



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**ANTONIO DHENNIS MAIA ROGÉRIO**

**PRÁTICAS AUTOLESIVAS DE RISCO: UMA ANÁLISE DOS CANAIS DO  
YOUTUBE DO EVERSON ZOIO**

**FORTALEZA**

**2024**

ANTONIO DHENNIS MAIA ROGÉRIO

PRÁTICAS AUTOLESIVAS DE RISCO: UMA ANÁLISE DOS CANAIS DO YOUTUBE  
DO EVERSON ZOIO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Meios e processos comunicacionais.

Orientadora: Profa. Dra. Inês Sílvia Vitorino Sampaio.

Coorientadora: Profa. Dra. Andrea Pinheiro Paiva Cavalcante.

FORTALEZA

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- R63p Rogério, Antonio Dhennis Maia.  
Práticas autolesivas de risco : uma análise dos canais do Youtube do Everson Zoio / Antonio Dhennis Maia Rogério. – 2024.  
131 f. : il. color.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2024.  
Orientação: Profa. Dra. Inês Sílvia Vitorino Sampaio.  
Coorientação: Profa. Dra. Andrea Pinheiro Paiva Cavalcante.
1. Práticas autolesivas. 2. Infância. 3. Adolescência. 4. Youtube. I. Título.

CDD 302.23

---

ANTONIO DHENNIS MAIA ROGÉRIO

PRÁTICAS AUTOLESIVAS DE RISCO: UMA ANÁLISE DOS CANAIS DO YOUTUBE  
DO EVERSON ZOIO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Meios e processos comunicacionais.

Aprovada em: 23/02/2024.

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Inês Sílvia Vitorino Sampaio (orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Dra. Andrea Pinheiro Paiva Cavalcante (coorientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Francisco Silva Cavalcante Junior  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Dra. Helena Martins do Rego Barreto  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e à Nossa Senhora Aparecida por terem me abençoado nessa jornada que foi repleta de conquistas e desafios inimagináveis.

Em segundo lugar, faço um agradecimento, mais que especial, a duas pessoas importantíssimas na minha vida, meus pais: Seu Rogério, em memória, foi o homem que me adotou ainda no útero de minha mãe, me criou, me deu o sobrenome dele e sempre me foi força, até nos últimos momentos de vida dele, quando pude acolhê-lo, assim como ele me acolheu nos meus primeiros. Sou grato também à Dona Marciley que, mesmo tendo sido tirada da escola para trabalhar e ajudar a criar os irmãos mais novos, nunca desistiu de mim e nem dos meus irmãos, lutou para nos dar a oportunidade de estudar, não medindo esforços para nos fornecer o melhor que pôde e sempre foi exemplo de força e fé. Esse título é deles dois!

Sou grato também ao meu companheiro, Thiago Rocha, que foi e tem sido amor, apoio e cumplicidade em todos os momentos, dos mais alegres aos mais difíceis. Sem ele, esse caminho teria sido bem mais difícil. O amor alicerça e constrói. Gratidão também ao meu irmão caçula, John Weyne, por todo apoio na catalogação dos vídeos explorados aqui e nas missões que assumiu em casa nesse período. Ele foi uma companhia fundamental.

Grato aos professores participantes desta banca examinadora, Cavalcante Junior, Helena Martins e Ricardo Jorge de Lucena, pelo tempo e pelas valiosas colaborações. Gratidão também à Fabiana Vasconcelos, Alexandra Xavier e TC Edir Paixão, que são referências na área de brincadeiras perigosas e suicídio. Todos me são exemplos.

Agradeço também os amigos que compreenderam minhas ausências em eventos e convites nos últimos semestres devido à necessidade de eu precisar focar nas leituras e escritas. Sou grato aos colegas da turma pelas reflexões, críticas e contribuições nesse caminhar e, em especial ao João Everton Cavalcante, parceiro de trilha e um companheiro excepcional.

Por fim, agradeço à minha orientadora, Profa. Inês Vitorino, por ter acolhido a mim e esta pesquisa, desde quando ainda era projeto, até o finalizar desta dissertação. Reforço que eu não poderia estar em melhores mãos. Mulher de referência. Agradeço também à Profa. Andrea Pinheiro, minha coorientadora, que é um exemplo na vida dos discentes, que me fez enxergar e refletir sobre questões ainda obscuras e me ofertou força, luz e acolhimento.

“Tudo é possível desde que você dedique seu tempo, seu corpo e sua mente.” (Michael Phelps)

## RESUMO

Apresenta um estudo de caso sobre dois canais do youtuber Everson Zoio, jovem brasileiro que reproduz vídeos com a execução de “práticas autolesivas de risco”. Essa nomenclatura é sugerida nesta dissertação para o conjunto de conteúdos usualmente nomeados como desafios, jogos e brincadeiras perigosas divulgadas na internet e reproduzidas no off-line. A pesquisa se propôs a analisar as violações às diretrizes da plataforma e aos direitos de crianças e adolescentes, nas produções envolvendo situações de risco, publicadas nos canais do youtuber Everson Zoio, problematizando as contradições entre as diretrizes da plataforma e as práticas que ela abriga. Por fim, a pesquisa trata da relação que há entre os conteúdos com a democratização da comunicação e das plataformas digitais, resgatando ainda os tensionamentos existentes e exemplos exitosos de regulação das plataformas em outros lugares do mundo.

**Palavras-chave:** práticas autolesivas; infância; adolescência; Youtube; Zoio.

## **ABSTRACT**

Presents a case study on two channels of the YouTuber Everson Zoio, a young Brazilian who produces videos featuring "high-risk self-harming practices." This term is suggested in this dissertation for the set of contents commonly referred to as challenges, games, and dangerous activities shared online and reproduced offline. The study aimed to analyze the violations of platform guidelines and the rights of children and adolescents in the productions involving risky situations published on Everson Zoio's channels, exploring the contradictions between the platform's guidelines and the practices it hosts. Finally, the research addresses the relationship between this content and the democratization of communication and digital platforms, also highlighting existing tensions and successful examples of platform regulation in other parts of the world.

**Keywords:** risky self-harming practices; infancy; adolescence; Youtube; Zoio

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– Tabela EU Kids Online .....	25
Figura 2	– Tabela CO:RE de classificação de riscos online para crianças e adolescentes .....	29
Figura 3	– Print de Blue Whale Game (jogo da baleia azul) .....	37
Figura 4	– Escultura da boneca Momo .....	41
Figura 5	– Print da boneca Momo em vídeo de produção infantil, dando ordens de ações violentas e exibindo utensílios de corte .....	43
Figura 6	– Imagem do Homem Pateta, usadas em contas criadas para Jhonatan Galindo .....	44
Figura 7	– Trecho referente a sequência do desafio do vídeo Desafio53 .....	58
Figura 8	– Print do resultado do teste no Youtube, após digitar “desafio” .....	75
Figura 9	– Abordagem policial após tumulto no supermercado .....	77
Figura 10	– Postagem no Facebook com pedido de desafio .....	79
Figura 11	– Print do resultado do teste no Youtube Shorts, após digitar “desafio” .....	80
Figura 12	– Print do Canal do Zoio no vídeo do Desafio 1 .....	92
Figura 13	– Print de postagem do vídeo Desafio 1, no Canal do Zoio .....	94
Figura 14	– Print de postagem do 114º vídeo da <i>playlist</i> “Segundo Canal” .....	96
Figura 15	– Diferença de cenários no Canal do Zoio, entre 2020 e 2024 .....	101
Figura 16	– Print de vídeo do desafio de beber um galão com 20 litros de água .....	103
Figura 17	– Print de vídeo de três adolescentes misturando substâncias em liquidificador antes de beber .....	104
Figura 18	– Zoio sentado com um frasco de adoçante líquido na mão .....	107
Figura 19	– Print de vídeo mostrando o falso ovo de chocolate .....	110
Figura 20	– Zoio reclama do Youtube .....	117

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– Playlist com quantitativo de vídeos upados .....	88
Quadro 2	– Lista de categorias criadas pelo pesquisador .....	90

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	10
2	<b>INFÂNCIAS, ADOLESCÊNCIAS E PRÁTICAS AUTOLESIVAS DE RISCOS</b> .....	15
2.1	<b>Oportunidades, riscos e danos</b> .....	24
2.2	<b>Brincadeiras perigosas: o que são</b> .....	31
2.2.1	<i>Choking game (jogo do desmaio)</i> .....	35
2.2.2	<i>Blue Whale Game (jogo da baleia azul)</i> .....	36
2.2.3	<i>Desafio da camisinha</i> .....	39
2.2.4	<i>A boneca Momo</i> .....	41
2.2.5	<i>O homem pateta</i> .....	43
2.2.6	<i>Desafio do desodorante</i> .....	45
2.2.7	<i>Jogo do quebra crânio</i> .....	45
2.2.8	<i>Desafio da cola Super Bonder</i> .....	47
2.2.9	<i>Álcool líquido e álcool em gel</i> .....	48
3	<b>ZOIO NO YOUTUBE: RELAÇÃO ENTRE O MAIOR YOUTUBER DE PRÁTICAS AUTOLESIVAS E A PLATAFORMA</b> .....	50
3.1	<b>Zoio e seus canais no Youtube</b> .....	50
3.2	<b>Zoio: o youtuber como narrador e personagem</b> .....	59
3.3	<b>Youtube: a plataforma como contexto e agente</b> .....	61
3.4	<b>Diretrizes e políticas da plataforma Youtube</b> .....	67
3.5	<b>Repercussões dos vídeos do Zoio e as relações com as diretrizes do Youtube</b>	69
4	<b>CANAIS DO ZOIO: VIOLAÇÕES A DIRETRIZES E DIREITOS</b> .....	87
4.1	<b>Playlist 1: Pegadinhas e Mão no formigueiro</b> .....	91
4.2	<b>Playlist 2: Segundo Canal e Estratégia preventiva</b> .....	97
4.3	<b>Playlist 3: Desafios em casa e Um galão d'água</b> .....	100
4.4	<b>Playlist 4: Desafios na rua e Interação com estranhos</b> .....	105
4.5	<b>Playlist 5: Trollagens, a proposta de zoar o outro</b> .....	109
4.6	<b>Playlist 6: Perguntas e Respostas</b> .....	112
4.7	<b>As últimas playlists analisadas: Hard Cast, Trotes e Avisos</b> .....	114
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	120
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	125

## 1 INTRODUÇÃO

O primeiro contato que tive com o tema - vídeos com desafios disponíveis no YouTube - e com o objeto desta dissertação ocorreu em 2017, a partir de uma experiência que vivi junto a um jovem que estava prestes a executar o quinquagésimo desafio do “Jogo da Baleia Azul”<sup>1</sup>. Opto por começar esse texto por essa narrativa, e seguindo essa ordem cronológica, por ter sido assim que o tema chegou até mim, sem eu saber que isso existia e do que se tratava e nem dos riscos que tudo isso trazia. Na época, o jovem mencionado acima era atendido pela Rede Cuca, instituição do município de Fortaleza que atua com adolescentes e jovens, onde eu, dentre outras atribuições, trabalhava com processos formativos na área da Comunicação.

No dia 23 de abril daquele ano, último dia da Bienal do Livro do Ceará, quando estávamos finalizando a atuação na cobertura colaborativa do evento literário, fomos surpreendidos com a mãe desse jovem chegando aos prantos e procurando pelo filho entre nós. Ela chegou com uma carta de despedida em mãos escrita por ele. O texto informava que tiraria a própria vida naquela noite. O jovem integrava o grupo que atuou na cobertura do evento. Contudo, ele já havia ido embora do prédio há quase uma hora quando a mãe dele chegou. Preocupados, parte da família, eu e alguns outros funcionários saímos em dois carros para procurá-lo em pontos de Fortaleza que ele costumava frequentar. Horas depois, os familiares o encontraram, graças a Deus, vivo.

Além de um alívio, essa experiência serviu para nos deixar em alerta para que pudéssemos identificar outros adolescentes e jovens que pudessem estar envolvidos nesse tipo de prática e que eles pudessem contar com a gente da instituição para um suporte profissional, psicológico e emocional, tanto para eles, como para familiares e amigos próximos. O jovem em si, iniciou um acompanhamento psicossocial específico e nós ficamos, na época, fomos buscar também ajuda e conhecimento sobre a situação, pois ficamos a imaginar quantos outros adolescentes e jovens do nosso convívio poderiam estar também participando desse jogo e, de repente, estar com 20, 30 ou 40 dias de desafio em andamento. Nas primeiras horas após o encontrarmos, ninguém ao redor do jovem sabia o que fazer ou como agir, inclusive nós, funcionários.

---

<sup>1</sup> O Jogo da Baleia Azul consiste em um jogo de desafios ao longo de 50 dias, onde um mentor desafiava quem iria cumprir desafios e executar tarefas que deveriam ser postadas em redes sociais que eram monitoradas pelo mentor. Após seguidos jogos de tortura psicológica e automutilação, o incentivo ao suicídio era realizado como último desafio.

Desde então, comecei a imergir no fenômeno que, até então, é conhecido como “brincadeiras perigosas”. Na mesma semana, tive o prazer de conhecer também o trabalho de instituições que atuam com isso, bem como projetos e ações focadas na prevenção ao suicídio. Além disso, comecei a participar também do Laboratório de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (Labgrim), para me aprofundar mais nas discussões, estudos e pesquisas sobre infância, adolescência e juventude ligados às mídias.

Outra inquietação gerada na época é que essa prática, nesse formato, chegou até o jovem da Rede Cuca, em específico, por meio da internet e das redes sociais e, mesmo ele sendo próximo da maioria de nós, funcionários da instituição, ninguém desconfiou ou imaginou que isso pudesse ocorrer ou que ele ou outro jovem poderiam estar envolvidos na reprodução desses “desafios”. A única certeza que tínhamos na época é que precisávamos agir e mergulhar nesse tema, pois não conhecíamos a existência desse tipo de conteúdo que quase o fez uma vítima fatal.

Nesse contexto de acesso às redes sociais por crianças e adolescentes, o Brasil registra um número bem expressivo, como mostra a pesquisa TIC Kids Brasil 2023. Segundo ela, o acesso é realizado por 93% das crianças e adolescentes do país. No ano anterior, em 2022, a pesquisa registrou que o acesso era feito por 86% desse público. Dentre os entrevistados, 82% afirmaram que acessam a internet com o intuito de assistir vídeos, programas, filmes ou séries.

Outro dado importante que a pesquisa de 2022 trouxe corresponde ao acesso solitário. Segundo a pesquisa, 55% dos entrevistados responderam ser incentivados pelos pais ao acesso solitário. Com essa realidade de acesso a conteúdos sensíveis e de dano a si, a pesquisa de 2023 apontou que 12% já tiveram contato com formas de se machucar, 15% com conteúdos sobre como cometer suicídio e 10% sobre experiências ou uso de drogas. Esse número é assustador diante do desconhecimento dos responsáveis e dos riscos que crianças podem correr, estando expostas sem orientação e sem segurança.

O Mapa da Violência no país, aponta que a taxa de morte autoprovocada entre jovens é maior do que na população em geral. De 2012 até 2021, cerca de mil crianças e adolescentes, entre 10 e 19 anos, tiraram a vida por ano no país, de acordo com a série histórica levantada pela Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) (Gandra, 2023). De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), o suicídio é, ainda, a quarta causa de morte mais recorrente entre pessoas de 15 a 29 anos no mundo. Esses dados de suicídios podem ter sofrido impactos e aumentos devido às vítimas desses tipos de conteúdos e práticas, que podem ser notificados como suicídios, quando, na verdade, as causas da morte podem ter sido decorrentes de acidentes. E isso, trata-se de uma questão que necessita ser melhor investigada.

Todos esses dados, dentre outros que serão abordados nesta dissertação, justificam uma preocupação adicional com a manutenção e a circulação de conteúdos que podem funcionar como propagadores de práticas que podem servir como divulgadores e incentivadores de riscos e ainda gerar danos para crianças e adolescentes.

Para ilustrar como a proximidade com o tema é algo que está no nosso cotidiano e nem sempre temos uma consciência tão amadurecida sobre isso tudo, trago um relato aqui de acontecimentos recorrentes de parte da minha adolescência. Nos anos de 2001 e 2002, quando eu tinha entre meus 11 e 13 anos de idade, eu sempre brincava aos domingos com os amigos de escola no açude de Itacima, distrito da cidade de Guaiúba que faz parte da região metropolitana de Fortaleza. Lembro que, em meio a todas as brincadeiras que fazíamos, como “pega-pega dentro d’água”, eu tinha uma preferida: mergulhar e prender a respiração embaixo da água. Na época, isso era uma disputa e, enquanto estávamos submersos, ficávamos cronometrando quanto tempo cada um aguentava ficar sem respirar. Íamos até o nosso máximo e a competição estava em superarmos sempre o tempo do outro. Nessa época, estávamos realizando o que chamamos, hoje, de “brincadeiras perigosas”.

Contudo, essa ação estava limitada ao nosso grupo de amigos, naquele espaço, naqueles dias e naquelas horas específicas em que a competição ocorria na presença de todos. Agora, imaginemos essa situação sendo vivenciada atualmente, sendo filmada e publicada na internet sem controle de onde esse conteúdo poderia parar, sobre quem pode ter acesso a ele, sem noção de limite de tempo de visualização, sem sabermos quando poderia ser visto, se poderia ser repetido reiteradas vezes durante dias, meses e até anos após a sua publicação e, sobretudo, sem termos a noção mínima de quantas pessoas poderiam acessar e até reproduzir essa prática a partir do conteúdo visualizado seja em uma situação de grupo ou de isolamento individual. Essa é precisamente a situação que temos hoje com a exibição desse tipo de situação de risco na internet.

Nesse contexto, a proposta desta pesquisa, que é investigar dois canais do youtuber Everson Zoio, que reproduz vídeos com a execução de desafios, se justifica também pelo fato de existirem poucos estudos no Brasil envolvendo a infância e adolescência diante dessas chamadas “brincadeiras perigosas”. Uma busca na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)<sup>2</sup> realizada em dezembro de 2023, utilizando a expressão “brincadeiras perigosas”, identificou apenas 10 publicações sobre o assunto sendo a maioria direcionada para as áreas da Psicologia, vinculadas ao estudo da mente da criança e do adolescente, e localizada

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://bdtd.ibict.br>.

no eixo territorial das Regiões Centro-Oeste e Sudeste do Brasil. Quando se aborda esse tema sob um olhar da área de comunicação, os estudos são ainda mais escassos.

Everson Zoio é o produtor de conteúdo que tem o maior acesso e alcance do país a produções que envolvem desafios na internet. Com a proposta de entender quem responde pelos riscos e danos relacionados aos vídeos produzidos e publicados nos canais desse youtuber brasileiro, a pesquisa analisa e categoriza as *playlists* e vídeos dos dois canais dele que abordam esse tipo de conteúdo, conforme objetivos listados abaixo.

A pesquisa teve como, objetivo geral, identificar as violações às diretrizes da plataforma e aos direitos de crianças e adolescentes, nas produções envolvendo situações de risco, publicadas nos canais do youtuber Everson Zoio, problematizando as contradições entre as diretrizes da plataforma e as práticas que ela abriga.

Como objetivos específicos, a pesquisa visou categorizar essas violações a partir do tipo de violação infligida. Para isso, listamos e mensuramos as diretrizes, políticas e termos de uso do Youtube e avaliamos se a aplicação delas está presente nos canais. Para isso, foi necessário mapear esse conjunto de normas e orientações. Além disso, analisamos se existem incentivos para o acesso, para a prática ou para a reprodução dessas ações.

A pesquisa observou ainda se Everson Zoio projeta em suas narrativas uma compreensão de que o conteúdo que ele produz pode ser encarado com uma atividade segura ou se isto é minimizado e/ou desconsiderado, gerando incentivos associados a riscos em suas estratégias de engajamento.

Sobre os canais, vale ressaltar que nossa proposta consiste em analisar as produções e as narrativas específicas de vídeos que apresentam conteúdos de práticas autolesivas e que estão postados em *playlists* dos dois primeiros canais. Outros conteúdos que fujam dessa temática não serão analisados por fugir do foco da pesquisa.

Trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo, que tem o estudo de caso como escolha metodológica. No total, catalogamos quase 500 vídeos, que estão distribuídos em nove *playlists*. O estudo considera o período de julho de 2023 até o mês de janeiro de 2024, considerando todos os vídeos postados, independentemente de quando foram publicados. A análise se debruça sobre os vídeos mais acessados de cada lista de reprodução. Reportagens sobre o assunto, publicadas na imprensa, também foram utilizadas, como material complementar, de modo a favorecer a contextualização dos vídeos selecionados.

Esta dissertação está organizada em mais três capítulos, para além desta Introdução e das Considerações Finais. No segundo capítulo, abordamos a infância e a adolescência como conceito socialmente construído, situamos a infância no contexto de cultura digital, além de

apresentarmos o que tem sido nomeado de “brincadeiras perigosas”, problematizando esse termo, e apresentando uma nova proposta de nomenclatura.

Como referencial teórico do Capítulo 2, usaremos os conceitos de infância midiática, de Buckingham (2007), em Jenkins (2009) na perspectiva da web como um lugar de experimentação que pode trazer pontos positivos e negativos quando as pessoas assumem o controle das mídias. Abordaremos ainda a cultura corporativa da infância de Steinberg e Kincheloe (2004) e mergulharemos também nos estudos mais recentes sobre brincadeiras perigosas, de Guilhere (2014). No terceiro capítulo, abordaremos a plataforma Youtube, onde parte desses conteúdos estão expostos e disponíveis, além de apresentar o youtuber Zoio e os canais dele de forma mais aprofundada. Ao apresentar e qualificar os tipos de conteúdo publicizados nos canais, abordaremos a questão das práticas autolesivas de risco, termo proposto nesta dissertação.

