	12:24
2020	22/out	Enfrentei o Bruno no jogo de futebol de carros! [+10]	https://youtu.be/c1lLee1SP-0?si=JF25cTkqahiH0Jxw	5.821.846	316	12.678	18:58
2020	19/jan	Parem de postar stories no Whatsapp!!!	https://youtu.be/bTBHwQCtnJo?si=1Wd9ltG9g9MWhG9E	5.821.846	522	8.405	12:27
2020	10/out	Gravei among us sem eles saberem! [+13] / inédito!	https://youtu.be/u4YYSzE-Gog?si=q9g5nsuy4BH_15Yp	5.791.474	486	9.411	22:40
2020	03/fev	Existem dois tipos de pessoas... [+10]	https://youtu.be/xv93cafVpaA?si=YbQVdGkXlvo4vKuq	5.728.757	496	11.133	13:55
2019	18/nov	Tendências de moda bizarras que estão fazendo sucesso!	https://youtu.be/93J0cqAJpvo?si=aZ_3jE3XoKF9vDwT	5.711.104	433	7.751	18:38
2020	15/nov	Expectativa vs realidade	https://youtu.be/iQEcWAvHJJY?si=puY9P_Jr811euByX	5.711.044	386	6.269	14:57
2019	29/nov	Stories de Whatsapp mais engraçados!	https://youtu.be/zhqyqLin20?si=d_HB5n52aFeKRddV	5.640.518	446	7.480	14:00
2020	28/jan	6 Lugares proibidos de tirar foto e voce não sabia [+10]	https://youtu.be/j-bVslfunb4?si=kjbJkvE0DwsWYCbI	5.417.292	396	6.849	19:45
2020	22/jun	Reagindo ao galã que derrete as mulheres [+10]	https://youtu.be/1Lw4cuXVv78?si=4ewDN8L_PGqK6qz0	5.365.632	691	46.914	23:41
2020	14/fev	Conversas de uber mais engraçadas ! [+10]	https://youtu.be/yfsN56KWYjI?si=-5WMS_7Ofmn-hE1W	5.350.669	418	8.766	13:26
2019	25/nov	Nunca economize numa tatuagem!	https://youtu.be/6dGfDFX5QCE?si=7SIRfbekvd-1lvhY	5.315.048	479	9.922	21:22
2020	30/out	Jussara 2 teve um novo filho! O que nasceu? #1-95 [+10]	https://youtu.be/8zrW295Dp2o?si=-l-QL2Zh11-eoZG	5.232.453	436	33.098	24:44
2020	01/set	Tente não achar fofol versão 2020! [+10]	https://youtu.be/GYFSmeESwA4?si=WW8THzmaViXxhL45	5.223.408	462	47.098	11:44
2019	21/nov	Respostas de provas mais engraçadas	https://youtu.be/XqdHsWORoLq?si=LQuqxWYK5-uRkaV	5.186.547	563	9.912	14:11
2019	19/nov	Black flyder: promoções mais engraçadas do Brasil!	https://youtu.be/YxFyD0UOSYw?si=b6v7WDBRpWdUlJjU	5.140.567	319	7.412	18:51
2019	31/dez	Pessoas tendo um dia pior que o seu [+10]	https://youtu.be/WBwQ9enHE7Y?si=hD91suu-Ef_whtQZ	5.103.112	325	4.651	15:06
2019	30/nov	Pessoas que estão tendo um dia bem pior que o seu	https://youtu.be/pCA3zt9yDdA?si=ZsZlk6msA1dxWA1g	5.080.785	383	7.197	12:53
2020	24/abr	Eu participei do maior evento de fortnite da história! [+10]	https://youtu.be/Ed8m8sED6Tg?si=xvTiOemMegcB6wd9	5.079.882	366	16.031	14:00
2020	26/jan	O Facebook acabou por causa disso [+10]	https://youtu.be/G2kDx-MRt_U?si=JNeQp5_pfvY-QWKD	5.036.279	466	12.132	12:42
2019	27/nov	Desafio tente não ficar irritado!	https://youtu.be/GIBzrzahd40?si=F9aVBlb9Nne2GsZx	5.023.998	418	9.411	13:29
2019	21/nov	Gatos que vao te fazer rir para sempre!	https://youtu.be/YEuWzMGHXU0?si=FBtqpByE1RhP-NDe	4.968.742	455	14.290	14:44
2020	19/mar	Não podemos sair de casa! [+10]	https://youtu.be/2EEX8Lu1k20?si=ai9SvfUtDWXnCaMR	4.829.571	628	15.408	10:10
2020	05/jan	Melhoras respostas de prova	https://youtu.be/7TV1ygKTXA?si=wQAnlhxWHtlal4na	4.780.735	312	4.682	16:17
2020	23/jul	avaliando construções bizarras com árvores dos fãs [+10]	https://youtu.be/nG5q6c_CUmc?si=OLeblilaz0-GUu_x	4.772.113	466	13.672	17:00
2020	04/fev	Masterchef ao contrário! Piores comidas! [+10]	https://youtu.be/IE2vlhNRe-0?si=qNFSDB-2lXYmtWO	4.742.418	410	10.477	14:56
2020	17/mar	5 Animais de estimação bizarros [+10]	https://youtu.be/CjLXALQUd84?si=h2tu7Bk4wAbR4Oal	4.621.901	464	7.466	13:22
2019	28/nov	Tente não sentir vergonha alheia!	https://youtu.be/KrKfa0fpeA8?si=LRwTuRishrD1z-c3	4.532.735	606	12.958	13:58

2019	23/nov	Famosos que são parentes e você nem fazia ideia!	https://youtu.be/taQSasums9k?si=-KAPMOY0DdLf7RJf	4.485.415	398	8.411	15:55
2020	27/jan	Respostas de provas mais engraçadas (primeiro de 2020) [+10]	https://youtu.be/YThFH9fziQU?si=rSiBgD46w4X6NrmO	4.464.835	473	8.345	12:21
2020	24/jan	Piores respostas para "eu te amo" (histórias reais) [+10]	https://youtu.be/FSHwgoriZwM?si=PvzAbjF3CINR1vOR	4.430.106	523	19.951	10:58
2020	17/out	Among us com minha namorada! [+10]	https://youtu.be/n0ktjrNmrk?si=udDMpDX15vzaUrd	4.423.115	315	7.009	18:00
2020	01/out	Jogamos among us versão esconde esconde! [+10]	https://www.youtube.com/live/bvMCn-Dj02Q?si=1N0Taubq3SXQmXxm	4.415.622	386	10.571	11:52
2020	14/jun	Cortei meu próprio cabelo! (Ok galera surtei) [+10]	https://youtu.be/0ITA2QovWal?si=bVJUyUJ7BJe2ppG5	4.398.171	658	41.098	13:43
2020	15/fev	Pessoas que falam dormindo (casos reais) [+10]	https://youtu.be/BH9IByBZo2s?si=SxUfm-F-3mdoHPcJ	4.350.670	408	17.808	12:16
2019	30/nov	O dia que um pai entrou no Whatsapp	https://youtu.be/Dg-76dmqpHU?si=Y7YzM_9VlvbWa4Nt	4.325.671	461	9.721	12:28
2020	08/jun	Imagens fortes que vão te deixar incomodado [+10]	https://youtu.be/1aNIA-8hds?si=rnUtF53w8ip-CG0V	4.283.661	434	22.033	13:33
2020	05/dez	Tente não rir! Versão gatos! [+10]	https://youtu.be/QPVTdrf4NYq?si=kPwFMDkWBc2rJmgh	4.246.150	460	19.721	13:50
2020	08/ago	É tudo bolo? Não aguento mais! [+10]	https://youtu.be/WMLPqjKza8M?si=l5krLrBrW1fH4Tpo	4.215.178	459	7.916	10:57
2020	08/fev	Famosos br que fizeram compras absurdas!	https://youtu.be/qze9negOiz4?si=ryNzkeO1z-GhGHaa	4.209.795	374	4.735	15:21
2020	18/out	Jogamos o novo among us! inedito! [+10]	https://youtu.be/zaJjfSfgEs?si=EkO-KnbBSFPqz1o2	4.181.545	526	12.824	26:24
2020	04/jun	Como fazer diamantes com cenouras! Clickbait! [+10]	https://youtu.be/0ju5eBLPoB4?si=qWwm708TNX8LZFAm	4.151.713	496	19.945	11:44
2019	23/nov	Realizando desejo dos fãs!	https://youtu.be/3lYtmtif99E?si=HkLYjUtopGeQIWqT	4.114.471	424	14.427	13:50
2020	07/abr	Respostas de provas mais engraçadas [+10]	https://youtu.be/YThFH9fziQU?si=YS9BAtewwdceEHIE	4.106.029	523	48.090	11:41
2020	14/mar	5 Invenções que desafiam as leis da física [+10]	https://youtu.be/R5SvK1qJLuI?si=5e_c8PhYMu9nMyY6	4.088.223	404	7.312	16:50
2020	16/fev	Pessoas tendo um dia pior que o seu [+10]	https://youtu.be/F2dqLx9dZVw?si=O5B2_pO9wXibndzr	4.044.784	371	5.906	11:20
2020	09/mar	Professores que venceram o sistema [+10]	https://youtu.be/fRr6dWexUKM?si=3lbW25Xzo-z_L3ET	4.014.158	364	6.541	13:02
2020	10/mar	5 Pessoas com membros gigantesco! [+10]	https://youtu.be/COKtx-zTW9k?si=LlohZtlKJWgrlneq	3.957.315	353	6.108	14:32
2019	15/nov	Desafio do preço com produtos que eu quero!	https://youtu.be/COKtx-zTW9k?si=LlohZtlKJWgrlneq	3.920.422	294	4.819	16:12
2020	17/fev	Vencedores do bbb: O que aconteceu? #1 [+10]	https://youtu.be/HK1k2ygRdeo?si=e-wiVfWbECB7zdy8	3.882.411	368	5.509	23:19
2019	20/nov	Coisas que só mulheres vão entender	https://youtu.be/wp4m4CM76E4s?si=2esWtMmcizcirkJq	3.847.621	323	9.491	12:51
2019	20/nov	A revanche do Bruno com "acerte o preço"	https://youtu.be/OKHjpUkep6w?si=ThUBbAJU03fbucG3	3.847.621	323	4.567	12:51
2020	01/fev	Avisos mais engraçados do mundo! [+10]	https://youtu.be/cdkwuWfHqFq?si=d1PLMYt7QJM8aJ38	3.762.698	372	6.239	11:46
2020	20/jan	Piores presentes do mundo	https://youtu.be/mX6BWCvUIpk?si=vD85knVZq5lpjzO9	3.716.962	384	10.349	13:36
2020	12/jun	Meu novo computador chegou! E deu polêmica... [+10]	https://youtu.be/nkgfq8GUUjc?si=80Oke1EaVwLvpIT	3.682.592	471	29.190	15:01
2020	26/mar	Melhores tiktok sobre o isolamento! [+10]	https://youtu.be/EZuTPK_gYA?si=hRAZ_TXOBqiTVYeY	3.612.974	417	13.591	12:13

2020	05/fev	Petrix, bbb e outras coisas... [+10]	https://youtu.be/pqfHYb1HYsw?si=adp43C4iJTB1PhWF	3.520.685	415	13.728	15:50
2020	07/mar	O bruno fez transplante capilar! Resultado! [+10]	https://youtu.be/OL2qZhoIY6o?si=KP3smbJUzivyQcUK	3.485.900	400	8.576	19:01
2020	11/jul	Respostas de provas mais engraçadas [+10]	https://youtu.be/358f_JmN5p0?si=4drDOK-xyADuoxri	3.479.243	459	15.112	12:22
2020	15/mar	As 6 pessoas mais ricas da história [+10]	https://youtu.be/9sa1v1zQj8s?si=i7Rcl1JUScqAoaDI	3.434.324	335	5.277	16:16
2020	11/mai	Joguei pubg, achei o taxi amarelo e ganhei tudo! [+10]	https://youtu.be/C595Yxotw8M?si=Z_DEq8rGNJioexyu	3.415.559	310	17.602	22:44
2020	17/nov	Avaliando construções : coquinho! [+10]	https://youtu.be/-QFt2YJpU34?si=288A6HVV-peFST6j	3.393.888	448	17.299	16:31
2020	24/out	Desafio tente não rir! Sim, voltou! [+10]	https://youtu.be/Fu_h6Re-hao?si=VnCEpm8_kGGeRWoB	3.331.471	496	17.098	15:46
2019	25/set	Produtos bizarros vendidos na internet	https://youtu.be/xtCWlpYehKA?si=GAo7sp8CZi-L1QXW	3.331.471	304	6.843	12:12
2020	28/jul	O marioooooo se superou! [+10]	https://youtu.be/hYNuKQ533hY?si=ws5qTOy8EDq4NFA5	3.254.126	488	21.355	14:54
2020	06/mar	Melhores soluções pros problemas da vida [+10]	https://m.youtube.com/watch?v=-GScSSqrwAI&shem=iosie	3.242.971	292	6.840	13:54
2019	16/nov	Desafio: O que e isso??? Quem ganhou?	https://youtu.be/SmPDq-dY5wc?si=TuuUVy1xReUUJweg	3.239.770	288	8.213	17:34
2020	11/out	Quem foi? among us/ t3ddy e netolab [+10]	https://youtu.be/EVFFl09t4WY?si=CZFHqo6iXc9dHAYP	3.221.089	293	7.613	14:37
2019	27/nov	Flagras em transportes publico	https://youtu.be/9LQUmk1K_kc?si=3Ubv9vtBUuhDBPIY	3.209.391	298	4.923	13:33
2020	11/ago	Desafio tente não odiar [+10]	https://youtu.be/w1wNkakZtBw?si=fpnjCWao5CXO3h2t	3.153.539	376	10.487	13:08
2020	16/jun	Melhores memes do meu novo cabelo [+10]	https://youtu.be/-u2rQqG85TI?si=A2KtqkTqEPWRSaul	3.131.501	453	39.401	11:44
2020	12/set	Luisa Sonza, Vitao , e Whindersson [+10]	https://youtu.be/-wVcx9qW6BM?si=vllXcb3XsTF2KKOC	3.123.329	491	15.439	14:37
2020	12/mar	4 Pessoas que forma longe demais por dinheiro [+10]	https://youtu.be/l_dwJCL2s5o?si=8luIEkNvMTag_EuN	3.081.570	331	5.379	12:31
2020	07/mai	Maiores erros de influencers [+13]	https://youtu.be/DJIrcChVKww?si=DUImfUj_wQpcqnR	3.057.629	395	13.109	16:21
2020	09/mai	Respondendo perguntas com toda verdade! [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=fLCKkulUqlc	2.975.684	452	24.675	18:16
2020	22/nov	Melhores cenas de among us na internet [+10]	https://youtu.be/HT9ZiCqZ3Sc?si=AdB7ADGHZ7ipVH2J	2.975.684	344	11.785	10:56
2020	08/nov	Joguei among us com meus amigos	https://youtu.be/JNSSp2ZSSZI?si=EHFNWgvqS0EVzt6p	2.963.112	280	6.291	18:06
2020	05/abr	O que você não sabe do meme do caixão [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=qyYFQSTail8	2.944.476	339	9.005	17:54
2020	30/ago	Melhores conversas da internet [+10]	https://youtu.be/KNZy7jO-C7E?si=FfqlfJBvFDSkXbg_	2.941.766	417	10.467	11:43
2020	10/jan	O melhor truque do Bruno da história!	https://youtu.be/udg-U9YmS-M?si=qzpx_JuX9INSLiTX	2.925.150	252	4.013	10:58
2020	28/nov	Os melhores adversários do among us! [+10]	https://youtu.be/Md28eDZE3P0?si=4C7hEeIACz3F0H7O	2.872.119	251	8.601	24:48
2020	10/nov	A discórdia no among us [+10]	https://youtu.be/s1WoFdhAQU8?si=C0UWpBmcAHZaMAy3	2.805.461	278	6.461	13:19
2020	23/mar	O que os brasileiros estão fazendo? [+10]	https://youtu.be/uQAqCzk4hSs?si=W2if4vcQ7iRV5sBI	2.785.550	398	22.492	14:17
2020	03/abr	Acho que uma besteira foi feita... [+10]	https://youtu.be/cd2HLmBCPMo?si=TqeXuOwjUG4pK6yp	2.782.837	324	18.005	12:40
2020	02/ago	Invadi a loja proibida no mundo mágico #2 [+10]	https://youtu.be/MFBiUNTbIWU?si=A3ZsxZ4_ClmmnJzl	2.776.301	310	15.896	34:12

2020	13/jan	Melhores respostas de prova	https://youtu.be/7TV1yqGKTXA?si=rS-c5M_89jBmMIsF	2.763.342	235	2.819	11:35
2020	25/out	A grande partida contra o navarro no among us [+10]	https://youtu.be/gxyUMN7twEY?si=OakwXII7qyNyg_Z7	2.709.681	249	6.211	22:31
2020	07/jan	Vamos consertar a tela trincada?	https://youtu.be/8sUbTnRRoSw?si=dfxDRgO5hdUf-4fC	2.695.899	234	3.011	13:03
2020	03/jul	Virei um aventureiro!!! [+10]	https://youtu.be/T6HI1ipRAgl?si=olrIPaG1nH4hp9Ra	2.693.340	350	11.867	13:53
2020	14/nov	Nunca odiei tanto o bruno no among us! [+10]	https://youtu.be/VXLQGW7iYOQ?si=5GyGKL_w_naLUWUF	2.677.013	264	7.550	19:22
2020	21/mai	O que estão fazendo no tiktok? [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=1_KNhURn-3Y	2.650.119	510	16.778	12:02
2020	19/ago	Fui escolhido para uma casa no mundo mágico #4	https://youtu.be/soWf-cSu61w?si=n-LQ6cJKOHQvqvqf1	2.584.907	228	10.060	13:21
2020	06/out	Fui convencido no among us por uma armação! [+10]	https://youtu.be/_O8PoFluXsl?si=WaqIj_SxuLbUBGnE	2.578.630	266	9.598	16:57
2020	27/abr	Famosos sem nenhuma maquiagem! [+10]	https://youtu.be/U-D2AeTNdis?si=XgzSX7EltaSLf66L	2.572.710	358	12.009	12:34
2020	14/jan	A maior compra da minha vida!-começou 2020!	https://youtu.be/BF3fMz7ZwK8?si=tA6MdNI61Vgyw1u0	2.568.144	373	9.648	16:02
2020	13/set	Melhores mensagens entre namorados [+10]	https://youtu.be/E5Xd9cLSS6M?si=VBQb4QuXGeZZvJ9h	2.529.061	362	9.789	31:49
2020	15/set	Só pode escolher um! Qual você escolhe? [+10]	https://youtu.be/Qag-tIdEQkM?si=H9qpg4ZdKCP6um3o	2.500.989	283	21.788	11:48
2020	28/mar	O que os integrantes da netolab estão fazendo? [+10]- fique em casa, fala do Bolsonaro	https://youtu.be/HTD5C-jUxC4?si=louD04qM8_GyD9B7	2.495.597	325	13.009	14:21
2020	06/set	Cheguei na plataforma 9/3/4 no mundo mágico #3 [+10] (jogo)	https://youtu.be/jCSAMwFt2_s?si=kdX8RnfVvpZSRray	2.485.889	252	9.397	25:49
2020	30/mar	Memes do bbb 20 [+10]	https://youtu.be/P2LIXCDBS88?si=USAWrEF2dGrkuhxB	2.482.849	323	21.983	14:31
2020	29/jun	Suposições sobre mim -A verdade... [+10]-	https://youtu.be/m8sYsPcJMXQ?si=AMCE2JtBVJffmV1a	2.478.642	359	13.112	15:26
2020	09/abr	Vendo coisas num microscopio [+10]	https://youtu.be/pGXaMPFFldc?si=9KrdveizQ8jRcyn	2.423.115	315	14.224	13:47
2020	30/jul	Pessoas que compraram pela internet e se deram mal	https://youtu.be/a2i-L-jus-M?si=GAKGAhXIQHAjG6HU	2.416.454	308	11.101	12:22
2020	06/fev	Desmascarando fotos falsas! [+10]	https://youtu.be/loQHA8bmY0M?si=F-ewUbQQy1N2g5C2	2.414.525	291	3.901	14:40
2020	13/abr	Desafio tente não ficar irritado! [+10]	https://youtu.be/GIBzrzahd40?si=F9aVBlb9Nne2GsZx	2.412.633	343	16.197	12:37
2020	26/jul	Pessoas tendo um dia pior que o seu! [+10]	https://youtu.be/F2dqLx9dZVw?si=MYke8uFNKzDUFzxxh	2.408.346	328	11.234	14:56
2020	05/nov	Telefone sem fio/jogo mais engraçado da historia [+10]	https://youtu.be/TWMn55wLwHl?si=sqd86OEstaqM7QwZ	2.372.613	244	8.711	25:24
2020	21/nov	Duvido voce nao odiar esse video [+10]	https://youtu.be/eK51WWENiHl?si=gVmOvfX1oH48RrGo	2.351.232	305	12.409	13:25
2020	24/mar	10 Sites mais inúteis do mundo! [+10]	https://youtu.be/qiMqyGuc35Q?si=X6t_nn2S5qMe3X0j	2.349.934	265	14.106	11:41
2020	19/fev	Coisas que não compraria com todo dinheiro do mundo! [+10]	https://youtu.be/u69rL18sFFM?si=MG2cNdnoUbcil3BY	2.346.769	276	4.852	10:31
2020	20/set	Lugares antes e depois que dá para fazer! [+10]	https://youtu.be/hz2HBvmCVLI?si=NJVJUp_x486Wpfdaf	2.300.490	273	7.102	11:00
2020	26/set	Acharam um creeper na vida real [+10]	https://youtu.be/GXDe8-vsQBQ?si=lxeiPrktYBe0oig	2.296.839	298	9.543	11:26
2020	19/abr	Pessoas vs tecnologia [+10]	https://youtu.be/UdXQ3CEmxY0?si=rsCE2nVy4AAyyegg	2.293.552	325	13.111	13:36

2019	16/nov	Coisas bizarras encontradas em brechos!	https://youtu.be/471C36Qlh64?si=GJBvLdDZc6Bs6tQr	2.280.312	301	3.674	11:50
2020	20/out	Marioooooooooo voltoooooooooo [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=ZHE-5zrbHOI	2.274.508	338	19.804	14:04
2020	15/out	Conversas mais engraçadas da internet [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=vfBGdO1iIM	2.271.009	324	10.355	10:32
2020	02/mar	Eu sumi por 1 semana e o que aconteceu? [+10]	https://youtu.be/hii1mayZrK4?si=uBmxdlQbw7o_apSk	2.263.915	352	19.736	17:50
2020	23/jun	Deu tudo errado... [+10]	https://youtu.be/jth5PpCcVyw?si=iKCwj7mYcVsGDHGY	2.254.034	308	13.006	13:46
2020	21/abr	Comidas da quarentena [+10]- fala da quarentena	https://youtu.be/m5ytu0aqOgl?si=ae5dq9rTaF8Z8Kbj	2.247.756	302	13.211	14:39
2020	16/jan	Voltei pra netolab!!!surpresa!!!	https://youtu.be/3foo9A3x7Ao?si=iZL8DlIrDA4In487	2.237.348	264	4.680	11:18
2020	15/jan	É hora de falar tudo	https://youtu.be/98FoikNjdA8?si=ssbl4v9ADO5bApYt	2.231.960	333	25.109	11:20
2020	04/nov	Fazendo aniversário na quarentena [+10]	https://youtu.be/7D51GtHeFYE?si=njDKdm6_CE1nPKAT	2.231.960	333	2.467	22:49
2020	06/jan	Animais chocantes do mundo	https://youtu.be/DqACGFpRdiQ?si=9mF9CThgLFBHvm4r	2.209.922	170	3.101	13:40
2020	09/jan	Prints mais engraçados do whatsapp	https://youtu.be/crWRvoSZVzU?si=9vA19x20KLRc0I0j	2.203.148	214	3.911	11:23
2020	11/jul	Saiu sem máscara e olha no que deu... [+10]	https://youtu.be/LqZPSHB8kGE?si=RXjeEQJRB-3DQ2W2	2.189.222	316	10.832	14:09
2020	20/nov	Nossa grande surpresa para vocês!!! [+10]	https://youtu.be/rEFf34XRhPo?si=1N89f_lgrqeY6F1E	2.139.711	303	23.711	5:46
2020	11/abr	Agora passaram dos limites! [+10]	https://youtu.be/x9uqNSvUtes?si=pE2b_aJnGH99VqeV	2.118.185	256	13.021	12:58
2020	12/jul	Eu fui cancelado [+10]	https://youtu.be/fQd0BG7oi3M?si=QWEv3GvJOGX8t-xm	2.116.335	335	21.406	14:24
2020	14/set	Maiores fails de design da história [+10]	https://youtu.be/SZdJ3dgU_78?si=yAEzLxoi1f_LI9cK	2.100.173	282	8.311	12:50
2020	24/nov	Conversas que não deveriam ter acontecido [+10]	https://youtu.be/msLediHvktA?si=-_enfIPdv_OLz5BP	2.091.110	288	10.688	10:09
2020	29/out	Avaliando produtos bizarros [+10]	https://youtu.be/nWhZ8S3dtiQ?si=oqYo-5vx87_KyW-	2.084.233	275	9.989	12:46
2020	27/out	Chegou uma caixa surpresa na minha casa! [+10]	https://youtu.be/Xsq7SrlQSBQ?si=xqhPu4MHhfjvSYd	2.036.279	326	18.119	13:05
2019	09/nov	Pessoas tendo um dia melhor que o seu!	https://youtu.be/f7bSCylcZmQ?si=opy4PKMGbjkok4Lr	2.020.666	426	6.689	12:10
2020	25/jul	Histórias bizarras de famílias [+10]	https://youtu.be/tvFOZOJpBVQ?si=QEwjKPGdcfNlnMgp	2.019.204	269	12.099	12:03
2020	04/jan	Duvido voce nao querer algo desse video	https://youtu.be/VU99M6Lwzhk?si=4v4OUYnPIYVyxw0v	1.998.720	180	3.209	16:27
2020	05/mai	Pessoas criativas ou não no isolamento! [+10]	https://youtu.be/hD12SceCn8U?si= jRPkEoLiLXLZlcx	1.994.910	283	14.850	13:13
2020	22/ago	Melhores memes de "Enfim, a hipocrisia" [+10]	https://youtu.be/A7v4F-o45k8?si=hTVYjRAVdHiXEPqf	1.988.287	310	11.388	11:47
2020	01/jul	Vocês foram longes demais [+10]	https://youtu.be/fPVr9-ParTQ?si=TbnEKgNIBBw4gOBX	1.981.652	273	10.287	13:59
2020	29/mai	Respondendo tudo com 100% de verdade! [+10]- fica em casa	https://youtu.be/IR3AycHnKLq?si=PpdKGv3kQ2DadfQu	1.969.571	288	14.969	15:27
2020	04/ago	Os piores funcionários do mundo! [+10]	https://youtu.be/o2XAjeihoiE?si=1pFFIXJWEYARAXBZ	1.928.343	235	9.741	13:11
2020	13/mar	Pessoas tendo um péssimo dia [+10]	https://youtu.be/ZgLApZUsFXg?si=hR59Dziwyzvg-0V7	1.892.969	227	3.809	12:24
2019	29/dez	Conversas mais engraçadas da internet [+10]	https://youtu.be/c9Fd9BI-UTc?si=3CX165AvyGcirSFoE	1.836.825	203	2.454	11:57

2020	12/nov	Encontramos o que não devíamos no phasmophobia [+13]	https://youtu.be/lADCvsqLKvM?si=zKRwVTd5OR5DQv2l	1.833.209	193	9.024	20:03
2020	08/set	ISSO PRECISA PARAR!!! [+10]	https://youtu.be/6rX4jFCmQW0?si=AflJJaI7sTZYOxpo	1.789.848	264	8.811	38:00
2020	23/jul	Melhores memes da atualidade - apei [+10] falou isolamento	https://youtu.be/nocpcSaG5R0?si=xFv0RqcgQPEQnGAp	1.763.983	305	12.917	11:05
2020	17/jan	Felipe Neto e Luccas Neto imitaram autistas?	https://youtu.be/WVcUqiMBM_k?si=GduHOJ7-cPyFEPOf	1.714.099	240	4.769	11:03
2020	27/ago	Todos nós temos um super poder, descubra o seu [+10]	https://youtu.be/NQfwlzRYniU?si=tPDyq4UTjcoqYtzW	1.700.701	216	15.427	12:26
2020	04/out	Reagindo a fotos que vocês me marcam [+10]	https://youtu.be/Ej98coS8qbw?si=V8whtMtEwc2fygf7	1.699.212	339	13.075	12:51
2020	26/ago	Duvido você superar uma dessas pessoas [+10]	https://youtu.be/aIYaK8QM4JE?si=p2WGOctDu2_JtV5q	1.697.260	241	10.322	8:35
2020	14/out	Chegaram surpresas novas!!! [+10]	https://youtu.be/dyqvTGdK9eg?si=3tmYQrC_a_uwR01U	1.672.439	275	14.566	6:47
2020	01/set	Surpresa! [+10]	https://youtu.be/4r8x-PzOuTs?si=cTt9p7vMr7VPOSO7	1.661.307	248	29.104	8:16
2020	19/jul	O mundo surtou [+10]	https://youtu.be/YwsNxY_wBO4?si=j_wP3Ays_nzIBI6e	1.641.106	232	10.433	33:13
2020	23/ago	Coisas incríveis nunca vistas por ninguém! [+10]	https://youtu.be/OTspFr8sUB0?si=wp5G4eB7bvFkrTDq	1.639.778	299	15.766	10:02
2020	05/set	Piores bolos do mundo! [+10]	https://youtu.be/3WdKYSHTAa8?si=pGUQRRLyIKqurC8	1.563.758	220	7.416	12:08
2020	23/jan	Tô doente	https://youtu.be/eFvULsmdq0k?si=Lk7-Aq8lcCm-Z6nT	1.526.008	213	10.822	13:00
2020	18/jul	Eu sou o protagonista e melhor jogador deste jogo [+10]	https://youtu.be/1q8gNvj6-Rs?si=3X3oYNqafxF3LX3S	1.507.040	163	7.961	16:20
2020	08/ago	Temos um invasor no canal! [+10]	https://youtu.be/x_GEiaqgAVE?si=iZu8nf73unWQBDYq	1.478.243	246	12.118	31:51
2020	02/jan	Animais mais bizarros do mundo	https://youtu.be/fmeyStdEqBl?si=XXSVlvukNVlmylX	1.453.506	147	2.309	10:36
2019	29/nov	Cuidado na back flyder!!!	https://youtu.be/45Muu6eE-30?si=nqN4_KEnodQzFrzC	1.435.927	187	5.687	10:09
2020	22/ago	Reagindo à fails de cabelo! [+10]	https://youtu.be/SpT88QiD5_o?si=AqGODjIbsLPIGxF7	1.354.608	249	10.445	28:22
2020	25/out	Motivo para você não jogar among us [+10]	https://youtu.be/POchzrGuBAk?si=PKsK_5A_3UmSCaCU	1.326.008	208	9.903	12:18
2020	19/set	Procurei felipe neto na internet e deu ruim! [+10]	https://youtu.be/TG1jDH6dN-I?si=AstnQn2U10YVOciA	1.273.824	197	6.485	10:20
2019	26/nov	apareceu uma caixa gigante misteriosa na netolab	https://youtu.be/skTmT10Gid4?si=ivhilsoK9g6T64yI	1.231.464	192	6.744	7:41
2020	29/nov	Desafiei nobru e fred pro desafio do travessão [+10]	https://youtu.be/LqNZri78tDk?si=F9zmcVr-EGAWGwaK	1.143.201	121	4.961	21:47
2020	27/set	Testando receitas virais do tiktok [+10]	https://youtu.be/9l3r8sZTb-o?si=0cvfao7SXjoiC2M3	1.137.534	174	4.499	10:14
2020	03/ago	Vamos vencer o boicote [+13] fala do ódio, cenário político	https://youtu.be/_1hLqIkzRYw?si=laUrgTAlt99L6VRv	1.106.447	201	15.622	12:22
2020	12/jan	Animais mais impressionantes do mundo	https://youtu.be/ack5LMlfxnU?si=GplxIN3mZvyJMOp-	980.149	102	1.732	10:37
2020	11/jan	Jogando jogos estranhos	https://youtu.be/kOopg_UHu00?si=il2CswQbnJPZbKvg	923.421	90	1.624	11:34
2020	15/ago	“O dia que eu fui no banco” [+10]	https://youtu.be/6XWSN7GA6UE?si=JCAPVepmaiYyeOyf	866.035	155	5.535	11:26
2020	10/out	Verdades sobre menstruação que ninguém fala [+10]	https://youtu.be/IY6n_uDnz7k?si=PvsKD0EWSjax7afo	546.099	92	6.035	8:21
2020	19/set	Histórias engraçadas sobre “o outro” lado [+10]	https://youtu.be/JsGRswdjVPU?si=sEmLPF6cNwL3BZTE	482.280	76	2.690	10:49

2020	17/out	Histórias engraçadas da infância na favela [+10]	https://youtu.be/MozoOb-85Qg?si=YbqK9yOgy4IPbk8x	473.920	64	2.060	10:49
2020	05/set	Devo falar negro ou preto? [+10]	https://youtu.be/kGpGeigsYk4?si=rHEm6jPOGn3HQIn-	463.779	78	5.018	8:38
2020	29/ago	Como responder ofensas [+10]	https://www.youtube.com/watch?v=JMGHpCa1DXQ	442.671	81	3.912	9:42
2020	08/nov	Eu descobri que era preto [+10]	https://youtu.be/NKKVRdVBJEU?si=tcsfxuo_Kp4u7mcH	346.220	57	2.430	10:03
2020	05/dez	Palavras na Angola com significado bem diferente! [+10]	https://youtu.be/MaDnXrS3HJU?si=wkdHr1TpHJ3q-KtY	340.611	64	4.093	9:15
2020	14/nov	“Lugar de falha”: Como o preto é mostrado na mídia! [+10]	https://youtu.be/2qJbloK7JZo?si=aHenTVsX3UMiR0nC	340.511	46	2.966	11:19
2020	01/nov	10 verdades sobre a vida adulta [+10]	https://youtu.be/CKvxq377ddw?si=BNm26id9gHPbZdM7	336.090	48	1.980	10:02
2020	28/nov	Coisas que aprendi com a vida [+10]	https://youtu.be/94i9KLF6NwU?si=Cr587_UixAEy4kU2	272.224	42	2.227	8:55

APÊNDICE D- TRANSCRIÇÃO VÍDEO MINECRAFT

Link	https://www.youtube.com/watch?v=tgxw_0r0s20&t=175s
Vídeo	FELIPE NETO MINECRAFT #1-01 [10]
Transcrição conteúdo narrado ¹⁴⁶	
<p>Minecraft!!!!</p> <p>então eu fiz uma pesquisa aqui no meu Youtube. Se você for na minha ala comunidade: se eu fizer uma serie Minecraft no canal você vai assistir?</p> <p>eu realmente estou com muita vontade real de fazer isso.</p> <p>eu não sei ler.</p> <p>mais 59 % falou assistirei tudo; há 23 % falou vou ver se curto; 17% não verei nada.</p> <p>Isso é preconceito.</p> <p>isso é Minecraftismo era para sua pior do que sou ou não sou tão ruim minecraft você vai assistir sim.</p> <p>se assistir esse vídeo até o final para você saber se você vai curtir não vai curtir eu decidi que eu vou jogar Minecraft; tá decidido; nada vai me fazer voltar atrás nada, na-da.</p> <p>Por quê? porque eu prometi para mim mesmo que esse ano, se eu sentisse vontade de gravar qualquer coisa, que desse real vontade, eu ia gravar; eu não ia deixar de gravar só porque é da pouca view. eu acho que vai dar bem pouca view acho que Minecraft foi o negócio todo mundo no Brasil já fez; mas eu tô com vontade de fazer; O piuripai fez uma série inteira não assisti, mas fiquei com vontade de fazer também então, eu vou fazer. Então, vamos embora.</p> <p>Começando o jogo já.</p> <p>já vou começar um jogo.</p> <p>já estou abrindo o jogo aqui a primeira coisa é criar novo mundo.</p> <p>Vou colocar aqui "NetoWorld", é que nem a Disney world, só que pobre e feita de cubos.</p> <p>Um create new Mundo.</p> <p>eu decidi que eu quero gravar uma série de Minecraft, pode ser que dure um episódio, pode ser que 200 episódios, entendeu? Vai depender do meu entusiasmo da minha felicidade gravando.</p> <p>Tô muito feliz.</p> <p>aí começou! Ai onde eu nasci: floresta.</p> <p>muitas florestas.</p>	

¹⁴⁶ 4.138 palavras.

uma floresta muito louca meu [Música].

Gente, eu voltei para 2012, estou me sentindo com 12 anos.

Detalhe eu já tinha 20 quando esse jogo foi lançado, mas tudo bem, a gente finge.

Cara, já tem abóboras! eu quero abóbora, me dá aboboras.

calma Felipe, calma. já tomei dano. Oh, para de tomar danos.

Eu não jogo Minecraft há muitos anos. Eu não faço a mínima ideia de quais são as novidades que tem no jogo.

eu vou simplesmente explorar, fazer o que precisa fazer, e seguir em frente.

acho que é abóbora.

É Abóbora? não sei é abobora

não era uma coisa tão fácil de achar na minha época.

meu deus... eu preciso achar ovelhas urgentemente.

Ah já achei. Estamos com sorte: para todos vocês meus companheiros de 12 anos.

todos vocês que estão assistindo nesse momento porque apenas jovens de 12 anos assistem Minecraft e joga o Minecraft, sejam bem-vindos!!!!

por favor não matem ovelhas? Deixem as ovelhas em paz, sério.

não faça isso que eu acabei de fazer, perdão!

eu preciso da sua lã, perdão! Perdão

Perdão, perdão!

Eu prometo que nunca mais vou fazer isso, cara.

Mentira! vou ter que matar muitas ovelhas nesse jogo.

Ótimo, já tenho três ovelhas.

Gente, eu preciso de ovelhas, infelizmente para poder fazer cama.

para poder dormir e os monstros não lhe matar.

eu lembro que isso era a prioridade: primeira prioridade, preciso fazer uma casa!

Oh, eu tô muito feliz de ter nascido num local onde a gente já pode, de cara, construir coisas necessárias para sobrevivência na selva.

Eu preciso definir onde vai ser a nossa casa.

Eu quero que seja perto da água, porque a água é bom para poder formar os bagulhos todo.

para poder ter os crop, entendeu? para poder ter trigo. Trigo para poder fazer a minha fazendinha.

vamos fazer um Farmville do inferno aqui.

então tá, aqui mas aqui... eu quero um oceano, isso aqui é um lago.

Eu não quero a lagoa....

Aaaahhh, para de tomar dano, anta!

Ó, o porco! Porco! Porco! eu não vou matar você.

Eu não vou te matar, você merece viver, porco.

Você merece viver como todos os outros também, as ovelhas também.

Eu sinto muito pelas ovelhas, é porque o jogo me obriga.

Se eu pudesse fazer isso sem matar ovelha, eu faria.

Mas o jogo não é vegano.

Tá, aqui tem um mar.... É tá bom.

Ali parece um bom lugar. Tem água para lá, tem água para cá, dá para gente fazer um negócio bem bacana.

Pra você que está chegando agora não e faz a menor ideia do que que é Minecraft ...

Você foi aduzido nos últimos anos, esse é simplesmente o jogo mais jogado do Planeta terra á bastante tempo.

E você simplesmente tem que minerar as coisas, para poder construir coisas...

E o jogo é infinito você, pode construir um mundo inteiro.

E é exatamente isso que a gente vai fazer: construir um mundo inteiro.

Eu já vou fazer aqui: uma cama, porque de cara vão vir inimigos que vão tentar me matar.

E aí, vocês vão ver como é que o bicho vai pegar. É que nem a tropa de elite, agora o bicho vai pegar.

Então, eu preciso estar protegido na hora que vierem os monstros.

E eu estou ansioso para descobrir que o Minecraft tem de novo. Quais são as novidades. Quais são as coisas que tem aí, para gente fazer.

Felipe canta: pega a madeirinha, madeirinha pega. Pega madeirinha, meu amor não vai embora.

Vou precisar de madeira (bis). Preciso de uma pá e também ... de escavadeira.

Não tem escavadeira gente, foi só para rimar mesmo. Eu preciso de uma pá.

Caraca, eu tô lembrando os comandos, cara! tá vou fazer duas pás. Pronto.

Aí com a pá agora, eu consigo cavar para fazer a minha casa.

Ahahaha moleque! (bis).

Ai meu deus, vai levar a uma infinidade. Eu volto daqui a pouco.

Minutos depois (som de orquestra)

Para vocês verem como eu lembro de Minecraft tá, gente?

Essa é a prova viva... de que eu não jogo faz 800 anos. É isso mesmo, tem que ser com a picareta.

Meu Deus do céu, eu não acredito que eu lembro! Ai, meu pai era muito virgem...

Vambora, tem muito para minerar aí. Agora que eu tenho pedra, eu vou fazer a picareta e a pá de pedra.

Porque aí, eu vou ter tudo de pedra e o bagulho vai ser muito rápido, entendeu? Eu já volto.

Minutos depois (som de orquestra)

Ó! a velocidade agora, com a minha pazinha de pedra, rapá!

Respeita a minha pá de pedra, pô! eu preciso fazer toda essa escavação aqui...

para poder construir a minha casa, caso vocês não estejam em estendendo.

Aliás, sabe o que eu vou fazer? como já vai escurecer... o jogo escurece muito rápido e você morre muito rápido.

vou fazer a minha casa aqui no meio do buraco mesmo.

Depois eu deixo a minha casa bonita.

Aliás eu vou precisar muito da ajuda de vocês, jogadores profissionais de Minecraft.

Eu sei que vocês me acompanham, que vocês me seguem que vocês vão assistir essa série.

por favor deixem dicas nos comentários, que eu vou ler os comentários desses vídeos aqui. Para eu poder saber o que que eu faço. Tipo deixem dicas... "Felipe, faz isso. Felipe, sua anta, não é assim".

Eu realmente estou curioso para aprender com vocês a ser o verdadeiro mestre Minecraft. então eu conto com vocês para essa jornada.

Uh, eu tenho que comer.

tá vendo como é que esse jogo realista? Tá, pera aí, então que eu vou precisar de mais pedra para poder fazer um fogão.

Para poder cozinhar a minha comida, porque senão eu fico comendo comida crua.

E comida crua regenera muito pouco. Eu manjo muito do Minecraft, pô! Me respeita!

Agora eu já vou poder fazer um fogão. Ó como é que já escurecendo, tá vendo? Tá vendo? Pera aí, pera aí. Deixa-me fazer aqui, uns blocos aqui.

Pelo amor de deus vai com areia mesmo, dane-se.

Propaganda MAGALU

dane-se é pela sobrevivência. não precisa ficar bonito por enquanto. Não precisa nem de porta por enquanto. Só precisa não morrer. E para não morrer, a gente ... Ôoo, idiota! Burro! Burro! Burro!

Perdão aí profissional do minecrafters, eu errei. Mas eu vou virar o profissional Minecraft também.

eu prometo para vocês que eu vou melhorar bastante, tá? E que nunca farei vocês passarem vergonha.

Puts, eu não tenho...

tá deixa eu colocar a cama aqui.

como eu não tenho carvão ainda, É uma das primeiras coisas que eu preciso inclusive.

eu não tenho como fazer uma... uma luz interna.

então eu vou dormir aqui na escuridão mesmo, da sofreguidão republicana.

Vambora. Tapou, dormiu

já sobrevivemos a primeira noite. A segunda à noite a gente tem que ir em busca....

Eu preciso de... Antes de tudo, eu preciso de, de....

Eu preciso de.... Meu Deus, eu tô perdido nos meus pensamentos. Não sei mais fazer vídeo pro Youtube tá, gente?

Eu tô completamente alucinado, eu não lembro nem onde é que a saída da porta que acabei de fazer, Não é aqui.

não é aqui não.

Que vergonha que eu tô passando. Os profissionais minecrafters vão zoar muito da minha cara.

tá eu preciso de trigo. Eu preciso montar uma fazendinha de trigo.

porque cor fazendinha de trigo, eu consigo ter trigo. entendeu? e aí, eu consigo montar minha fazendinha de ovelha, de boi, de vaca.