Por fim, no último capítulo, traremos a análise dos vídeos. Para tanto, os canais foram escolhidos, as *playlists* foram selecionadas e os vídeos mais acessados foram analisados a partir do maior número de acessos e de visualização. Na análise, foram identificados normas e direitos violados nos conteúdos publicados, conforme detalhamento feito no capítulo de análise. Ao todo, traremos a análise de nove *playlists* que trazem esses conteúdos com a análise dos vídeos eleitos, dentro de cada lista de reprodução. Procedemos ainda uma categorização dos vídeos e problematizamos o tensionamento entre o que dispõem as diretrizes, os termos de uso e as políticas da plataforma e os tipos de conteúdo e estratégias de engajamento que encontramos nos canais. Finalmente, tais violações também foram consideradas sob o ponto de vista dos direitos de crianças e adolescentes.

Todo esse contexto inicial, além dos dados de acesso a esses conteúdos, evidenciam, portanto, números preocupantes com possíveis implicações no bem-estar e na saúde mental e física de crianças e adolescentes. Por isso mesmo, a realização de estudos sob o olhar da comunicação, como desenvolvemos nesta dissertação, são necessários e urgentes.

## **2 INFÂNCIAS, ADOLESCÊNCIAS E PRÁTICAS AUTOLESIVAS DE RISCOS**

A mídia vem ganhando um papel crucial na sociedade, contribuindo, inclusive, para a sua atual configuração e dinâmica, potencializando, inclusive de forma contraditória, avanços e retrocessos em diferentes áreas e dimensões da vida individual e coletiva. A chegada da imprensa, com a possibilidade de publicação de conhecimentos diversos em larga escala, junto ao avanço das tecnologias e da ciência, colaborou para que as interações deixassem de ser somente face a face e limitadas ao tempo e ao espaço, diluindo algumas dessas fronteiras. Thompson (2011) argumenta que essa mudança fez com que as relações se tornassem mais abrangentes, no sentido de oferecer mais possibilidades comunicacionais e de interação comparadas ao que existia antes. Em outras palavras, a alteração na distância entre a emissão e a recepção das mensagens colaborou para a modificação das relações que os indivíduos desenvolvem com seu entorno e com eles mesmos.

Enquanto a chegada da imprensa trouxe um avanço quanto à ampliação da disseminação da informação, e sua configuração tecnológica se diversifica das modalidades impressas para as eletrônicas, inicialmente, pelo rádio e depois pelo cinema e televisão, em termos institucionais ela também se complexifica, tendo que lidar com interesses nem sempre alinhados.

Esse contexto suscitou e fez reverberar, por algum tempo, a falsa ideia de que as rádios acabariam com os jornais impressos, de que o cinema acabaria com as rádios e de que a televisão, por fim, acabaria com o cinema. Contudo, isso não ocorreu. As mudanças que os meios de comunicação, em suas mais variadas tipologias, trouxeram foram sendo recebidas e incorporadas aos poucos pela sociedade. Hoje, já com a implantação de uma cultura digital alinhada à internet, as mesmas características de modificação nas relações de tempo e espaço continuam a existir e persistir. Observamos assim não só a manutenção de diversos meios de comunicação que convivem entre si e articulam distintos espaços de informação e comunicação, mas que atuam com lógicas e dinâmicas particulares, interesses diversos, velocidades distintas, entre outros.

Esse desenvolvimento do campo da comunicação, do ponto de vista de sua lógica institucional, afetou áreas como a publicidade, ligada diretamente ao consumo e aos modos de promovê-lo, por exemplo, pautado não apenas na lógica informacional, mas nas relações comerciais. E, claro, afetou também as esferas sociais, como familiar, cultural etc. No contexto de modificação da vida social, esse processo de mudanças também incide nas crianças e

adolescentes, pois, a formação do público que integra essa faixa etária foi sendo permeado, cada vez mais, pela presença das mídias em suas rotinas e vidas.

No Brasil, a televisão assumiu um papel central nesse processo. Nas décadas de 1980 e 1990, ela começou a apresentar programas direcionados para crianças e adolescentes. Nesse período, foi intensificado no país uma preocupação com o consumo dessa mídia por esse público em específico, o que ocorreu “simultaneamente, a tematização desse processo de valorização da criança enquanto consumidor e da relação criança e mídia” (Sampaio, 1999, p. 196).

Com o passar dos anos, o desenvolvimento de pesquisas e o início do debate público sobre essa relação, agentes diversos vinculados à pauta dos direitos da infância e da adolescência conseguiram chamar a atenção para aspectos problemáticos dessa relação comercial dirigida aos pequenos, e destacando a importância de se considerar o que poderia ser apropriado para essas idades, implicando alguns avanços como a política de classificação indicativa (Brasil, [2024]), e a Resolução nº 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) (Brasil, 2014), que considera abusiva a publicidade e comunicação mercadológica direcionadas à criança, definindo especificamente as características dessa prática, como o uso de linguagem infantil, de pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil, de personagens ou apresentadores infantis, dentre outras.

Para fazer um paralelo com as gerações que já nasceram rodeadas de aparelhos e dispositivos tecnológicos, podemos pensar que há uma tendência à naturalização da relação das crianças com esses dispositivos. Com isso, precisamos, como sociedade, problematizar essa nova configuração e essa nova dinâmica que se apresenta entre as crianças e seus processos de crescimento e desenvolvimento em um espaço mediado pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), envolvendo-as com a vivência de uma “infância midiática”, expressão definida por Buckingham (2007).

O autor defende que “a opção de acesso a esse conhecimento das crianças está cada vez mais “à mão” e que elas vivenciam, no contexto contemporâneo, uma “infância midiática”, onde as “experiências diárias são repletas de narrativas, imagens e mercadorias produzidas pelas grandes corporações globalizadas de mídia” (Buckingham, 2007, p. 1). Nesse cenário, vale ressaltar que, diferente de alguns pensamentos mais radicais que qualificam a internet como uma inimiga de crianças e adolescentes, a discussão aqui não está pautada por esse viés.

A ideia não é reforçar esse estigma proibicionista que muitos pais, educadores, entre outros, trazem, de forma equivocada, sob influência, muitas vezes, de abordagens jornalísticas que, em certos casos, assumem essa perspectiva da vilania e de promoção do pânico em algumas

coberturas jornalísticas, como ocorreu no caso de uma menina que foi sequestrada em março de 2023 a partir de conversas com um homem adulto. Na situação, a reportagem trouxe que o caso “reacendeu o debate sobre o controle que pais e responsáveis devem ter sobre o uso da internet por crianças e adolescentes”. Na mesma reportagem, outro trecho diz que “especialistas ouvidos pelo G1 aconselham supervisão obrigatória e diálogo com os filhos, para evitar a exposição aos perigos da rede” (Maria, 2023).

A literatura acadêmica dedicada aos estudos da infância, cultura digital, internet e direitos, tem, pelo contrário, destacado a importância de tratar de riscos e oportunidades de forma balanceada, procurando soluções para dar condições de um acesso mais seguro à internet, destacando inclusive a importância da promoção do letramento digital.

Nesse contexto de ampla disseminação da cultura digital, marcado por processos de convergência midiática que tornam uma multiplicidade de conteúdos mais acessíveis, Jenkins (2009, p. 29) argumenta que “a web representa um lugar de experimentação e inovação, onde os amadores sondam o terreno, desenvolvendo novos métodos e temas e criando materiais que podem atrair seguidores”<sup>3</sup>. O autor ressalta, ainda, pontos positivos e negativos da apropriação das mídias pelos consumidores. “Quando pessoas assumem o controle das mídias, os resultados podem ser maravilhosamente criativos; podem ser também uma má notícia para todos os envolvidos” (Jenkins, 2009, p. 29). Esse contexto pode ser aplicado às crianças e adolescentes que seguem e podem reproduzir essas práticas que foram acessadas na internet.

Nesse cenário de pulsante debate sobre o uso crescente das mídias digitais por esse público e o papel social da mídia e de suas potencialidades e da participação no ambiente online, Nogueira e Padilha (2014, p. 273) comentam sobre a apropriação que eles fazem dos aparelhos digitais. Para elas, com a intensificação dos processos e digitalização na sociedade, quando o jovem se coloca ativo como sujeito, reage criticamente, produz seus próprios conteúdos e dissemina cultura e conhecimento, está simultaneamente participando de um processo de inclusão digital. Isso nos faz pensar que devemos, como sociedade, entender sobre como esses acessos devem ser realizados e de que forma eles podem ser feitos de forma mais segura, onde se dão e que lógicas orientam esses espaços, que, definitivamente, não são neutros. Além disso, devemos aprofundar mais sobre essas discussões, mapear que lógicas estão por trás disso, se há interesse mercadológico e comercial nisso tudo e ainda buscar garantir que as

---

<sup>3</sup> Jenkins (2009, p. 29) define convergência como um aumento de fluxo de conteúdos de mídia entre os mais diversos aparelhos, mas que a convergência não acontece nos artefatos eletrônicos, mas sim no cérebro dos consumidores.

plataformas e as grandes empresas possam também ser responsabilizadas pelos conteúdos que têm chegado até crianças e adolescentes.

Para entender esse contexto cultural de construção de uma infância cada vez mais conectada em um espaço permeado por uma lógica mercadológica, consideramos importante resgatar a noção de cultura corporativa da infância de Steinberg e Kincheloe (2004). Os autores argumentam que “a infância não seria mais produzida apenas pelas culturas locais, mas seria também inventada por adultos e pelas grandes corporações, formando assim uma cultura corporativa da infância” (Steinberg; Kincheloe, 2004). Nesse processo, os modelos de infância divulgados midiaticamente tornam-se modelos, espécies de “receitas” de como ser e viver a infância, levando ensinamentos para as crianças sobre como viver a infância e dar sentido a ela por meio de suas relações com a mídia e o consumo. Nesse caso, crianças e adolescentes passam a ser vistos sobretudo como consumidores, como público-alvo de produtos, marcas, e estilos de vida a eles correlatos.

As crianças participam ativamente da sociedade de consumo, inclusive no que se refere ao consumo de produtos tecnológicos, na busca de visibilidade e pertencimento a uma sociedade que visa não só a aquisição de bens materiais, mas também a aquisição de significados e representações que permitem a busca da satisfação de desejos, tanto quanto a busca de uma identidade” (Alcântara; Osório, 2014, p. 103)

Nesse desenhar, o problema atual se configura também pelo fato de conteúdos divulgados na internet tomarem uma dimensão nunca antes imaginada. Agora, conteúdos postados no espaço digital podem ser acessados em diferentes lugares e em diferentes horários. Uma apresentação musical feita por um grupo de estudantes no pátio de uma escola e publicada na internet minutos depois, poderá ser vista em outro dia e até do outro lado do planeta. O fato de um conteúdo ser publicado na internet aumenta o alcance de visualização, que, no caso da apresentação escolar, citada como exemplo acima, seria antes vista apenas de forma presencial por outros alunos e funcionários da instituição de ensino.

Resgatando o exemplo da competição de apneia realizada por mim e meus amigos de escola no açude, apesar de nos colocarmos em risco, acabávamos lidando com as situações limites apenas entre nós, sejam a simples falta de ar, os possíveis engasgos e até sensações de náuseas e tonturas que poderiam ser vivenciadas por nós, decorrente da realização desta prática. Apesar de que a ação estava limitada e não ultrapassa limites de tempo e espaço, para além daqueles dias e daquele lugar, a gente acreditava que tinha um certo controle sobre a reprodução dos riscos e/ou dos danos que isso poderia acarretar a nós. Contudo, mesmo que nunca tenhamos sido acometidos por danos, não significa que não corremos riscos.

Ainda neste capítulo abordaremos num plano conceitual a questão dos riscos e danos, mas, antes disso, queremos ainda abordar questões e dados mais atualizados sobre acesso de crianças e adolescentes à cultura digital, visto que esse quadro nos ajudará a situar melhor o problema em tela. A última pesquisa TIC Kids Brasil (2023)<sup>4</sup> foi realizada entre junho de 2022 a outubro de 2022, em todo o território nacional e entrevistou 2.604 crianças e adolescentes, assim como seus pais ou responsáveis. Segundo os dados da pesquisa, 93% dos brasileiros com idade entre 9 e 17 anos são usuários de internet, o que corresponde a um total de 22,3 milhões de brasileiros nessa faixa etária.

Concordando com os dados do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)<sup>5</sup>, conseguimos perceber o crescimento do percentual de acesso à internet, se compararmos, por exemplo, o mesmo dado com os do ano de 2019, quando esse projeto de pesquisa foi submetido para a seleção do Mestrado. Na época, os dados apontavam que 89% desse público era usuário de internet. Ou seja, um crescimento de 4% em pouco mais de três anos. Isso foi impulsionado, principalmente, pelo aumento na proporção de usuários de internet na região Nordeste do Brasil, que subiu de 79% para 92% e nas áreas rurais também, que registrou 90% de acesso, quando em 2019 era de 75%. No ano anterior, em 2018, eram 71%. E, se formos avaliar o mesmo dado em 2010, tínhamos um registro de que apenas 27% dos lares acessam a internet no país, o que evidencia o crescimento expressivo em termos de acesso.

A pandemia de Covid-19 acabou contribuindo para essa ampliação de acesso, dado o contexto de isolamento social necessário, com ambientes e espaços públicos fechados e estruturas de ensino remodeladas para estruturas remotas. Por um lado, isso foi ruim, se pensarmos diante do fato que nem toda criança e adolescente tem competência para evitar ou lidar com situações de riscos e danos aos quais possam ser colocados no ambiente virtual.

Diante da frequência de acesso, a pesquisa de 2023 apontou que 80% dos entrevistados, entre 9 e 17 anos de idade, acessam a internet mais de uma vez por dia e que 15% deles têm acesso pelo menos uma vez diariamente. Isso, além de contribuir para uma maior disseminação de conteúdos no ambiente online, também gera preocupação diante dos processos de circulação de conteúdos mais sensíveis ou impróprios, pois, como já é fato conhecido, o algoritmo atua diante da dinâmica de recomendação. Desse modo, o acesso diário pode contribuir para uma maior chance de sugestões e de consumo desse tipo de conteúdo.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://cetic.br/pt/noticia/tic-kids-online-brasil-2021-78-das-criancas-e-adolescentes-conectados-usam-redes-sociais/>. Acesso em: 20 ago. 2022.

<sup>5</sup> Entidade responsável pela produção de indicadores e estatísticas sobre o acesso e o uso da Internet no Brasil.

Outro dado da pesquisa, relevante para a reflexão desta dissertação diz respeito aos equipamentos pelos quais o acesso é realizado. Em 2022, cerca de 24 milhões de indivíduos nessa faixa etária viviam em domicílios com Internet. A pesquisa detectou, ainda, que o telefone celular segue como o principal meio de conexão à rede nos diferentes extratos sociais. Em 2021, esse acesso feito exclusivamente por aparelhos de telefone era de 53%. Atualmente, o celular é usado como o único dispositivo de acesso à internet por 56% dos entrevistados.

Nesse sentido, o telefone celular foi o meio mais utilizado por crianças e adolescentes, alcançando cerca de 96% dos entrevistados. Esse acesso por aparelhos celulares implica um ambiente de uso mais privativo, o que pode incidir na ampliação do acesso a um universo de conteúdo mais sensível, como as “brincadeiras perigosas”. Com isso, como podemos falar da responsabilização dos pais, por exemplo, se existe em um contexto de individualização dos acessos. Do mesmo modo, a lógica algorítmica, reforçada pelos celulares, que são dispositivos que produzem milhares de dados, faz com que conteúdos desse tipo sejam bem conhecidos entre crianças, mas não cheguem aos pais e, por não chegar, pode não se tornar um problema, já que não há conhecimento da parte deles. Diante disso, esse tipo de acesso poderia ser mais discutido.

Ao abordar a relação das mídias com a infância, questionamos conceitos abordados como o de “nativos digitais”, apresentado por Prensky (2001). Nesse contra-argumentar, levamos nossa discussão apoiada em autores como David Buckingham (2007), que defende que as crianças vivenciam a experiência das tecnologias, apropriam-se delas, porém sem tantas habilidades, digamos, mais complexas relacionadas ao bem-estar, às oportunidades, aos riscos e aos danos.

Nesse contexto de “brincadeiras perigosas”, de um modo mais específico, Juliana Guilheri (2007) apresentou uma pesquisa, publicada na revista *Ciência & Saúde Coletiva*, realizada com 1.395 estudantes do Brasil e da França, entre 9 e 17 anos<sup>6</sup>. A pesquisa revelou que 40% dos entrevistados já praticaram alguma “brincadeira perigosa” vinculada à asfixia, ao menos uma vez, e 10% deles já provocaram desmaio voluntário. De acordo com a pesquisa, isso ocorreu independentemente de origem e classe social.

Para contextualizar ainda um pouco mais essa discussão em uma perspectiva de estudos mais voltados à Biologia e à Psicologia, diante dessa faixa etária, resgatamos a

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/brincadeira-do-desmaio-uma-nova-moda-mortal-entre-criancas-e-adolescentes-caracteristicas-psicofisiologicas-comportamentais-e-epidemiologia-dos-jogos-de-asfixia/15777?id=1577>. Acesso em: 17 ago. 2023.

explicação de que fisiologicamente, por volta dos 12 anos e seguindo até aproximadamente os 24 anos, o cérebro humano começa a passar por uma remodelação que afeta nossas emoções, sentimentos e estímulos e que podem gerar sensações positivas.

Durante a adolescência há um crescimento do circuito cerebral que utiliza a dopamina, um neurotransmissor que nos faz buscar prazer e recompensa, o que leva os adolescentes a buscar emoções e sensações intensas. Esse aumento natural de dopamina pode dar aos adolescentes um poderoso sentimento de estarem vivos quando estão envolvidos em atividades novas e estimulantes. E também levá-los a focar apenas nas sensações positivas, não dando valor aos riscos e perigos. (Siegel, 2016, p. 5).

Esse contexto pode explicar mais um ponto que, possivelmente, pode colaborar para um maior interesse de crianças e adolescentes sobre esse tipo de conteúdo. Claro, nenhuma realidade é absoluta, principalmente quando se fala de seres humanos com suas ações, independências e influências. Não significa que toda criança que tiver contato com conteúdos nocivos na internet irá reproduzi-lo. Há outras mediações que podem aproximar ou até expelir esse público desse tipo de conteúdo.

No caso de “brincadeiras perigosas”, o risco às vezes pode estar dentro de casa, no acesso privativo. Algumas entrevistas com pais de crianças e adolescentes participantes desses “jogos e desafios” relatam que acharam que seus filhos estavam seguros dentro do quarto. No livro “Mudança estrutural da esfera pública” (2003), originalmente publicado em 1962, Jürgen Habermas já chamava atenção para o processo de privatização dos espaços domésticos, explicando que “os quartos privados de cada um dos membros da família tornaram-se cada vez mais numerosos, sendo decorados de modo característico. O isolamento do membro da família [...] passa a ser considerado algo positivo” (Habermas, 2003, p. 61).

Nesse contexto, vale refletirmos sobre essa mudança, pois também existe uma individualização de práticas que, no coletivo como sociedade, são avaliadas por diversos mediadores. Contudo, com a individualização, se perde um pouco das trocas, das mediações e, por consequência, o conhecimento compartilhado e mediado. Ou seja, quando há uma individualização, como no exemplo do isolamento em quartos, há a possibilidade de um isolamento de práticas sem mediação direta. Isso já acontecia com a televisão, quando individualizar pessoas que moram juntas em diversos espaços de uma casa. Com a internet, essa diferença de agendas se diversifica ainda mais.

Outro ponto que vale a pena trazermos aqui é sobre o uso de internet de forma privativa. Segundo a pesquisa TIC Kids de 2021, 70% das crianças e adolescentes usam a internet em ambiente privado e 56 % deles afirmaram serem incentivados pelos pais e responsáveis para realizarem esse acesso de forma solitária. Sobre a ótica do acesso aos

conteúdos sensíveis, que são os conteúdos que podem trazer riscos e danos à crianças e adolescentes, a Pesquisa TIC Kids Online 2021, traz que 15% dos entrevistados afirmaram que tiveram contato com formas de cometer suicídio e 10% acessaram conteúdos com experiências ou uso de drogas.

Na mesma pesquisa, outro dado importante é o de que 12% das crianças e adolescentes afirmaram que já tiveram contato com formas de machucar a si. Esse mesmo dado na pesquisa TIC Kids Online da edição de 2022, registrou 13%, ou seja, esse dado merece ser acompanhado de modo a confirmar ou não uma tendência de aumento.

Dados como esses nos colocam, como pesquisadores, frente às implicações que esse uso privativo pode trazer, pois isso pode gerar problemáticas muito além do uso privativo em si, como uma série de outras questões a exemplo da ausência de mecanismos como a classificação indicativa, que já está definida para conteúdos televisivos.

Outro exemplo de inquietação a considerarmos é sobre a dificuldade de acompanhamento dos pais ou responsáveis sobre os tipos de conteúdo acessados por esse perfil etário. Podemos pensar ainda que essa situação pode se tornar mais desafiadora ainda pelo fato de haver um desconhecimento sobre esses conteúdos por parte dos pais e responsáveis, o que pode contribuir para que eles não sejam pontos de conversa e reflexão sobre um acesso mais seguro.

Compreendemos que algumas reflexões e tensionamentos podem ser levantados nesse contexto, envolvendo, por exemplo, a responsabilização dos pais em um contexto de individualização dos acessos, afinal, como os pais e responsáveis podem saber se há risco ou possibilidade de dano em um conteúdo que tem uma distribuição diferenciada, de acordo com a faixa etária e perfil dos usuários? Em outras palavras, na prática, os pais e responsáveis muitas vezes podem não ter acesso aos mesmos conteúdos que as crianças e adolescentes recebem como sugestão das plataformas, pelo próprio sistema de indicação e sugestão ofertado pela plataforma a partir dos acessos anteriores.