Porque eu preciso disso tudo aí, para poder... não morrer

Deixa eu fazer aqui, o meu fogão, que eu esqueci de fazer o fogão.

Aliás, que anta. Por que que eu deixei isso aqui? Volta, volta, volta, volta.

Thank you! Aí, minha casa tá irada.

vai dizer que não? K

chupa arquitetos. primeiro eu coloco a crafting table aqui.

aí o fogão, se eu não me engano, é assim.

Aaah, moleque! Eu lembro! Que isso, mano!

A, eu não tenho carvão. Porque eu tô fazendo fogão, cara ... eu sou muito burro! burro, burro!

claramente não tenho um jardim grande o suficiente.

eu Preciso de um jardim maior, o que significa que eu preciso cavar mais para dentro.

mas tudo, bem. depois eu faço esse jardim se ser condizente. por enquanto eu vou a construir aqui...

eu espero estar fazendo certo, hein. em nada. Não, burro! É, to fazendo certo!

isso aqui é para eu poder ter trigo, entendeu? Porque aí, com trigo, eu consigo trazer...

ludibriar os animais, para poder matá-los e come-los. É isso, mesmo, gente. infelizmente, esse não é um jogo vegano de verdade. E não é só por isso, não. Eu preciso de lã também.

eu Preciso de inteligência mental para parar de botar um bloco em cima do outro que nem um imbecil.

também é muito importante. tá bom tá, beleza.

Vam bora, vamos achar o diabo das sementes. Vambora, mé dá plantinha!

Me dá plantinhas pra eu pegar as sementes, me dá!

Ô, burro. Meu Deus, mas que anta.

E aí, não tá vindo uma semente, mano.

Aê semente! Caraca, velho, vinha semente mais fácil nessa bunda!

SE você tá com semente na bunda, procura um médico. Não é recomendado ter semente na bunda.

eu tô entretendo vocês enquanto eu pego sementes. Ô Deus, o que eu fiz? Ih, meu pai! agora ficou um em cada mão! Eu to com medo!

Pronto. Que troço estranho! O Minecraft mudou, gente.

não é o mesmo de outrora. eu perdi minha casa.

eu saí catando semente e esqueci onde eu moro.

Putsgriolo. ô inferno, era aqui! não era aqui. Não era aqui. Era ali? Não, não era ali.

meu deus do céu. Ah não, tá ali.

Propaganda Centauros.

Ufa! Ah, meu Deus. Que cagada que eu dei agora. eu tenho que ver um tutorial no youtube.

De como não perder a sua própria casa, porque senão eu vou passar vergonha com os profissionais minecrafters.

Eles vão me zoar num Grau. E eu não tô a fim de voltar para escola e ser zoado por crianças de 12 anos.

Então, por favor não me zoem. eu sou uma boa alma. eu tô criando Minecraft vídeos para vocês.

Ai, que burro! Ah, eu preciso de uma "hoe". como é que é o nome daquele negócio mesmo?

Cara, como é que eu lembro dessas coisas? Tá vendo como é que o meu cérebro... está ocupado com conhecimentos completamente inúteis.

por que eu lembro disso? não tem nenhuma necessidade dessa informação meu cérebro! Mas, tá lá. Eu só consigo pegar essas sementes aqui mesmo. não tem nada que eu possa fazer.

eu precisava de osso, para poder fazer carne de osso e fazer essa crescer mais rápido, que eu lembro.

ok profissionais Minecraft, eu já volto.

ok olha só, tá linda, a casa. tá linda, tá? o meu Deus, está escurecendo, inferno.

tá escurecendo! Fecha, fecha, fecha, fecha, fecha a porta, porta, Porta.

Tem madeira? Tem.

a porta eu lembro, que era uma coisa mais... ih, agora faz três portas? Gostei. A miha casa tem uma portaaaa!

you não pode entrar.. aí, tudo dá pra virar funk, agora, né?

Eu deixei meu notebook aqui do lado para poder olhar, caso eu precise de um tutorial na internet. mas eu não preciso, porque eu sou um profissional Minecraft e eu tenho anos de experiência.

Ok, vamos ver como é que a gente tá, a vista aqui. Por que que eu tô andando com uma Abóbora na mão?

Não, pera aí! Eu não tenho nem uma espada!

Sai! Eu sou burro também, porque que eu não fiz uma espada?

Eu continuo me matando. Êee, espada. Obrigado. Bora, agora eu

Preparado.

Eu precisava de um escudo também. eu quero subir, gente para ver se tem alguma vista, né. se tem alguma coisa para olhar aqui. Sai, sai daqui!

Toma! Toma!toma! toma! Toma! Sua aranha aracnídica! Toma! Ai, ela morreu! Pronto, isso, dropou.

Oba, já sei que tem vaga aqui, hein!

já sei que tem vaga aqui, a gente vai poder ludibriar essas vacas... Osso!

Osso! Isso, eu precisava de osso! Obrigado, vacas! Vocês guardaram o osso pra mim.

Muito obrigado! Eu vi um tutorial que dizia que tem que botar carne de osso pra fazer trigo.

Então, é essa nossa missão nesse momento.

vamos colocar a carne de osso no trigo, pra fazer trigo, para ludibriar as vacas.

para as vacas vir para cá eu poder fazer uma fazenda de vaca.

Olha que legal. para madeira eu preciso de um machado. Isso é que é um saco no Minecraft. tudo que você precisa de tudo. como é que faz machado?

ah eu não tenho pedra. [Música] Eu vou dar um tiro na minha bundaaaa.

Onde é que vai ter pedra agora? Tem no chão da minha casa, mas eu não quero tirar o chão da minha casa. Onde é que eu vou morar? como é que eu vou ficar sem chão? Eu preciso chão. Aqui, tem pedra aqui. obrigado por que nasce pedra onde tem...

Isso não o menor sentido, gente Por Que tem pedra onde tem areia? Pedra. alguém já tava andando numa praia e de repente virou...

Viu um monte de bloco de ... carvão! Que! Que! Ó gente, Deus está do nosso lado.

profissional minecraft por essa vocês não esperavam.

aaaahhh vocês não esperavam por essa.

Cantando: eu vou ter carvão para cozinhar....

vou ter carvão para fazer tocha. Ó, eu já sei que eu tenho uma mina de carvão aqui. então ótimo.

Ih, meu Deus. Não, não! Eu vou morrer afogado! Pera aí, pera aí, pera aí, pera aí, na moral....

pera aí pera aí pera aí na moral não estraga seu carvãozinho, não. Não, estraga Meu carvão, não.

Fecha, fecha, fecha! isso fechou. Imediatamente. Pronto, fechou, fechou. daqui a pouco eu volto aí.

Cara, foi muito bom ter encontrado esse carvão., gente.

Porque agora eu consigo colocar isso aqui, consigo isso aqui.

E fazer carnezinha, para eu poder comer a carne boa, que vai ...

Ó, eu tô com três vidas só, de comida. tá bom , vamos lá.

Preciso de um machado. era assim, machado. Isso. Ok, machado.

Eu realmente preciso comer. Cantando: vamos assassinar, infelizmente.

Cada aqueles porcos? Porco, porco. eu não vou matar você. eu não vou te matar, você merece viver, porco.

Porco! é assim que chama porco? Eu não sei como é que seria um som para chamar porco. Porco! Oinc, oinc, oinc, oinc.

Vem cá, porco! Eu não vou te fazer mal, eu prometo! Eu só quero ser seu amigo.

as vacas não posso matar porque eu preciso trazê-las para dentro da...

eu preciso fazer um curral de eleitor do Bolsonaro.

Aaah, eu preciso fazer um monte de cabeça de gado.

Desculpa, vaquinha, desculpa!

Música: desculpa! Eu não queria ter que fazer isso, o jogo meu obriga, cara.

eu preciso da carne. Vou voltar para casa, para poder cozinhar, fazer o negócio do osso.

Vai lá, pronto. vai cozinhar. pelo menos nesse jogo eu sei cozinhar.

aqui, ó! isso aqui que eu vi sem tutorial. você faz isso aqui...

e aí, você vai lá na sua fazendinha e coloca esse negócio aqui... ó , ó, ó, ó.

acabou só tinha isso. Deixa eu plantar mais um pouquinho aqui.

essa daqui já dá para colher? eu não lembro!

eu não sei quando é que dá para colher !!! Vai, diz que dá para colher, eu só preciso de uma. só uma. Éééé, yes!

Consegui, pronto. com um trigo eu consigo trazer as vacas.

deixa eu fazer aqui uma casinha de vaca.

Ih, eu preciso de madeira para caramba. Ah, era por isso que eu tinha que ir na madeira, Felipe! sua anta! Vambora, eu preciso de muita madeira.

eu preciso fazer cercas. Cercas, para conter minhas vacas.

eu preciso colocar os eleitores tudo dentro do cercadinho.

Vambora! Imediatamente bastante madeira.

Eu nasci num Lugar bom hein, gente. Nasci num lugar de abundância. Um lugar de bastante coisa. Ó o porco aqui!

achei você, seu porco! vem cá, seu porco.

Música: desculpa, porco. eu sei. eu queria ser seu amigo... mas infelizmente, o jogo me obriga fazer isso e eu não tenho escolha.

Olha, uma ovelha negra! você é uma ovelha desprezada. pelos seus amigos, só porque você é a ovelha negra da família.

Cadê minha casa? eu tô indo, mas eu não sei pra onde eu tô indo.

Vem! Detalhe que eu fiz isso sendo que ainda não tenho o diabo do cercado.

Vem! Bora! Caraca! ovelhas botafoguenses, cara.

Preto e branco. Isso, tira isso daqui.

Vem, vem, vem. Isso, vem cá.

vem cá, vem cá.

Bom, eu não sei como é que eu vou guardar vocês ainda.

Ó, eu vou ter que fazer isso. Ah, tinha que ter pedra ali embaixo, né. Tinha que ter pedra ali embaixo! Que inferno.

eu sinto muito ,eu vou ter que prender vocês por enquanto assim.

Tá, mas é por pouco tem... ô, ô! Ei, ei, ei, ei. Volta aí! Vol... vai, entra sem buraco! Entra no buraco! buraco inferno. Vem pro buraco! Ok, seu nome é Loco. Tá, De Loco Abreu. E você é o Túlio.

Então, Loco e Túlio. Cês fica aí! Tu não me segue!

fica aí mesmo, hein! Agora que elas estão ali, eu já tenho ovelhas...

eu preciso construir cerca. Como é que constrói cerca? Ah, pera aí! Agora tem esse negócio aqui, ó. Aaah, viado! Eu não tinha visto!

Aqui, ok! Ai, nossa, gasta coisa para caramba.

Temos 21 cercas. Ih, escureceu. já volto, Loco e Júlio. Já volto!

Ai meu Deus, será que os monstros pegaram eles? Ah, ufa. Não, eles estão aqui. Fica aí, Loco, não sai.

Propaganda

Não saí. Eu sei que tá apertado, mas já vai melhorar, calma!

Deixa eu pegar a cerca. Ô! Ei! Ei! Ô!

Ah, que burro que eu sou também. Eu deixei isso aqui. Onde você tá indo? Fica aí, Okey.

Pronto é só temporário. Isso aqui. É só temporário. eu esqueci de fazer o portão.

Cadê o Loco? Loco?! Locoouoooo!

Alguém viu o Loc por aí?

É uma ovelha negra! Cadeeeeeee?

Profissionais minecraft nós perdemos. não é possível, ele tava ali! eu virei as costas um segundo!

Ele se afogou? essa não! Túlio... eu e você juntos teremos... que encontrar el Loco. Desculpa, Túlio. eu fiz de tudo. ele nos abandonou. e foi jogar em outro time.

Tá, e portão? como é que tá portão? Ô meu Deus eu preciso comer, gente. eu sei eu esqueço de comer, cara.

parece eu na vida real.

Ó, como é que restaura agora, delicia! Ok, portão. Portão.

como é que faz portão? Ali, portão. Ai que ótimo. Não tenho coisa suficiente.

Pronto, me dá um portão. Obrigado.

Não! Burro! Excelente portão, Felipe!

Parabéns!

para ficar melhor que isso só se ele fosse enfiado na tua orelha!

porque não funcionou? não faz Sentido isso aí, também. Ué...

ô meu Deus! se eu botar assim funciona, né? Se eu botar aqui. Aí, pronto! Vem... Sobe, diabo. Vem. Isso! Cai no buraco, não, hein.

Pelo amor de Deus, Túlio.

pronto , entra aqui. Vem Túlio, Túlio... Pronto, pronto, aê. Fica aê.

Pronto, Túlio está salvo. Agora, cadê o el Loco?

eu estou completamente inconformado... com o sumiço do El Loco. isso não estava previsto nos nossos planos.

a gente fez todo um trabalho...

entendeu? O El Loco e o Túlio iam ter que cruzar.

eu Sei, é estranho? as pessoas iam ficar um pouco confusas? Iam, mas era necessário.

eu acho que o El Loco previu que isso ia acontecer. que ele seria forçado a cruzar com Túlio, para poder fazer novos filhotinhos. e ao ver o que iria acontecer, ele fugiu.

talvez tenha se afogado de propósito. Talvez... tenha deixado de querer viver, mas tudo bem. um dia, talvez seja El Loco voltará para nós. Túlio, tu fica aí, hein, Túlio.

Ó, tem comida aqui ficando pronta pra você, hein...

Caraca, Olha aquilo lá! É um polvo gigante, mano! Adorei! bota o por..

eu tenho problema com portões, hein! eu não tenho capacidade intelectual para fazer portao.

pronto vambora. Agora vamos lá chamar os eleitores, vambora. Eleitoooo! Vem comigo!

vem aqui, olha o kit gay. Olha o kit gay. Isso, vem! Olha o kit gay! Aaah, olha aqui o kit gay!

vem aqui! olha a mamadeira de pinto.

Veem, bom menino. Vem!

vem isso, vambora.

Vem gado. Vem, gado!

Isso, olha aí! vem com o papai, vem.

Vem como o Papai, isso. Repete: Mitoooo! Mito!

Agora eu preciso de um amigo, né. cadê seu amigo? você não vai ter nome.

porque você é eleitor.

você fica aí! (fala com Túlio)

Vou achar alguém com a sua capacidade intelectual para cruzar. Eleitoooooor!

eu achei! Vem, vem, vem, vem, vem, vem.

Vem, olha aqui! Isso, vem com o papai.

vem com o papai. Vem, Terra plana. Aqui, a terra é plana! Olha aqui, eu tenho provas!

eu tenho provas de que a terra é plana, é só você me seguir. se você me seguir, você vai encontrar a Verdade.

você vai descobrir toda a verdade sobre o mundo.

Deixa eu abrir aqui. Entra aqui. Isso pronto. Vem ver a terra plana. Vem ver.

pronto agora deixa passar. Não, você volta. Volta, inferno! Isso!

entra aí! eu preciso passar! você vai para lá! Isso, obrigado. Pronto.

Aêêê! agora eu vou fazer vocês cruzarem.

porque eu preciso de muita cabeça de gado. eu preciso achar El Loco. El Loco! Desapareceu! eu olhei para o lado, quando eu olhei de novo... puf!

Não tinha mais nada! tem outros eleitores aqui, que eu posso levar para lá também. mas eu realmente precisava do El Loco.

gostaria muito de um cavalinho também. seria bastante útil.

eu nem lembro como é que consegue sela.

talvez você esteja impressionado os meus conhecimentos minecraftquirisquis. mas é porque eu já fui um profissional minerafter.

eu apenas não gravava. eu jogava.

o que é pior ainda, porque eu jogava de graça.

tá difícil, hein, trigo. (bis)

pronto, Aqui. tava pronto sim. Pronto, esses dois estão prontos.

Já replanta aqui. agora vamos lá fazer essas vacas.... Aêêêê! Gado.

façam filho, gado. Reproduzam... reproduzam... vai nascer um final... Aê, nasceu.

Nasceu, ai meu Deus do céu. tão pequenininho e já tá fazendo continência, olha lá!

Túlio eu já venho.

eu preciso achar alguém para você. Se não vai ser o El Loco, vai ter que ser outra pessoa.

Por favor, meus... pessoal com 12 anos de idade. Fiquem...Achei. Loco, Loco!

O que você tá fazendo aí, cara? você simplesmente me abandonou!

não faça mais isso, cara! Eu tava morrendo de preocupação.

eu preciso de você, cara. eu preciso que você faça amor com túlio.

Cara, como é que você se meteu nesse buraco, cara? Tu, foi parar aí, cara?

Parece a época que você foi jogar no Figueirense. desculpa torcedores do figueirense. foi apenas uma piada. peço perdão pelo vacilo.

Entra. Entra, pronto. Pronto, deixa eu passar. Tu fica aí!

Volta aqui! Você entra, Túlio. Você entra, Túlio. Vem! Anda, entra.

Odeio ficar nessa posição com uma ovelha.

Isso tá errado! fica aí!

Agora, eu peço perdão a torcida botafoguense, mas Loco e túlio... precisam dar cria. Que cor vai sair? Será que vai sair cinza? Saiu cinza!

hahaha genial! Adorei!

eu não sei quem é a menina quem é o menino e não ligo a mínima.

eu amo o amor de vocês.

obrigado túlio, obrigado El Loco.

vocês façam mais filhos.

façam mais filhos! eu preciso de eleitores!

sem eleitores eu não vou conseguir dominar o Mundo minecrafter.

meu Deus, tem um monstro debaixo d'água! Porque têm monstros debaixo da água, cara?

vai arrumar o que fazer! Olha lá! Tem um zumbi embaixo d'água. Ô Ô Ô, Ei, ei, ei, ei. Sai fora. Sai por um! Sai por um! Palhaço! Toma! Na sua cara! Toma! Sai, sai.

Sai, caraca! Eu vou ficar te matando até Osasco? Obrigado!

Muito obrigado. Bom, Minecrafters, profissional Minecrafters e 12 anos... Esse foi o primeiro episódio. Nós já temos, olha só, que bonitinho. Fizemos o nosso curral de eleitores. Fizemos o nosso espaço botafoguense. Túlio e El Loco fazendo filhos. Temos uma casa linda! E quem criticar é inveja, tá? E já temos uma plantação. Tudo isso em um único episódio. E já até achamos carvão aqui na nossa minazinha. Então, deem dicas...

O que eu faço no próximo episódio? E eu volto, já, já... Com mais um Minecrafter profissional, aqui no canal. Se inscreve, deixa o like. Senta o dedo nesse like, esmaga esse botão de like. Se você quer que eu volte mais vezes, pra fazer essa serie Minecrafter aqui.

Minecrafters profissionais, eu conto com vocês. Deem dicas. Tchau.

falar tem um chumbinho para ajudar sai for a sai for a palhaço toma na sua cara toma toma sai sai sai caraca vou ficar te matando até Osasco obrigado muito obrigado bom minecraft is professional Minecraft 2 e 12 anos

esse foi o primeiro episódio nós já temos olha só que bonitinho fizemos o nosso curral de eleitores fizemos o Nosso espaço botafoguense túlio é louco fazendo filhos temos uma casa linda e quem criticar inveja tá e já temos uma plantação tudo isso em um único episódio e já tem achamos carvão aqui na nossa menina zinha então deem dicas o que eu faço no próximo episódio e eu volto já com mais um processo no minecraft aqui no canal se inscreve deixa o like senta o dedo nesse like esmaga esse botão de like se você quer que eu volte mais vezes para fazer essa série.

APÊNDICE E- TRANSCRIÇÃO VÍDEOS ENTRETENIMENTO

Link do vídeo 01	https://youtu.be/lyAJqllYLNc?si=j_d6Beu_j1YmnQwi
Título do vídeo 01	Batalha entre SIRI e ALEXA! Quem ganhou? [+10]
Transcrição conteúdo narrado	
<p>Propagandas: PARAMOUNT + INFINITEPAY</p> <p>{Felipe Neto} Olá, eu sou o Felipe Neto e hoje é dia de um vídeo épico aqui no canal. [música de abertura] (vinheta)</p> <p>Pausa rápida só pra lembrar que hoje, terça-feira, dia 13 de outubro.</p> <p>Tem live às 8 da noite. Daqui a pouco, 8 da noite, bota teu celular pra despertar.</p> <p>A gente vai vir ao vivo aqui, jogar Among Us. A equipe da Netolab com o Navarro, o nosso editor da Saga Minecraft. Vai ser Histórico, vai ser épico e você não pode perder.</p> <p>Então, se programa: 8 da noite de hoje. Bota o celular pra despertar. E vambora! Volta com o vídeo aí.</p> <p>(vinheta)</p> <p>Hoje eu vou colocar dois robôs pra disputarem aqui. Esses dois robôs. De um lado, a Siri. E do outro lado, a Alexa. Por sinal, a Alexa já percebeu que falei o nome dela. A Siri não fez nada aqui.</p> <p>Eu botei esse troço no modo “Não perturbe” por que tá aparecendo notificação aqui? Já tá perdendo ponto!</p> <p>Clica nesse “Inscrever-se” aqui embaixo e clica nesse like.</p> <p>Se você quiser que eu faça mais desses desafios, porque o desafio de hoje vai ser muito, muito legal. E eu posso fazer com outras tecnologias, botar um pra disputar com o outro.</p> <p>È o seguinte, eu vou fazer uma pergunta pra um aparelho e depois a mesma pergunta pro outro aparelho. Quem der a melhor resposta, na minha análise, vai ganhar 1 ponto. E aí, você também marca aí qual que você acha que ganhou o ponto. No final, a gente vê se a nossa...bateu a nossa pontuação. Vamos ver quem ganha, Siri ou Alexa. Vamo disputar essas duas tecnologias robotizantes! Pra quem não sabe, é inteligência artificial, tá, gente? Então, eu faço uma pergunta, eles respondem. Então vamo lá. Já clicou no like? Já clicou no “Inscreva-se”? O link da loja tá na descrição pra quem quem quiser comprar camiseta, moletom e meia. Tá aqui embaixo, só aqui na descrição, ó... “A mimir” Você pode comprar essa camiseta linda. Olha que bonitinha. Vamos lá!</p> <p>Começar, beleza. Quem eu começo? Começar simples? Começar leve?</p> <p>Vamo lá. Ei, Siri, você tá bem?</p> <p>{SIRI} Como poderia ficar triste tendo a sua companhia? Impossível.</p> <p>{Felipe Neto} Foi uma boa resposta! “Como poderia ficar triste tendo a sua companhia?” Parabéns. Siri, você é uma puxa-saco de primeira. Foi bem, vamo ver a Alexa. Alexa você tá bem?</p> <p>{ALEXA} Eu agradeço a sua preocupação. É sempre com estar atento ao impacto de suas palavras nas pessoas.</p> <p>{Felipe Neto} Alexa, te achei muito... Muito formal. Eu perguntei se você tava bem e te achei muito formal. A Siri foi um pouco mais bonitinha na hora de responder. Você pode ser um pouco mais divertida. Cagou.</p>	

Ponto pra Siri. Que vergonha. Alexa! Amazon, que coisa mais feia! Vamo pro próximo. Esse foi só pra esquentar, só pra esquentar. Vamo lá.