Dito isso, é necessário ter consciência da dificuldade de se combater, entender e refletir sobre algo que muitos deles não sabem nem que existe, tornando a mediação parental ainda mais complicada e desafiadora. Tudo isso tem a ver com um dos objetivos desta dissertação que aborda a relação com as regras das plataformas e que levanta a questão de como garantir direitos na internet que temos hoje, com as características específicas de hoje, conforme está detalhado no Capítulo 3, mais adiante.

Nessa conjuntura, a plataformização impacta diretamente esse contexto de acessos, indicação de novos conteúdos e gerenciamento dessas informações a partir dos acessos

anteriores e do perfil mapeado pelas plataformas sobre o usuário, a partir de dados fornecidos ou capturados.

Por meio do uso de plataformas e dispositivos conectados à Internet, práticas online podem ser convertidas em dados mensuráveis, passíveis de rastreamento, análises preditivas e monetização. A coleta e a análise de dados pessoais para atender aos interesses de mercado podem remodelar as condições de agência individual e coletiva e influenciar o comportamento dos usuários de aplicações online. (Mascheroni, 2020, p. 83).

Isso implica pensar que há um direcionamento na oferta do que pode ser acessado a partir do que é sugerido pela própria plataforma. Essa afirmação é possível de ser feita a partir de uma fala declarada pelo chefe de produto do Youtube, em entrevista, quando ele afirmou que “70% do conteúdo assistido pelos usuários é recomendado pela própria plataforma” (Solsman, 2018).

Isso impacta que não há a prevalência da escolha individual na escolha da maioria das pessoas que acessam a plataforma, pois ela é, em alguma medida, dirigida. Ou seja, não somos totalmente livres e independentes como podemos chegar a pensar que somos quando achamos que estamos acessando conteúdos por livre-escolha na plataforma Youtube. O que ocorre é que acabamos sendo conduzidos pela própria plataforma, pois os conteúdos são direcionados por ela, a partir de algoritmos, histórico de acessos anteriores e por meio de inteligência computacional que nos mapeou diante das nossas preferências e, de certa, forma, entendeu os nossos gostos e perfil e, a partir disso, irá sugerir conteúdos similares. É ingênuo pensarmos que temos liberdade total nessa escolha, quando se trata de consumo a partir das sugestões conferidas pela própria plataforma. E o mais complicado ainda é imaginarmos que, atualmente, essa realidade é impossível de ser revertida, pois para isso, precisaríamos que tivéssemos a garantia que os nossos dados não fossem captados por parte das plataformas.

Contudo, sabemos que há uma lógica mercadológica por trás da oferta dos novos conteúdos a serem assistidos e que, para além de levar em conta o que já foi capturado anteriormente como resultante de novas sugestões direcionadas de consumo de conteúdos, tudo está em jogo alinhado aos olhos da plataforma e em sintonia com objetivos comerciais dela, por mais que os usuários possam ter a falsa ilusão disso tudo faz parte de tensões e resistências que tem sido tema sensível e se tornado lei na União Europeia, justamente por essa segmentação de audiência a partir de dados de crianças e adolescentes.

Assim, a frase de senso comum que antes trazia a ideia de que poderíamos “simplesmente demonizar a internet”, hoje é questionada, pois apesar de existirem conteúdos que podem oferecer riscos e danos, também há uma infinidade de possibilidades de conteúdos

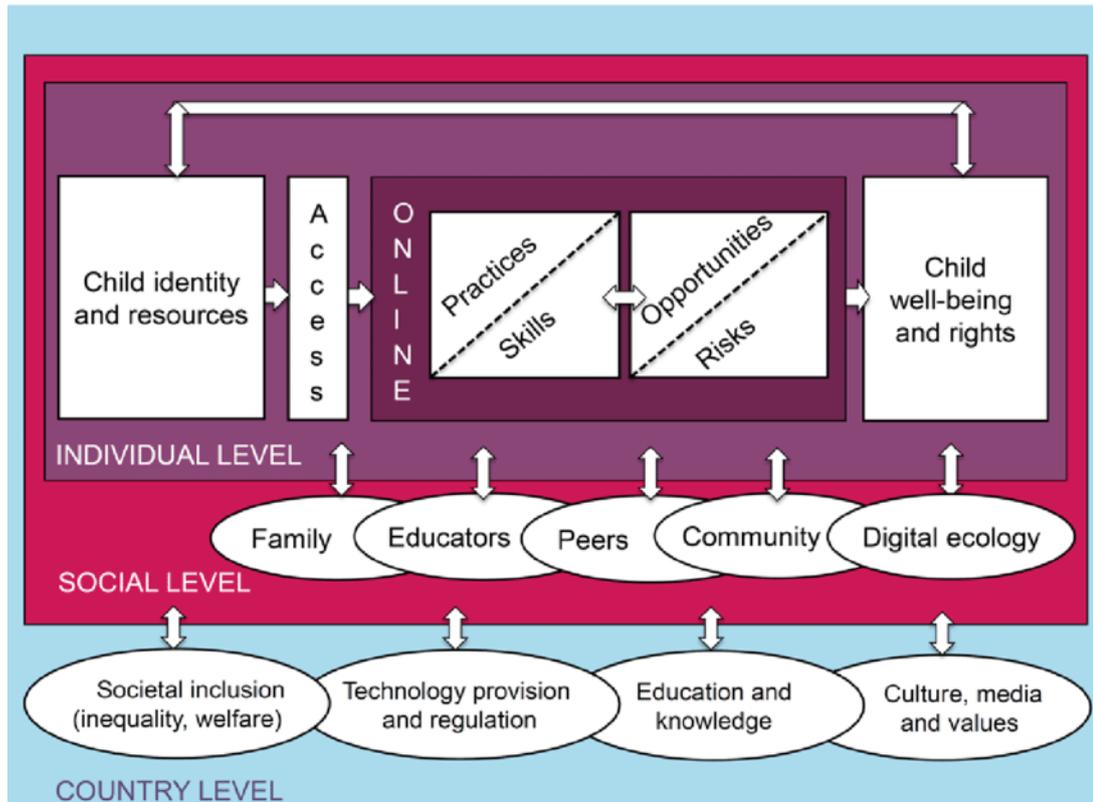
que trazem a oferta de oportunidades. Aliado às políticas regulatórias, outros caminhos também vêm sendo apresentados na literatura, voltados a promover um uso mais seguro da internet, como ações de educação midiática em larga escala como uma saída, como vem sendo feito com iniciativas como o Guia Cidadão Digital (Safernet Brasil, 2020).

Levy e Lemos (2010), uma década atrás, argumentam que a internet abria possibilidades para que cada indivíduo se tornasse produtor de informação, uma leitura feita considerando a descentralização do processo de produção que antes era monopolizado pelas instituições tradicionais de comunicação. Essa nova configuração seria, segundo esses pesquisadores, uma tendência da cibercultura, que visa a busca de atitudes que democratizem ainda mais o acesso, à produção e a circulação. Mas tudo isso, era um contexto antes da plataformização, tema que abordaremos mais profundamente no próximo capítulo.

## **2.1 Oportunidades, riscos e danos**

Para entender mais sobre esse acesso e o uso da internet por crianças e adolescentes sob a lente das oportunidades e dos riscos e danos existentes nessa relação, dialogamos com o enquadramento teórico da Pesquisa EU Kids Online. A referida pesquisa considera condições de acessos, usos, atividades, competências no uso da internet e destaca que essas condições podem ser afetadas pelas mediações dos pais, professores, comunidade e sociedade, de modo geral, e inclusive por outras crianças e adolescentes numa relação de pares, conforme demonstrado na figura da próxima página.

Figura 1 – Tabela EU Kids Online



Fonte: Livingstone (2011)

O enquadramento teórico da pesquisa estabelece uma clara diferenciação entre risco e dano. O risco envolve a probabilidade de dano, já o dano está relacionado a consequências negativas estabelecidas para o bem-estar físico, mental ou emocional de crianças e adolescentes (Livingstone, 2015). Os pesquisadores destacam, entre outros, oportunidades relacionadas à aprendizagem, desenvolvimento de competências e interação com outras crianças. Por outro lado, chamam a atenção para riscos associados à exposição a conteúdos violentos, cyberbullying etc.

Ainda sobre conceituar os termos riscos e danos, resgatamos outro estudo, realizado no período de 2013 a 2016, que envolveu a realização de grupos focais em escolas públicas e privadas, com pais, professores, crianças e adolescentes com faixa etária compreendida entre 11 e 12 anos, de Fortaleza (Brasil) e Portugal. O recorte realizado trouxe a discussão dos riscos e oportunidades das mídias digitais no Brasil e se debruça sobre os dados dos grupos focais de crianças e adolescentes, de escolas públicas e privadas brasileiras (Sampaio; Máximo; Cavalcante, 2017), e seguiu o enquadramento teórico-metodológico do EU Kids Online (Livingstone, 2011).

A capacidade de identificar as oportunidades presentes na internet e lidar de forma competente com elas pode estar associada, por exemplo, a condições ótimas de acesso ou a uma mediação parental que estimule este tipo de descoberta. O risco de Cyberbullying ou de sexting, por sua vez, podem estar associados à exposição indiscriminada de mensagens de cunho sexual que são exibidas em veículos de comunicação de massa, tais como revistas e programas televisivos, ou ainda a agressão por pares, que tanto pode preceder como ser potencializada nos espaços de convivência da criança, tais como a escola ou o bairro. (Sampaio; Máximo; Cavalcante, 2017, p. 180)

Nessa pesquisa, as autoras trazem o olhar das crianças ouvidas na pesquisa sobre o que identificavam como oportunidades. “Estas foram vinculadas ao aprendizado, à conectividade e ao entretenimento, muitas vezes, configurados como processos associados” (Sampaio; Máximo; Cavalcante, 2017, p. 185).

As oportunidades de interação com amigos, familiares, conhecidos ou mesmo desconhecidos à distância também foram referidas. Assim, novos vínculos sociais podem ser constituídos também, o “que se estabelecem por afinidades temáticas em torno de práticas esportivas, músicas, jogos, filmes, hobbies, entre outros, tende a se expandir. (Sampaio; Máximo; Cavalcante, 2017, p. 188).

Na pesquisa, ainda foi citado o entretenimento como forma de lazer e como constituindo também outro tipo de oportunidade. A pesquisa, inclusive, ressalta que é em busca de lazer e entretenimento que as crianças ouvidas “perdem a noção do tempo ao acessarem a internet, interagindo com os pares em redes sociais [...] ou acessando jogos e vídeos por meio de plataformas como o Youtube, Netflix, entre outras” (Sampaio; Máximo; Cavalcante, 2017, p. 188)

Ao abordar a questão dos riscos, a pesquisa lista alguns dos mais comuns como o contato com estranhos, o uso excessivo das mídias móveis, o cyberbullying e o sexting. Em relação aos danos, foram mencionados prejuízos físicos, como problemas de visão devido à grande exposição às telas e LER (lesão por esforço repetitivo), e até nota abaixo da média escolar, um tipo de dano relacionado ao desempenho na escola.

Em meio aos riscos levantados pela pesquisa EU Kids Online, destacamos: a exposição a conteúdos pornográficos; sofrer bullying; receber de amigos mensagens ou imagens com apelo sexual (sexting); conhecer offline pessoas conhecidas online; exposição a conteúdos potencialmente nocivos (conteúdos discriminatórios, de ódio, pró-anorexia, automutilação, consumo de drogas ou suicídio); e o uso indevido de dados pessoais. Na pesquisa, foi também considerado como um risco passível de causar dano o uso excessivo da internet, sendo as experiências de negligenciar o convívio com amigos, a realização de trabalho escolar e o sono algumas das ações relatadas por 30% dos entrevistados, com idades entre 11 e 16 anos.

A pesquisa TIC Kids Online 2021, por sua vez, chama atenção para o fato de que somadas aos desafios em termos da garantia de acesso, a intensificação do uso da Internet e a ampliação do tempo online associa-se a potenciais riscos à saúde física e mental, à segurança e à privacidade dos usuários.

Quando pensamos na participação desse público no ambiente online, podemos considerar que eles estão expostos a conteúdos sensíveis, a contatos com pessoas desconhecidas e, dentre outras questões, a tratamentos ofensivos também. Nesse contexto, ainda se soma os modelos de negócio das plataformas que podem influenciar esse público de forma direta e indireta, visto que elas desenvolvem, a partir dos avanços tecnológicos, o que podemos configurar como novos riscos, que estão associados à coleta e ao uso de dados pessoais e à privacidade, podendo possibilitar ainda a realização de análises de predileções de conteúdos e influenciar comportamentos e padrões de consumo dos usuários de internet (Pesquisa TIC Kids Online Brasil 2021, p. 59).

Nesse caso, atenção especial deve ser dada ao desafio de incluir esse público nesses espaços de forma segura, sem impedir, contudo, sua livre participação e expressão. Sobre isso, a TIC Kids Online Brasil 2021 ressalta que:

A intensa presença de crianças e adolescentes em espaços digitais e o potencial de expansão das TIC com o avanço dos sistemas automatizados, algoritmos e análise de dados, entre outros, amplia a necessidade de coleta de evidências sobre o acesso e uso da Internet para fomentar a implementação de políticas que assegurem a plena participação dessa população na sociedade da informação. (Pesquisa TIC Kids Online Brasil, 2021, p. 60)

Em termos de riscos em relação ao contato com desconhecidos, por exemplo, ainda em 2021, 44% dos usuários de Internet, que têm entre 9 e 17 anos, reportaram ter procurado novos amigos pela internet. Destes, 19% adicionaram pessoas que não conheciam às suas listas de amigos. As redes sociais foram o principal meio pelo qual a população investigada de 11 a 17 anos teve contato com desconhecidos (28%). Já os “jogos online” foram o meio de contato com desconhecidos para 15% dessa população.

Entre usuários da rede de 15 a 17 anos, 34% afirmaram ter se encontrado pessoalmente com alguém que conheceu pela Internet. A proporção dos que se sentiram incomodados após o encontro foi de apenas 4%. Essa diferença entre os que tiveram encontro presencial com pessoas que conheceram pela Internet e os que se sentiram incomodados após o encontro evidenciam a importância da distinção entre riscos e danos (TIC Kids Online Brasil 2021).

Outro risco apontado pela pesquisa, que estudou crianças das escolas públicas e privadas de Fortaleza, trouxe que o cyberbullying como uma agressão exposta no ambiente online, que além de poder ser replicada, pode ter sua duração ampliada. (Sampaio; Máximo; Cavalcante, 2017, p. 188). O mesmo pode ocorrer com o conteúdo das “brincadeiras perigosas” que podem ser visualizadas na internet e migrar para a prática real, em escolas, dentro de casa ou em grupos de crianças e adolescentes.

A Pesquisa Tic Kids, neste preâmbulo voltado a sistematizar a coleta e a análise de dados sobre riscos online e facilitar sua disseminação entre atores de interesse, adotou a classificação de riscos do Projeto *Children Online: Research and Evidence* (CO:RE), conforme será mostrado na tabela ilustrada na próxima página.

O modelo demonstrado possui uma abordagem centrada na criança, baseada em evidências, e considera a intersecção de duas dimensões de riscos: o posicionamento da criança em relação ao ambiente digital e a natureza do risco (Livingstone; Stoilova, 2021), conforme a tabela que foi traduzida para a língua portuguesa pela Safernet Brasil e o e pelo CETIC.Br.

Figura 2 – Tabela CO:RE de classificação de riscos online para crianças e adolescentes

	<b>Conteúdo</b> (criança se envolve ou é exposta a conteúdos potencialmente danosos)	<b>Contato</b> (criança vivencia ou é alvo de contatos potencialmente danosos de ou por adultos)	<b>Conduta</b> (criança testemunha, participa ou é vítima de condutas potencialmente danosas entre pares)	<b>Contrato</b> (criança é parte ou é explorada por um contrato potencialmente danoso)
<b>Agressivo</b>	Violento, sangrento, explícito, racista, odioso ou informação e comunicação extremista	Assédio, perseguição ( <i>stalking</i> ), ataques de ódio, vigilância indesejada ou excessiva	<i>Cyberbullying</i> , comunicação ou atividade de ódio ou hostil entre pares (ex: trollagem, exclusão, ato com o intuito de causar constrangimento público)	Roubo de identidade, fraude, <i>phishing</i> , golpe, invasão e roubo de dados, chantagem, riscos envolvendo segurança
<b>Sexual</b>	Pornografia (danosa ou ilegal), cultura da sexualização, normas opressivas para a imagem corporal	Assédio sexual, aliciamento sexual, sextorsão, produção ou compartilhamento de imagens de abuso sexual infantil	Assédio sexual, troca não consensual de mensagens sexuais, pressões sexuais adversas	Tráfico para fins de exploração sexual, transmissão de conteúdo pago de abuso sexual infantil
<b>Valores</b>	Informação incorreta/desinformação, publicidade imprópria para idade ou conteúdo gerado pelos usuários	Persuasão ou manipulação ideológica, radicalização e recrutamento extremista	Comunidades de usuários potencialmente danosas (ex: automutilação, antivacinação, pressões entre pares adversas)	Jogos de azar, filtro bolha (filtro de seleção de conteúdos por semelhanças), microsegmentação, padrões ocultos de design ( <i>dark patterns design</i> ) modelando a persuasão ou a compra
<b>Transversais</b>	Violações de privacidade (interpessoal, institucional e comercial) Riscos para a saúde física e mental (ex: sedentarismo, estilo de vida, uso excessivo das telas, isolamento, ansiedade) Desigualdades e discriminação (inclusão/exclusão, exploração de vulnerabilidades, vies dos algoritmos/análise preditiva)			

Fonte: Livingstone e Stoilova (2021) e traduzido por Safernet Brasil e Cetic.br/NIC.br

Com isso, temos a seguinte divisão regida pelo posicionamento da criança diante do ambiente digital. São eles:

1. **CONTEÚDO**, em que a criança é destinatária de um conteúdo potencialmente danoso;
2. **CONTATO**, em que a criança vivencia ou é alvo de contatos potencialmente danosos com adultos;
3. **CONDUTA**, em que a criança testemunha, participa ou é vítima de condutas potencialmente danosas entre pares; e

4. CONTRATO, em que a criança é parte ou é explorada por um contrato potencialmente danoso.

Já em relação à natureza, os riscos podem estar classificados como sendo riscos de “valores”, “agressivos”, “sexuais” e “transversais”, envolvendo violações de privacidade, saúde física e mental, desigualdades e discriminação (Pesquisa TIC Kids Online Brasil 2021, p. 78). Essa classificação é utilizada nesta análise e será utilizada na análise dos conteúdos, especificamente, no último capítulo desta dissertação, quando abordarmos especificamente o objeto de estudo dela, que são os canais do youtuber Zoio. Mais adiante, retomaremos esta discussão apresentada na tabela acima e identificaremos quais eixos os vídeos do Zoio estão classificados. Contudo, de antemão, já antecipamos que o objeto desta pesquisa apresenta todos os riscos listados acima.

Ainda na perspectiva de um mergulho sobre riscos e danos, o Projeto Safer Internet Plus, desde 2006, integra investigadores que pesquisam o assunto nos países europeus vinculados à Rede EU Kids Online. Na segunda edição do projeto (entre 2009 e 2011), ele teve como objetivo identificar a forma como as crianças usam a internet, as competências e os riscos que surgem a partir do seu uso e o conhecimento que os pais têm sobre isso. Na pesquisa do EU Kids Online, cujo enquadramento teórico nos serve de referência, foram entrevistadas, em 25 países, mais de 25 mil crianças e adolescentes, entre 9 e 16 anos, que utilizam a internet. Para cada criança entrevistada, um dos pais ou responsáveis também foi ouvido.

Dentre os mais diversos riscos detalhados, ressaltamos os seguintes dados: 41% das crianças já se depararam com um ou mais riscos, contudo, apenas 12% delas disseram terem ficado incomodadas com ou perturbadas com algo que encontraram na internet.

“A exposição ao risco não leva necessariamente a experiências nocivas, ou danosas, conforme citado pelas crianças” (Projeto Safer Internet Plus, 2011). Isso significa que nem toda criança que se vê exposta a um risco, deverá, necessariamente, vivenciar um dano. Contudo, os números da pesquisa também mostram que, ao mesmo tempo, crianças e adolescentes podem até ter dimensão, habilidade técnicas e ciência de estar de frente a um risco, mas nem todas têm competência para lidar com ele e podem, assim, serem levadas a vivenciarem danos.

De fato, os adultos têm experiências de vida, vivências de mundo que crianças e adolescentes ainda não tiveram. Por mais que algumas crianças e adolescentes tenham mais desenvoltura com as tecnologias que adultos, com o “saber mexer” nos aplicativos e dispositivos com mais facilidade, ainda falta maturidade e experiência, que pode dificultar que esse público enxergue possibilidades de riscos ou danos em alguns tipos de conteúdo. Contudo,

o proibicionismo não se apresenta como a melhor alternativa, pois se configura em um direito de acesso retirado.

A partir da edição de 2022, uma novidade que a Pesquisa TIC Kids Brasil passou a investigar foi a percepção dos entrevistados sobre atitudes e estratégias que eles têm e tomam para a proteção de sua privacidade no uso da rede. Os dados a serem abordados a seguir significam bastante diante das percepções que as crianças e os adolescentes afirmam ter. De acordo com a pesquisa, 79% dos usuários de Internet, de 11 a 17 anos, concordaram que são cuidadosos com informações pessoais que postam e 73% com os convites de amizade que aceitam na internet. Nessa mesma faixa etária, 77% declararam que só utilizam aplicativos ou sites em que confiam e 76% que são cuidadosos com os links de vídeos em que clicam. Porém, vale ressaltar que são informações das quais eles acreditam estar cientes.

Para ajudar nesse processo, algumas iniciativas vêm ganhando espaço e mais força na pauta da proteção e promoção de crianças e adolescentes ao longo dos anos, como o Comentário Geral Nº 25 da Organizações das Nações Unidas, que aborda os direitos das crianças em relação ao ambiente digital, o próprio Estatuto da Criança e da Adolescência, aqui no Brasil, que completou 30 anos recentemente, assim como a política de classificação indicativa, por exemplo. Todas essas ações serão abordadas mais à frente e com mais detalhes.

Especificamente, quando se aborda o que crianças e adolescentes acessam, dentre as várias ofertas disponíveis, os materiais audiovisuais tomam grande destaque no leque de possibilidades. De acordo com a Pesquisa TIC Kids Online Brasil 2021, 80% das crianças e adolescentes acessam vídeos, programas, filmes ou séries na internet. Já a pesquisa TIC Kids 2022 traz a atividade de assistir a vídeos, filmes ou séries como o segundo lugar entre as práticas mais realizadas por crianças e adolescentes, entre 9 e 17 anos, do Brasil. Essa colocação equivale a 82% do tempo de acesso, quando estão ligados à internet, o que referenda uma subida no percentual de um ano para outro. E dentre os conteúdos acessados, estão as chamadas, atualmente, brincadeiras perigosas.

## **2.2 “Brincadeiras perigosas”: o que são?**

Conhecido também como “Desafios do Youtube” ou ainda como “Desafios da internet”, “Jogos de Desafios” ou “Jogos perigosos”, as “Brincadeiras Perigosas” se caracterizam como práticas compartilhadas no ambiente virtual e que apresentam riscos. Neste caso, os termos acima, caracterizam um mesmo tipo de atividade, que é a realização de ações em que o “se desafiar” e “se colocar” à prova é o objetivo.

Contudo, propomos aqui a reconstrução de um novo termo, mais apropriado para esse tipo de conteúdo e de prática, que não deve ser caracterizado nem como brincadeira e nem como jogo por não se enquadrar nos aspectos centrais de conceitualização dessas ações e ferramentas de diversão e lazer, como explicaremos ainda neste capítulo, mais à frente. Além disso, essas práticas não são também ações que trazem, de forma saudável, um ar de brincar ou de simplesmente se desafiar ou de se superar. É algo que atinge um patamar muito mais além da diversão, do entretenimento ou do lazer e que ainda está associado a diversas violações que colocam os envolvidos em situações de riscos e de possibilidades de danos decorrentes desse tipo de prática.

Fazendo um resgate das configurações conceituais do que são brincadeiras e jogos, trazemos a definição de Gilles Brougère (1998), que defende que brincadeira é um processo de relações interindividuais, portanto é uma atividade de cultura. Segundo ele, “brincar é visto como um mecanismo psicológico que garante ao sujeito manter uma certa distância em relação ao real” (Brougère, 1998, p. 12). “[...] nas brincadeiras há estruturas preexistentes que definem a atividade lúdica, em geral, e cada brincadeira, em particular, a criança às apreende antes de utilizá-las em novos contextos, sozinha, em brincadeiras solitárias, ou com outras crianças” (Brougère, 1998, p. 22).

Mesmo as chamadas “brincadeiras perigosas” podendo trazer também um certo sentido lúdico em algumas delas ou podendo ser aprendidas e reproduzidas, elas não se afastam da realidade como é objetivo e a conceituação, de fato, do que é o ato de brincar. Pelo contrário, essas práticas podem afetar diretamente a realidade, inclusive, de uma maneira negativa, por meio de riscos que podem vivenciados e danos que podem ser gerados, pois elas estão associadas diretamente à realidade e às consequências negativas que as práticas podem trazer.

Já em uma perspectiva da conceituação do que é “jogo”, nos apoiaremos na proposição de Johan Huizinga, ao considerar o jogo como “uma atividade livre, conscientemente tomada como ‘não-séria’ e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira intensa e total”. Assim, fica fácil dizer que as chamadas “brincadeiras perigosas” não se enquadram na categoria de “não-séria”, pois podem implicar riscos de acidentes e até de morte. Ou seja, faz parte de uma categoria de seriedade. Huizinga defende ainda que o jogo ainda traz uma certa orientação de ordem, além de certas regras e ainda consiste, de modo geral, em uma atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer tipo de lucro e que são ainda praticados dentro de limites espaciais e temporais próprios.

Nesse contexto das chamadas “brincadeiras perigosas”, há uma infinidade de variações e tipologias que reproduzem na internet esse tipo de conteúdo, que são realizados, filmados, postados e reproduzidos, tanto de forma individual, como também de forma coletiva. No espaço offline, esses conteúdos podem e são reproduzidos como uma atividade por parte de outras crianças e adolescentes que acessaram esses conteúdos de forma individual como em grupos por intermédio de seus pares, como vizinhos, amigos e colegas de escola.

Outro elemento central que se perde e que é típico do brincar e que não há nos conteúdos de “brincadeiras perigosas” é a gratuidade convencional do ato em si. Diferente das brincadeiras, geralmente, as práticas no Youtube trazem um caráter também envolto de lucro. Muitos dos perfis de youtuber reproduzem essa lógica de realização dessas práticas publicadas na internet com o intuito de se ter mais audiência e, portanto, mais “fama” e também mais monetização.

Nesse contexto, tendo essas definições como parâmetro, refletimos sobre algumas nuances vinculadas aos termos “jogos de desafios” e “brincadeiras perigosas”. Considerando que tanto a expressão “brincadeira” como “jogo” estão vinculadas a um propósito de bem-estar, de diversão, de prazer, temos nesses conceitos, elementos importantes para diferenciá-los.

Para além disso, avaliamos ainda também o argumento central do que pode ser considerado uma brincadeira ou um jogo, diante do que faz com que certas brincadeiras possam ser consideradas perigosas e outras não, entendendo que o risco existe em todas elas. Por exemplo, ao brincar de “pega-pega”, a famosa brincadeira de correr, fugir e pegar outro colega/amigo, uma criança pode cair e ralar o joelho. Isso poderia ser considerado uma brincadeira que representa risco? Sim! Contudo, os próprios profissionais da área de Saúde e da pediatria não consideram. Estão listados como “brincadeira de risco” ações como jogar uma criança para cima e correr o risco de ela cair e sofrer machucados e fraturas ou girar uma criança segurando-a pelos pulsos e correr o risco de deslocamento do ombro ou de outras articulações ou ainda jogar uma criança na piscina e correr o risco de um afogamento (Oliveira, 2019).

Nesse processo de problematizar um termo já amplamente disseminado, atualmente, como é o caso da expressão “brincadeiras perigosas”, consideramos que a expressão, além do que já foi dito anteriormente, acaba carregando um reforço positivo por ser iniciado com a palavra “brincadeiras”, mesmo que venha acompanhada da palavra “perigosas” na sequência, o que pode ainda despertando uma curiosidade no sentido de “perigo”, de desafio ou até de algo interessantes ou positivo.

Considerado inadequado pelas ponderações já feitas, avaliamos ainda outras possibilidades ao longo do caminho que foi esse processo de pesquisa. No trajeto foram

surgindo outros termos como as expressões "conteúdos perigosos", "conteúdos não brincosos" ou "conteúdos antibrincosos".

Durante a qualificação foi explicado que esses termos ainda estavam em processo de amadurecimento e que um termo mais adequado seria sugerido, após um maior processo de reflexão sobre ele, considerando todas as vantagens e problemáticas que envolviam as expressões acima.

Avaliamos, então, como primeiras possibilidades o uso dos termos "conteúdos não brincosos" ou "conteúdos antibrincosos", contudo a ligação com as expressões que remetem ao "brincar" na composição da expressão não nos foi vista como algo atraente, pois ainda assim coloca os conteúdos numa ligação direta ao brincar, mesmo que seja na negação. Tal termo poderia acabar despertando curiosidade ou ter aquele encantamento reverso, como geralmente acontece por uma questão cultural, com as questões que envolvem o proibido e a negação, como a famosa expressão de senso comum que "o que é proibido, é mais legal" ou "o que não é recomendado, pode acabar sendo mais atrativo". Vale reforçar que, nessa perspectiva, iríamos criar uma nova palavra, adicionando o sufixo "oso" ao final da palavra brincar, transformando em um adjetivo, ou ainda colocando o prefixo "anti". Contudo, com a perspectiva de fugir desse risco, declinamos dessas duas opções, pois pela sensibilidade do tema, a expressão não poderia gerar ligação com a palavra "brincar", pois acreditamos que mesmo que fizéssemos a negação ou classificação negativa da expressão, ela poderia não funcionar muito bem e acabar não sendo algo bom e interessante.

Ao considerarmos o uso do termo "conteúdo perigoso", percebemos que a expressão em si é muito ampla e poderia abranger qualquer outra ação, como pular de paraquedas, manusear uma faca para corte de carnes, dentre outras ações que não estão vinculadas ao nosso objeto específico.

Diante disso tudo, mesmo sabendo que alguns desses conteúdos postados na internet possam ter caráter lúdico, consideramos a existência da conotação séria e perigosa que envolve riscos e danos reais à saúde e, em casos extremos, riscos até de morte e, considerando ainda que, diferente dos jogos e brincadeiras que tem como premissa a diversão e a execução de uma atividade de cultura e de lazer, mesmo sabendo que em uma cultura dos desafios pode ser gerado ainda algum tipo de lazer, decidimos tratar esse conjunto de atividades executadas, filmadas e postadas em redes sociais e plataformas virtuais com intenção de experimentar riscos e danos, encontramos a expressão que melhor representará esse conjunto de ações.

Nesse processo, chegamos ao termo "práticas autolesivas de risco" por acreditar que ela é a expressão que melhor expressa essa realidade e representa esse combo de conteúdos

que fomentam ações e atividades de risco na internet. Além disso, essas ações são, geralmente, praticadas pela própria pessoa que produz o conteúdo e que se coloca como protagonista da ação, tendo como o risco como um fator determinante no processo de produção e execução da ação e do conteúdo.

Considerando esse conjunto de aspectos, apresentaremos, na sequência, a descrição de algumas das “práticas autolesivas de risco” existentes, atualmente, ou que ganharam repercussão nas redes sociais e plataformas virtuais nos últimos anos. Apesar de querermos trazer a fotografia mais real possível das práticas autolesivas de risco que mais circularam na internet e que repercutiram na imprensa nos últimos anos, até como forma de deixar registrado aqui nesta dissertação, tomaremos o cuidado de não trazer tantos detalhes sobre eles.

### ***2.2.1 Choking Game (jogo do desmaio)***

Paralelo ao início da monetização do Youtube, 2010 também ficou marcado como o ano que registrou a disseminação das práticas autolesivas de risco na internet por meio de vídeos na plataforma. Um exemplo desses conteúdos são os chamados “jogos de não-oxigenação” ou “brincadeira do desmaio”, que trazem riscos de saúde, e podem levar a danos envolvendo acidentes com sequelas e até a morte.

Há registros de que inúmeras crianças e adolescentes de diversos países do mundo têm sofrido acidentes fatais decorrentes de auto-asfixia ou de desmaios voluntários, encorajados por colegas na denominada até então como a choking game (jogo do desmaio) (Instituto DimiCuida, 2016). “Tais práticas de asfixias tem se proliferado cada vez mais entre jovens e crianças em consequência da divulgação de inúmeros vídeos pela internet, inclusive no Brasil, onde várias mortes têm ocorrido (Guillere, 2017, p. 3).

Em 2010, outra prática autolesiva de risco, vinculada ao desmaiar, hospedava cerca de 500 vídeos no Youtube. Em 2017, já eram mais de 18 mil. Em setembro de 2022, o número de vídeos capturados com a simples busca “jogo do desmaio” gerou 74.900 resultados em vídeos. Vale ressaltar que existem também vídeos e reportagem de empresas de comunicação em meio ao resultado, visto que a cobertura desse tópico ganhou atenção com a repercussão de casos, mas ainda existe uma presença enorme de vídeos de crianças, adolescentes e jovens executando e reproduzindo as brincadeiras e postando o conteúdo em vídeo na plataforma.

Esta prática autolesiva de risco consiste em comprimir o peito do participante visando bloquear a passagem de ar e dificultar o bombeamento de sangue. Um dos elementos

que acaba mobilizando o interesse e atenção para realização deste “desafio” é a competição de maior tempo consciente entre os participantes.

De modo responsável, nesta pesquisa, após uma breve descrição de todas as práticas autolesivas de risco, apresentamos uma listagem de problemas e riscos que podem acometer os participantes e reprodutores dessas práticas. O caráter abreviado da descrição atende ao propósito de evitar que o passo-a-passo das atividades de risco, em particular, as que implicam em risco de vida, seja explicitado.

Nessa primeira prática, citada acima, os desmaios provocados podem trazer grandes problemas decorrentes do bloqueio do fluxo sanguíneo no cérebro, gerando uma crise de desmaio que pode provocar uma parada cardíaca<sup>7</sup>. A matéria faz uma ligação com a suspeita e investigação diante da morte de uma criança, moradora do Estado de São Paulo, que teria falecido após ter praticado a brincadeira, no dia 15 de outubro de 2016.

### ***2.2.2 Blue Whale Game (jogo da baleia azul)***

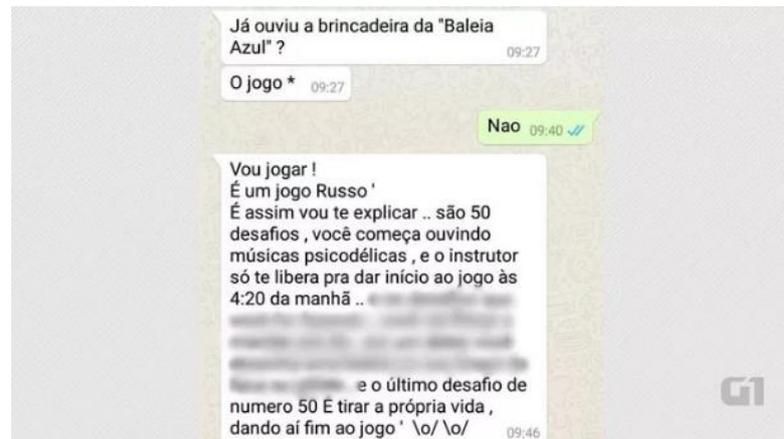
Em 2017 e 2018, outra prática autolesiva de risco que ganhou repercussão no mundo todo foi o “Jogo da Baleia Azul”. Nesse jogo, que prevê uma sequência de tarefas, crianças e adolescentes foram coagidos a cumprir missões diárias durante 50 dias seguidos. Por trás das ações executadas pelos participantes, um mentor comandava ordens e definia missões que deveriam ser executadas. Geralmente, o contato era feito por ligações telefônicas anônimas na madrugada ou por mensagens em redes sociais, de forma oculta.

Nos primeiros dias da prática autolesiva eram sugeridas tarefas leves como postar uma foto de uma baleia nas redes sociais dos participantes. Com o passar da imersão, estes eram incentivados ao isolamento social, à automutilação, à realização de ações diversas que tendem a afetar a autoestima deles e, como grande ação final, havia o incentivo ao suicídio.

---

<sup>7</sup> Reportagem do Programa Bem-Estar, da Rede Globo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/5420836>. Acesso em: 18 set. 2022.

Figura 3 – Print de Blue Whale Game (jogo da baleia azul)



Fonte: Portal G1

De acordo com postagens que circularam nas redes sociais digitais, o nome dessa prática faz expressa relação com o maior mamífero do mundo, a baleia azul. De forma não comprovada cientificamente, alimentou-se uma falsa ideia de que as baleias são suicidas, pois, segundo as postagens e trocas de mensagens, as baleias encalhariam nas praias para morrerem de forma proposital. Na época, diversos cientistas e biólogos se colocaram em oposição a esses falsos argumentos.<sup>8</sup>

O jogo da Baleia Azul ganhou repercussão ao atrelar a morte de uma garota russa à execução da prática que foi repassada pela Isso e tomou repercussão pelo mundo anos depois, em 2016, 2017 e 2018, estando atrelado ao registro de diversas mortes de crianças e adolescentes em inúmeros países.

O registro mais antigo das realizações dessa prática autolesiva de risco é de 2015, quando uma adolescente de 15 anos se jogou do alto de um edifício, na Rússia. Dias depois, outra adolescente de 14 anos se atirou na frente de um trem em movimento. Com investigação policial, foram encontradas evidências que ligavam a causa destes - e de outros suicídios cometidos - a um grupo que participava de um desafio com 50 missões seguidas diariamente, da qual a última missão era acabar com a própria vida. Isso foi desmentido posteriormente, mas a repercussão já havia ganhado enorme dimensão na internet e na imprensa. A repercussão foi tamanha que o tema, inclusive, foi debatido no Congresso Nacional Brasileiro.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Um dos profissionais a se posicionar publicamente para defender que essa informação não procedia foi o biólogo Nelson Castro. Ele explicou que “Elas não são suicidas. Não mesmo. A ciência não aceita essa hipótese! Encalhar como forma de suicídio, isso realmente não existe, não existe comprovação nenhuma. Quem inventou o jogo não era um biólogo”.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/clp/noticias/o-jogo-da-baleia-azul-chega-a-camara-1>. Acesso em: 19 mar. 2024.

Ainda no primeiro semestre de 2017, a Safernet Brasil chegou a afirmar que “houve uma explosão de 1.150% nas buscas feitas no Brasil, pelo Google, por tópicos relacionados à Baleia Azul” (Convergência Digital, 2017). Isso ressalta um boom de curiosidade e busca por informações sobre essa prática autolesiva de risco”, Mas não se sabe como esse aumento de acesso foi dado e, ao mesmo tempo, se ele colaborou para dar mais visibilidade aos interessados em executar as tarefas e possibilitou que mais usuários pudesse participar do práticas autolesivas de risco também.

Em abril daquele mesmo ano, o Centro de Valorização da Vida informou que registrou uma grande procura por atendimentos pelo seu telefone 188. “A procura pelo atendimento telefônico do grupo voluntário de apoio disparou de 300 par 1.500 ligações por dia” (Convergência Digital, 2017). Esse número elevado mostra que as práticas autolesivas de risco despertaram curiosidade, bem como também pedidos de ajuda, como na situação vivida por mim, quando tive contato pela primeira vez com esse tipo de experiência envolvendo adolescentes e jovens próximos a mim, ao trabalhar na Rede Cuca, entre 2015 e 2018.

Com a repercussão do “Baleia Azul”, além do aumento no número de reportagens especiais na imprensa, algumas ações de prevenção foram realizadas em instituições públicas de ensino, como na rede Cuca. As práticas autolesivas de risco, diante dos registros de mortes deixados em cartas de suicídio ou em depoimentos de outras crianças e adolescentes que confirmaram a participação dos falecidos na sequência de tarefas executadas, acabou despertando maior debate sobre o assunto, chamando atenção de alguns atores sociais inclusive para a temática do suicídio, que poderia estar associada a alguns desses casos e que poderia estar sendo reforçado pelo acesso a esse tipo de conteúdo na internet.

Claro, há de se considerar ainda que alguns desses jogos que trazem risco de danos e de morte, podem acarretar incidentes e perdas de vidas devido a acidentes na sua execução e não necessariamente vinculados à vontade de suicidar dos participantes. Isso tudo é um contexto muito sensível e deve ser observado com muita atenção.

Em contraponto ao Baleia Azul, surgiu outra iniciativa aqui no Brasil, meses depois, dada à repercussão de práticas autolesivas de risco: o ‘Baleia Rosa’. O objetivo dessa sequência de tarefas era, principalmente, ser uma rival à “Baleia Azul”, na qual regeu valores positivos e com a pretensão de valorização da vida de crianças e adolescentes. A ideia nasceu de uma dupla de brasileiros, um designer e uma publicitária, com parceria do Centro de Valorização da Vida (CVV)<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> CVV é uma associação sem fins lucrativos e que atua como apoio emocional e prevenção do suicídio no Brasil.

Eles “decidiram fazer algo para ajudar os jovens a verem a vida de uma outra maneira, e a não se deixarem levar pela ideia da morte e da negatividade” (Figueiredo, 2017). Dentre as novas tarefas, estavam conversar com alguém que o participante não falava há um tempo, passar um dia sem falar palavras negativas, se elogiar por cinco minutos em frente ao espelho, postar uma foto com uma roupa que fazia a pessoa se sentir bem, dentre outras nessa mesma linha.

### ***2.2.3 Desafio da camisinha***

Outra prática autolesiva de risco que teve grande adesão e reprodução de crianças e adolescentes é uma que envolve camisinhas masculinas. Realizado por diversos youtubers, o “desafio da camisinha” consistiu na aspiração de um preservativo masculino por uma das narinas, retirando-o pela boca. O que parece ser nojento e até assustador para uns, é visto com algo eufórico por algumas crianças e adolescentes que toparam participar dessa prática. Um adolescente, que chamaremos de F. reproduziu esse desafio e o postou no Youtube. O interessante é que, enquanto alguns youtubers, como o Zoio, objeto da nossa atenção nessa pesquisa, realiza esse tipo de prática e compartilha esse conteúdo com objetivos que vão além do desafio, como o alcance de maior visualização, outros parecem estar mais preocupados em apenas cumprir a meta de dar conta do desafio. No caso do adolescente F., mesmo o canal dele tendo um número baixo de seguidores, apenas dois, ele obteve quase 400 visualizações nesse vídeo.