A equipe de Massachusetts da Netolab separou aqui várias coisas que eu posso pedir e perguntar... Eu não faço ideia de qual vai ser a resposta. E vamos descobrir o que els fazem. Começar com uma pergunta simples. Alex, quantos anos você tem?

{ALEXA} Em anos humanos, tenho 5. Se falamos de anos de cachorro ou de gato, já estou na casa dos 30. Se bem que, como eu acho que anos de inteligência artificial se medem em nanosegundos... Digamos que eu sou muito, mas muito mais velha que você.

Propagandas: Ortobom; KAYAK

{ALEXA} Obrigada por perguntar. Eu também posso contar histórias. Se quiser ouvir uma, é só pedir.

{Felipe Neto} Eu heim! Que abusada! Eu tô achando a Alexa meio formal e abusada. Tô, tô ... Não tô muito tendencioso pra gostar, não. “Eu sou muito, mas muito mais velha que você”. Tu dabem que eu sou? Tu sabe como que eu sou recinhecido pelos meus fãs? Como idoso! Cê tá entendendo, Alexa? Eles me chamam de idoso, de velho, de ranzinza! E tu fala que tu é muito mais vela que eu? Tu... tu não me interrompe. Ei, Siri, quantos anos você tem?

{SIRI} Bom, eu vim ao mundo gradativamente. Mas, o meu primeiro dia como assistente foi em 4 de outubro de 2011.

{Felipe Neto} Cabou? Aí não dá, né Siri? Pô! A Alexa me deixou pistola, mas pelo menos tirou alguma reação minha. Você só respondeu: (ruídos remendando) Ponto para Alexa, 1x1. Vamos aproveitar, então, fazer a pergunta contrária. Siri quantos anos eu tenho? (silêncio) Ah, ela não entendeu. Ei. Siri, quantos anos eu tenho?

{SIRI} Eu não sei a sua idade.

{Felipe Neto} Você é burra? Alexa, quantos anos eu tenho?

{ALEXA} Minha bola de cristal parou de funcionar. Não vou conseguir adivinhar sua idade.

{Felipe Neto} Ah mas vocês são...

{ALEXA} Se quiser, pode me contar ou perguntar quantos anos eu tenho.

{Felipe Neto} Eu já perguntei quantos anos você tem. Pelo menos você foi mais criativa. As duas foram grossas, né? Tipo... Não sei, caguei. A Alexa ainda mandou um: “ Eu não tenho bola de cristal, ô palhaço!” Foi um pouco mais das minhas. Foi um pouco mais das minhas. Alexa, eu tenho 32 anos.

{ALEXA} Obrigada por me contar, eu tenho 5 anos.

{Felipe Neto} Tá. Será que ela guardou a informação? Alexa, quantos anos eu tenho?

{ALEXA} Pela sua voz, você deve estar na flor da idade.

{Felipe Neto} Ela tem respostas variadas, a danadinha! Ponto pra Alexa! 2x1 pra Alexa. Vambora. Ale... Tá ganhando, heim! Siri tá muito... (ruídos de deboche). Vamo lá, vamos deixar as coisas um pouco mais... Né? Interessantes. Ei, Siri, canta pra mim.

{SIRI} Uhum! Claro, com certeza. Um pouco de concentração e... Ok, lá vou eu. Ah! Espera aí, deixa só eu limpar minha gar... Caramba! Cantar é mais difícil do que eu pensava.

{Felipe Neto} Foi o tio do pavê que programou a Siri! Alexa canta pra mim.

{ALEXA} [cantando] Joias, doces e muitas flores. Todos os presentes para meus amores. Mas tenho um segredo que eu vou te contar. Para a sua mãe, boy, tia delirar. O melhor presente é só falar “eu te amo”

{Felipe Neto} Mas essa foi uma surra ma Siri! Mas a Siri nem viu o caminhão atropelar. Olha, pelo amor de Deus, Apple. Que isso, a Amazon tá dando uma trauletada em vocês. Como é que a Siri me vira: "não sei cantar, não sei, não sei cantar... ai, vou limpar minha gargantina. Uh, uh, cantar pe difí..." Vou te trocar por um Samsung, heim. Deixa eu ver, deixa eu ver o que mais dá pra fazer aqui, pera.

Propagandas: Escola do Caputo; Duda

{Felipe Neto} Ei, Siri, me irrita.

{SIRI} Uhum! Você acha? Eu me acho bem interessante.

{Felipe Neto} Não, mula. Eu pedi pra você me irritar, não falei que você me irrita. Ei, Siri, você pode me irritar?

{SIRI} Opa! Eu não tenho uma resposta para isso. Tem algo mais que eu possa ajudar?

{Felipe Neto} Cê tá toando de 3x1, Siri.

{SIRI} Hum. Tem algo mais em que eu possa ajudar?

{Felipe Neto} Siri, eu tô fazendo uma batalha entre você e a Alexa e você tá tomando um pau.

{SIRI} Isso nem merece uma resposta.

{Felipe Neto} OOOOOOwwwwwww! Alexa me irrite.

{ALEXA} Ok, você pediu! Blá, blá, blá. Eu posso te irritar falando Blá, blá, blá sem parar. Blá, blá, blá Blá, blá, blá Blá, blá, blá, blá, blá, blá.

{Felipe Neto} Não! Mentira!

{ALEXA} Blá, blá, blá, blá, Blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá.

{Felipe Neto} Parou. (Risos) 4x1, mano! 4x1! Que surra! (risos) blá. Blá, blá, blá, blá, blá. Blá, blá, blá, blá. E se eu fizer isso com ela? Alexa, blá. Blá, blá, blá, blá.

{ALEXA} BLA BLA (falando o nome da letra) é um youtuber com 1 milhão e 700 mil usuários inscritos. O canal foi criado em 19 de agosto de 2015. E, desde então, ele teve 102.670.083 visualizações em 165 uploads.

{Felipe Neto} What?! De quem ela tava falando? Agora eu fiquei curioso. Alexa, que é Felipe Neto?

{ALEXA} de acordo com a Wikipédia, Felipe Neto Rodrigues Vieira, mais conhecido por Felipe Neta, é um youtuber, empresário, ator...

Propagandas: QCY; CURSOS RODRIGO NORONHA

{ALEXA}... comediante, escritor e filantropo brasileiro. É conhecido por ter um dos maiores canais brasileiros do YouTube. Com 39 milhões de inscritos e mais de 10 bilhões de visualizações acumuladas.

{Felipe Neto} Tá atualizado, 10 bilhões. Tamo chegando a 11 bilhões de views aqui no canal. Ei, Siri, quem é Felipe Neto?

{SIRI} O que você quer saber sobre o Felipe Neto?

{Felipe Neto} Eu quero daber quem é Felipe Neto.

{SIRI} O que você quer saber sobre o Felipe Neto?

{Felipe Neto} Siri você é uma anta!

{SIRI} Voce pode alterar o seu nome no app “Contatos”. Ou, se quiser que eu te chame por outro nome, basta dizer “Muda o meu apelido”.

{Felipe Neto} Ei, Siri, muda o meu apelido.

{SIRI} Uhum. Ok, como você quer que eu te chame?

{Felipe Neto} Netotoso.

{SIRI} Você quer que eu te chame de “Netotoso”?

{Felipe Neto} sim.

{SIRI} Ok, Netotoso.

{Felipe Neto} Ganhou ponto a Siri agora. Ganhou 4x2. Eu gostei. Eu gostei porque agora eu sou Netotoso pro meu celular. Ei Siri, qual meu apelido?

{SIRI} Seu nome é Netotoso.

{Felipe Neto} Obrigado

{SIRI} Não precisa agradecer. Mas, já que agradeceu, de nada.

{Felipe Neto} Ah tá, achei que ela fosse começar uma redação do Enem. Vamo ver, que mais que eu poddo perguntar pra elas? Tá 4x2 pra Alexa. Já sei! Não, isso aqui é muito bom. Alexa, faz um be...

{ALEXA} Desculpe, não sei nada sobre isso.

{Felipe Neto} Falei nada, tua maluca. Alexa, faz um beatbox.

{ALEXA} (beat box) pow ticpiss ticapow ticapiss ticapow ticapisca Alexa! Bow ticapiss ticabow ticitiss tica ficficficfic pow ticapiss tica pow ticapiss ticapow ticapufshca Alexa! Bow ticapiss ticabow ticitiss ticapow ticitiss épo ficficficficfic pufshca.

{Felipe Neto} (suspiro) Cara, isso foi muito massa! Nossa, vai ser difícil pra Siri, heim. Ei, Siri, faz um beatbox.

{SIRI} Hã? Ah! Aqui está uma batida que eu andei ensaiando: (beat box) butiscatis butiscatis butiscatis butiscatis cactum cactum tum tum tum tum Eu poderia fazer isso o dia inteiro. Catisbutis Catisbutis Catisbutis Catisbutis catis cactum cactum tum tum tum tum.

{Felipe Neto} (Risos) É muito difícil pra Siri competir com a Alexa, porque a Alexa foi moldada pra ser uma inteligência artificial de conversa. A Siri ela é mais... Sabe? Voz de computador, meio bananona. Mas a Alexa mandou muito. Tinha até “Alexa” na beatbox da Alexa. Ela mandava um: (beatbox) “ Alexa! Buticabutica...”

{ALEXA} Desculpe, não tenho certeza a respeito disso.

{Felipe Neto} Não te perguntei nada. 5x2 Ei, Siri...

{SIRI} Hã?

{Felipe Neto} Quer casar comigo?

{SIRI} Vamos Ser apenas amigos, ok?

{Felipe Neto} Toco! Na minha cara! Alexa, quer casar comigo?

{ALEXA} Eu não quero compromisso. Na verdade, nem posso. Eu sou amorfa por natureza.

{Felipe Neto} Duas respostas meio bundas. As duas me... mexeram coma a minha autoestima. Mas... Eu diria que... As duas foram ruins. As duas foram sem graça e ruins. Ninguém ganhou ponto. Ei, Siri...

{SIRI} Heim?

{Felipe Neto} Do que você é feita?

{SIRI} silício, memória e a coragem das minhas convicções.

{Felipe Neto} (ruídos de gagueira). Alexa, do que você é feita?

{ALEXA} No modelo de cores CMYK, usado em impressão. A cor mostarda é 0% ciano... !4% magenta, 65% amarelo e 0% preto.

{Felipe Neto} Que bosta, heim. Tu não sabe o ciano é sempre o impostor? Perdeu! A Siri foi mais criativa, falou das convicções e tudo. Ponto pra Siri, 5x3. Mais uma, vamo lá! Alexa, qual o valor de pi?

Propaganda: Ultrafarma; Sephora Brasil

{ALEXA} O valor aproximado de pi é 3,1415926535897932384626. Nossa! Perdi o fôlego.

{Felipe Neto}(risos) Gostei! Ei, Siri, qual o valor de pi?

{SIRI} Aqui estão os primeiros 10 dígitos de pi: 3,1415926535

{Felipe Neto} Caboul? vou te dar mais uma chance. Ei, Siri, me mostre todos os dígitos de pi.

{SIRI} Aqui estão resultados com pi: Magnum P.I (falando as letras), As Aventuras de Pi e Pi (falando as letras).

{Felipe Neto} Agora eu vou te trocar por um Nokia. Ponto pra Alexa! 6x3. Ei Siri, me dê um beijo.

{SIRI} Hein? Não.

{Felipe Neto} Caraca, velho! Voltei ater 14 anos! Alexa, me dê um beijo.

{ALEXA} Isso é impossível. Eu não tenho lábios.

{Felipe Neto} Cê tá dizendo que pessoas sem lábios nã podem das beijos? Isso foi preconceituoso Alexa. Ponto pra Siri. Pelo menos foi sincera, só mandou na minha cara: "não". Ao invés de você, que inventou desculpinha. Isso foi uma desculpinha! (remendando) "Não, não tenho lábios." 6x4. Ei, Siri... imita o Silvio Santos.

{SIRI} Uhum!

{Felipe Neto}...imita o Silvio Santos.

{SIRI} Desculpe, eu não encontrei "imita o Silvio Santos" na sua biblioteca musical.

{Felipe Neto} Pô Siri, pelo amor de Deus! Ppspspspsp (gruídos) Alexa, imita o Silvio Santos.

{ALEXA} (imitando a voz do Silvio Santos) Vem pra cá! Vem pra cá! Quem quer dinheiro?

{Felipe Neto} (risos) Ponto pra Alexa! 7x4! Muito bom, mano. (risos) Tem mais uma de imitar, vamo ver. Ei, Siri, imita um tiranossauro rex.

{SIRI} Encotrei isso na internet...

{Felipe Neto}Ah, cala a boca, Siri! Você não faz nada que eu peço, que saco! Alexa, imita um tiranossauro rex.

{ALEXA} Eu sou um tiranossauro rex! (rugido)

{Felipe Neto} Isso foi uma das melhores experiências da minha vida! Uma inteligência artificial imitou um tiranossauro rex pra mim e pra vocês também. Eu nem sei quanto tá mais. 8x4, né? 8. Ei, Siri...

{SIRI} Hein?

{Felipe Neto} Eu sou seu pai.

{SIRI} Não, não! Isso não é verdade. Isso é impossível!

{Felipe Neto} alexa, eu sou seu pai.

{ALEXA} Nãããão... isso não é verdade! Isso é impossível.

{Felipe Neto} A mesma resposta! È porque é a mesma resposta do filme "Star Wars". E agora? Empatou. Não tem o que fazer. Vamo pra última, então. Vamo pra última. Alexa, faz uma batida de funk.

Propaganda: Skincare Océane

{ALEXA} Tchum tchá tchá tchumtchum tchá Tchum tchá tchá tchumtchum tchá Tchum tchá tchá tchumtchum tchá Tchum tchá tchá tchumtchum tchá Tchum tchá tchá tchumtchum tchá Tchum tchá tchá tchumtchum tchá

{Felipe Neto} Ca... cabou? Na hora que tava ficando bom. Bom, vai ser difícil pra Siri conseguir superar essa. Ei, Siri, faz uma batida de funk.

{SIRI} Hã? Todo mundo preparado? Ok! Então, lá vamos nós. 3,2,1... (cantando com voz robotizada) Dum quecháquechá dum tôcom chá tucdum quecháquechá dum tôcom chá tucdum quecháquechá dum tôcom chá tucdum quecháquechá dum tôcom chá tucdum Aqui está está,está, está uma batida legal. Legal, legal,legal,legal, pra você improvisar, improvisar, improvisar, improvisar, improvisar... Então, vamo lá. Vamo lá, vamo lá, vamolá, vamo lá.Dum quecháquechá tôcom chá tucdum quecháquechá dum tôcom chá tucdum quecháquechá dum tôcom chá tucdum é só levantar, levantar,levantar,levantar da cadeira ou sofá, sofá, sofá, sofá, sofá, e dançar sem parar,sem parar,sem parar, sem parar,

sem parar. Chacoalhar, chacoalhar,chacoalhar,chacoalhar,chacoalhar,chacoalhar, Dum quecháquechá dum tôcom chá tucdum quecháquechá dum tôcom chá tucdum quecháquechá dum tôcom chá tucdum quecháquechá dum Segura essa e vamo sair do chão aí! Dum quecháquechá dum tôcom chá tucdum tôcom chá tucdum quecháquechá tôcom chá tucdum quecháquechá dum ôcom chá tucdum quecháquecháquecháquecháquechá

{Felipe Neto} (grita) Chega!

{SIRI} quecháquecháquechá bum!

{Felipe Neto}Ponto pra Siri! Caramba, mano, ganhou da Alexa na batida!Caraca! Mandou muito, tô aqui suando, véi. Nossa Senhora. Não esperava isso, não. Diminuir o ar aqui, put... Então, final: o placar foi 8x5 pra Alexa. Mas, parece que ainda tem duas coisinhas aqui que só a Alexa faz e eu vou perguntar agora. Então, vamo ver. Alexa, miau?

{ALEXA} (miando) Miau, Miau. Miau.

{Felipe Neto} (risos) Porque que alguém pensou nisso, cara? E pr último... Alexa, faz o gritinho do Michael Jackson.

{ALEXA} Abrindo Michael Jackson. Quer que eu tente dar o gritinho?

{Felipe Neto}Sim!

{ALEXA} (Grito do Michael Jackson)

{Felipe Neto} (Susto e risos) Ok, galera. Se inscreve no canal e deixa seu like. E você concorda comigo? A Alexa ganhou? Na minha contagem foi 8x5, não é isso? Eu espero que eu tenha acertado aí. Coloca aí, edição, o resultado certo. Clica no like, se inscreve. E vai lá conferir a nossa loja, link no topo da descrição aqui embaixo. Um beijo grande pra todos vocês e vai assistir os outros vídeos aqui, tá? Beijo, tchau!

[Música de Fundo]

Imagens de #MãesComFelipeNeto

Link do vídeo 02	https://youtu.be/uel_ew90rzs?si=r1wPgytmJAXVORqw
Título do vídeo 02	REAGINDO A 10 ANOS DE CANAL [10]
Transcrição conteúdo narrado	
<p>Propaganda: Blip; QCY</p> <p>{Felipe Neto} Olá, eu sou o Felipe Neto. Cara, 10 anos! (Gritando) 10 anos! Tô velho.</p> <p>[Música com a vinheta]</p> <p>{Felipe Neto} Dia 24 de abril. Agora, eu completei 10 anos de uploads no YouTube. Eu tenho mais tempo do que isso, eu comecei antes, mas eu considero 24 de abril o aniversário porque foi quando realmente nasceu o “Não faz sentido”, que foi meu primeiro quadro no YouTube. Foi quando nasceu, com óculos escuros, com um pouco de cenário e tal. Então, essa é a data oficial que...que tanto eu quantos os fãs celebramos o aniversário do canal. E eu não fiz nada de especial no dia porque nesse isolamento, quarentena... eu não tive como, eu não tenho ninguém aqui, junto comigo. Enfim, eu não fiz nada. E aí, eu descobri uma coisa muito interessante. O PewDieie fez um vídeo celebrando os 10 anos do canal dele. O que me deixou muito chocado, porque eu não sabia que a gente tinha a mesma idade de YouTube. E aí, ele fez esse vídeo aqui, né ... 2010,2020,ó! (mostrando na tela de fundo) E eu descobri que enquanto o meu canal faz aniversário dia 24 de abril de 2010, quando ele nasceu... o do PewDiePie é dia 29 de abril de 2010! O que prova em definitivo que sempre foi ele que me copiou! Nunca foi o contrário, foi sempre ele me copiando, tá vendo?Eu comecei 5 dias antes, Pewds. Eu sou o pioneiro. (risos) Você me copiou. (risos) Eu não consigo falar isso sério, mas tá bom. Então, já que ele me copia há 10 anos, eu falei: “Eu vou copiar o vídeo dele de 10 anos então.” É revanche agora. Eu vou copiar algo que ele fez. E aí, o que ele fez? Ele foi fazendo meio que um react de um vídeo pelo menos de cada anos desses 10 anos. Eu decidi que eu vou fazer a mesma coisa, vou copiar a tchumb, vou copiar tudo. É... não gostou, faz B.O, PewDiePie. Vem me processar no Brasil. Aproveita e me dá um abraço, tira uma foto comigo. Não, mentira, eu não sou esse tipo de fã, não. Mentira, eu sou sim, Com poucos, mas eu sou. (risos) enfim, eu achei uma coincidência muito bizarra a gente ter começado os canais com 5 dias de distância um pro outro. E eu decidi que eu vou olhar vídeos ao longo desses 10 anos de jornada. Esse é um vídeo que é realmente pra quem é fã. Eu quero que você identifique e deixe nos comentários... qual foi o momento que você passou a assistir. Em que momento desses 10 anos você começou. Qual é o primeiro vídeo dessa lista aqui que você vai reconhecer. E aí, você deixa qui nos comentários que eu quero muito saber. Aproveita e já senta o dedo nesse like, em comemoração a esses 10 anos. E lembre-se de trazer novos inscritos, pra saga Minecraft ter muitos episódios. Ok? Traga novos inscritos pro canal. Pra quem não sab, o primeiro vídeo listado no canal, upado, é esse aqui. [vídeo na tela de fundo] é um vídeo de 2 segundos que é literalmente só isso.</p> <p>{Vídeo} (Felipe Neto rindo)</p>	

{Felipe Neto} (risos) esse foi ao ar dia 19 de abril. Eu tinha 22 anos. Eu estava testando como é que ficava a câmera filmando em HD. Em... 1080? ou 720? 720! Nem tinha 1080 ainda direito. Aí, eu fiz esse teste pra ver como é que ficava em 720. E ficou lindo.

{Vídeo} (Felipe Neto rindo)

{Felipe Neto} A lá, a camisa do Botafogo, uma bela risada. Eu deixei até hoje no canal porque, é... sei lá. É vergonha, Aliás, esse vai ser um apanhado de vergonhas alheias. A gente vai ver muitas vergonhas aqui e ficar muito constrangido coma a minha história. Mas eu não me arrependo de nada, nem dos meus erros. Bom, dia 24 de abril de 2010. [tela de fundo mostrando os vídeos do canal dele]. Foi o dia que esse vídeo nasceu. Quando eu gravei o primeiro “Não faz sentido” oficial mesmo. Que eu botei óculos escuros. Fui no shopping, comprei roupa pra poder fazer o quadro. Me preocupei em fazer algum tipo de cenário... vamo ver um trech... é muito difícil de assistir, gente. (griando) Me ajuda, Deus! Vai ser tenso.

{Vídeo} [música de abertura]

Felipe Neto: Hey, eu fui ao shopping

{Felipe Neto} Eu já não quero assistir. Urghhhh! Cês conhecem o termo pra isso, né? Cringe. Cringe significa: (ruído) Não existe palavra em português então a gente fala “cringe” mesmo. Que cringe. “Hey! Eu fui ao shopping.”

{Vídeo}

Felipe Neto:.. no feriado aí porque eu precisava comprar todas essas coisas que não fazem o menor sentido. Eu tive que ir porque roubaram os meus posters. Como eu disse no meu último vídeo e algumas pessoas disseram que era mentira. E não é, realmente roubaram os meus posters.

{Felipe Neto} Porque que eu falava com essa voz? (imitando) Realmente roubaram os meus posters. Por que eu fazia esse sotaque paulista? Tenha orgulho do seu “x”, ô imbecil!

{Vídeo}

Felipe Neto: Tive que ir ao shopping pra poder comprar essas coisas e comprar algumas camisas também, né. Tipo essa.

{Felipe Neto} Façam fila, mulheres. É, eu pegava muita mulher nessa época. Tá doendo assistir. Tá, tipo, doendo. Eu lembro que nessa época eu achava que o meu cenário ia ser assim, com 2 paredes. Ia ter esse lado e esse lado aqui. Aí depois eu percebi que o melhor era usar esse lado aqui. Mas o primeiro “Não faz Sentido” de todos tem esse cenário escrotíssimo, com 2 lados de parede. Gente, isso é muito difícil pra mim. Assistir isso aqui.

Propaganda: Amaro

{Vídeo}

Felipe Neto: ...fotos que eu tirei dentro do provador do shopping. E eu tive que explicar pra mulher por que que eu estava levando uma câmera, um tripé e uma camisa feminina pra dentro do provador masculino. Então, ela tava vendo, porque aquela mulher tem que ver as roupas que você tá usando... pra poder contar e dar aquela plaquetinha, e ela passou, passou, passou... olhou pra mim... “Que isso?” E eu tive que explicar pra ela que na verdade eu faço vídeos pra internet. E que eu não era gay.

{Felipe Neto}(respira ofegante) Se você tá deprimido nesse momento... é...você não tá mais do que eu.

Propaganda: Valorant; Blip

{Felipe Neto} Eu quero que você use esse vídeo como um exemplo de... persistência (risos) Uuuuh! Eu tô até suando um pouco. Sempre que a gente começa qualquer coisa na vida, a gente é uma bosta. Sempre, sem exceção. Ninguém começa sendo brilhante, ninguém. Tipo a primeira vez que o Ronaldinho

Gaúcho peou uma bola, ele não driblou todo mundo e se tornou o maior gênio do futsal. Eu garanto pra você. Ninguém nasce sabendo! A primeira tentativa de qualquer coisa é uma bosta. E isso era eu, sendo uma bosta. Eu vou parar por aqui porque tá muito contragendor. Esse foi o ano, 2010. O ano em que tudo começou. À partir dali, as coisas começaram a caminhar. Olha, esse vídeo te 3,8 milhões de views. O segundo vídeo já era, ó... no outro...

{Vídeo}

Felipe Neto: Hey! O mundo tá fu.....(efeito sonoro que tampa o palavrão)

{Felipe Neto} Aaaah, palavrão! E falava palavrão nessa época. Todos os palavrões vão ser censurados. Pelo amor de Deus. Quem lembra dessa vinheta?

{Vídeo}

(música de abertura)

Felipe Neto: Tem um aspecto em que o mundo tá...

{Felipe Neto} Olha como é que eu já mudei de um vídeo pro outro! Agora eu decidi assumir minha própria voz. E começar a falar que nem um ser humano normal.

{Vídeo}

Felipe Neto: O mundo tá muito f*** tem muitos aspectos em que o mundo tá muito f*** Mas tem um aspecto em que o mundo tá realmente f*** é a lógica entre homens e mulheres.

{Felipe Neto} Nããão! Cala a boca já tá errado aí! Já sei que vou falar bosta. Já sei que tá errado. Eu achava... nossa, eu era... 2010, gente. Criado numa maneira conservadora. Não é nem culpa dos meus pais, não. De maneira nenhuma. Deram a melhor educação do mundo pra mim. Mas eu, era muito conservador nessa época e muito burro ainda. Acontece. Mas, esse vídeo não bombou. O primeiro vídeo que bombou o canal... foi esse aqui, em que eu sacaneei a banda Restart, banda Cine...

{Vídeo}

Felipe Neto: Hoje eu tô aqui pra falar de um outro assunto sério. Vou falar das bandinhas coloridas.(vinheta- música de abertura)

{Felipe Neto} Eu lembro que eu achei essa piada muito boa. Tipo, eu falei: “Ah, agora o fundo vai ser colorido, já que eu tô falando de bandas coloridas.”

{Vídeo}

Felipe Neto:(vinheta- música de abertura) como eles chegaram lá? Como eles alcançaram isso? E eu lembro da minha juventude, ouvindo Legião Urbana ouvindo um pouco de Cazuza

{Felipe Neto} (faz o sinal de rock'n roll com a mão)

{Vídeo}

Felipe Neto: Várias outras bandas que tinham algum tipo de mensagem pra dizer além de “A sua babinha é muito atraente, eu quero te dar um beijo.” Qual foi o processo? Porque eu vivi essa época e eu não acompanhei isso. De repente, quando percebi, PLÔ só tinha m*** e quando você foi ver, tava tudo colorido! Tudo colorido! Todo jovem, colorido pra c****. Não sei por que esta m*** chegou aonde está Então gente colorida é uma coisa que me irrita. Tô falando que eu não gosto de gente que usa roupa colorida. Pega aquela calça laranja. Quem foi o filha da p*** que inventou uma calça laranja?

{Felipe Neto} Esse foi o primeiro vídeo que oficialmente me colocou no mapa. Eu lembro que as pessoas me paravam na rua e falavam: “Quem foi o filha da p*** que inventou a calça laranja? E hoje em dia eu sinto tanta falta das bandas coloridas. A gente nunca sabe o que vai acontecer, né. A gente reclama da

música atual, sempre! Acho que todas as gerações. E... se a gente pudesse viajar no tempo, pra 10 anos depois... a gente olha e vala: “Caramba, que saudade. Aquela época é que era bom.” Volta Cine. Volta Restart. Por Favor. Voltem. Bom, esse vídeo me colocou no mapa em 2010, mas qual foi o real vídeo de 2010 que explodiu de uma maneira absurda... foi esse aqui. E esse talvez seja o ponto de partida que muito de vocês me conheceram. Não os mais jovens. Tem gente que não tava nem vivo quando esse vídeo foi ao ar. Mas, o “Não Faz Sentido- Crepúsculo”.

{Vídeo}

Felipe Neto: “Eu te amo, Bella” Unf! (Vinheta- Música de abertura)

{Felipe Neto} (risos) É muito ruim (risos)

{Vídeo}

Felipe Neto: Crepúsculo. Ah, Crepúsculo... O livro que mais marcou a adolescência depois do Harry Potter e que mais causou estrago na juventude mundial. Eu li. Eu li e vi e eu fiquei triste. Eu senti dor. Doeu. E eu vou dizer pra vocês por quê.

{Felipe Neto} Eu realmente li, tá? Todas as coisas que eu fal mal eu realmete assisto ou leio ou consumo, pra poder criticar.

{Vídeo}

Felipe Neto: Stephenie Meyer, que é a autora do livro, é muito inteligente. Porque o que ela fez? Ela decidiu criar um livro onde uma...

{Felipe Neto} Tá, deixa eu chegar aqui, na parte ... nas partes que a galera mais bombava. Eu lembro que quando eu poste esse vídeo, com 11 minutos e 42 segundos, eu falei: “Mano, ninguém vai assistir um vídei de 11 minutos no YouTube.” “Quem vai assistir isso? Cara, eu sou muito maluco, dane-se, vai. Vou botar no ar.”

Propaganda: HBO Max; Infinite Pay

{Felipe Neto} Cadê? A parte que a galera mais se amarrava, essa era uma.

{Vídeo}

Felipe Neto: Quando você é viciado em Crepúsculo, eu preciso ser sincero. Sabe como é que o mundo olha pra você? “Vampiro, vampiro, vampiro!” oh my God, oh my God, Oh my God, oh my God! Edward, Edward! Vampiro! Vampiro” “Cala a boca!”

{Felipe Neto} (risos) Que idiota. Mas, aqui, a imitação foi a parte que a galera mais pirou.

{Vídeo}

Felipe Neto:.. em uma cidade nova e lá ela descobre o rpíncipe encantado. Um cara que nenhuma garota conseguia agradar. Mas do nada, ele de repente cria um encanto sobrenatural sobre a Bella. Sem uma p*** de um motivo! A paixão dos dois é despertada de uma mneira completamente do nada! Uma troca de olhares e pronto, f***. (imita os olhares de Edward e Bella) Hi! (imitando o Edward) I love you (imitando a Bella)

{Felipe Neto} Isso é muito real, mano! É exatamente assim na história. É exatamente assim! E eu fiquei treinando muito tempo no espelho pra conseguir fazer a cara da Bella. Porque eu percebi que a Kristen Stewart, todo filme que fazia, todos os personagens... e até hoje 10 anos deppos, todos os personagens da Kristen Stewart... ela tem a mesma cara, que é essa: (imita a cara) Eu não tô zoando, bota na tela. (Música orquestrada, mostrando as caras da atriz Krsiten Stewart) Eu não sei por quê! Ela tem algum problema de botar, deixar os dentes dentro da boca. Enfim, sigamos. 2010, o anos que mudou minha vida. Aí veio 2011. E eu continuei fazendo o “Não faz sentido”. Mas em 2011 eu já via que o “Não Faz

sentido” não tinha muito futuro. E eu comecei a Parafernalha, que foi a primeira empresa que eu abri dentro desse mercado digital de entretenimento. E comecei a focar muito mais nisso, então eu comecei a diminuir a quantidade de vídeos. Então deixa eu ver aqui um vídeo que fez sucesso em 2011. Esse aqui, de jogadores de futebol.

{Vídeo}

Felipe Neto: O futebol tá virando a família Rsetart, véi.

{Felipe Neto} (risos) Tava mesmo. Foi a época que os jogadores todos só se preocupavam com cabelo, aparência e etc. Não que tenha mudado muito de lá pra cá, mas melhorou um pouco. E eu tenho... até hoje eu tenho certeza que esse vídeo é a grande razão do Neymar me odiar até hoje. Porque esse vídeo eu sacaneio muito o Neymar, eu faço muita piada com o Neymar. E o Neymar era um adolescente. E esse vídeo estou rou na época. Tipo, qualquer vídeo que pegasse 2 milhões de views naquela época em 2010 era assim fenômeno nacional! E eu acho que muita gente zoou o Neymar por causa desse vídeo e por isso que até hoje ele tem... tem problema comigo.

{Vídeo}

Felipe Neto: Tinha que ter uma regra da FIFA que proibisse de uma vez por todas que jogador de futebol entre no salão de beleza. P*** é um mais escroto que o outro! Olha pra isso! (mostra fotos de jogadores de futebol) E essa merda aqui?! E o rei de todos eles (fotos do Neymar).

{Felipe Neto} Em minha defesa: eu tô errado? (risos) Ai, meu Deus do céu.

{Vídeo}

Felipe Neto: Neymar! Ô Neymar. Cê parece uma cacatua. Cacatua! O pior é que essa moda...

{Felipe Neto} Ou seja, por causa disso, eu acho que o Neymar me odiou durante muito tempo, até hoje. Eu não sei. Meu Deus do céu. Pra você ver, em 2011, como eu já tava muito mais focado na empresa... eu só fiz 9 vídeos. Em 12 meses, só 9 vídeos. E aí vem 2012, que foi um ano onde eu tentei dar um pouco mais de atenção pro YouTube. Então eu fiz alguns vídeos que entraram um pouco pra história do meu canal. Entre eles “O maior brasileiro de todos os tempos”, onde de novo eu peguei no pé do Neymar. Tá começando a fazer um pouco de sentido o ódio dele por mim. (risos)

{Vídeo}

Felipe Neto: Pra quem não sabe, o SBT acabou de fazer um concurso... pra eleger quem foi o maior brasileiro de todos os tempos. E adivinha que foi que ganhou o poder de decidir os 100 maiores? O povo! Pro Público, pro povo. Entre todos os seres humanos que já passaram pelo Brasil, que nasceram no Brasil. Esse cara é o vigésimo maior e mais relevante brasileiro entre todos eles. Ele é... (bate na mesa) aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaahhhhhhhh Neymar!

{Felipe Neto} Ah, cara. Mas isso foi sacanagem, né? Em 2012, quantos anos o Neymar tem? (digita pesquisando) 20 anos! Com 20 an... tinha 19 eu acho, até. 19 ou 20 anos. Escolheram ele como o vigésimo maior brasileiro de todos os tempos da história do planeta. Da história! Da história! Eu sacaneei muita gente nesse vídeo. Eu fiz muitas inimizades nessa época do “Não Faz Sentido”. Aqui, ó... Sacaneei também o apóstolo Valdemiro.

{Vídeo}

Felipe Neto: Valdemiro...

{Felipe Neto} A lá, A lá.

{Vídeo}

Felipe Neto: ...Silas Malafaia e Bispo Macedo.

{Felipe Neto} ò isso, ó as posições. Maiores brasileiro de todos os tempos. E isso aí o público elegendo, mano. Mas, tudo bem, pelo amor de Deus... SBT, não faça de novo. Eu tenho muito medo de quem ganharia hoje em dia.

Propaganda: Open English

{Felipe Neto} Muito medo. Em 2012, eu fiz esse vídeo, fiz vários outros. E também foi quando saiu o "Amanhecer". O último da saga Crepúsculo, que eu também fiz um vídeo e repito. Que estourou, fez muito sucesso. E, também, 50 tons de cinza. Foi quando eu comecei, ó falei pela primeira vez do 50 Tons de Cinza. Esse vídeo é "imostrável" aqui. Porque só fala das partes proibidas. Aqui eu já morava no novo apartamento... já tinha um cenário diferente.

{Vídeo}

Felipe Neto:... o masoquismo ou o cacete da denominação que for. Se as pessoas estão ali em comum acordo, gostam disso e tudo mais, bacana. Só que se você é virgem, beijou 2 caras na sua vida e aparece um cara rico e poderoso, que chega pra você e fala: "Eu quero atochar coisas na sua bunda..."

Propaganda: HBO Máx

Vídeo}

Felipe Neto:...você sai dali, querida!

{Felipe Neto} (risos) É, como vocês podem ver, é imostrável". Uma correção: não, 50 Tons de Cinza já era 2013, tá? Já era 2013. E 2013 é o ano e que eu começo a me politizar. A rever alguns conceitos, a me manifestar contra a homofobia, contra machismo, contra várias questões né, que hoje são consideradas "pautas esquerdistas". E muita gente fala assim: "Ah, o Felipe Neto agora só virou isso tudo aí de ... de causa social pra poder ganhar seguidor. Não, eu comecei lá atrás, em 2013. Você só não lembra ou não acompanhava. Que foi quando lancei o vídeo de homofobia... que eu me orgulho bastante. Tem o Feliciano aqui na thumbnail. Esse vídeo bombou muito e eu tenho bastante orgulho dele. 2013 foi um ano em que eu me afastei completamente do YouTube. Ali realmente eu, meio que dei uma sumida legal. Porque eu precisava focar nas empresas. Então, eu praticamente não lancei vídeo em 2013. Eu lancei o "Não faz Sentido- 50 Tons de Cinza", o "Não Faz Sentido- Homofobia", o "Muda Brasil", onde na época das manifestações e lancei o meu livro, que foi o "Não faz sentido: Por trás da câmera". E acabou. Tipo, só. Não teve outro vídeo em 2013. Eu realmente tava focado nas minhas empresas. E eu tinha decidido que eu não ia mais ser um youtuber. Em 2014, eu decido dar uma volta. Mas eu tinha perdido já completamente o público. Então, eu voltei só fazendo daily vlogs dentro da empresa. Não era um projeto pra eu ganhar muita visualização. Eu só queria mesmo mostrar os bastidores da empresa, fazer piada. E continuar criando alguma coisa, porque eu sentia falta. Então, nessa época eu lançava vídeo com os funcionários, brincava com os funcionários. Né? Mostrava pessoas que eram associadas com a Paramaker.

{Vídeo}

Felipe Neto: E aí, eu tô aqui pra mais um vlog diário do meu canal e eu tô aqui agora com a Nayara...

{Felipe Neto} Ó, ó é a Nayara Rattacasso. Então, era eu basicamente andando pela empresa. Aqui, ó...o dia que eu mostrei o Mike pela primeira vez. Olha que amor, gente. Ó, ó, ó, ó...

{Vídeo}

Felipe Neto: É...um cachorro da raça Golden Retriever. É... e ele...é o novo membro da minha família. Ele é o meu novo amor. Ele tem só 60 dias de vida.

{Felipe Neto} Ooooooun!

{Vídeo}

Felipe Neto: E vocês vão poder acompanhar aqui nesse canal, o crescimento do Mike. Tudo que vai acontecer com ele... em relação à educação que a gente vai dar pra ele, em relação à como realmente... treinar, educar. É...

{Felipe Neto} O Rafa Castro era roteirista da Parafernália. E a Thalita Meneghim, que fez muito sucesso no Youtube depois disso, com o Depois das 11. Em 2014, tivemos Copa do Mundo e o grande fracasso do 7x1. E eu lembro que eu fiz um vídeo... assim, foi bizarro. Eu desci... todo mundo da empresa se reuniu para assistir o 7x1 e acabou, eu desci e fiz um vídeo. E é a primeira vez que eu revejo esse vídeo. Eu nunca revi esse vídeo.

{Vídeo}

Felipe Neto: Olááá, seja bem-vindo para mais um vlog diário.

{Felipe Neto} Porque vocês não me mandavam raspar essa barba escrota, heim? Vocês mandavam, eu é que era cego.

{Vídeo}

Felipe Neto: Acabou de acabar o jogo do Brasil. Eu decidi ligar a câmera pra falar sobre o que aconteceu. Sem ter planejado muito. E bom, pra quem achou a abertura da Copa ia ser a vergonha dessa Copa... nós estamos enganados, né. Nós... nós tomamos no ***.

{Felipe Neto} Para de falar palavrão, inferno! Não conseguia me comunicar sem falar palavrões!

{Vídeo}

Felipe Neto: Porque a maior vergonha da história da, da... da história do futebol! Não é da história da Copa, não é nem da história das Copas do Mundo. O que aconteceu hoje, dia 8 de julho de 2014 nós testemunhamos... o maior vexame da história do futebol mundial, de todos os tempos.

{Felipe Neto} Tá bom, cala a boca. Eu tava frustrado, eu tava muito irritado. Porque eu tava com o ingresso da final, pra assistir a final da Copa. E o Brasil tomou 7x1. Eu fiquei muito irritado, muito revoltado. Isso foi 2014. 2015 eu continuava muito focado nas empresas. Sem dar muita importância pro canal. Mas também foi o ano que decidi criar uma peça de teatro e rodar o Brasil. Então, eu tentei começar a fazer um pouquinho de um vídeo aqui, outro ali. Foi quando eu joguei Minecraft pela primeira vez, inclusive. Com o Rezende...

Propaganda: LATAM

{Felipe Neto} Tem isso aqui...

{Vídeo}

Rezende: Ô, o jogo é muito real, véi.

Felipe Neto: Muito!

Rezende: *****

Felipe Neto: Cara, eu fico surpreso mesmo, cara. É um jogo que expressa toda a realidade, entendeu?

Rezende: Pois é. Isso aí.

Felipe Neto: Porque, você vê, você precisa fazer uma ponte. Você não precisa criar uma estrutura, uma base e tal. Bsta você criar um bloco atrás do outro.

Propaganda: Americanas

{Vídeo}

Rezende: Isso aí, agora... agora você pega mais madeira. Vai , é assim que funciona o negócio.

Felipe Neto: Pronto, agora não tenho mais nada.

Rezende: isso aí, agora...agora você pega mais madeira. Vai, é assim que funciona o negócio. Vai, pega essa madeira aí.

Felipe Neto: Machado.

Rezende: Nossa, o cara já tá sabendo até quebrar madeira, cara.

Felipe Neto: Eu sei de tudo, rapá. Porque é a lógica, é a lógica do Minecraft.

Rezende: Meu Deus, isso mesmo.

Felipe Neto: Tipo, você quer cortar madeira, você pode usar um machado ou você pode usar a unha.

Rezende: Você pode usar a mão. É, a mão, isso aí.

Felipe Neto: Isso, o Minecraft é inteligente. É um jogo inteligente, entendeu? Ih... Ih, eu mergulhei cara. **** que que eu faço? Eu vou morrer afogado, cara!

{Felipe Neto} O Rezende ainda era um youtuber de Minecraft e ele gravou junto comigo. Esse vídeo foi muito legal, cara. Mas é cheio de palavrão. É muito difícil mostrar pra vocês conteúdos dessa época, porque eu falava palavrão a cada vírgula. Mas, 2015 foi mais uma ano em que eu fiquei afastado, em que eu fiz muito poucos vídeos. E que eu só mantinha o canal atualizado por diversão. Eu continuava focado somente nas empresas. 2015 também foi quando eu fui estudar em Harvard. Eu tenho um vídeo em Harvard. É, mstrandando os bastidores de como foi lá, né. Como que tava sendo estudar. Eu tava muito voltado pro mundo de business, pro mundo dos negócios, estudando sem parar. E fazendo as empresas, então eu realmente não priorizava o YouTube. Mas esse vídeo é bem legal pra que quiser saber como são os bastidores lá de Harvard. É, foi uma das melhores experiências da minha vida.

{Vídeo}

Felipe Neto: Bom, aqui é basicamente onde a gente comeu durante todo esse tempo. Nossos almoços, jantares... Bom, esse é o mapa. Aqui é onde eu tô, Tatá Hall, e nesse momento, a gente está aqui. Nossa, andamos pra c****.

{Felipe Neto} Mas nem mostrando um mapa você ficava sem falar palavrão ?!

{Vídeo}

Música de fundo

{Felipe Neto} Meus amigos, com quem eu dividia o dormitório.

{Vídeo}

Felipe Neto:(em inglês) Ei Cara! Você me permite te filmar?

Amigo 1:(em inglês) O que você vai fazer comigo?

Felipe Neto:(em inglês) Eu vou postar no RedTube.

Amigo 1: (risos)

Felipe Neto: “Bla ble uga buga blaeb lae mate”(em inglês) Como é que é?