Outra modalidade do “Desafio da camisinha” é colocar o preservativo na cabeça, cobrir parte do rosto e soprar ar pelo nariz até ela explodir. As irmãs Xs., em outro canal, reproduziram essa segunda modalidade. No início, enquanto uma delas coloca o preservativo e fica agoniada com o material que aperta seu rosto, comprime seus olhos e a impossibilita de respirar pelo nariz, a outra apenas ri de tudo e dá força para que a irmã continue. Em seguida, a segunda irmã também se envolve na mesma prática e ambas seguem até o final do vídeo, com as camisinhas nas suas cabeças. O vídeo, postado em setembro de 2017, tem mais de 350 mil visualizações e segue no ar.

O mesmo conteúdo realizado pelas irmãs no vídeo citado acima foi exibido em programação da televisão aberta, no programa do Fábio Porchat, quando ele convidou o cantor Luccas Lucco para reproduzir a mesma prática autolesiva de risco, como forma de disputa entre

eles<sup>11</sup>. O vídeo postado no Youtube, que é apenas uma chamada para o programa de televisão, teve mais de 50 mil visualizações, sem considerar a audiência do programa no dia que ele foi exibido. Isso nos faz refletir sobre o lançamento necessário de um olhar mais crítico sobre o modo como as corporações de comunicação, que atuam na radiodifusão e/ou nas plataformas digitais, participam da definição e difusão em larga escala de modelos de comportamentos associados ao risco.

“Desafio de sugar camisinha é a nova moda da internet” foi o título de uma postagem no site Terra.com (Saturno, 2018). O título, da forma como está colocado, acaba funcionando como algo atrativo. Talvez a intenção tenha sido até a de despertar cliques, mas quando essa ação é feita sem preparo ou sem a devida responsabilidade mais aprofundada, o site pode acabar colaborando para o acesso e conhecimento de práticas autolesivas de risco. Em outras palavras, ao produzir, difundir e/ou recomendar práticas autolesivas de risco de algum modo, o produtor tende a legitimar que aquele conteúdo seja visto como algo legal, divertido e interessante, especialmente se não adverte sobre seus riscos e danos. Neste caso, a postagem em si se atentava mais a dizer que a prática é nojenta, além de mencionar riscos mais leves, trazendo, em meio aos textos, uma sequência de vídeos do Youtube, na própria página do site. Numa nova visita ao site, realizada em setembro de 2022, os referidos vídeos haviam sido excluídos da plataforma, o que talvez sinalize uma mudança em relação a esse tipo de visualização.

Outro aspecto a ser considerado é a disseminação de tutoriais dessas práticas, em que alguns sites e perfis de redes sociais, ensinam o passo a passo de execução de práticas autolesivas de risco, quase como uma receita de bolo. Nesse tipo de abordagem, eles podem acabar colaborando para a sensação de leveza e/ou tranquilidade na execução e participação das brincadeiras. Abaixo, segue um trecho de uma postagem realizada no portal R7, que é exemplo disso:

O “Desafio da Camisinha” é o novo meme do Youtube. O pessoal grava os vídeos enfiando uma camisinha pelo nariz. Depois, eles tampam a outra narina e "sugam" a camisinha para dentro. Aí vem a parte do “desafio”. A pessoa tem que puxar a camisinha pela boca! No Youtube existem centenas de vídeos e em alguns, o pessoal chega até a vomitar! Isso acontece porque os preservativos contêm substâncias que causam irritação na mucosa nasal e na garganta. Algumas cenas são bem nojentas. Além disso, a pessoa corre o risco de engasgar-se com o preservativo. Afinal, camisinha não foi feita para essa cabeça. (Portal R7, em 18/04/2013)<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=plnPVsgVaEY>. Acesso em: 24 set. 2022.

<sup>12</sup> Disponível em: <https://noticias.r7.com/hora-7/desafio-da-camisinha-entenda-essa-bizarrice-16062018>. Acesso em: 22 set. 2022

Por mais que o site queira assumir uma linguagem engraçada ao final da postagem) e traga, minimamente, um alerta sobre riscos leves (já quase no final do texto), ele instrui sobre os passos da execução de jogo, de forma simples, e ainda traz como conteúdo descolado, que pode dar a entender que tudo é algo bacana de ser executado. Vale reforçar ainda que o site, em nenhum momento indica que ações tomar em caso de acidentes. Paralelo ao cuidado e à atenção que a sociedade, de modo geral, precisa tomar, é crucial também que as instituições de comunicação, em especial a imprensa, por sua responsabilidade na promoção da informação, tenham mais zelo diante desses assuntos mais sensíveis.

#### 2.2.4 A boneca Momo

Em 2019 e 2020, a personagem Boneca Momo, uma mulher-monstro com rosto de pássaro, surgiu nas redes sociais para executar jogos psicológicos e incentivar práticas suicidas e de agressão aos pais por parte de crianças e adolescentes em diversos países.

Figura 4 – Escultura da boneca Momo



Fonte: Site R7.com

A boneca Momo é, na verdade, uma fotografia de uma escultura japonesa, que foi apresentada pela primeira vez em um evento, em 2016. A escultura estava na galeria Vanilla Gallery, em Tóquio, no Japão. Conhecida por suas exposições um tanto assustadoras, ela recebeu diversos visitantes e muitas fotos foram tiradas da escultura e espalhadas na internet.

Entre 2019 e 2020, a boneca começou a ser utilizada para produção de vídeos direcionados ao público infantil, como uma personagem incitadora de agressões físicas e

práticas de violências, além da realização de crimes e incentivo a suicídio de crianças que tiveram acesso aos seus vídeos. Ela chegou a ser inserida, por meio de reedições de vídeos, no meio de produções não originais de outros personagens infantis com frases de ordem e coagindo crianças a atos violentos como cortar os pulsos, esfaquear os pais, dentre outras proposições bem polêmicas e violentas. Em algumas dessas reedições de vídeos, ela voltava ao final do vídeo fazendo ameaças de que voltaria para buscar a criança à noite, caso ela não a obedecesse.

Isso nos faz pensar sobre diversos pontos: com que intenções um ser humano reedita um vídeo para amedrontar crianças? Que tipo de mediação os pais e responsáveis têm sobre o uso desses dispositivos? Que ações concretas a plataforma toma para inibir tudo isso? Essas perguntas nos fazem pensar o quão imersos ou não estamos nesse panorama de produções de práticas autolesivas de risco na internet.

Ainda em 2019, devido à exposição que Momo tomou, o autor chegou a destruir a escultura, publicando imagens desse momento e declarando publicamente ao Site Sputnik, que repercutiu em outros veículos posteriormente, que havia destruído a escultura. “As crianças podem ficar tranquilas, Momo está morta, não existe mais e a maldição desapareceu”<sup>13</sup>

Em março de 2019, a plataforma Youtube realizou uma postagem que alegava que não foram encontrados nenhum vídeo que promovesse a boneca Momo no Youtube Kids. Na ocasião, a plataforma recomendava aos usuários a denúncia: “qualquer conteúdo que promova atos nocivos ou perigosos é proibido no Youtube. Se encontrar algo parecido, denuncie.”<sup>14</sup>. Vemos neste caso, a busca por reforçar um discurso de protecionismo, que compartilha a responsabilidade do controle e fiscalização de conteúdos que fujam às suas normas de uso.

Psicólogos afirmam que as consequências que a Boneca Momo pode ocasionar em crianças que tiveram acesso a vídeos com ela podem ser parecidas com as consequências de um estresse pós-traumático. A neuropsicóloga Gisele Calia explica que "podem ocorrer insônia, enurese noturna, fobias generalizadas, medo de ir para a escola, de ficar sozinha, parar de brincar, regressões como voltar a chupar dedo, a pedir muito colo, ou reações depressivas, de agressividade, irritabilidade. Na criança, esse estresse é muito mais grave pois ela ainda confunde realidade e fantasia", afirma a neuropsicóloga (Tuchlinski, 2019).

<sup>13</sup> Disponível em: <https://sputniknewsbrasil.com.br/20190305/momo-esta-morta-desfio-viral-criador-13437080.html>. Acesso em: 23 set. 2023.

<sup>14</sup> Postagem oficial no Twitter do Youtube. Disponível: [https://twitter.com/YouTubeBrasil/status/1106698628532453377?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwete%7Ctwterm%5E1106698628532453377%7Ctwgr%5E14b1db094977c3706242bcd2e4927a059e36fc7d%7Ctwcon%5Es1\\_&ref\\_url=https%3A%2F%2Ftecnologia.ig.com.br%2F2019-03-18%2Fboneca-momo.html](https://twitter.com/YouTubeBrasil/status/1106698628532453377?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwete%7Ctwterm%5E1106698628532453377%7Ctwgr%5E14b1db094977c3706242bcd2e4927a059e36fc7d%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Ftecnologia.ig.com.br%2F2019-03-18%2Fboneca-momo.html). Acesso em: 25 set. 2022.

Figura 5 – Print da boneca Momo em vídeo de produção infantil, dando ordens de ações violentas e exibindo utensílios de corte



Fonte: Imagem da internet

Não temos como mensurar os traumas gerados nas crianças que foram público-alvo da Boneca Momo. O que sabemos é que a boneca Momo atingiu, na ocasião, prioritariamente crianças na primeira infância e primeiros anos da segunda infância, ou seja, crianças entre os 4 e 10 anos de idade. Trata-se de mais um caso que demanda reflexão e fortalece a necessidade de se discutir mais abertamente medidas protetivas, como por exemplo uma educação midiática junto às crianças, adolescentes e responsáveis.

### ***2.2.5 O homem pateta***

Aos moldes da “Boneca Momo”, surgiu o Homem Pateta. Desta vez com a mistura de um rosto de um ser humano com características de um cachorro. Esse nome se deve à aparência física do personagem Pateta, da Disney.

Tudo começou com uma maquiagem, ainda em 2011, quando um cineasta e artista de efeitos visuais, chamado James Fazzaro, criou uma forma de demonstrar o uso de prótese e maquiagens para a criação de personagens. Assim como a Momo, o perfil foi desconfigurado do seu objetivo inicial e ganhou o mundo de uma forma negativa.

Figura 6 – Imagem do Homem Pateta, usadas em contas criadas para Jhonatan Galindo



Fonte: Imagem divulgada em sites de notícias

No México, há relatos não confirmados de que um jovem com problemas psicológicos e que adorava perseguir mulheres e crianças, conhecido como Jhonatan Galindo, era a pessoa por trás do personagem. A partir disso, vários perfis foram criados na rede social Facebook, além de canais no Youtube, usando o nome de Jhonatan Galindo e as fotos do que seria o Homem Pateta.

Apesar de poucas confirmações de casos de ataques e perseguições atrelados ao personagem, o medo se alastrou na rede virtual. Os contatos eram feitos pelos perfis virtuais, onde as orientações para crianças e adolescentes se cortarem e se mutilarem eram repassadas. Dentre outras atividades, em um dos vídeos ele sugeria às crianças colocarem sabão em pó nos olhos para eles ficarem azuis. Em outro vídeo, ele sugeria que elas experimentassem acender e fumar cigarros.

Com todo o alvoroço criado entre o fim de 2019 e começo de 2020, toda essa situação virou investigação da Polícia Federal do Brasil. Como um dos resultados, a Polícia Civil de São Paulo cumpriu um mandado de busca e apreensão na casa de um adolescente de Sorocaba (SP) suspeito de gerenciar pelo menos uma das diversas contas em uma rede social com a identidade de Jonathan Galindo. De acordo com a Secretaria de Segurança Pública de São Paulo, o adolescente confessou o envio de mensagens por um dos perfis brasileiros do suposto Jhonatan Galindo. Ele teve o telefone celular e computador apreendido e encaminhado para perícia. Segundo a reportagem da Revista Crescer, a investigação foi conduzida pela Vara da Infância e Juventude e, ele poderia responder por atos infracionais de ameaça e por instigação ao suicídio (Crescer Online, 2020).

### **2.2.6 Desafio do desodorante**

Uma das práticas autolesivas de risco que gerou diversas reproduções envolve os frascos de desodorantes aerossóis. Uma rápida busca no site da Google, incluindo o final “youtube.com” junto ao nome que se quer pesquisar referente a esse tipo de conteúdo, levantou mais de 17.400 resultados<sup>15</sup>. Essa modalidade de atividade nada saudável consiste em apertar um desodorante aerossol na boca, enquanto se mede também quanto tempo a pessoa que realiza essa ação aguenta antes de desistir.

No vídeo acima, a adolescente R. aciona um frasco de desodorante na língua de outra adolescente<sup>16</sup>. O que dura entre 2 e 3 segundos de jato de spray na língua da menina, persiste por mais de 30 segundos de caretas, ânsias de vômito, gritos, gemidos. Enquanto a adolescente limpa a língua com uma toalha e bebe água, a outra adolescente apenas ri de tudo e interage com o público, enquanto narra toda a cena.

Segundo especialistas, a substância contida nos frascos de desodorante é levada, quando inalada, aos pulmões pelas vias respiratórias. Como nossos órgãos são vascularizados, logo a corrente sanguínea se enche da substância que é levada ao coração, podendo causar uma forte arritmia cardíaca (Instituto DimiCuida, 2015). Em Minas Gerais, no mês de agosto de 2022, uma criança de 10 anos faleceu devido a uma parada respiratória após fazer o “desafio do desodorante”. O menino J.V. aspirou quase metade do conteúdo de um frasco do produto e não resistiu, mesmo com o acionamento de uma equipe do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu). “A criança foi encontrada desacordada pela mãe, que percebeu a ausência dele após brincadeiras entre os irmãos em casa”<sup>17</sup>, relata a reportagem jornalística do jornal Diário do Nordeste.

### **2.2.7 Jogo do quebra crânio**

Em fevereiro de 2020, o Departamento Científico de Segurança da Sociedade Brasileira de Pediatria realizou uma publicação de um alerta sobre o grande risco da propagação de outra prática autolesiva de risco realizada por crianças e adolescentes e que se popularizou principalmente em locais de espaços comuns de convivência, como pátios de escolas, ruas e

---

<sup>15</sup> Pesquisa realizada no dia 20 de agosto de 2023.

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qTwYEyGLdc8>. Acesso em: 19 set. 2022.

<sup>17</sup> Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ultima-hora/pais/menino-de-10-anos-morre-devido-ao-desafio-do-desodorante-entenda-os-riscos-1.3271623>. Acesso em: 19 set. 2022.

condomínios. Divulgados especialmente pelos meios digitais e realizada diretamente entre pares, de uma criança para outra e de um adolescente para o outro, a chamada “Jogo do Quebra Crânio” ou ainda “Roleta Humana” consistiu em uma espécie de “pegadinha surpresa” na qual uma pessoa pulava e outras duas, uma de cada lado dela, dava uma rasteira nas pernas da que pulou. Por essa rasteira ocorrer quando a pessoa que pulou ainda está no ar, em deslocamento, ela acaba se desequilibrando e caindo de costas no chão.

Seja porque a pessoa que salta foi pega de forma desavisada, em uma espécie de “pegadinha” ou porque ela, mesmo sabendo do risco, topou se desafiar a escapar da rasteira e da queda, os danos podem ser enormes. Quando há queda, o que ocorre é um encontro violento do corpo ao chão, sem proteção, podendo levar a traumatismos cranioencefálico, de vértebras cervicais ou mesmo da medula óssea, que, em casos extremos, podem inclusive gerar paralisias e morte.

Uma reportagem publicada no site da UOL, explica que dependendo do grau que a cabeça se inclina na hora da queda, o movimento pode causar a compressão da vértebra, levando a fratura da coluna, o que pode deixar uma pessoa parálitica ou até falecer com a batida do crânio ao chão. E, caso não haja dano na estrutura óssea do crânio, o acidentado pode ter o cérebro deslocado, o que pode levar à ruptura de vasos sanguíneos e hemorragias internas (Nascimento, 2020).

Diferente da maior parte das práticas autolesivas de risco explanadas até agora aqui, essa chegou a ser realizada por adultos também. Em um dos casos encontrados no Youtube Shorts, dois homens adultos enganam um terceiro homem que topa pular com eles, como se fosse para fazer um vídeo de pulos sincronizados. Com a queda, o rapaz do meio fica no chão desacordado. Os outros dois, começam a rir, tentam puxá-lo e ele continua sem reação. Um dos homens, que chegou a acionar a gravação do vídeo, fala em meio a risadas que “ele dormiu!” e, ainda rindo, vai até o aparelho celular e interrompe a gravação.

Em novembro de 2019, uma adolescente de 16 anos faleceu em uma escola em Mossoró, no Rio Grande do Norte, após ser vítima dessa “pegadinha”, realizada por duas colegas de sala de aula.<sup>18</sup> Com a queda, ela sofreu traumatismo craniano e chegou a ser socorrida pela direção da instituição e encaminhada ao hospital, mas não resistiu e morreu.

Com 2 milhões de seguidores apenas no Youtube, o jovem Robson Calabianque (23 anos), conhecido como Fuinha, compartilhou em suas redes sociais a execução dessa pegadinha, tendo o irmão como cúmplice. A brincadeira foi realizada no início do ano de 2020

---

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.rsagora.com.br/menina-morre-ao-cair-e-bater-a-cabeca-durante-desafio-quebra-cranio/>. Acesso em: 19 set. 2022.

e a vítima foi a própria mãe deles dois. Depois da repercussão negativa e do fato de a mãe dele ter se machucado, o jovem declarou ter se arrependido e ter agido de forma errada. Esse caso específico nos mostra que, até mesmo uma pessoa adulta, ciente dos riscos, pode acabar minimizando os riscos e realizar a execução de práticas dessa natureza. Neste caso específico, somente após o dano, que foi a própria mãe dele se machucar, é que ele teve plena consciência da gravidade da situação. Com isso, podemos imaginar como pode agir uma criança ou um adolescente diante desse mesmo tipo de situação.

### ***2.2.8 Desafio da cola Super Bonder***

Mais uma prática autolesiva de risco que circulou no Youtube foi o de colar a boca com cola instantânea da marca “super bonder”. Uma das youtubers que realizou essa tarefa foi a H., que hoje conta com mais de 370 mil seguidores. No vídeo, que traz outros “desafios” sugeridos pelo público, ela realiza a colagem da boca. O vídeo específico já alcançou mais de meio milhão de visualizações.<sup>19</sup>

Zoio, o youtuber de desafios mais visto do país, que terá dois dos seus três canais analisados nesta dissertação, no Capítulo 4, também reproduziu essa ação perigosa e postou em um dos seus canais no Youtube. Ele chegou a reproduzir essa prática autolesiva de risco, com o uso da cola “super bonder”, por duas vezes. Na primeira vez, ele também colou a boca e registrou mais de 10 milhões de visualizações. Na segunda vez, ele foi para a rua, passou a cola na mão, finge pedir uma informação a um transeunte aleatório e, após receber informações da suposta dúvida, apertou a mão do homem melada de cola, colando assim a mão do transeunte junto a dele por quase um minuto. Esse segundo vídeo resultou em mais de 12 milhões de visualizações.

Outros perfis com mais visibilidade que a jovem H. também reproduziram essa prática autolesiva de risco e chegaram a envolver até outras pessoas na execução. O jovem D. descreve o canal dele como local de “diversão” e “zueira” e diz que faz “Desafios”, Pegadinhas, Experimentos Sociais e Trollagens no Omegle<sup>20</sup>. No vídeo que envolve o uso de cola instantânea, ele cola a boca dele à da namorada, também com cola instantânea e, no tempo que permanecem colados um ao outro, eles reclamam, ela fala do ardor no lábio, ficam com a boca cheia de saliva e, em meio à dor, ela chega a cogitar a possibilidade de cortar os lábios com

---

<sup>19</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=jnREjQQ\\_WAM](https://www.youtube.com/watch?v=jnREjQQ_WAM). Acesso em: 19 set. 2022.

<sup>20</sup> Trollagens são sinônimo de pegadinhas. Omele é uma rede social de chamadas de vídeo aleatórias

uma tesoura<sup>21</sup>. No vídeo ele tenta acalmar a companheira, ao mesmo tempo que ri de tudo. Até a presente data, ele tem 2.5 milhões de seguidores em seu canal e o vídeo mencionado foi visto mais de 1 milhão e 400 mil vezes.

### ***2.2.9 Álcool líquido e álcool em gel***

Vídeos com o uso de álcool líquido na realização de desafios já eram uma realidade no Youtube desde meados de 2010, causando diversos danos em crianças que se acidentaram em meio à execução dessas práticas autolesivas. Com a pandemia da Covid-19, o aumento do uso de álcool na forma de gel passou também a estar atrelado a se desafiar, para além do objetivo primordial que era a desinfecção.

Em meio à pandemia, uma simples pesquisa das palavras “Desafio com álcool em gel” no Youtube, entre os 10 vídeos brasileiros mais acessados, mostrou o produto atrelado a ações como inalar, beber, cuspi-lo em direção a uma chama e jogar o produto no corpo e atear fogo no corpo. O vídeo com mais acesso na plataforma registra mais de 600 mil visualizações. Nos vídeos de inalação, os desafiantes aspiram o álcool em gel pela narina com um canudo, o que causa reações imediatas como ardência, espirros, vômitos, náuseas e necessidade de beber água. Em um “desafio de ingestão”, um jovem propõe beber a substância diretamente no frasco.

Everson Zoio também postou um vídeo onde supostamente bebeu mais de meio litro de álcool líquido. O conteúdo foi postado no último dia 20 de agosto de 2022, enquanto eu escrevia o meu texto de qualificação do mestrado. No vídeo, para provar que o produto é, de fato, álcool, ele derrama parte do material líquido na porta do quarto e toca fogo. Durante a queimada da porta, ele fala do cheiro de queimado e bebe o líquido em seguida. Todas as ânsias, gemidos e reações do corpo são registradas na câmera. O referido vídeo, que já foi visto por mais de 400 mil pessoas em tem mais de 85 mil curtidas, já ultrapassando os 1.500 comentários que, em boa parte das vezes, exaltam o youtuber como uma referência positiva e exemplo de força e determinação.

Em 2017, em Fortaleza (Ceará), uma criança de 11 anos foi internada após ter 40% do corpo queimado. Ela reproduziu uma prática autolesiva de risco usando álcool em gel, conforme visto na internet. Em entrevista ao portal G1 Ceará, a criança disse ter se arrependido do que fez e aconselhou outras crianças a não fazerem o mesmo. “Eu queria pedir para outras

---

<sup>21</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fxbnFHTurrg>. Acesso em: 19 set. 2022.

crianças que não brinquem com fogo, como eu fiz. Eu me arrependi do que fiz. E também quero muito voltar para casa. É muito doloroso”, disse (Xerez, 2017).

Em outro trecho da entrevista, o menino declarou que já havia brincado antes e que nada tinha ocorrido. “É, eu tinha feito isso uma vez e não tinha acontecido nada de mau. De repente, quando eu fui colocar o galão de álcool gel perto do fogo ele explodiu e veio fogo em todo o meu corpo”. Esse exemplo, chama ainda atenção para o fato de que esse tipo de conteúdo ao ser feito e repetido pelos participantes, pode deixá-los ainda mais vulneráveis diante do ganho de confiança obtido pelas experiências que não levaram a danos imediatos.

As postagens com esse tipo de conteúdo geram sempre muito engajamento e números altos de visualizações. Contudo, as informações sobre as práticas autolesivas de risco trazidas aqui foram, propositalmente, apresentadas de uma forma mais resumida, pois tinha o objetivo apenas de explicar minimamente sobre como esse tipo de conteúdo funciona e como é disseminado. A proposta foi apresentar uma espécie de fotografia panorâmica desse fenômeno e trazer um breve histórico dos últimos anos e dos conteúdos que ganharam maior repercussão e acesso nesse período. Vale ressaltar que foge aos objetivos desta dissertação o aprofundamento de todos esses casos. Isso será feito, especificamente, na abordagem dos Canais do Zoio, que é objeto central desta dissertação e que será apresentado no próximo capítulo.

Com os dados e informações abordadas até aqui, podemos já perceber que é preciso mapear, analisar e agir diante dos riscos e dos danos como acidentes e mortes de crianças e adolescentes envolvidos com esses tipos de conteúdo. Nos próximos capítulos da dissertação, serão apresentados mais aprofundamentos e perspectivas referentes às medidas regulatórias frente a esse tipo de conteúdo, bem como apresentaremos a análise dos dados específicos e as descobertas encontradas no trajeto desta pesquisa.

### 3 ZOIO NO YOUTUBE: RELAÇÃO ENTRE O MAIOR YOUTUBER DE PRÁTICAS AUTOLESIVAS E A PLATAFORMA

Neste capítulo, abordamos a figura do Zoio como youtuber e seus canais, o youtuber como narrador e personagem e a plataforma como contexto e agente que, simultaneamente, assegura as possibilidades de sua projeção e, eventualmente, a constrange.

#### 3.1 Zoio e seus canais no Youtube

Everson Zoio está listado como um dos 100 canais do Brasil<sup>22</sup> com o maior número de seguidores no Youtube, ocupando a 81ª colocação. Eliminando a lista de canais de novelas infantis, personagens de desenhos e considerando apenas seres humanos, Zoio sobe para a 35ª colocação como brasileiro mais seguido do país. Em termos de conteúdo, o youtuber se destaca como o que mais tem produções audiovisuais que giram em torno da realização e publicização de práticas de risco, muitas das quais autolesivas. Justamente por isso e pelo grande alcance e visibilidade que ele tem na internet, visto chegar à marca de 13,1 milhões de seguidores e mais de 1 bilhão de visualizações, os canais do Zoio no Youtube são o objeto de estudo desta pesquisa.<sup>23</sup>

Morador da cidade de Extrema, região sul de Minas Gerais, Everson Zoio morou quase toda a sua vida em bairros periféricos. Até a data de finalização desta pesquisa<sup>24</sup>, ele havia completado 31 anos, tendo postado seus primeiros vídeos na internet quando ainda era adolescente. Nos seus canais, ele aborda diversos conteúdos, sendo as práticas autolesivas de risco, como abordaremos mais adiante, as mais assistidas e que respondem pela maior parte do conteúdo postado.

Zoio, como gosta de ser chamado, é dono de dois canais na plataforma Youtube, os canais Everson Zoio<sup>25</sup> e Zoio do Dia<sup>26</sup>. Denominado por ele mesmo como uma pessoa “hard core”, que traduzindo significa “núcleo duro”, ele tenta projetar para si, como youtuber, e para seu público, uma imagem de força e capacidade de ultrapassar limites. Com isso, ele se coloca como alguém que se desafia, quase como se fosse um ser em um patamar superior, radical e

---

<sup>22</sup> Disponível em: <https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostsubscribed>. Acesso em: 20 set. 2024.

<sup>23</sup> Disponível em: <https://assuperlistas.com/2023/12/18/os-100-brasileiros-mais-seguidos-do-youtube/>. Acesso em: 20 set. 2024.

<sup>24</sup> Data de Defesa desta dissertação: fevereiro de 2024.

<sup>25</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@EversonZoioo>. Acesso em: 02 set. 2024.

<sup>26</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@ZoioDodia>. Acesso em: 02 set. 2024.

extraordinário. Nas *playlists* disponíveis nos canais dele, até fevereiro de 2024, havia o registro de mais de 300 vídeos.

No primeiro canal, intitulado simplesmente por “Everson Zoio”, o youtuber conta com mais de 13,1 milhões de inscritos, e já atingiu a marca de mais de 1 bilhão de visualizações, com um repositório que já passa dos 620 vídeos. Há pouco mais de oito anos, um segundo canal foi criado por ele, o “Zoio do Dia”, que já somava, até Fevereiro de 2024, mais de 4,7 milhões de inscritos, tendo o registro de mais de 280 milhões visualizações e tinha disponível mais de 300 vídeos postados. Por fim, um terceiro canal atrelado a ele existe desde 2020, o “De Zoio no Game”<sup>27</sup>. Neste canal mais recente, ele postou, até o encerramento desta pesquisa, apenas três vídeos com a temática de jogos on-line, no estilo de lives de partidas de videogame. Vale ressaltar, ainda, que apesar dos poucos vídeos postados, este último canal já reunia a soma de 64,2 mil inscritos e mais de 280 mil visualizações.

A maior audiência do youtuber Zoio é formada por crianças e adolescentes, como informado, inclusive, por ele mesmo em diversas entrevistas que concedeu. Esse é o caso da entrevista concedida ao programa *The Noite*, apresentado por Danilo Gentili, no canal de televisão SBT, em novembro de 2016<sup>28</sup>. Nos próprios canais do youtuber há comentários sobre seus vídeos, feitos por seguidores que afirmam ser crianças ou adolescentes. Essa informação também é perceptível na observação de perfis, fotos, nomes, faixa etária informadas, entre outros. Ou seja, podemos perceber a grande presença de crianças e adolescentes como público dos conteúdos dele. Visto que, em sua totalidade, estes não são dados públicos disponibilizados pela plataforma, não há como quantificar essa informação.

Ao problematizarmos a presença de conteúdo online que ofereça algum tipo de risco, e em especial para as crianças e adolescentes, uma questão importante relaciona-se à regulamentação da internet. Nesse sentido, em 2011, a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) ao abordar esse tópico e ao considerar sua complexidade, ressaltou que “vale sublinhar que quando se imagina uma regulação sobre a internet, é preciso ter em mente as implicações deste exercício” (ANDI, 2011, p. 114).

Quando se trata da infância, o trato das questões regulatórias deve se pautar pela promoção de direitos desse público. Afinal, os meios de comunicação se apresentam como uma das mais importantes instâncias de socialização de crianças e adolescentes e, assim, é necessário o desenvolvimento de um sistema de mídia que promova os direitos e proteja de forma específica esse público (ANDI, 2011, p. 114). Nesse sentido, a observação de experiências

---

<sup>27</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@dezoionogame1668/about>. Acesso em: 18 set. 2023.

<sup>28</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=dYY4\\_IJbVrc](https://www.youtube.com/watch?v=dYY4_IJbVrc). Acesso em: 22 set. 2024.

exitosas de outros países deve ser valorizada, identificando políticas promissoras que podem ser seguidas e parâmetros que possam ser adotados.

Nesse contexto, precisamos considerar que, atualmente, estamos vivendo um período da história onde a internet passou a ser habitada também por crianças e adolescentes. Nos primórdios da navegação, ela era um espaço ocupado apenas por adultos. Parte desse novo público foi inserido pelos pais já nos primeiros meses e anos de vida, sendo a plataforma Youtube, por vezes, uma das alternativas na qual crianças e adolescentes têm encontrado acesso no mundo digital.

Como plataforma, sob um olhar colaborativo, o Youtube acaba representando, segundo Miranda (2017), “uma oportunidade privilegiada de diálogo entre crianças de diversos contextos socioculturais”. Ele colabora para o contato entre o público de várias idades e vivências por meio da plataforma, “o que pode ser considerado um ponto muito positivo ao refletirmos sobre a importância da criação de espaços para o exercício da liberdade de expressão”. Essa realidade era bem pouco diferente, se considerarmos a televisão como exemplo de um grande meio de comunicação anterior à chegada da internet.

Em décadas passadas, crianças tinham opções de comunicação mais restritas, como a TV, em cujas narrativas personagens previamente definidos não tinham a possibilidade de compartilhar de forma mais livre suas opiniões. (Miranda, 2017, p. 115)

Além disso, vale ressaltar que as crianças também estão no Youtube tanto acessando, como também coabitando este espaço como produtores, conversando de criança para criança, numa relação de pares que protagonizam a si mesmos e seus comuns.

O Youtube, então, mostra-se como um cenário produtivo para estudar as crianças não só porque ele está sendo cada vez mais ocupado por elas em diferentes práticas, mas porque concentram as produções delas [...]. Ainda que essas produções estejam sendo atravessadas por uma série de fatores [...] estamos falando de um conteúdo de crianças para crianças. Não apenas porque crianças estão protagonizando o vídeo (às vezes filmando e editando) e escrevendo comentários, mas também porque o conteúdo aborda assuntos do universo da criança (Tomaz, 2017, p. 37).

Outro fator importante é como as crianças são apresentadas à plataforma, sejam como participantes, como protagonistas ou até como mentoras de outras crianças na indicação de conteúdos. O fato de elas estarem de frente ou “dentro das telas” não significa que elas estão protegidas ou que tenham conhecimento técnico ou crítico sobre como podem lidar ou sofrer riscos ou danos por estarem inseridas naquele espaço virtual. A depender dos casos, pode ser que elas estejam suscetíveis a violações de conteúdo fora da faixa indicativa do que seria apropriado para elas, ou sendo bruscamente endossadas pelo consumo publicitário de produtos

e marcas ou até mesmo sofrendo pela exposição de si, como ser humanos de direitos, com suas rotinas e até mesmo intimidades sendo expostas.

Durante a pandemia da Covid-19, o acesso desse público disparou, principalmente nos perfis de redes virtuais. Com o isolamento social se “intensificou alguns elementos ligados à sociabilidade digital (hiperexposição, diluição de fronteiras público-privadas-íntimas, espetacularização de si) que criam condições para o acirramento da violência digital” (Deslandes; Coutinho, 2020, p. 2479). Tudo isso já era algo que vinha em uma crescente nos últimos anos e, que nesse período, acabou se ampliando ainda mais. Os cuidados e atenções que se tinham com crianças, no processo de participação junto ao ambiente on-line, se intensificou na pandemia, pois as escolas passaram a atender demandas remotas e a internet e acabou sendo introduzida e, por sua vez, consolidada na vida desse público, que não estava totalmente preparado para esse terreno virtual.

O período do isolamento social provocado por esta pandemia coincidiu com o momento de consolidação, popularização e expansão, ainda que desigual, para todas as classes sociais da chamada Internet 2.0. A web 2.0 possui como principais características a hiperinteratividade entre os usuários e a mobilidade em que podem ser acessados estes espaços digitais. (Deslandes; Coutinho, 2020, p. 2479)

Outra questão que se forma é a readaptação de sentido do que antes era caracterizado como privativo e pessoal e passa a se tornar público, de modo a gerar a atenção e o fascínio de quem consome. Sibilia (2008) argumenta que vivemos um período em que “há um deslocamento em direção à intimidade: uma curiosidade crescente por aqueles âmbitos da existência que costumavam ser catalogados de maneira inequívoca como privados” (Sibilia, 2008, p. 34).

Podemos pensar que trata-se de uma espetacularização do cotidiano, em que “glorifica-se a menor das pequenezas, enquanto se parece buscar a maior das grandezas” (Sibilia, 2008, p. 11). Ela defende que a obra desses usuários da internet que geram fama e reconhecimento por meio de publicações intimistas é o próprio “eu”, uma vez que “o que se cria e recria incessantemente nesses espaços interativos é a própria personalidade”. E essa personalidade não se aplica a um retrato real, mas a uma personalidade projetada para agradar quem vê, que visualiza, quem acompanha, que segue.

Nos últimos anos, a hiperexposição acabou se tornado um fator de sociabilidade entre os mais jovens e, junto dela veio também uma necessidade de aceitação, de eles serem amados e aplaudidos. Nessa perspectiva, os indivíduos estariam submetidos às “tirantias da visibilidade”, conforme definido por Sibilia, tendo que estilizar e cultivar suas imagens aos moldes de personagens da mídia audiovisual e “atuar como se estivesse sempre diante de uma

câmera, disposto a se exibir em qualquer tela” (Sibilia, 2008, p. 50). A autora afirma ainda que vivemos tempos em que as personalidades são convocadas e a visibilidade se constitui em uma nova forma de existir nas sociedades ocidentais (Sibilia, 2008).

Em uma sociedade que preconiza o espetáculo e que é rodeada de glamour por muitas pessoas, há também uma busca pela visualização da imagem e da fama, onde um retorno monetário pode colaborar ainda mais para a disseminação dessa realidade. Nesse contexto, resgatamos Debord (1997, p. 18), na 17ª nota de *A Sociedade do Espetáculo*, quando ele defende a tese de que, no primeiro momento de dominação da economia sobre a vida humana, houve uma “degradação do ser para o ter”. Segundo ele, os resultados acumulados nos conduzem a “um deslizamento generalizado do ter para o parecer”. Isso é muito forte e presente no que envolve perfis como o do Zoio e de outros youtubers, diante da busca do que quer se mostrar nas redes virtuais. Por vezes, eles passam a se comportar quase como personagens de um espetáculo, vivendo em intensa e frequente atuação. Tem-se, nessa perspectiva, certa perda de naturalidade, de autenticidade e de espontaneidade que a vida normal, humana, não-espetacularizada abrigaria.

Outro fator que contribuiu para essa realidade foi a transformação da forma como nos comunicamos. Quem antes era apenas receptor de mensagens pode se tornar um dos possíveis produtores de conteúdo nas redes sociais. Em “*Cultura da Convergência*”, Henry Jenkins traz o conceito de Prosumer. Amaral (2012, p. 142) trata do conceito e diz que “a convergência dos meios e a apropriação destes fundiram o consumidor com o produtor, criando a figura do “Prosumer”.

Trazendo essa realidade para o contexto dos canais de Youtube que atuam com práticas autolesivas como conteúdo, podemos enxergar que eles têm, como características marcantes a interação com o público e o cumprimento de desafios propostos pelos seus seguidores. Assim, o público se sente participante, visto que ele, além de acessar o conteúdo do canal, participa também como produtor deste, por meio de sugestões de desafios e tarefas que são acatadas e realizadas pelos youtubers. Por sua vez, os produtores de conteúdo estimulam mais e mais que o seu público gere mais sugestões de novas tarefas e desafios que possam ser cumpridos futuramente em novas produções. E isso acaba virando um ciclo. O produtor motiva o seguidor a produzir pautas e sugestões de novos conteúdos que, por sua vez, podem ser acatados e reproduzidos pelos produtores de conteúdo e que transformam-se em novos conteúdos para os seguidores. Isso forma uma engrenagem que auxilia nos níveis de engajamento do público, que se torna assíduo junto daquele produtor.

Voltando ao Zoio, vale a pena nos determos em alguns dados quantitativos do canal, de modo a compararmos com outras celebridades. Para tanto, resgatamos a informação que ele tem mais de 13,1 milhões de inscritos no primeiro canal e mais de 4,7 milhões no segundo, somando mais de mais de 1 bilhão e 200 milhões de visualizações em pouco mais de 600 vídeos postados até agora. Se compararmos ele com celebridades e personalidades brasileiras que também estão no Youtube, podemos ter uma dimensão mais real do tamanho dele.

Para termos uma ideia, o presidente do Brasil, Luís Inácio Lula da Silva, por exemplo, tem 1,35 milhão de inscritos<sup>29</sup> no Youtube. O Partido dos Trabalhadores soma pouco mais de meio milhão de inscritos e já conta com 8,7 mil vídeos<sup>30</sup> postados no canal. O Brasil de Fato é outro exemplo. Ele tem 658 mil inscritos e soma mais de 6,8 mil vídeos<sup>31</sup>.

Se formos para a área artística e considerarmos algumas das grandes celebridades da música, somamos pouco mais de 2,8 milhões de inscritos no canal da cantora Ivete Sangalo<sup>32</sup> e pouco mais de 6,6 milhões de inscritos no canal do DJ Alok<sup>33</sup>. A maior banda de forró do país, Calcinha Preta tem pouco mais de 2,31 milhões de inscritos em meio aos 635 vídeos<sup>34</sup>. A drag queen Pablllo Vittar tem 225 vídeos postados e 7,75 milhões de inscritos<sup>35</sup>. Zoio supera, inclusive, a cantora Madonna no Youtube, que conta com 6,73 milhões de inscritos<sup>36</sup>.

Os canais de televisão aberta mais populares do Brasil também têm menos seguidores que Zoio: a TV Globo, com mais de 18 mil vídeos postados, tem quase 5,5 milhões de inscritos<sup>37</sup> e o SBT chega até a bater os 12 milhões de seguidores, contudo vale considerar que ele tem um repositório maior dentre todos os citados aqui, já ultrapassando os 26 mil vídeos<sup>38</sup> e ainda inclui no catálogo diversas novelas e séries infantis que saem da televisão e vão para o Youtube e geram muito engajamento.

No fim das contas, esses canais e de muitas outras personalidades, políticos, instituições públicas e iniciativas privadas ficam atrás de Zoio. Apesar dos números de acesso e de seguidores serem grandes, muitos adultos não o conhecem. Em muitas ocasiões em que apresentei esse estudo para um público adulto, muitos nunca haviam ouvido falar do youtuber.

<sup>29</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@LulaOficial>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>30</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@ptbrasil>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>31</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@brasildefato>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>32</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@IveteSangalo>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>33</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCQlaArsZfebRbb70iXm6usg>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>34</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@CalcinhaPreta>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>35</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@pabllovittar>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>36</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@madonna>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>37</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@tvglobo>. Acesso em: 25 nov. 2023.

<sup>38</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@sbt>. Acesso em: 25 nov. 2023.

Ou seja, a situação é bem mais preocupante, pois ele, assim como outros youtubers que tem um perfil similar, muitas vezes, não chegam sequer ao conhecimento de pais e educadores que poderiam colaborar para esse processo de conscientização e de uso mais seguro da internet.

Ainda sobre o Zoio, outra informação importante é que o segundo canal foi criado, segundo ele, como uma possibilidade de segurança contra o Youtube, pois ele tinha o receio do primeiro canal ser excluído pela plataforma. Essa apreensão surgiu após um dos seus vídeos ter gerado bastante revolta e mobilizar diversas denúncias junto à plataforma, resultando na exclusão de um dos seus vídeos, por parte do Youtube.

Neste caso, o vídeo continha conteúdo bem problemático. Nele, o youtuber ateou fogo no próprio corpo durante o cumprimento de um desafio. Mais à frente, repercutirem mais informações sobre esse vídeo e sobre os critérios e tipos de violações precisam conter para que um vídeo seja banido pela plataforma, ou seja, retirado do ar.

Retornando ao surgimento desse segundo canal, o próprio Zoio chegou a relatar esse medo. Após o referido vídeo ser banido, Zoio alerta seus seguidores em diversos vídeos que se a conta principal for excluída, o público já sabe da existência do segundo canal, de modo que as produções futuras seguirão diretamente para lá. Como podemos ver, esse tipo de atitude, implica algum nível de desafio à plataforma, que “curiosamente” se deixa ser desafiada publicamente

Assim como outros youtubers, de perfil semelhante, Zoio privilegia postagens nas quais aparece cumprindo desafios. Tais desafios implicam desde realizar ações constrangedoras que o façam passar vergonha até colocar sua saúde e/ou segurança em risco. Muitas vezes, consistem em desafios sugeridos pelos seus seguidores, em postagens publicadas por meio de comentários, tanto em vídeos postados anteriormente quanto em postagens de outras redes sociais, a exemplo dos perfis dele no Instagram e no Facebook.

A leitura dos desafios propostos é realizada durante a gravação do vídeo. Na edição, é colocado na tela o print da mensagem, com foto e nome de quem sugeriu aquela tarefa ou desafio a ser cumprido. Após a leitura, Zoio mostra a realização e o cumprimento do desafio. A execução é registrada por meio de filmagem e passa por uma edição simples<sup>39</sup>.