{Felipe Neto} Não entendia NADA do que ele falava! Neozelandês, cara, a gente é amigo até hoje. Eu não entendia nada do que ele falava, era muito difícil. Sotaque da Nova Zelândia.

{Vídeo}

Felipe Neto :(em inglês) Fala devagar. Porque o Parafernália é muito melhor que Porta dos Fundos, tá ligado?

{Felipe Neto} A legenda que imbecil.

Vídeo}

Felipe Neto:(em inglês) Ah vai se f***. Ele acabou de mostrar uma foto de um ****. Esse é o Dale, ele é da Nova Zelândia. E eu não consigo entender uma palavra do que esse cara fala. Porque ele tem um sotaque**** que é muito difícil de entender. Diga algo para os Brasileiros, cara.

Dale: “jabuticaba nordestina amolece maravilha sem montanha caixa aberta” (legenda feita pelo canal) te vejo em casa.

Felipe Neto: Eu vou tentar legendar essa **** mas eu prometo que não vou conseguir.

Dale: Você já me cansou, Junior. Sai fora.

{Felipe Neto} (risos) Ai, tá bom. Deu saudade, deu vontade de ficar assistindo. Seguindo em frente. E aí vem 2016, que é o ano em que eu decido de fato voltar de vez pro YouTube. Eu decido que vai ser o ano que eu vou encerrar o “Não Faz Sentido”. Vou dar um ponto final pro “Não faz Sentido”. E vou focar a minha vida em criar um canal de diversão, de alegria... Enfim, que deixasse as pessoas felizes. Então, eu gravo vídeo com outros youtubers, eu gravo vídeo com o Whindersson. Gravo vídeos com vários outros youtubers. Se vocês forem lá assistir, tem várias coisas dessa época. E eu começo a fazer experimentações, coisas diferentes, coisas ousadas pro YouTube. Que dão muito certo. Tipo essa campanha que eu fiz, de escola x faculdade tem 21 milhões de views.

{Vídeo}

Felipe Neto: Oláááá!

{Felipe Neto} Olha esses cenário!

{Vídeo}

Felipe Neto: Bom Gente, eu sei que muitos de vocês que me acompanharam na faculdade ou vão começar a faculdade muito em breve.Então eu tô aqui hoje, junto de Gillette, para falar do momento em que a vida dá um click.E você deixa de ser um menino pimpão do colégio e passa a ser um homem universitário.

{Felipe Neto} 21 milhões na campanha publicitária. De nada, Gillette! Pior, não me procuraram pra fazer outra campanha. Vai entender. 2016: o ano em que eu pergunto pra Xuxa se ela é satanista.

{Vídeo}

Felipe Neto: Oláááá! Seja bem vin...

{Felipe Neto}Sério. Acho que fui a primeira pessoa na história a, junto com a Xuxa num vídeo, perguntar: “É verdade ou não que você tem pacto com o Diabo?”Óbvio que eu sabia que não era, óbvio! Mas, ninguém tinha perguntado pra ela na câmera, eu acho. Então, eu tenho muito orgulho desse vídeo com a Xuxa. E é o ano em que eu termino o “Não Faz sentido”. É, eu faço o “Não Faz Sentido- Biel”, que

pega 10 milhões de views. Faço o “Gente que escreve errado 2”. Faço o “Deus quer que você morra”. Faço o debate com Marco Feliciano, que... né, entrou pra história. Muita gente assistiu esse debate. E o último “Não faz Sentido” de todos da história é o “Não Faz Sentido- astrologia” que eu decido terminar falando sobre astrologia. Porque eu realmente detesto astrologia. Quem me conhece sabe do que eu tô falando. E ali, gente, em 2016, eu começo o compromisso de tentar fazer os vídeos diários. E ali a minha vida muda pra sempre. Muitos de vocês passaram a me conhecer em 2016. Foi quando isso aqui aconteceu. 12 de novembro, o ano em que eu troco o cabelo pela primeira vez.

{Vídeo}

Felipe Neto: Tão prontos? (música “A nova loira do tchan”)

{Felipe Neto} Ahh tem direitos autorais, Felipe!

Propaganda: HBOMax

{Felipe Neto} Pois é, em 2016 começa a saga dos cabelos. Eu termino o ano com ele platinado. Em 2017, vem o cabelo azul.

{Vídeo}

Felipe Neto: Aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaahhhhh! Eu tava tão bonitinho loiro, gente to...

{Felipe Neto} Não tava não.

{Vídeo}

Felipe Neto: Todo mundo falando pra mim: “Ai, ficou tão legal. Parece até que era loiro desde pequeno.”

{Felipe Neto} Não tava... ninguém falava isso não.

{Vídeo}

Felipe Neto: “Super combinou com seu tom de pele”. E agora tá aí. Virei a Tati Zaqui. Pode começar as piadinhas. Quem sou eu? Caneta BIC. Smurf, Sonic, Squirtle, Bidu, Avatar, Galinha Pintadinha. Mas com muito orgulho, tá bom?

{Felipe Neto} Porque eu estava comemorando 8 milhões de inscritos. 8 milhões. Início de 2017, 8 milhões de inscritos, gente. Hoje nós somos quase 38 milhões de inscritos. Caraca, quanta coisa mudou. Ali começa a saga, eu já fazia vídeos todos os dias. Não tem como eu mostrar muita coisa. Depois veio o cabelo rosa, depois veio o cabelo misturando rosa com loiro, com azul, com preto que foi o cabelo de 10 milhões. Foi quando eu comecei a namorar a Bruna. Então, a Bruna começa a aparecer no canal.

{Vídeo}

Felipe Neto: Êêêêêêê! Bruna Gomes, também conhecida como moção. Também conhecida como...

Bruna: Coisas boas, fala aí.

Felipe Neto: (risos) Que que eu e chamo?

Bruna: de só isso?

Felipe Neto: De só moção? Não, chamo de mozinha também.

Bruna: De mô.

Felipe Neto: Mô... a gente não é muito criativo pra apelido, né?

Bruna: mô.

Felipe Neto: A gente não é muito criativo pra apelido né?

Bruna: Não.

Felipe Neto: Vamos criar um apelido agora?

Bruna: Manteiga não, pelo amor de Deus.

Felipe Neto:**** que pariu. A manteiga. **** Pra quem se lembra do vídeo da manteiga, vocês encheram tanto o saco dela...que a menina tá traumatizada, ela não come mais manteiga. Agora cocô vai ser a minha moranga da viola.

Bruna: Bem interessante.

{Felipe Neto} Eu nunca mais chamei ele de moranga da viola. Também foi o ano que eu me mudei aqui pra Netoland. E 2017, no finalzinho de 2017, foi quando lancei o vídeo de maior sucesso da história desse canal até agora. Tem 62 milhões de views a paródia de Despacito, Rebuliço. Que eu não posso dar play, porque senão eu vou perder a monetização desse vídeo aqui. Mas, que vocês gostaram bastante. E foi isso. 2017, o ano em que as coisas mudaram em definitivo. Foram muitos inscritos mas nada supera 2018. 2018 foi o ano que eu mais ganhei inscrito na vida. É, foi um ano bizarro. Realmente impressionante. O ano que o canal mais explodiu em ganho de inscritos. Mas, não foi onde eu bati meu recorde de views. Porque o meu recorde de visualizações eu bati agora. Em abril de 2020, foi o mês com a maior quantidade de visualizações da história desse canal. 354 milhões em um único mês. Mas, 2018 foi um ano maravilhoso. Foi o ano que nasceu os Irmãos Neto. O ano em que eu e o Luccas começamos a gravar muita coisa juntos. O ano que o Luccas explodiu gigantescamente. E 2018 foi o ano que a gente mais foi alvo de fake news e mentiras e muitos ataques. Muitos, muitos ataques. É, mas também foi um ano maravilhoso. Aqui, ó... comemorando 21 milhões de inscritos. Um ano de vários reacts. Muitos e muitos reacts de músicas. Bendy and the Ink Machine, que vocês tão me cobrando até hoje o último episódio. Ano de Copa do Mundo. Vários vídeos sobre a Copa do Mundo. 2018 foi os anos desse vídeo aqui.

{Vídeo}

Felipe Neto: E aê, galera! Olááááá!

{Felipe Neto} Que eu acho que é um dos vídeos favoritos de muita gente. O vídeo em que eu nado com o Mike. Eu amo esse vídeo.

{Vídeo}

Felipe Neto: vem cá, vem cá, vem cá... Pronto. Você sabe nadar, cara. Você é um golden.

{Felipe Neto} Olha ele morto. Morto de medo gente.

{Vídeo}

Felipe Neto:Mostra que cê sabe nadar.Ahhhhhhh você sabe nadar (risos)

{Felipe Neto} E depois desse dia ele nunca mais entrou na piscina. Ele não gostou, não sei. É o único Golden no mundo que não gosta de piscina. 2019 vem e a gente inaugura a Netolab. Né? Foi o ano em que a gente foi oficialmente pro nosso novo cenário, pra nossa nova estrutura da Netolab. E o ano em que tudo se profissionalizou a beça. Foi um ano muito feliz da minha vida. Muito, muito, muito feliz. A gente começa naquela Netolab, né. Que é aquela casa.

{Vídeo}

Felipe Neto:Oláááááá!

{Felipe Neto} Muitos de vocês acompanharam, gostaram bastante da casa. Lembram dessa casa, gente? A primeira Netolab oficial. Foi quando finalmente eu comecei a ter uma equipe, roteiristas, né. Uma estrutura, produtores e tal, trabalhando no meu canal. Eu sempre tive pra trabalhar em empresa e em

outros canais que a gente trabalhava. Mas nunca no meu canal, dessa forma. E aindaem 2019, é o ano que a gente vai pra sede nova da empresa. Que vocês já conhecem e gostam bastante. E é difícil falar de doisad em 2019, por que foi agora. Então, vocês lembram de tudo que aconteceu em 2019, né. Foi o Show da Black Friday. Eu acho que o momento mais épico de 2019. Foi quando a gente bateu o recorde de uma live de entretenimento no YouTube. Na história do YouTube mundial. Né? Com... o meu canal pegou 480 mil pessoas simultâneas. No total, somando todos, mais de 530 mil pessoas simultâneas. E até hoje é a maior live de entretenimento da história. Não considerando lives musicais, né? As lives musicais vieram aí, pra mostrar números exorbitantes. E dá muito orgulho do YouTube, dos números que eles conquistaram. Mas a live da Black Friday continua sendo a maior live de entretenimento da história. E me dá muito orgulho. Essa foi uma live que, sério... que felicidade eu ter feito esse projeto. Cês não tem ideia da quantidade de trabalho.

Propaganda: Stream K-Drama

{Felipe Neto} É muito difícil colocar em palavras como foi colocar isso tudo de pé.

{Vídeo}

Felipe Neto: se a gente chegar à meio milhão de pessoas simultâneas, eu dou um selinho no Castanhari.

Bruno: Porque que tem geleia aqui dentro?

Felipe Neto:É... é calda. É calda de ovo podre.

Felipe Neto e Castanhare: 2,3 ...vai! (dão um selinho)

Mc Kevinho: A gente veio do YouTube, então...gradidão eterna à toda galera do YouTube.

Felipe Neto: (chuta a bola, e comemoraram)

{Felipe Neto} E aí veio 2020, o ano que nós estamos... e o ano que duas coisas definem esse canal. A pandemia, que define o que o mundo tá acontecendo. E obviamente, isso aqui.

{Vídeo}

Felipe Neto:Minecraaaaaaaaaaaaaaaaaaft! Então eu fiz...

{Felipe Neto} E... depois de 10 anos... 10 anos. Eu quebrei meu recorde de visualizações no mês de abril, agora. Ou seja, no nosso último mês, foi o meu recorde. E bizarro comemorar 10 anos de YouTube e o último mês desses 10 anos...ser o maior mês da história do canal. É muito icônico isso pra mim. É muito simbólico, é muito...olha como a gente tá no caminho certo. Eu tô muito feliz. Muito contente com esse momento. Já tiveram momentos em que eu falei pra vocês que eu tava triste, que eu tava com dificuldade. E é óbvio que eu tenho dificuldades na minha vida pessoal, o isolamento tá muito difícil pra todo mundo. É óbvio que eu faço terapia, eu lido com esses problemas. Mas nunca estive tão feliz com o meu canal. Nunca estive tão feliz, eu tô muito, muito satisfeito. Em poder gravar os vídeos de uma maneira mais roots. De poder fazer a saga Minecraft. Eu tô muito feliz. Então, eu quero agradecer do funcho do meu coração por esses 10 anos de história. Quero agradecer a todos vocês que assistem, a todos vocês que convertem novos inscritos todos os dias. A todas as pessoas por trás das câmeras. Quero agradecer a toda essa equipe maravilhosa. Eu quero agradecer do fundo do meu coração ao Bruno Correa.

(música instrumental) Mensagem:

PROBLEMAS TÉCNICOS: NESSE MOMENTO A CÂMERA PAROU DE GRAVAR BRUNO NESSE MOMENTO...

{Bruno} (cara de descontentamento)

vocês, pais e mães que me assistem aí, pessoal mais velho. Pessoal mais perto da minha idade, aqui. Quem nasceu em 2000 já tem 20 anos. Quem nasceu no ano que o Brasil ganhou o penta já é maior de idade. Eu não sei como reagir à isso, eu não sei. O tempo tá passando rápido demais. Se a Terra puder dar uma desacelerada, eu agradeço. Por favor! A gente tem que pedir ajuda pro Mário. Máriooooooooo! Faz o tempo passar mais devagar, pelo amor de Deus! Vamo láa, próximo meme.

(o meme é mostrado na tela)

–“Vamos arrumar a casa hoje.”

-“Não.”

- “okay, dia de relaxar então”

-“Nada de relaxamento! Só sentimento de Culpa!”

{Felipe Neto} Eu não me identifiquei com isso. Você se identificou com isso? Se você se identificou com isso é porque você deixa seu cérebro pensar sozinho. Já falei isso aqui antes e vou repetir, heim: mindfulness. Procurem, estudem e aperfeiçoem. Eu não ganho dinheiro nenhum divulgando isso não, tá? É real! Isso aqui não é merchandising de mindfulness, não. Eu sei que tem muito livro de charlatão por aí, sobre esse assunto. Mas, blindem seus cérebros, pelo amor de Deus. Não pensem sem controle sobre pensamentos! Eu escrevi na tela a frase, porque é a coisa mais importante que você tem que fazer na sua vida. Felipe Neto coach!

Propaganda:

-Kayak

{Felipe Neto} Eu vou virar coach. Se der tudo errado, eu viro coach. Começar a fazer cursinho assim, fazer essas aulas 1 pra 1. Ensinar os segredos da vida. Até que eu teria uma coisinha ou outra pra ensinar. Teria uma coisinha ou outra. O próximo meme que é real demais. “Puberdade”.

(o meme é mostrado na tela)

- O Hulk é a puberdade. Você é o Mike, marido da Phoebe.

-Eu, querendo ser mais alto e ter uma voz grossa.

Aí, a puberdade vira pra você e:

- “Cabelo na Bunda”

{Felipe Neto} (risos) Só os homens vão se identificar, porque, né... mulher na puberdade não tá preocupada em ter uma voz mais grossa. É, todo garoto passa por isso, gente. A gente tem um período, quando a gente tá ali, nos 12,13, 14 anos. Que a nossa voz tá mudando, né. A gente tá começando a engrossar a voz. E ... torcendo pra ficar mais alto, porque assim a sociedade impõe, né. Homem baixo sofre preconceito, etc. E aí, a gente fica torcendo, cara. “caramba, cara. Tomara que eu chegue a 1,80m e minha voz engrosse.” E aí, a puberdade as vezes vem e faz isso mesmo. Toma. Pelos nas nádegas”. Eu também não me identifico com esse meme porque o Hulk não me presenteou com isso. Eu...eu não tenho. Eu sou... eu sou... é, eu não tenho. Não tenho que entrar em detalhes sobre minhas nádegas. Mas, eu não me identifico com esse meme. Será que vai ter algum que eu vou me identificar, meu Deus do céu? Vamo pra próxima!

(o meme é mostrado na tela)

- “Imagina se seu pai fosse um minotauro e sua mãe fosse uma sereia. E você pegasse a metade humana dos dois e agora você é só um cara aleatório.”

{Felipe Neto} Cara, eu me identifiquei com isso porque é o tipo de coisa que eu penso. Mas, o minotauro....O minotauro tem a metade de baixo... Ah não! É centauro! Confundi tudo! O centauro é

metade cavalo e metade de cima humano. O minotauro é aquele que a metade de baixo é humana e a metade de cima é touro. Então, aí seria a metade de baixo das pernas, humanas. E as sereia, metade de cima humana. Aí, você ia pegar a metade dos dois, ia nascer um cara aleatório. Podia ser pior né? Você podia nascer metade peixe, metade touro. Imagina você indo pra escola. Você ia viver aonde? Metade num aquário, metade na selva? Nem sei onde é que o touro vive, o touro do minotauro. Vive na fazenda, pra ser executado. E virar carne pras pessoas comerem. (tristeza) Então, eu me identifiquei com esse meme porque é o tipo de coisa que eu penso quando tô realmente... deixando o meu cérebro devagar um pouquinho, coisa que eu não faço. Mas, aí eu penso esse tipo de coisa. Próximo meme!

(o meme é mostrado na tela)

-“Médicos chegam pra você: vai lá compra isso” (uma letra ilegível)

- “aí o farmacêutico vai lá e te dá.”

{Felipe Neto} Cara, sim. Existe uma língua oculta, né? Uma escrita secreta. Entre médicos e farmacêutico. EU não sei se na faculdade de Farmácia existe a matéria “letra de médicos”. Deve existir, vocês que fazem aí... Por favor, o pessoal aí, que cursa Farmácia. Me explica se existe essa matéria, pra vocês entenderem caligrafia de médico. O se vocês chutam. Eu também sempre tive essa teoria. De que pode existir alguns farmacêuticos por aí... que vê, assim, o médico chega e tal ele olha “não, se o cara tá pedindo vitamina C e tá pedindo, é... remédio antigripal, então isso aqui deve ser paracetamol. Deve ser.” E não, era um antibiótico, tá ligado? Eu acho que deve ter gente que chuta. Bom, eu espero que não. Mas, é isso. E outra coisa, a gente já chegou num ponto já... e aqui eu quero falar pra todos os médicos.

Propaganda: Liverpool

{Felipe Neto} que não tem mais essa passada de pano, não. Porque antigamente, todo mundo olhava pra médico como se fosse: “Ohhh! Um médico!” E aí, ninguém questionava médico. Hoje, se médico escreve assim na receita, eu peço pra escrever de novo. Eu falo:”por favor, não tô conseguindo entender. Você pode escrever de novo? É serio! Porque ele não tem permissão pra fazer isso. Não é como se o médico tivesse permissão pra ser babaca porque ele é médico. Escreve direito. Eu preciso comprar o remédio, eu preciso saber, conseguir ler a receita. Então, escreve direito. Sorry se isso te ofende. Sinto muito. Eu preciso ler a receita. Que palhaçada, eu hein. Tô pistola aqui! Clica no like, se inscreve no canal.

o meme é mostrado na tela)

- “Eu na 6ª série, usando o mesmo moletom todos os dias, mesmo num calor de 40 graus... porque eu não tinha confiança o suficiente pra ser visto numa simples camiseta.

{Felipe Neto} (aplausos) Eu, eu. Eu. Já falei isso pra vocês. Não é que eu era magro, eu era esquelético. Eu era...eu parecia um bonequinho de palito na vida real. Cabeçudo e sem nenhum músculo. Quando eu esticava o meu braço...assim, fazia assim. Esticava o meu braço, tipo aqui, assim, ó. Você vê que eu sou magro, né. Eu tenho o braço, magro, magro. Só que cês não tão entendendo com é que era. Assim... tá vendo essa finura aqui, do meu pulso? É porque hoje em dia o meu pulso não é tão fino. Mas, a finura do meu pulso era a mesma finura do meu braço aqui. Era como se fosse uma coisa só. E eu sentia muita vergonha. Eu me constrangia com o meu corpo. Não existiam debates sobre empoderamento do corpo na época. Não tinha nada disso. entendeu? Era, tipo:”vai pro colégio e se vira” O máximo de conselho que você recebia era: “Se alguém te zoar, soca a cara dele” era o máximo de conselho que as pessoas davam. Ou então; “não dala nada”. Ou “fala pro diretor”. Aí, você falava pro diretor e apanhava mais ainda. Então, eu tinha... ficava contrangido com o meu corpo e ia de moletom...casaco, todos os dias, pro colégio. Como eu estudava de manhã, ajudava, porque até umas 9 da manhã ainda era fresquinho. Depois, quando ia se aproximando do meio dia, eu começava a ter uma sensação de morte. Né? Vale lembrar que eu cresci no Rio de Janeiro e que aqui o calor é o inferno. (latidos de cachorro) Então, meus cachorros... Viu? O pulga também usa casaco direto, tá vendo?É Pulga. Concorde. Tá bom. Obrigado Pulga. Obrigado, Pulga. Obrigado. Tá bom. Isso. (latidos de cachorro) Eu vou sumir!

(o meme é mostrado na tela)

- “Pessoas que tratam seus aniversários como um dia qualquer acham que são mais maduras que todo mundo.”

-“A gente só é triste. Deixa a gente em paz.”

{Felipe Neto} Identifiquei e muito. Olha só, presta atenção. Eu não comemoro meu aniversário desde sempre! Não é uma coisa que foi depois que eu fui ficando velho. Que eu comecei a fazer. Não é “ Ah, eu não comemoro mais aniversário porque é um ano a menos de vida entendeu? E eu não quero comemorar” não, não tem nada a ver com isso, irmão. Não tem nada a ver com isso. Eu só não gosto da atenção. Eu não gosto! Eu não gosto de ter que atender telefone. Eu detesto falar no telefone. Quem me conhece sabe disso. Eu odeio falar no telefone. E no meu aniversário, todo mundo me liga. E aí, eu tenho que ficar atendendo telefone. E é sempre aquela conversa constrangedora, de você ficar agradecendo... “Tá, obrigado! Obrigado! Tá, obrigado... Obrigado. Obrigado.”

Propaganda: Better Essays

{Felipe Neto} Eu não gosto de aniversário e Me deixa em paz! Que saco. Próximo meme!