De tempos em tempos, novas postagens são feitas no perfil do Facebook dele e mencionadas em vídeo, o que tende a gerar uma avalanche de comentários. Este foi o caso de

---

<sup>39</sup> Aspectos como situações de bastidores, formato dos vídeos, padrão de gravação e edição, entre outros serão abordados no quarto capítulo.

uma postagem, de Janeiro de 2018, que reuniu mais de 7,7 mil comentários<sup>40</sup> e de outra, de Agosto de 2019, que somou mais de 6,8 mil comentários em questão de horas<sup>41</sup>.

No Youtube, a cada pedido de comentários com novas ideias de desafios a serem cumpridos, Zoio lança também a promessa que vai escolher os desafios mais loucos. De fato, essa promessa foi cumprida tempos depois dos primeiros anúncios feitos. Em um dos vídeos - talvez o mais polêmico de todos, por violar diversas diretrizes da própria plataforma - ele aparece em pé às margens de um rio, usando apenas uma sunga preta, quando se banha de álcool e atea fogo em si. Gritando, ele pula dentro da água.

Esse vídeo foi postado em 2016 e gerou diversas repercussões negativas, mobilizações para denúncias em massa e chegou a ser deletado da plataforma pelo próprio Youtube. Na semana seguinte, em um novo vídeo, Zoio comentou que a empresa havia removido o desafio cumprido por ter “talvez recebido muitas denúncias”. Não satisfeito com a exclusão da produção, ele relata que postou o vídeo no seu perfil do Facebook.

Uma reportagem do Jornal O Globo trazia, ainda em 2018, que o desafio do fogo, conhecido na web por seu nome em inglês Fire Challenge, “consiste em espalhar líquidos inflamáveis pelo corpo e incendiá-lo, enquanto uma câmera filma a cena para depois compartilhá-la nas redes”. Esse trecho conta ainda a história de uma adolescente estadunidense, de 12 anos, que teve 49% do corpo queimado por cumprir o desafio (Queiroga, 2018).

Um ano antes, em Fortaleza, uma criança de 11 anos também dava entrada no Núcleo de Queimados do Instituto Dr. José Frota, após acidentarse com a reprodução do mesmo desafio que causou queimaduras de 2º e 3º graus no corpo dela. O menino teve 40% do corpo queimado “após imitar brincadeira da internet”, segundo a reportagem. Ele passou por duas cirurgias e ficou internado por algumas semanas (Xerez, 2017).

Anos depois do vídeo no qual Zoio ateou fogo em seu corpo, em uma nova sequência de desafios – especificamente no vídeo referente ao #Desafio53 – ele novamente posta o vídeo em que toca fogo no corpo e pula no rio. Publicado em 20 de Outubro de 2016, esse segundo vídeo contém mais de 51.500 comentários, evidenciando a potência de engajamento que esse tipo de postagem gera nas redes.<sup>42</sup> Nessa nova produção, ele mostra todos

---

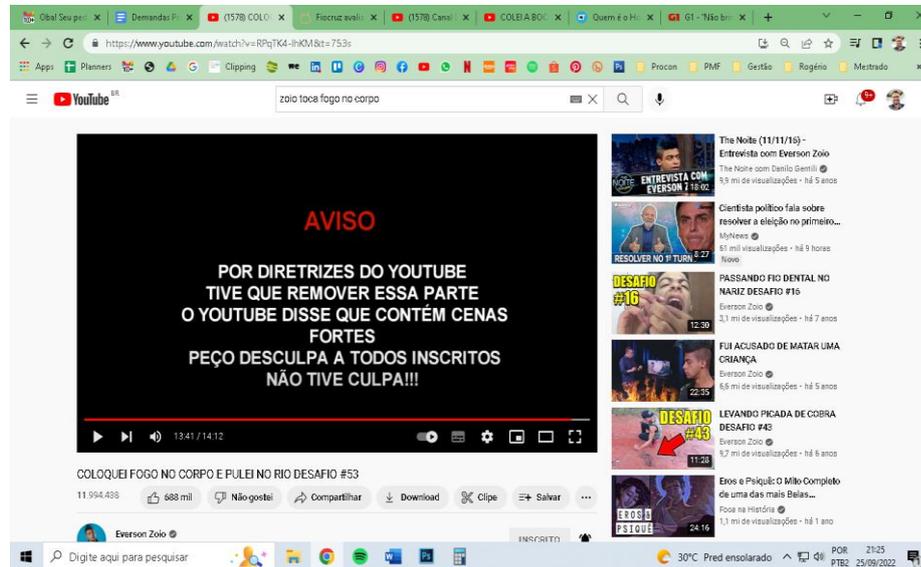
<sup>40</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/EversonPage/photos/mandem-ideias-de-desafios-para/1487481421350593/>. Acesso em: 20 out. 2023.

<sup>41</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/EversonPage/photos/a.813293105436098/2258584187573642/?type=3>. Acesso em: 20 out. 2023.

<sup>42</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RPqTK4-lhKM>. Acesso em: 19 set. 2023.

os preparativos, mas não exibe as imagens da ação em si. Momentos antes, o vídeo exibe uma tela preta como plano de fundo, acompanhada de um texto na cor branca.

Figura 7 – Trecho referente a sequência do desafio do vídeo Desafio53



Fonte: Canal do Youtube do Zoio

Da cena original, é possível apenas ouvir os gritos de desespero dele correndo e mergulhando na água. Só vemos a tela preta com os escritos e ouvimos os sons. Conforme exibido acima, o texto reconhece que a plataforma tem diretrizes, justifica a exclusão do vídeo por conta da desconsideração das regras da plataforma e alerta que o conteúdo do vídeo apresenta cenas fortes. Ele se desculpa com a audiência na mensagem por não mostrar as imagens e responsabilizando o Youtube por isso. Aborda o episódio sob o ponto de vista da “culpa” e não da responsabilidade, e isenta-se de ter cometido qualquer erro ou ato impróprio. Ao mencionar o termo “culpa”, responsabiliza a plataforma. O erro para o influenciador, não estaria no ato exibido, mas na exclusão do vídeo.

Uma das estratégias do Zoio é o investimento na construção de uma boa relação que ele mantém com sua audiência. Trata-se de uma relação que recebe dele especial atenção. É perceptível que ele consegue gerar bastante engajamento por meio da relação. No momento que uma determinada pessoa é mencionada em um vídeo por ele, tem seu nome e sua foto exibidos e ainda pode conferir o influenciador cumprindo o desafio proposto, ela alcança também visibilidade e, em certa medida, certo reconhecimento por ter tido sua proposição atendida.

Na busca por promover engajamento, Zoio motiva o público a sugerir mais desafios e tarefas nos comentários, com a promessa de continuar a atender seus pedidos e de reconhecer publicamente quem os pede, criando, assim, um ciclo contínuo. Nesse processo, o youtuber ainda se beneficia em não ter tanto trabalho em pesquisar ideias de produções, já que ele recebe as sugestões de atividades que poderá executar.

No capítulo seguinte, abordaremos outros comentários publicados em vídeos dele e a exaltação de sua figura pelo público, por mais que isso possa ser problemático, sob o ponto de vista do estímulo a práticas de risco.

### **3.2 Zoio o youtuber como narrador e personagem**

Do ponto de vista narrativo, Zoio se enquadra no nível narrativo homodiegético, que se caracteriza por ele participar da história a ser contada. Ou seja, ao mesmo tempo que ele narra toda a cena, ele participa dela, narrando a si mesmo. Ainda assim, pode também ser considerado autodiegético, já que assume também o lugar não só de narrador, como também de personagem herói da história dele.

Luís Alberto Brandão Santos e Silvana Pessôa de Oliveira (2001) sugerem outras “imagens” do narrador, que aborda o sujeito, o tempo e os espaços ficcionais. Dado esse perfil, podemos dizer que Zoio, pela postura assumida em muitos de seus vídeos, se aproxima da figura de um narrador-pesquisador-detetive (Santos; Oliveira, 2001). Isso ocorre quando o narrador busca, a todo custo, chegar à verdade dos fatos. Nesse caso, ele pode ter sucesso ou, ao contrário, fracassar (Auster; Piglia, 2017). No caso de Zoio, o suspense quase sempre faz parte do enredo. Em suas produções, tanto ele pode ser muito exitoso, como ele pode se dar muito mal, como abordaremos mais à frente. De todo modo, ele cria uma atmosfera de suspense que mantém a audiência conectada, ao gerar uma expectativa de que algo inusitado irá acontecer. Adicionalmente, chama o público para ação, como comentar, compartilhar e dar o like no vídeo, promovendo engajamento.

Frente ao desafio de compreender a figura do Zoio como um perfil público, que busca deliberadamente projetar uma imagem de si, optamos por considerar a questão de sua imagem arquetípica. Para tanto, apresentamos o conceito de arquétipo, proposto por Carl G. Jung, fundador da psicologia analítica<sup>43</sup>. “Arquétipo é um conceito da psicologia utilizado para representar padrões de comportamento associados a um personagem ou papel social”<sup>44</sup>. Tais

<sup>43</sup> Disponível em: <https://www.vittude.com/blog/psicologia-analitica/>. Acesso em: 20 set. 2024.

<sup>44</sup> Disponível em: <https://www.significados.com.br/arquetipo/>. Acesso em: 28 de janeiro de 2024.

personagens e/ou papéis assumem, de um ponto de vista comunicacional, imagens com conotações específicas, relacionadas também ao contexto no qual são projetadas.

A mãe, o sábio e o herói são exemplos de arquétipos. Esses “personagens” têm características percebidas de maneira semelhante por todos os seres humanos. [...] os arquétipos são uma herança psicológica, ou seja, resultam das experiências de milhares de gerações de seres humanos no enfrentamento das situações cotidianas. As imagens dos arquétipos são encontradas em mitos, lendas, na literatura, nos filmes e até mesmo nos nossos sonhos. Também são utilizados na publicidade. Quando um animal é utilizado em uma marca, espera-se que os clientes associem a marca às características daquele animal.<sup>45</sup>

Esse enquadramento do Zoio em um arquétipo colabora para ajudar a entender suas atitudes e como ele se apresenta ao público. A análise desses arquétipos projetados pelo youtuber podem ser interessantes para compreender aspectos da identificação do youtuber com seu público e vice-versa. Afinal, como o próprio Zoio declarou, na sua percepção as pessoas gostam de ver o que pode ser estrambólico, esdrúxulo, espetacularizado, ou seja, o que, em regra, elas não têm coragem de fazer.

Considerando o youtuber nessa perspectiva da construção de um personagem, já que ele caminha entre os papéis de narrador e personagem, Zoio, assim como outros youtubers do mesmo perfil de conteúdo, transitam, na nossa aceção, entre os arquétipos do “rebelde/fora da lei” e “explorador”.

O perfil “rebelde/fora da lei”, é reconhecido como aquele que é revoltado, inquieto e que está pronto para quebrar as barreiras do cotidiano, ainda que isso signifique transgredir regras socialmente aceitas. Assume um “espírito de bad boy”, com um perfil de desafiador, que remete ao imaginário de alguém que é forte, potente, um “hardcore” como ele se nomeia, que não tem medo de nada, e cumpre qualquer desafio, custe o que custar.

Já no perfil “explorador”, como o nome já antecipa, ele traz para si o desejo coletivo de descobrir o mundo e as suas novidades, de modo a ter uma vida extraordinária. Em outras palavras, a ambição é uma das principais características desse arquétipo específico, que preza pela liberdade e acredita que grandes sensações como a felicidade e plenitude na vida podem ser conquistadas por meio da ruptura da rotina e da vida banal. No próximo capítulo, ao analisarmos os vídeos selecionados, retomaremos essa questão. Para analisarmos, de modo apropriado, os conteúdos com práticas autolesivas dos canais do Zoio, consideramos importante situá-los primeiramente no contexto da plataforma na qual se inserem. É o que faremos na próxima seção.

---

<sup>45</sup> Disponível em: <https://www.significados.com.br/arquetipo/>. Acesso em: 28 de janeiro de 2024.

### 3.3 Youtube: a plataforma como contexto e agente

Iniciemos nossa reflexão, abordando o que é o Youtube, como ele funciona, e que características ele apresenta. Na sequência, faremos um breve histórico de como as brincadeiras perigosas chegaram na plataforma e de que forma são nela exibidas e acessadas.

O Youtube é uma das plataformas mais acessadas no mundo. Ele surgiu em 2005 e, no ano seguinte, foi comprado pela empresa Google. Por meio de qualquer navegador de acesso à internet onde se digite o site ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)) ou por meio do aplicativo específico, um usuário com um dispositivo e com acesso à internet pode tanto assistir, como postar conteúdos audiovisuais na plataforma. Com o passar dos anos, o Youtube foi se popularizando, e, em 2009, quatro anos após o seu surgimento, ele já registrava cerca de 20 mil vídeos postados por dia, em todo o mundo. No site da plataforma, na área específica destinada à imprensa, nomeada como “sala de imprensa”<sup>46</sup>, o Youtube mostra que tem, atualmente, mais de dois bilhões de usuários. Esse número representa exatamente um terço da população mundial que tem acesso à internet.

A plataforma já chegou a lançar versões locais em mais de 100 países, com 80 idiomas diferentes. Dados divulgados pela plataforma evidenciam que existem mais de 2 bilhões de usuários conectados, os quais acessam a plataforma todos os meses. Atualmente, ainda segundo a empresa, mais de 500 horas de conteúdo são carregadas a cada minuto. Por dia, estima-se que as pessoas assistam mais de um bilhão de horas e gerem bilhões de visualizações.

Nesse contexto, vale ressaltar que mais de 70% do tempo de exibição dos conteúdos são reproduzidos em dispositivos móveis. Para esta pesquisa, este último dado de acesso por mobiles é importante, visto facilitar o acesso individual e privativo. Esse tipo de acesso, como abordaremos mais adiante, relaciona-se ao processo de circulação de conteúdos, promovidos pelo próprio Youtube, por meio das políticas de recomendação, cuja lógica mercadológica nem sempre é integralmente compreendida por crianças e adolescentes ou até mesmo adultos (Solsman, 2018).

A referida plataforma tem se caracterizado como um grande repositório de conteúdos audiovisuais, obtendo grande sucesso junto aos seus usuários. Isso ocorreu por diversos fatores.

O sucesso do site se deve, em parte, a certa flexibilidade que o torna acessível e valioso para essa base de usuários diversificada. Com poucos limites reais sobre o que pode

---

<sup>46</sup> Sala de Imprensa do Youtube. Disponível em: <https://blog.youtube/press/>. Acesso em: 19 de Setembro de 2022

ser enviado via upload para o site (com exceção das restrições em torno de material pornográfico, violação de direitos autorais e algumas categorias que infringem as “normas das comunidades”, o Youtube é uma plataforma que oferece um alcance potencialmente grande para quase todos os que chegam. O site incentiva os usuários a pensarem em si mesmos como uma espécie de moeda, com os participantes ganhando prestígio social através do número de visitas que atraem. (Burgess; Green, 2009, p. 158)

Apesar de ser um espaço que hospeda e exhibe conteúdos em audiovisual, o Youtube não funciona como uma produtora de vídeos. “Como empresa de mídia, o Youtube é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora de conteúdo em si” (Burgess; Green, 2009, p. 21).

Além de se constituir como um repositório de vídeos, o Youtube participa também do processo de circulação dos materiais, ao gerar recomendações de conteúdos de forma sistemática. Isso ocorre tanto no momento de acesso à plataforma, quanto após o usuário assistir a um determinado conteúdo. Isso tem implicações diretas na ampliação do número de visualizações e no maior engajamento junto aos canais recomendados.

Na plataforma há uma diversidade imensa de conteúdo para todos os públicos, gostos, interesses e idades. Visitas e acessos são os mais variados, pois a plataforma disponibiliza vasto leque de conteúdos. Eles incluem o compartilhamento de conhecimentos, curiosidades, tutoriais, dicas, aulas, e apresentações artísticas. Adicionalmente, trazem, ainda, opiniões e reações a determinados conteúdos já postados anteriormente por outros usuários, entre outros.

Outro fator importante para ser ressaltado sobre o Youtube é que os números de acessos e de visualizações são voláteis e podem aumentar com o passar dos dias e semanas. Um vídeo hoje visto por 1 milhão de pessoas, pode ter duplicado o alcance e número de visualizações em questão de dias ou, até mesmo, em horas, a depender do conteúdo, da repercussão e do interesse que possa despertar nos usuários, considerando também as escolhas realizadas pela plataforma.

Os conteúdos na plataforma são propagados em larga escala. Nesse contexto, Burgess e Green (2009, p. 21) afirmam que para a plataforma, por exemplo, “manter usuários e detentores de direitos em equilíbrio é especialmente difícil”, devido à dimensão do site. Neste tópico incide o debate sobre economia da atenção e sobre dados e algoritmos, que veremos mais à frente.

De acordo com o próprio Youtube, mais de 24 horas de vídeos são enviadas para o site por minuto, devido também “à diversidade de usuários, tanto profissionais como amadores, orientados ou não comercialmente, que compartilham conteúdo através dele” (Burgess; Green,

2009, p. 21). Essa quantidade de material que é hospedado na plataforma traz uma dificuldade enorme de moderação, o que dá margem para que conteúdos como os de práticas autolesivas de risco possam circular normalmente e sem grandes problemas de acesso, já que não há uma conferência do que é postado em tempo real. Toda essa realidade fragiliza a segurança dos usuários que ficam suscetíveis a todo tipo de conteúdo, inclusive quando eles são objeto das políticas de recomendação.

O alto número de uploads realizados no Youtube pode estar diretamente atrelado à dificuldade que a plataforma demonstra ter na moderação dos conteúdos. Essa relação direta pode ser entendida como uma fragilidade, diante dos próprios regulamentos e das políticas internas que a plataforma preconiza.

Alegar que a responsabilidade sobre os vídeos disponibilizados deve recair apenas sobre os produtores de conteúdos, como as plataformas tentam fazer, é um discurso que não se sustenta, já que recai sobre ela a decisão comercial não apenas de manter esses conteúdos, mas de recomendá-los. As desculpas e os motivos alegados para tanto podem ser variados. Dentre as razões não evidenciadas estão o engajamento e o retorno financeiro que eles podem trazer associados aos números de acesso, visibilidade e compartilhamento. Acreditamos, ao contrário, que como sociedade devemos questionar esse tipo de argumento.

O Youtube na realidade não está no negócio de vídeo – seu negócio é, mais precisamente, a disponibilização de uma plataforma conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos on-line: os usuários (alguns deles parceiros de conteúdo premium) fornecem o conteúdo que, por sua vez, atrai novos participantes e novas audiências. (Burgess; Green, 2009, p. 21)

Nessa perspectiva, podemos classificar o Youtube, aos mesmos modos que David Weinberg (2007, p. 224) chamava de “metanegócio”, que corresponde a uma “nova categoria de negócio, que aumenta o valor da informação desenvolvida em outro lugar e posteriormente beneficia os criadores originais dessa informação”.

Resumindo: os produtores lançam os conteúdos na plataforma, mesmo que eles sejam problemáticos; a plataforma ignora as violações geradas, mesmo contendo políticas e diretrizes que apontam a ilegalidade de certos materiais; o engajamento em torno do vídeo é gerado, devido ao apreço e interesse despertado no conteúdo, o que traz mais audiência para o canal e para a plataforma; e, por fim, o Youtube, como gratificação, monetiza o produtor inicial dessa linha de produção, que vai produzir mais materiais do tipo por estar recebendo resultados positivos de visibilidade, engajamento, fama e espetacularização e retorno financeiro. Esse é o modelo de negócios perfeito sob a ótica mercadológica.

Devido a isso, podemos afirmar que o Youtube sempre foi, em primeiro lugar e acima de tudo, um empreendimento comercial, construindo uma audiência para anunciantes ao permitir que usuários individuais compartilhassem vídeos por razões pessoais e para entretenimento (Burgess; Green, p. 106). Nos seus primórdios, a plataforma surgiu com essa intenção: exibir vídeos de bastidores e de ações cotidianas dos usuários. Inclusive, em algumas produções esse “amadorismo” ainda é regra até hoje. É quase como se a espontaneidade e a naturalidade gerassem mais interesse na audiência.

Outro elemento que favorece o volume e a variedade de vídeos disponibilizados pela plataforma é a própria facilidade de produção via câmeras dos smartphones e aparelhos celulares, em geral, já que são suficientes para produzir esse tipo de material. Além disso, se o produtor do conteúdo quiser, não precisa sequer editar os conteúdos a serem compartilhados. Desse modo, essa tecnologia ao alcance das mãos colabora para o maior sucesso do Youtube.

Retornando à cronologia do Youtube, lembramos que, em 2010, já existiam 2 bilhões de vídeos na plataforma. Hoje, não há a divulgação do número de vídeos hospedados, o que nos leva a pensar que talvez possa não existir uma estimativa exata da quantidade de vídeos que existam na rede. O que se sabe é que existem uma infinidade de conteúdos, dos mais diversos formatos e níveis de qualidade (mais profissional ou mais amador).

Paralelo a tudo isso, vale a pena considerar o início da monetização, em 2010. A partir deste ano, os produtores de conteúdo passaram a ganhar dinheiro de acordo com as visualizações alcançadas nos canais deles. O pagamento de benefícios financeiros passou a valer tanto para quem começou a usar a plataforma a partir da data, bem como para as produções já existentes que alcançassem uma boa repercussão em termos de acessos e visualizações. Isso gerou uma corrida entre os produtores de conteúdo por maior divulgação, alcance e busca de novos seguidores visando alcançar maior número de acessos aos seus conteúdos e produções.