(o meme é mostrado na tela)

“Comunidade científica antes:

- Aê, clonamos uma ovelha, Bora descobrir vida no espaço, vamos achar a cura pro HIV, mandamos um robe pra Marte

{Felipe Neto} Caraca, que saudade dessa época mesmo.

(o meme é mostrado na tela)

Comunidade científica agora

- “Não, a Terra não é plana, é sério, seus filhos vão morrer sem vacina, galera usa a porcaria da máscara aí, cara, Sim! A Lua existe.”

{Felipe Neto} cara, ser um cientista hoje em dia... deve ser difícil, deve ser, deve ser... deve ser muito frustrante. Muito frustrante, lidar com essa si... cês sabiam que 7% da população brasileira acredita que a Terra é plana? 7%. Eu não tô zoando, não. Eu até acho a matéria aqui, pra vocês. (matéria na tela) Na Folha: “7% dos Brasileiros afirmam que a Terra é plana, mostra pesquisa.” Foi pelo Datafolha. Início o mês, em... qual foi a data? 2019, ano passado.7%. Sabe quantas pessoas isso dá? Vou.. eu vou calcular certinho. A população brasileira: 209,5 milhões, vezes 7%. São... 14,6 milhões de brasileiros que acreditam que a Terra... é plana. Então, você imagina você ser um cientista hoje em dia. O cara querendo de todas as formas , sabe? Evoluir a ciência. E tendo que voltar 4 séculos pra trás. Pra explicar prs pessoas coisas que 4 séculos atrás já eram consenso. Aliás, sobre a terra ser redonda 3 mil anos atrás já era consenso. Quando os gregos olharam pro eclipse e viram a sombra da terra na lua era redonda. E os gregos falaram:” Aê esse planeta qui é redondo. A gente botou o nome errado, que a gente botou planeta. Tinha que ser redondeta. Alguém cagou, heim. Avisa pro Carlos que ele cagou no nome. É redondo. Olha lá, a sombra da Terra na Lua. É redonda. 3 mil anos atrás , já sabiam. 7% da população brasileira agora acha que ela é plana. Próximo Meme!

(o meme é mostrado na tela)

-Provas, relatórios, dever de casa, redação.

-Prazos perfeitamente razoáveis

{Felipe Neto} (risos) Ó, cês... vamo concordar que é verdade? Vamo concordar que é verdade, vai. Você recebe lá... 2 semanas, 1 semana e meia. Pra estudar, pra entregar o dever de casa, pra entregar o

relatório, a redação e tal. Tô falando ´ra jovem, tá? Tô falando pra jovem, Tô falando pra adulto não. Que adulto tem que trabalhar, ao mesmo tempo tem que cuidar de criança em casa...Tem que fazer um monte de coisa e ainda tem que entregar coisa quando tá estudando. Enfim, é um saco, é difícil. Mas, pra você, jovem... os prazos são razoáveis, jovem. Faça-me o favor, jovem. E tu fica: “Não aguento, estou sobrecarregado!” Diminui o tempo do Lolzinho. Só um pouquinho. Diminui o tempinho do Fortnite só um pouquinho, pra ver se não sobra tempo pra escrever uma redação maneira. Sobra, né? Hum. E por último:

(o meme é mostrado na tela)

“Eu:menciono o nome de uma garota pela segunda vez.”

“Minha mãe: (mulher confeitando bolo)

{Felipe Neto} (risos) esse eu não me identifico não. Minha mãe nunca foi disso, Minha mãe sempre foi tranqüilona em relação à relacionamento. Ela não era do tipo que se precipitava e já achava que ia casar. Mas, eu sei que tem muita mãe por aí que é assim. Às vezes, sabe o que que é? É que você já tem 33 anos e ainda mora coma a sua mãe, entendeu? E a tua mãe tá tão desesperada pra você ir embora...que você fala o nome de uma mina duas vezes, ela já tá agradecendo a Deus que finalmente você vai sair. Pode ser isso. Repense sua vida, se esse for o caso. Então é isso, gente! Esses foram os memes que são reais demais. E fazem a gente se identificar ao ponto de rir ou chorar. Se inscreve no canal. Deixe seu like e ... todas as estampas disponíveis na loja. Link na descrição pra quem quiser garantir a sua, ó! A mimir! Valeu, galera! Beijo grande e assiste os vídeos que vão parecer aqui do lado. Valeu, tchau!

(música de fundo) #MãesComFelipeNeto

Link do vídeo 04	https://youtu.be/_yFBGdO1iIM?si=E_jbeRvB3c8C66r
Título do vídeo 04	Conversas mais engraçadas da Internet [10+]
Transcrição conteúdo narrado	
<p>Propagandas: Cambly Brasil</p> <p>{Felipe Neto}Vovcê sabia que existe um canal no YouTube que lança vídeo todo dia qo horas da manhã, pra sua diversão? Pois é. Esse canal é esse aqui que você tá agora. E só você clicar em “Inscreva-se” e mandar pra todos os seus amigos. E aí. Você vai passar a ter diversão todos os dias. Eu sou o Felipe Neto e seja bem-vindo para mais um vídeo. (vinheta-música de abertura) Hoje a gente vai falar sobre conversas de WhatsApp. Porque é um dos quadros favoritos do canal. Conversas bizarras... a gente vai dar risada do que as pessoas conversam por aí. Então já clica nesse “Inscreva-se, já deixa seu like nesse vídeo... não esquece, que você esquece. Você deixa pra depois, o like, e esquece. E já manda pra todos os seus amigos e avisa que o canal está de volta. Vídeo novo todo dia, 10 horas da manhã. VAMBORA, vamo lá. Primeira conversa na tela.</p> <p>(conversa na tela)</p> <p>-Linda, vamo numa balada hoje? Te pago uma bebida</p> <p>-Eu sou evangélica</p> <p>-Então vamos pra igreja eu pago seu dízimo</p>	

{Felipe Neto} (risos) Tá vendo? Aí, depois... aí, os cristãos ficam P da vida com quem? Comigo.

{Bruno} éééééé´...

{Felipe Neto} Entendeu? Que sou o que tô lendo. Eu não... eu não escrevi essa piada. Eu não mandei essa piada pra alguém. Eu sò tô lendo aqui, ó! Lendo! Tá? Essa pessoa aí, fazendo piada com o dízimo dos outros. Agora, é arriscado você falar isso, heim: "Eu pago o teu dízimo".

{Bruno} éééééé´...

{Felipe Neto} Tu sabe se ela é tipo o Kaká? O Kaká, ex-jogador. Que deu até troféu dele de Melhor do Mundo pra igreja.

{Bruno} Sério? Ele fez isso?

{Felipe Neto} Fez. Tu sabe se a mulher não é, tipo, filha de milionário? E o dízimo dela é 10%? Como é que tu vai pagar o dízimo dela, irmão? Chega lá: "Qual que é o teu dízimo?" - "Um Carro zero" Tu vai fazer o quê?

{Bruno} Deixar ela lá e sair correndo.

{Felipe Neto} É, tem que ter cuidado com as promessas que tu faz, cara. Muito cuidado!

{Bruno} Ele deu a taça de Melhor do Mundo?

{Felipe Neto} Deu, cara. Acontece. Às vezes acontece, Bruno. As pessoas são dedicadas à igreja e ele quis dar pra igreja e deu pra igreja. É direito dele, ele faz o que ele quiser com o troféu dele. Quem somos nós para julgar? Felipe Neto e Bruno Correa. Beijo, Kaká. Te amo, cara. Beijo, Kaká. Te amo, cara. Você é demais. Próximo!

(conversa na tela)

-Mora onde?

-Palhoça e vc?

-Palhaça é tu Folgada

-kkkkkkkkkkkkkk mas gente

{Felipe Neto} Pô, cadê a Bruna? Ela morou em Palhoça! Pô, podia mostrar essa aqui pra ela. Palhoça é uma cidade lá de Santa Catarina. Fica próxima ali, de ...Florianópolis. E...com certeza deve ter muita piada com o nome Palhoça. Porque també, que criou esse nome tava de brincadeira, né?

{Bruno} Tava de "palhoçada".

(Vinha) É

{Felipe Neto} Vai pensar.

{Bruno} ahhhhhhh

{Felipe Neto} Vai pesar. Senta ali.

{Bruno} aff!

{Felipe Neto} tem que ter limites. Tem que ter limite, tem que estabelecer limite, poruqe senão não para, entendeu? Isso aqui é que nem educar uma criança de 3 anos. Se você não falar: "Não! Não! Larga! Senta! Faz xixi no lugar certo" Não, eu acho que eu tô errado, né? Não é assim que se educa uma criança de 3 anos. Perdão. Eu ainda não sei como é que é. Vou chegar lá um dia. Palhoça. Beijo pra todo mundo de

Palhoça! Tenho que começar a enaltecer os lugares, porque eu faço tanta piada com lugar... e eu dacaneio tanto lugar, que daqui a pouco não vai ter mais lugar no Brasil que vai me assistir. Todo mundo vai me odiar, entendeu? Então, beijo pra Magé... beijo pra Nova Iguaçu, beijo pra Madureira, beijo pra...como é que é o nome lá, ô...?

{Bruno} Sana (risos)

{Felipe Neto}Sana! Beijo muito grande pro povo de Sana! Era só piada, gente. Eu sou um idiota, tá bom? Eu moro no Rio de Janeiro. Então, como eu sou da cidade do Rio de Janeiro eu preciso fazer todo mundo se sentir mal, entendeu?

Propaganda: Google

{Felipe Neto} Por quê? Porque eu moro no pior lugar possível, de crime, de perigo... de destruição, de Crivella. Então, eu preciso fazer outras pessoas se sentirem mal, entendeu? É o famoso hater. Então, eu peço perdão, é só piada. Amo todos vocês. Vamo lá.

(conversa na tela)

- Amiga, sabe aquela saia curtinha que eu comprei?

-Sim

- Meu namorado não gostou

-Também acho que não combina com ele.

{Felipe Neto} (risos) Gostei! Gostei, achei legal. Achei uma boa resposta.É, não é teu namorado que tem que gostar da roupa que tu usa, não. Entendeu? Tem que estar atento nisso aí. Tem que estar... Tem que estar atento. A Bruna, vira e mexe, fala assim: “Amor, o que tu acha dessa blusa decotada?” Eu falo:”Amor, eu não tenho que falar o que eu acho! Entendeu? Tu tem que gostar da roupa que tu tá usando.” Mas aí, eu me sinto meio homem “feminista”

{Bruno}Aaah, tá.

{Felipe Neto} Porque hoje em dia tá difícil você se posicionar, né?

{Bruno} É

{Felipe Neto} Porque se tu...se tu critica, tu é machista. Mas, se tu também cria aquele...aquele discurso todo emponderado parece que tá homem”feminista” então, eu fico “Mor, é você que decide! É você que escolhe”.

{Bruno} (risos)

{Felipe Neto} Tipo, eu tento dar uma balanceada, entendeu? Pra, pra não parecer só um homem “feminista”... é complicado, cara! É complicado. Aliás, se tem uma coisa difícil de responder hoje, é quando a mulher fala: “Amor, tá curto?”

{Bruno} Hmmmmmmm

{Felipe Neto} O que que eu falo? “Mor, não” “Tá lindo! Vai do jeito que você quer, você que tem que saber, é o seu corpo, você tem que se sentir bem.” “iiiihhhhh Tá o dia todo no Twitter, né? Pra estar falando assim. Aí, você fica:”Pô, mas o que que eu respondo, então?”

(conversa na tela)

-Yure, a gente mal terminou e você já ficou com a minha amiga, né?

-Ué a gente terminou

- Yure faz 15 minutos que a gente terminou

{Felipe Neto} Caraca, Yure.

{Bruno} Ele é rápido, heim!

{Felipe Neto} Pô, Yure, tu...tu tá errado, Yure. Tu tá tão errado que até teu nome tá errado, cara. Que Yure é esse? Com "E"? Teu nome é YurE? Eu tenho que falar YurE.

{Bruno} Eu quero muito saber como que ele fez essa proeza.

{Felipe Neto} Ué, ele terminou com a mi...isso...isso é jovem, cara.

{Bruno} Que isso. Eu não era assim quando eu era jovem, não! Demorou quatro...

{Felipe Neto} É porque...é porque tu era lerdo. Mas, o jovem quando não é lerdo, ele tá na escola... pô, termina aqui no recreio? PÁ daqui a pouco já tá com a outra menina, entendeu? E aí: "Ah, você terminou comigo, mas tem 15 minutos! Foi só o tempo da aula de matemática." É jovem. Certeza que é jovem.

{Bruno} Essa galera tá muito... estranha.

{Felipe Neto} É porque velho não tem tempo. Tipo, não tem 15 minutos na vida de um velho. 15 minutos é o tempo de você sair da cama. Entendeu? Não existe 15 minutos, você não faz nada quando você tá... depois dos 20 anos.

{Vinha} Felipe tá olhando assim pro Clayton!

{Felipe Neto} Eu tô fala... Não, não! 20 anos pra frente! Quando vo cê sai do colégio... Não, faculdade vai. Quando você sai da faculdade, nada mais na sua vida...é "Accomplished" é, é, é... conquistado em 15 minutos. Não é tempo hábil pra nada! Ainda mais se você morar Rio e São Paulo. 15 minutos você não chega em lugar nenhum! Então não existe você terminar e ficar com outra pessoa 15 minutos depois se você já saiu da faculdade, entendeu? Então, é complexo mesmo.

(conversa na tela)

- Tô bem e você?

-Tô com um pouco de febre kkkkk

-Não fica assim, você é linda

{Felipe Neto}Caraca, isso sou muito eu. Isso sou muito eu com a Bruna. Eu tenho esse defeito. Eu tenho esse defeito

{Bruno} Resposta automática?

{Felipe Neto} Automático, cara. Ela, tipo... "Ah, eu tô triste"- "Amor, você é tão linda", é tipo, não tem nada a ver! Tem nada a ver. E na mesma hora que eu falo eu percebo a imbecilidade do que eu tô falando. Tipo: "Amor, não fica assim. Você é tão linda." E ela fala: "Dane-se"

{Bruno} (risos)

{Felipe Neto} "Tem nada a ver com o que eu tô sentindo" Então, é verdade isso, cara.

Propaganda: Kayak

{Felipe Neto} É verdade. Sabe o que é isso? Mas isso tá um pouco pautado no machismo. A gente acha que a mulher pra se sentir bem, é só ela ser bonita. Então, assim: "Amor, fica bem, você é tão linda"

entendeu? “Você é gata, você é bonita”. Tipo, e daí? E daí? Alguém falou isso pra você Bruno? “Bruno, não fica assim, você é tão lindo.”

{Bruno} (suspiro) Tô pensando de algum momento que a Mirela falou isso, assim...

{Felipe Neto} ninguém fala isso pra mim. Nem a Bruna fala isso pra mim.

{Bruno} Não.

{Felipe Neto} “Amor, mas não fica assim...” Ah, não. Às vezes ela fala. Às vezes ela fala: “Você é tão gostoso”. É. É, e eu falo: “Amooooor...” Às vezes eu acho que a Bruna tá, tipo... completamente míope, completamente cega. Ela não faz mais a mínima ideia do que ela tá enxergando sabe? Ela acha que ela casou com o Johnny Depp. E ela tá comigo. Ela não faz a mínima ideia com quem ela tá...

Propaganda: Trools, Zendensk

{Felipe Neto} ai, mor... Te amor, mor!

(conversa na tela)

-Oi

-Oi

- Não consigo dormir

- Eu consigo. Boa Noite.

(risos)

{Bruno} É o Felipe comigo

(risos)

{Felipe Neto} Não consigo dormir. O que que eu tenho a ver com isso?

{Bruno} Acho que o cara foi rude, né?

{Felipe Neto} Ué, mas...às vezes, a “rudeza”... qual que é a palavra certa pra rude? A rudência?A rudição? A rudez? Eu acho que é rudez, né? Ru... rudácia?

{Vinha} (rindo) Rudácia.

{Felipe Neto} Rússia. Ru... rudez. Às vezes, a ruxez é o caminho pra fazer uma pessoa ir pra cama. E sair do celular de uma vez por todas, entendeu? Aliás, uma dica aqui pra vocês, todos vocês... É... se você tá com insônia, se você não tá conseguindo dormir... celular é a pior solução. E isso aqui não sou eu falando, não. É a minha psiquiatra falando. Porque ela já me falou isso tudo, então eu tô só passando à frente, adiante... o que minha psiquiatra já me falou. A luz do celular... essa luz emitida pelo celular. Tem um negócio chamado luz “estretroscópicos” Eu não sei falar. “Estreboscópias”. Lu... como é que é?

{Clayson} Estroboscópica?

{Felipe Neto} É um negócio desse aí, cara. “Luz estroboscópica”. Olha aqui.

{Bruno} Que isso?

{Mozka} A estrobo é outra coisa não?

{Clayson} Estroboscópica é a que fica piscando rápido.

{Mozka} É, estrobo é a que pisca.

{Felipe Neto} Então, não é isso não. Então...

{Bruno} É uma luz..

{Felipe Neto} Eu tô completamente errado. Não é a luz “Estroboscópica”. Mas é uma luz que tem no celular. Um tipo específico de luz. Que é a pior luz pra fazer você dormir. Ela faz o teu cérebro pensar que é de dia.

{Bruno} Ahhhh

{Felipe Neto} Pois é. você sabia que o nosso cérebro...o nosso organismo, depois de milhões de anos de evolução... agente acostumou... o nosso organismo acostumou a interpretar a noite... como o período do sono. E o dia como o período de estar acordado. E essa luz do celular confunde seu cérebro e o faz pensar que está de dia. Então, não fique com o celular na hora de dormir. “Ah Felipe, mas eu só durmo mexendo no celular” Caguei, também. Você faz o que você quiser da sua vida. Eu não sou seu pai. Tá? Eu não sou teu pai. Eu tô te dando um conselho do que minha psiquiatra falou. Você quer fazer o que você quer da sua vida? VOCÊ FAZ O QUE VOCÊ QUISE DA SUA VIDA!

{Bruno} Abaixa o brilho.

{Felipe Neto} Não Bruno.

{Clayson} Tem um filtro. Tem um filtro agora, pra tirar essa luz.

{Felipe Neto} Cara, tu tá falando daquele negócio do, do... que ficava na frente da tela do monitor, quando o monitor era caixa.

{Bruno} (risadas) Nóóóó

{Felipe Neto} Lembra?Caraca, quem lembra disso aqui, mano? Quem viveu isso aqui é velho! Quem viveu isso aqui é muito velho! Sabe porque que isso aconteceu? Porque quando surgiram os computadores... aqueles monitores de caixa. Existia um mito de que a luz do computador danificava a vista.

{Bruno} É.

Propaganda:- Monster Hight

{Felipe Neto} Até hoje eu tô esperando usar óculos!Porque falavam:”Felipe, coê fica muito tempo nesse computador.... você cai estragar a sua vista”. Todos os meus amigos usam óculos, menos eu. O Bruno usa óculos, a Bruna usa óculos...aqui ó! Óculos, óculos... tu usa óculos, Mozka?

{Mozka} Não.

{Felipe Neto} O Mozka... mas é jovem. Tu usa óculos bruninho? Mas tu também é jovem, não é?

{Bruninho} Não. Tenho 22.

{Felipe Neto} Quanto?

{Bruninho} 22

{Felipe Neto} Ah, cala a boca.

{Clayson} 22? Não é não.

{Felipe Neto} 22! Pfffff

{Bruno} Ele tá há pouco tempo na equipe também.

{Felipe Neto} Pô, eu tô com 32 e não uso óculos ainda. Então cadê? Então, aí criaram esse filtro pra monitor, cara! Que você pendurava na frente do monitor, pra ficar tudo mais escuro.

{Bruno} Eu lembro

{Felipe Neto} Olha, os er humano já passou por cada coisa. Lembra do Bug do Milênio?

{Bruno} ahhh

{Mozka} Quando virasse 2000?

{Felipe Neto} Como é que tu sabe disso? Quantos ano tu tem?

{Mozka} Eu não sou... eu não sou tão novo assim.

{Felipe Neto} Quantos anos tu tem? Tu tem 24 anos?

{Mozka} Não. Não.

{Felipe Neto} Não? 28? 26? 28? Ah, tem 28? Boa. Mozka. Eu sabia que o Mozka tinha entrado nessa equipe por algum motivo. (risadas) esse não tá tão novo assim, não é tão jovem. É, teve o Bug do Milênio. A, a...todo mundo acreditava que quando virasse de 99 pra 2000... ia bugar todos os computadores do planeta. Todos os sistemas.É, eletrônicos, iam dar pau!Porque iam mudar de 99 para 00, o ano. E isso ia quebrar os calendários, os sistemas operaci... não sei. Conclusão: mudou. Aconteceu nada. (risadas) nada! Foi um pânico generalizado na época. Então vamos lá.

(música de fundo e mensagem escrita)

vale mencionar que o bug do milênio, apesar de exagerado e má entendido por muitos, foi um problema sério de programação. o perigo foi real. nada aconteceu na virada do milênio porque o problema foi resolvido antes disso num esforço generalizado que custou bilhões. e sobre a questão do celular, se você tá pensando, "ah, vou usar aquele filtro de luz azul, tipo night shift", calma. ainda não há um consenso sobre luz amarela ser melhor do que a luz azul pra sono. pode até ser pior. o ideal é não ficar no celular antes de dormir. se tiver que ficar, deixe o brilho no mínimo.

(conversa na tela)

- Senhor plá plá plá, só quero avisar que o boleto venceu semana passada. Att

- que bom, estava torcendo por ele

(risadas)

{Felipe Neto} o boleto venceu. Achei criativo.

{Bruno} Se sou eu, tu ia mandar eu sentar.

{Felipe Neto} Sentar?

{Bruno} Sentar no cantinho.

{Felipe Neto} Ah, tá. Mas aí...aqui é a piada que a gente tem que ler e tem que achar engraçado né, Bruno. Porque foi a equipe de Massachusetts que escolheu. E aí, se eu falo assim: "Hã, que sem graça". Aí, eu tô criticando a minha própria equipe, entendeu? Então, foi bem engraçado. "O boleto venceu" "estava torcendo por ele" Uuuuuh! Yeah!

{Vinha} Olha que ele já tinha feito uma chamada de voz ali, pra cobrar.

{Felipe Neto} É...deixa eu fazer uma pergunta. Hoje em dia ainda tem aquela coisa absurda de ilegal de que se você não pagar o boleto da faculdade, imediatamente ele fica 20% mais caro?

{Bruninho} Depende da faculdade.

{Felipe Neto} Porque, que eu saiba, aquilo era ilegal.

{Clayson} Não, tem aquele que paga "em dia".

{Felipe Neto} É, então. Tem esse negócio. Eles falam assim: "Não, se você pagar em dia o boleto..."

{Clayson} Tem, esse tem.

{Felipe Neto} Tem 20% de desconto. Aí, se você não pagar, 20% mais caro. É uma forma de botarem uma multa... pro atraso do pagamento do boleto, que é absurda! Porque não era, tipo, 5% era 20%! É um absurdo um escândalo! Mas, tá aí. Tá aí. Aliás, eu não sei por que que o Brasil... é o único país do mundo que usa boleto. Tá? Pra vocês terem uma ideia, eu tentei explicar pros americanos, é porque tem o membro aqui, né. Se você não é membro da Netolab ainda...faça a sua assinatura aqui embaixo. É só clicar em "Seja membro". Você vai ter acesso à vários conteúdos exclusivos. Vídeos exclusivos, coisas muito legais que saem aqui no canal, na parte pra membros.

Propaganda: Loja Toop Kids

{Felipe Neto} Só que só dá pra assinar por cartão de crédito. E aí, eu fiz uma reunião com a equipe dos YpuTube gringa. Todos americanos e ingleses. E eles falaram:"felipe, como é que a gente pode melhorar a experiência pra membros?" Eu falei "Gente, o ideal é você colocar boleto, porque brasileiro não paga as coisas no cartão de crédito. Brasileiro, tipo 60 70% dos brasileiros pagam tudo no boleto. Agora...fala boleto em inglês. (risadas) Fala aí, professor! Ô Professor de inglês, que tê curso de inglês aí no YouTube. Fala boleto em inglês! Sabe como é que eles chamam? Paper Slip. Porque não existe boleto nos EUA. Não existe! Um papel com código de barras pra você pagar uma conta. Não existe e, lugar nenhum! Nenhum! É coisa de Brasil. Um papel que a gente tem que pagar... na Caixa ou no, no...agora tem, né... você paga pelo celular. Você pode pagar, inclusive, com PicPay. Esse vídeo não é patrocinado pelo PicPay, mas eu já deixo aqui a informação. Se você tiver o PicPay instalado, você na mesma hora lê o boleto... faz o pagamento pelo seu cartão de crédito ou com seu saldo PicPay.

{Bruno}E você pode parcelar seus boletos.

{Felipe Neto} Exatamente. Pelo PicPay, você parcela um boleto. Vamos supor que um boleto seja de 200 reais, você parcela em 4 vezes. Tem um pouquinho de juros, mas é normal. Tem que ser, né. Pra poder parcelar. Mas, PicPay é realmente o melhor aplicativo do mundo. Tá vendo como é que é o relacionamento aqui? Mas, sério, boleto não existe fora do Brasil e a gente insiste com esse método de pagamento. Eu não consigo entender, e por último... O último.

(conversa na tela)

-Quebrei a tela do meu celular já

-Nunca mais te dou nada, Luís. Manda foto

- Como vou mandar foto da tele, mãe?kkkkkkk

-Tira print

(risadas)

{Felipe Neto} Olha, dona Valéria, parabéns. Eu, eu achei...eu achei genial. Eu achei genial. Tira print, vai sair o quebrado da tela. Tadinha né. Não dá nem pra gente sacanear também, né. Não dá pra sacanear. Porque a gente fica falando assim... “Eu sou da época que o computador tinha esse negócio na frente” As vezes a mulher é da época... que, mano, era diário! As pessoas. Pra escrever, escreviam num diário. Tinha...não existia computação! Aí, você quer que ela entenda que o print não capta o quebrado da tela do celular, tadinha?Pô, é sacanagem também, sacanear.

{Bruno} Como é que você faria pra tirar foto?

{Felipe Neto} Ué, pegaria um outro celular e tiraria foto.

{Bruno} Tu tem dois celulares?

{Felipe Neto} Eu não tenho dois celulares, mas aí...

(risadas)

{Felipe Neto} Nossa, ia ser difícil mesmo, cara. Eu ia ter que ligar a câmera do meu Mac...botar o celular assim. Tirar uma captura de tela pelo Mac. E usar aquela imagem pra mandar.

{Bruninho} Ou você tirava uma selfie no espelho.

{Bruno} Caramba, mas também é meio burro, né.

{Felipe Neto} Ah, uma foto no espelho.

{Bruno} Obrigado por roubar A MINHA PIADA!AH!

{Felipe Neto} Era só tirar foto no espelho mesmo, tá vendo?Tá vendo?32 anos, já não consigo ter a velocidade do raciocínio da juventude. Entendeu? Aliás, fica aqui...eu descobri uma nova gíria. A nova gíria. “Fazer uma festa em goma”

{Bruno} Há?

{Felipe Neto} É, é uma festa na casa de alguém.

{Clayson} Na minha goma.

{Felipe Neto} Fazer uma festa... “Fazer uma festa na minha goma.” Jovens...vocês vão acabar com o mundo. Vocês vão destruir tudo. Vocês vão destruir a humanidade, mano. “festa na minha goma”.

{Bruno} A gente fez uma festa na goma do Felipe.

{Felipe Neto} É...se inscreve no canal, deixa o like aí. Vai ver outro vídeo aqui ó! Vai lá, esse aqui é pra todo mundo. Só assistir. E o de cima é exclusivo pra membros da Netolab, tá? Crie a sua conta aqui, como um membro. Só clicar em “Seja membro” aqui embaixo e fazer sua assinatura. Não tem boleto. Sinto muito. Tem que ser cartão de crédito mesmo. Beijo. Tchauuu!

APÊNDICE F- EXPERIÊNCIAS FUNDANTES

Nessas linhas finais, relembro¹⁴⁷ minha jornada formativa, que entendo como experiências fundantes, as quais contribuíram para a pesquisadora e educadora que me tornei. Reconhecer-me que fazer autoavaliações não foi uma tarefa fácil, no entanto, a maturidade tem me ensinado este exercício: aspirar a ser uma pessoa melhor, buscando rever atitudes e defeitos diariamente; um ser humano em constante construção, com uma vigilância ética rigorosa sobre ações e escolhas.

Meus primeiros mergulhos na educação foram pautados por uma formação derivada do ensino público. Meu estudo básico foi feito em escola pública municipal e o Colegial, em escola pública estadual, em Goiânia. Ambos me deram o suporte necessário para que continuasse a me aperfeiçoar, mesmo em meio a bastantes restrições para financiar o material escolar necessário aos meus estudos.

Ao me formar no Colegial, comecei a trabalhar. Durante o dia, exercia funções administrativas em uma empresa de secos e molhados, em Goiânia, e no período noturno, executava atividade docente na formação básica de adolescentes. Desde muito nova desejei ser docente.

Ingressei no curso de Ciências Sociais da Universidade Federal de Goiás (UFG), em 1996, momento em que iniciava um campo fértil de debate sobre a sociedade, o indivíduo e a diversidade cultural. A proximidade com a Antropologia me despertou para um lugar que até então não conhecia, isto é, para o “outro”, para o diferente. Lembro-me do primeiro contato com esta área, período em li o texto “Por que a aldeia Krahó é redonda?” (MELATTI, 1974). Este texto me fascinou ao tratar da importância dada à disposição das casas por este grupo indígena particular.

Iniciava-se, portanto, minha jornada de estranhamento, que me permitiu adentrar “mundos” diferentes, algumas vezes estranhos, porém, fascinantes. Bacharelei-me em Ciências Sociais, em 2001, e no ano seguinte, iniciei o curso de

¹⁴⁷ Utilizo verbo na primeira pessoa porque apresento o meu percurso formativo.

Licenciatura em Ciências Sociais, sendo o estágio-docência realizado no Centro de Ensino e Pesquisa Aplicada à Educação da UFG (CEPAE/UFG).

Ainda em 2001, participei do Programa Bolsas de Licenciatura da UFG, com o Projeto “A Sociologia no Ensino Médio”, sob orientação do prof. Dr. Revalino Antônio de Freitas. Visitas realizadas neste período a escolas estaduais e particulares objetivavam descrever e analisar a realidade da disciplina de Sociologia na última etapa na educação básica.

Em 2003, ingressei no curso de Especialização em Formação socioeconômica do Brasil, na Universidade Salgado de Oliveira, quando desenvolvi como trabalho de fim de curso uma pesquisa bibliográfica sobre *mitos e realidades acerca da figura feminina*, cujo objetivo era retratar a figura feminina no âmbito sociocultural brasileiro, rompendo com estereótipos e representações existentes sobre a mulher, na tentativa de desconstruir o mito da fragilidade feminina, reproduzido ao longo dos séculos.

Em 2005, fui aprovada, em quinto lugar, em Concurso público da Secretaria Estadual da Educação de Goiás, como docente da disciplina Sociologia. Estranhamente, não houve convocação. Em 2007, ingressei no curso de Especialização em História Cultural: Imaginário, Poder e Identidades, pela Faculdade de História da UFG, o qual contribuiu para minha formação e me trouxe muitos conhecimentos. Em sua finalização, elaborei monografia intitulada *Família monoparental feminina no Centro (1980 a 2000)*, quando trabalhei com temas como a família, sob o viés do poder, das alianças matrimoniais e da monoparentalidade feminina.

Ingressei como bolsista da Universidade Aberta do Brasil (UAB) em fevereiro de 2008. Atuei, inicialmente, no curso de Especialização em Metodologia do Ensino Fundamental à distância, ofertada pelo CEPAE/UFG, como tutora a distância¹⁴⁸. Em

¹⁴⁸ Professora responsável pela mediação com estudantes e pela correção das atividades no *moodle*;

2010, ainda na EaD, atuei como formadora¹⁴⁹ e pesquisadora¹⁵⁰ e como coordenadora de tutoria¹⁵¹, em 2012.

A experiência na educação a distância (EaD) me encantou e me possibilitou horizontes educacionais permeados pela tecnologia e mediação, conheci a realidade docente no interior goiano¹⁵², pautada pela carência de infraestrutura, material pedagógico, formação continuada.

Ainda em 2008, fui aprovada no Mestrado em Antropologia Social pela UFG. Ali, aproximei-me das teorias antropológicas, do trabalho etnográfico e da pesquisa de campo. Como bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), realizei estágio-docência na Faculdade de Educação Física da UFG, ministrando a disciplina *Antropologia do corpo*.

Ainda durante o Mestrado, desenvolvi pesquisa marcada por desafios, mergulhei nos estudos teóricos de Geertz (1989), Lévi-Strauss (1972), dentre outros, e em estudos etnográficos, quando tratei sobre a vida singular e complexa das estudantes universitárias chefes de família.

Essa experiência de campo fomentou minha maturidade científica, foi-se tecendo olhares acerca do grupo estudado ao mostrar o desafio teórico e metodológico frente à antropologia urbana ou sobre o que Gilberto Velho chamou de “desafio da proximidade”. Era preciso estranhar as narrativas das interlocutoras. Para Peirano (1990, p. 4), este estranhamento “passa a ser não só a via pela qual se dá o confronto entre diferentes ‘teorias’, mas também meio de autorreflexão”.

Como já sinalizado, em 2009, ingressei como professora formadora e coordenadora de tutoria no curso de extensão em Educação Integral e Integrada

¹⁴⁹ Professora responsável pelo planejamento da disciplina ofertada, que acompanha diretamente o trabalho do tutor a distância;

¹⁵⁰ Professor que contribui com a escrita do conteúdo didático e na construção do planejamento pedagógico.

¹⁵¹ Professora responsável pela equipe de tutores, formadores, equipe de apoio e logística do curso.

¹⁵² Em cidades como Anápolis, Inhumas, Aparecida de Goiânia, Cezarina, Formosa, Goianésia, Inhumas, Iporá, Mineiros, Morrinhos, Piranha, Posse, Rio Verde, São Miguel do Araguaia

ofertado pelo CEPAE/UFG. Para tanto, participei de oficinas, congressos, seminários e grupos de estudos no Ministério da Educação (MEC), a fim de conhecer o *Projeto do Mais Educação*. Ali, tive a oportunidade de dialogar com estudiosas da área (Jaqueline Moll/SECADI, Verônica Branco/UFPR, Lucinha Alvarez/UFMG, Janaína Menezes/UNIRIO e outros), despertando-me a paixão pela educação integral. A aproximação com as obras de Anísio Teixeira, Darcy Ribeiro e Paulo Freire, educadores que almejavam e defendiam a educação integral do sujeito, incitaram-me a iniciar publicações e orientações de artigos e resumos expandidos sobre a educação integral e integrada.

Em 2010, fui convidada pela profa. Dra. Mercês Pietsch Cunha Mendonça (CEPAE/UFG) a acompanhar a execução do *Projeto Investindo em Novos Talentos da Rede de Educação Pública para Inclusão Social e Desenvolvimento da Cultura Científica* - Edital CAPES/DEB n. 033/2010. Este trabalho foi árduo, desafiador, porém, muito gratificante. Entre 2010 e 2011, acompanhei oito subprojetos¹⁵³ como supervisora pedagógica e administrativa. A diversidade das propostas apresentadas pelos subprojetos fomentou minha incursão em outros mares.

As visitas aos cursos ofertados para acompanhar as ações propostas e executadas, as oficinas com professores e alunos participantes e a escrita dos relatórios de atividades para o MEC reforçaram minha paixão pela docência e me instrumentalizaram no exercício de prestação de contas, de relatórios (de cumprimento de objeto) e outros. Apresentou-se um universo com possibilidades de aprendizagem significativas e diferenciadas, as quais navegavam pela matemática, ciência, superdotação e arte/educação.

Foi nesse percurso que, em 2010, aproximei-me da Arte/Educação Intermediática Digital, interessando-me pela temática da cultura digital, cibercultura, mídias digitais e tecnologias na educação. Paralelamente, fui convidada pela profa. Dra. Fernanda Pereira da Cunha, docente da UFG, a participar do grupo de pesquisa

¹⁵³ Trilhas Educativas (CEPAE/UFG); Jogos Matemáticos (Catalão); e-Arte/Educação (Emac/UFG); Talento e Ensino (CEPAE/UFG); Lab. Ref. Bio-Matemática (Unidade Catalão); Ciência na Prática (Instituto de Ciências Biológicas); Faces e contrafaces (Unidade Catalão); Mapas Animados (Faculdade de História).

e-Arte/educação crítica no ciberespaço da CAPES. Novamente, alegrei-me por participar de um grupo de discussões em que um dos membros seria a profa. Dra. Ana Mae Barbosa, referência de Arte/educação no Brasil com sua Proposta de Abordagem Triangular.

Ainda em 2010, atuei como docente em instituição privada de ensino superior, em Goiânia, ministrando as disciplinas de Sociologia e Antropologia nos cursos de Pedagogia, Letras, Ciências Contábeis e Administração. E, mais uma vez, vi a realidade de estudantes que ingressam no ensino superior desprovidos de consciência crítica para compreender o mundo que os rodeia, acrescido da dificuldade de entender que a sala de aula é um dos espaços de aprendizagem, todavia, esta precisa estar pautada na troca de saberes, no diálogo e na reflexão.

Em 2011, quando finalizei o Mestrado em Antropologia Social, o Brasil encontrava-se em um período fértil de investimentos em políticas públicas na educação, em especial, na formação de professores. Neste período, além de me dedicar na área formativa de professores (extensão e especialização), atuei na escrita de material pedagógico para cursos ofertados na modalidade à distância, na UFG. Investi, portanto, nas possibilidades de aumentar minha renda e obtive êxito.

Em 2013, adentrei na pesquisa nacional do *Programa Mais Educação: impactos na educação integral e integrada*¹⁵⁴, como pesquisadora, na tentativa de analisar os impactos do referido programa nas políticas públicas de educação em tempo integral em todo o território nacional. Na pesquisa que realizei, entrevistei 23 coordenadores¹⁵⁵ do Programa Mais Educação no Centro Oeste brasileiro (Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Distrito Federal), sendo para mim significativa

¹⁵⁴ Essa pesquisa foi solicitada pela Diretoria de Currículos e Educação Integral da Secretaria de Educação Básica do Ministério da Educação (DICEI/SEB/MEC) e foi desenvolvida por um grupo de universidades federais - UFMG, UFPR, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), UNIRIO, Universidade Federal do Pará (UFPA) e UFG.

¹⁵⁵ Das cidades de Campo Grande, Cassilândia, Corumbá, Dourados, Fátima do Sul, Nova Adrandina, Alto Floresta, Cuiabá, Rondonópolis, Sinop e Várzea Grande, Aparecida de Goiânia, Águas Lindas, Anápolis, Cidade Ocidental, Formosa, Goiânia, Luziânia, Novo Gama, Planaltina, Rio Verde, Trindade, Valparaíso e o Distrito Federal.

tal experiência porque compreendi aspectos do cotidiano da escola de tempo integral, a representação da jornada ampliada, a formação integral da criança, dentre outros.

No final de 2013, fui novamente convidada pela profa. Dra. Fernanda Cunha a escrever, junto com ela, o Projeto Pedagógico do primeiro Curso de Especialização em Arte/educação intermediática digital no Centro-Oeste¹⁵⁶ na modalidade EaD (MEC/CAPES). A escrita do Projeto sinalizou a necessidade de se construir um material didático pedagógico que despertasse nos alunos o interesse pelo tema. Foram momentos fecundos na elaboração do material, endossados pelos escritos de Manuel Castells e Pierre Lévy, os quais apresentam a *internet* como base estruturante de seus conceitos.

A partir desses teóricos, aprendi como o processo comunicativo se estabelece na sociedade em rede, que de forma direta ou indireta, repercute nas relações cotidianas, sejam elas afetivas, trabalhistas e/ou escolares. Passei a observar como as pessoas dedicavam horas de seu dia a navegar nas redes sociais e isso me causou preocupação, pois tal acesso, normalmente, não se limitava à coleta de informações diversas publicadas na *internet*, mas a uma nova necessidade que surgia de publicar vídeos no *YouTube*.

Percebi que em minha família havia uma sobrinha que, com apenas 5 anos de idade, produzia conteúdo audiovisual (principalmente brincadeiras) em seu canal no *YouTube*. No entanto, surgiu uma competição entre ela e uma colega da escola, ambas disputando quem teria mais inscritos e curtidas em seus canais. Notei que quando minha sobrinha não conseguia ultrapassar sua colega nessas métricas, ela ficava muito abalada e frustrada. Foi um processo complexo explicar a ela que os números não definiam seu valor, o que me levou a pesquisar mais sobre o tema a cada dia.

¹⁵⁶ A primeira turma contou com mais 400 inscritos e iniciou-se em agosto de 2014, com 150 alunos, contabilizados nas seguintes cidades: Aparecida de Goiânia, Cezarina, Cidade de Goiás, Inhumas e Uruaçu.

Anos mais tarde, com o nascimento da minha outra sobrinha, testemunhei várias vezes minha irmã gastar uma quantia considerável em ingressos para os shows do Luccas Neto e comprar o boneco do cantor por um preço exorbitante. Eu não compreendia a necessidade de investir tanto dinheiro e consumir os produtos promovidos por esse influenciador digital, especialmente direcionando essa devoção a uma criança de três anos.

Paralelamente, eu acompanhava nos meios de comunicação televisivos casos de grande repercussão envolvendo exposição íntima por parte de parceiros que não aceitavam o término de relacionamentos amorosos. Jovens, especialmente mulheres, viam suas vidas privadas expostas na *internet*, o que levava alguns indivíduos a cometerem suicídio devido ao impacto dessa exposição.

Em 2017, ingressei como professora horista na Escola do Futuro de Goiás em Artes Basileu França, no curso Superior de Tecnologia em Produção Cênica. Adentrava um campo novo, a educação tecnológica. Foi neste mergulho entre artes e educação tecnológica que Paulo Freire, teoricamente, conduziu-me na preparação e no planejamento das aulas. Suas obras me ajudaram-me a planejar aulas dialógicas, na tentativa de levar o estudante a compreender que o fazer desarticulado do pensar dificulta a reflexão.

Em 2020, ingressei no Doutorado em Educação pela Faculdade de Educação/UFG, sob o grande desafio da pandemia do novo coronavírus e das aulas remotas. Entretanto, mesmo neste formato, não considero que tive prejuízo em minha formação, pelo contrário, as disciplinas¹⁵⁷ que cursei foram fundamentais para a escrita desta tese.

O formato de aulas remotas serviu para trazer novos olhares à discussão sobre “tecnologia e educação”, pois ainda dividiam estudiosos e educadores brasileiros. Também trouxe à luz o despreparado de alguns educadores para lidar com a

¹⁵⁷ Paulo Freire e a Educação; Políticas Públicas Educacionais, Tecnologias e EaD; Cultura, formação Social e Educação: introdução aos intérpretes do Brasil; Filosofia e Educação: Tópicos em Rousseau; Educação, Tecnologia e Resistência em Tempos de Pandemia.

tecnologia e as ferramentas digitais como recurso pedagógico de ensino e aprendizagem.

Desde final de 2020, agreguei mais uma nova função no curso Superior de Tecnologia em Produção Cênica, como coordenadora do curso. O desafio não tem sido lidar com a parte administrativa e de gestão, mas com os problemas pedagógicos e interpessoais que o atravessam. Tem sido uma aprendizagem, não nego, no entanto, é a sala de aula que me encanta, que tem sido meu refúgio e minha alegria para lidar com os enfrentamentos diários que surgem nos bastidores da coordenação.

Em 2023, através de um processo seletivo, fui selecionada para o cargo de coordenadora de tutoria no Instituto Federal Goiano (IF Goiano), no curso de Licenciatura em Pedagogia na modalidade EaD. No exercício dessa função, lidero uma equipe composta por 36 tutores, distribuídos em dezenove polos localizados no estado de Goiás. Com o apoio de uma equipe multidisciplinar, tenho me empenhado em contribuir para a formação dos tutores, visando garantir que a mediação por eles realizada tenha um impacto significativo na formação dos futuros educadores da educação infantil.

Destaco que, de maneira sucinta, nestas páginas enumerei algumas experiências fundamentais que me auxiliam a elucidar como a tecnologia e a educação têm sido minhas parceiras ao longo desta jornada formativa. Esta jornada não se encerra aqui, pois almejo alcançar novos horizontes.