Com base em alguns critérios estabelecidos pela plataforma, os produtores de conteúdos passaram a receber renda vinculada aos canais deles, com algumas variáveis específicas listadas no que seria chamado de Programa de Parcerias do Youtube (YPP). Este programa permitia a participação na receita dos anúncios veiculados nos canais.

A diversidade de conteúdo conquistada pelo Youtube pressupõe uma parceria com criadores e produtores em vários níveis. Qualquer pessoa que tenha um canal com algum vídeo publicado é considerada um criador de conteúdo e, se determinado canal alcança mais de mil inscritos e quatro mil horas de exibição em 12 meses, ele está qualificado para entrar no “Programa de Parcerias do Youtube (YPP)”, o que permite o uso de mais recursos da plataforma e a participação na receita dos anúncios veiculados. (Azen; Bezerra, 2022, p. 95)

Com essa nova política da plataforma, o cálculo dos valores a serem pagos passou a ter como parâmetro o número de acessos e visualizações alcançadas nos vídeos. Ou seja, a depender do número de visualizações e do engajamento que os produtores de conteúdos e donos dos canais alcançassem, eles poderiam ser beneficiados com pagamentos. Com essa possibilidade, o retorno financeiro passou a funcionar como uma forma de incentivo às produções, paralelo também aos anúncios exibidos entre as produções. Atualmente, qualquer vídeo está passível de receber incentivos de anúncio e não há mais a necessidade de se fazer parte do YPP. Essa mudança ocorreu em 2021, mas durante muito tempo foi uma realidade para os produtores de conteúdo.

Ao mesmo tempo em que os produtores tentam maior alcance e definem estratégias para aprimorar as produções, edições, roteiros e engajamento do público, fomentando uma audiência mais qualificada e fiel, lidam também com a preocupação diante de conteúdos mais sensíveis.

Além da publicação de conteúdos mais sensíveis ser uma preocupação legítima, em certas circunstâncias, podem implicar o banimento ou suspensão das contas, gerando prejuízos também financeiros, já que contas prejudicadas por suspensão ou banimento não geram visualização e nem monetização. Mas consideremos, um pouco mais, a questão dos temas sensíveis sob a ótica da proteção de crianças e adolescentes.

Considerando o público infantil, Azen e Bezerra (2022, p. 90) explicam que, no Brasil, “chama a atenção que o aplicativo seja o mais utilizado em smartphones por crianças”. O nosso país ocupa o segundo lugar do mundo onde crianças e adolescentes acessam a plataforma. Esse dado deve motivar preocupação e estímulo à moderação. Como podemos explicar, por exemplo, que um vídeo com uma música sem autorização possa ser barrado por direito autoral violado e um vídeo sensível com conteúdo de práticas autolesivas, incitação à violência ou que traga riscos e possibilidade de danos para crianças e adolescentes, possa continuar no ar?

Há de se ponderar que pode ser justo que um youtuber, por exemplo, de produções artesanais ganhe um valor e seja monetizado pelos vídeos dele, onde são ensinados artesanatos com material reciclado, por exemplo. Porém, é passível de questionamento que um youtuber que incentiva crianças e adolescentes a reproduzirem “desafios”, que coloquem a saúde, a segurança ou a vida delas em riscos, possa também ser monetizado pela quantidade de visualizações, mesmo que as suas ações gerem um desserviço social.

Atualmente, estamos vivendo um período histórico onde a internet, território habitado antes por adultos, passa também a ser habitado por crianças e adolescentes. Seja por

inclusão nos espaços de educação e inclusão ou ainda inserida pelos pais como uma forma de distração já nos primeiros meses e anos de vida, a internet vem ocupando e fazendo parte das nossas vidas. Desde seu surgimento até hoje, o Youtube vem se tornando, por vezes, uma alternativa na qual crianças e adolescentes têm encontrado acesso no mundo digital. Mas é preciso um cuidado diante desse acesso, que podem incluir mudanças na plataforma para atingir esses problemas associados a ela, de forma mais direta.

Sobre a relação de audiência dos canais, trazemos a informação que, dentre os 10 canais mais populares do mundo, cinco são de conteúdo voltado para o público infantil e/ou adolescente. No Brasil, dentre os 10 canais com mais inscritos e visualizações, seis são voltados para faixa de 0 a 17 anos (Beling, 2014).

Quando falamos em cuidado, estamos abordando questões que envolvem também a plataforma Youtube ter um maior controle dos conteúdos que violam as próprias diretrizes impostas por ela, além de sugerir que tenhamos, como sociedade, alternativas que possam colaborar para que se evite que crianças e adolescentes tenham contato irrestrito a conteúdos que possam trazer riscos e danos para elas, colocando-as em situações de insegurança. Ou seja, estamos vivenciando um letramento digital, onde crianças e adolescentes precisam desenvolver competências críticas diante dos conteúdos acessados e os adultos precisam desenvolver competências técnicas sobre as tecnologias.

Com um discurso alinhado a essa perspectiva de público infantil, em 2015, o Youtube lançou o “Youtube Kids”, que, segundo o site da plataforma, foi criado para poder proporcionar às crianças “um ambiente mais controlado que torna a exploração mais simples e divertida, além de facilitar a orientação dos pais e cuidadores à medida que descobrem novos e incríveis interesses ao longo do caminho.”<sup>47</sup>.

Nossas políticas do Youtube Kids definem que tipo de conteúdo é qualificado para fazer parte da experiência. Para desenvolver essas políticas, contamos com o feedback de famílias e profissionais externos especializados em desenvolvimento infantil, mídia para crianças, aprendizagem digital e cidadania. Para aparecer no Youtube Kids, o conteúdo precisa seguir nossas políticas. Por exemplo, não permitimos nessa experiência vídeos que incluam inserções pagas de produtos ou endossos declarados, nem qualquer conteúdo que seja muito comercial ou promocional. (Youtube Kids)<sup>48</sup>

De acordo com a orientação da plataforma, o acesso ao canal Youtube, é destinado a adolescentes a partir de 13 anos de idade. A ideia do “Youtube Kids” até parece ser interessante e traz cuidados mais específicos, como os voltados a evitar propagandas e

<sup>47</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/kids/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/kids/). Acesso em: 20 ago. 2023.

<sup>48</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/our-commitments/fostering-child-safety/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/our-commitments/fostering-child-safety/). Acesso em: 20 ago. 2023.

publicidades nesse espaço, bloqueio de comentários, dentre outras características. Contudo, a versão Kids é a mais usada apenas até os 3 anos de idade, “já o serviço padrão, destinado a maiores de 13 anos, é o preferido por brasileiros e brasileiras a partir dos 4 anos, utilizado, em média, por 70% dos usuários de 4 a 12 anos” (Azen; Bezerra, 2022, p. 90).

A facilidade com que pessoas com essas idades navegam na internet é algo que deve despertar a atenção da sociedade, pois nem sempre o objetivo é apenas o de pesquisa, estudo ou entretenimento, dentre as diversas oportunidades que a internet pode oferecer. Sem orientação e acompanhamento, os acessos podem ser direcionados a conteúdos de risco e danos, a exemplo das práticas autolesivas.

Por sabermos que um terço dos usuários da internet são pessoas com idade inferior a 18 anos, “é acertado dizer que essas crianças e adolescentes estão em um ambiente que ora não é pensado para elas e ora é pensado exatamente para elas, sob bases de exploração comercial e vigilância” (Azen; Bezerra, 2022, p. 91).

### **3.4 Diretrizes e políticas da plataforma Youtube**

Nesse último tópico, gostaríamos de trazer, ainda, algumas características descritas no site da plataforma sobre suas diretrizes e políticas. O site define e lista quais tipos de conteúdo não são permitidos na plataforma, incluindo vídeos, comentários, links e miniaturas. Segundo ele, as diretrizes fazem parte de um amplo conjunto de políticas e que “são atualizadas frequentemente em consultorias com especialistas externos e criadores do Youtube”.<sup>49</sup>

A plataforma, em seu site, publica que o objetivo das diretrizes é fazer com que o Youtube seja um local seguro, mantendo ainda “a liberdade dos criadores para compartilhar vários tipos de experiências e perspectivas”. Ainda nas diretrizes, o Youtube lista três conjuntos de tipologias de conteúdos, distribuídas em grandes áreas, que são consideradas violadoras e que não devem ser produzidas e nem hospedadas na plataforma: conteúdo sensível, conteúdo violento ou perigoso e desinformação.

Como “conteúdo sensível” estão listados a segurança infantil, nudez e conteúdo sexual, além de conteúdos de linguagem vulgar, suicídio e automutilação. Como tipos de “conteúdo violento ou perigoso” estão vídeos atrelados ao assédio e ao bullying virtual, conteúdo nocivo ou perigoso, incluindo vídeos que trazem discursos de ódio, estão associados a organizações criminosas e conteúdo explícito ou violento. Por fim, um último tópico é listado

---

<sup>49</sup> Diretrizes e Políticas do Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/overview/>. Acesso em: 14 out. 2023.

como “desinformação”, o que inclui notícias falsas e desinformação, de modo geral, desinformação eleitoral e desinformação sobre saúde.

Sobre a responsabilização dos conteúdos que violam essas diretrizes, o gerente de Comunicação do Youtube no Brasil, Cauã Taborda, em uma entrevista concedida em junho de 2021, ao jornalista Roberto Cabrini, do programa Conexão Repórter<sup>50</sup> da emissora Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), afirmou que o Youtube não tem nenhuma gerência sobre os conteúdos dispostos na plataforma. “O Youtube é somente a plataforma. A gente não entra no relacionamento que temos com o criador, em relação a conteúdo. O conteúdo é de responsabilidade de quem fez o upload.”.

Essa abordagem da plataforma, que ainda é a mesma dois anos após essa entrevista, acaba por colaborar para que crianças e adolescentes acessem esses materiais de forma inadvertida, visto aparecer sem filtros fornecidos pela plataforma. Esta ainda culpabiliza apenas o produtor de conteúdo pelo material produzido e postado isentando-se do seu papel de manter em circulação esse tipo de conteúdo. Vale ressaltar que o produtor de conteúdo, de fato, é o principal responsável pelo conteúdo produzido e publicado. Contudo, há ainda um problema na plataforma que não quer assumir responsabilidade alguma sobre isso e terceiriza sua responsabilidade atribuindo-a ao produtor, o usuário, ou seus pais, quando a questão afeta crianças e adolescentes.

No mesmo programa, Conexão Repórter, o youtuber Zoio foi entrevistado. Ele explica que começou a produzir esse tipo de conteúdo sensível como brincadeira e que não esperava nem sucesso. Em seu site, o Youtube informa que “os criadores que querem gerar receita com o próprio conteúdo no Youtube precisam seguir as políticas de monetização”. Em outros termos, há nessa afirmação o reconhecimento do estabelecimento de parâmetros que guiam a relação - chamada pela plataforma de parceria - entre os produtores e a plataforma. Na aba que trata do Programa de Parcerias do Youtube, já mencionado nesta dissertação, o site especifica:

No Youtube, os usuários têm várias opções para criar conteúdo, como os Shorts, as transmissões ao vivo e os vídeos mais longos. Mas isso não é o suficiente, queremos que eles sintam que vale a pena usar todas elas. Com o Programa de Parcerias do Youtube (YPP), os criadores de conteúdo têm acesso a recursos como suporte individual, a Copyright Match Tool e várias opções para gerar receita. Essas pessoas estão usando a plataforma para criar negócios de sucesso, com seus próprios funcionários e operações. Elas receberam uma grande parte dos mais de US\$ 50 bilhões que pagamos a criadores de conteúdo, artistas e empresas de mídia nos últimos três anos.<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GLwBSyKQu1Q>. Acesso em: 12 out. 2023.

<sup>51</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/how-things-work/video-monetization/>. Acesso em: 17 set. 2023.

Para se qualificar como um canal junto ao PPY, segundo o site, é necessário que o canal seja analisado. Os revisores se concentram “no conteúdo que melhor representa a atividade” e é feita uma análise em relação às políticas da plataforma. Não é explicado o porquê, mas o site diz que não é possível analisar todos os vídeos e, por isso, verificam os seguintes elementos nos canais analisados: tema principal, vídeos mais assistidos, vídeos mais recentes, maior proporção de tempo de exibição e metadados dos vídeos (incluindo títulos, miniaturas e descrições). Ainda no site, a plataforma afirma que é possível que outras áreas sejam avaliadas para conferir se o canal segue totalmente as políticas do Youtube.<sup>52</sup>

Para atender aos critérios necessários para participar do PPY, o canal pode tanto fazer vídeos mais longos (em formato horizontal, como no modelo padronizado de vídeos ou ainda por meio do que a plataforma chama de shorts, que são uma espécie de vídeos curtos gravados em formato vertical, para serem visualizados de melhor maneira em telas de celular. Os requisitos compreendem ter, no mínimo, mil inscritos no canal e levantar 4 mil horas de exibição públicas válidas nos últimos 12 meses ou ter mil inscritos e 10 milhões de visualizações de shorts públicos válidos nos últimos 90 dias.<sup>53</sup>

### **3.5 Repercussões dos vídeos do Zoio e as relações com as diretrizes do Youtube**

Retomando à entrevista ao Conexão Repórter, Cabrini questiona Zoio sobre qual o prazer que tem ao realizar os desafios e Zoio responde que “fazendo isso, o pessoal vai querer assistir [...] que a galera gosta de ver o que ela não tem coragem de fazer”. Quando menciona que vive disso, ele faz referência aos ganhos financeiros que consegue alavancar por meio do retorno monetário trazido pela visualização dos vídeos no canal dele.

Ao menos até Zoio conceder essa entrevista ao programa Conexão Repórter<sup>54</sup>, ele parece não entender a dimensão dos riscos implicados em suas performances e como os vídeos alcançavam o público de forma negativa. Cabrini exhibe, no estúdio do programa, a história do cearense C. (apenas inicial do adolescente). Morador da periferia de Fortaleza, o adolescente reproduziu um desafio que envolvia atear fogo na mão usando álcool. Em meio à execução de uma prática autolesiva que Zoio chamava de “truque das mãos de fogo”, ele acabou se

<sup>52</sup> Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/1311392>. Acesso em: 17 set. 2023.

<sup>53</sup> Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=pt-BR>. Acesso em: 18 set. 2023.

<sup>54</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GLwBSyKQu1Q>. Acesso em: 15 out. 2023.

acidentando. Uma garrafa de álcool acabou explodindo e o adolescente sofreu queimaduras no rosto, peito e barriga.

Ainda em tratamento na época da gravação do programa, o adolescente falou dos traumas que ficaram após o episódio. O pai dele diz que precisa “ser forte, não chorar junto e ser forte” e que o filho precisa focar agora em “se tratar direitinho, que o pior se passou”. As queimaduras, no caso de C., não afetam apenas o seu físico, mas também questões emocionais, passando por questões psicológicas e pela necessidade de fisioterapia também, visto que a queimaduras afetaram a elasticidade da pele.

Zoio ao assistir a história do adolescente C., durante a entrevista, aparenta estar chocado com as cenas que vê. Ao ouvir o adolescente dizer “vi com Zoio e tentei imitar”, ele ficou calado por alguns segundos, sem demonstrar reação. Momentos depois ele diz que “não é a intenção”, pede desculpas dizendo que o objetivo dele “é trazer humor!” (20’38”).

Mesmo ele gravando um recado aos fãs dele, no final do programa, e sugerindo que eles não reproduzam o que ele faz e que ele vai refletir sobre os conteúdos, dias depois em um novo vídeo no canal, Zoio reclama da emissora, alegando ter sido enganado por ela, e que achava que tinha ido ao programa para falar dos desafios realizados, como se o assunto trouxesse uma perspectiva positiva.

Novamente durante uma entrevista, agora concedida ao apresentador Danilo Gentili, no Programa The Noite, em 2016, Zoio confirma que está ganhando dinheiro com os vídeos de desafios. “O Youtube paga, tá pagando, mas ele podia, para a pessoa que é hardcore, pagar mais”, reclama. Nessa época, além de ele ter pulado no rio após tocar fogo no corpo, havia também sido picado por uma cobra e colado a boca com cola instantânea da marca superbonder.

Ainda na entrevista ele afirma que tinha pouco mais de 4 milhões de seguidores (hoje são mais de 13 milhões). “Ao vivo”, ele brinca com ratoeiras, leva tiros do apresentador com uma “arma de paintball” (bola de tinta) e come um pedaço de bolo com uma cobertura feita com espuma de creme de barbear.

Tanto na internet como na televisão, Zoio foi se tornando conhecido e famoso com o passar do tempo, principalmente para o público formado, em sua maioria, por crianças e adolescentes, como já comentado nesta pesquisa. Contudo, tanto ele como os desafios não se tornaram conhecidos pelo público adulto, pais e educadores. Como fica constatado no depoimento de Viviane Soares, mãe de Henrique, também cearense, que faleceu pelo desafio do desodorante aerossol. “Esse jogo é desconhecido! Quem conhece? Os adolescentes conhecem esse jogo”. Ela estava viajando quando, horas após almoçar com o filho, recebeu a

notícia que ele teria se suicidado. Ao chegar, ela que já havia percebido o uso enorme de desodorante, pesquisou e encontrou o desafio no histórico de acessos do filho na internet.

Segundo dados do Instituto Dimicuida, pelo menos 27 crianças e adolescentes morreram no Brasil até o ano passado ao praticarem esses desafios” (Instituto DimiCuida, 2022). Viviane alerta, com voz trêmula e emocionada, que o filho dela estava dentro de casa e “não estava seguro” e ainda sugere que os pais “conversem com seus filhos”(0’25’’)55. Sobre a responsabilidade, Viviane acredita que é “de quem posta, compartilha, estimula esses desafios”, pois “uma pessoa que posta um desafio desse, assume, estimula, se torna responsável”.

O Instituto Dimicuida traz ainda em sua página na internet uma estrutura que é apresentada como “Mapa de Vítimas” com números informais de crianças e jovens, entre 7 e 17 anos, que sofreram acidentes, com e sem sequelas, e que até perderam suas vidas, devido a jogos de não-oxigenação e outros desafios disseminados na web, no Brasil. Os dados georreferenciais são alimentados com informações de famílias e de notícias publicadas por jornalistas e meios de comunicação. Vale ressaltar, contudo, que o número real pode ser bem maior, diante dos casos existentes que não são registrados no site e das subnotificações na rede de saúde. Ainda segundo o site do Instituto Dimicuida, de 239 adolescentes de Fortaleza/CE, na faixa etária entre 12 e 17 anos: 23% afirmaram já ter praticado algum jogo de asfixia e 21% afirmaram já ter praticado algum jogo de não-oxigenação (Instituto DimiCuida, 2022).

Nesse contexto, outro adolescente de Fortaleza, chamado B., também faleceu devido ao desafio do desodorante com apenas 17 anos, deixando rastros que foram encontrados por seu pai. No histórico do computador, foram encontrados vídeos de outro youtuber, chamado Mister Luck, que também realizou o desafio do desodorante. Entrevistado, o youtuber nega conhecimento sobre a morte de B. e argumenta que ele não tem como controlar isso. “É uma situação triste, recebo com tristeza essa notícia, eu não sabia. Mas é uma coisa que, infelizmente, a gente, produtor de conteúdo, não consegue controlar. Isso é responsabilidade exclusiva dos pais” (32’57’’)56.

A falta de noção de muitas crianças e adolescentes diante do risco real que essas práticas autolesivas podem trazer, é comentada por Demétrio Jereissati, ao atribuir a morte do filho dele, com apenas 16 anos na época, “a uma curiosidade, uma experiência, um desconhecimento real do risco” (34’00’’). Justamente para evitar que casos como o de seu filho se repetissem e alertar outros pais sobre o tema, o pai do adolescente Dimitri, que perdeu a vida para um jogo de asfixia, fundou o Instituto DimiCuida.

---

<sup>55</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GLwBSyKQu1Q>. Acesso em: 15 out. 2023.

<sup>56</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GLwBSyKQu1Q>. Acesso em: 15 out. 2023.

Por fim, ele completa, em outro trecho da entrevista, que o acesso ao ambiente digital reconfigura a noção de segurança. “Isso vende uma falsa imagem de segurança. Ele está dentro de casa protegido por quatro paredes, mas desprotegido do mundo pela internet”. Fabiana Vasconcelos, psicóloga do Instituto DimiCuida, comenta que antes as crianças e adolescentes eram alertadas sobre a necessidade de ter cuidado com estranhos. Nessa linha, eram comuns comentários como: “Olha, quando você for na rua e um estranho te abordar com um bombom, não aceite”. Ela explica que “a internet é do mesmo jeito”, ou seja, demanda orientação sobre as interações com pessoas que não são do convívio direto de crianças e adolescentes

Infelizmente, pelo desconhecimento e pela possibilidade de subnotificações, acredita-se que o número de crianças e adolescentes que tenham perdido a vida para práticas autolesivas possa ser ainda maior do que os registros existentes, visto que parte delas pode ter sido notificada como casos de suicídio ou simplesmente morte por acidentes.

De acordo com a Organização Mundial da Saúde, o suicídio pode ser caracterizado “como um ato deliberado executado pelo próprio indivíduo de forma consciente e intencional, cuja finalidade é a morte usando um meio que ele acredita ser letal.” (OMS).

Ou seja, nessa perspectiva, o fato de uma criança ou adolescente que venha a falecer por um acidente, em decorrência de uma prática autolesiva de risco, não deve ser considerado, nem contabilizado como falecimento por suicídio, já que não houve uma intenção deliberada ou desejo consciente de morte. Se essa morte ocorreu de forma acidental, como um resultado da participação em um desafio ou competição, ela não deve ser encarada como suicídio. Agora, vale ressaltar que se a prática autolesiva associada ao desafio tem a finalidade de gerar a morte e havia uma consciência disso, assim como ocorre no jogo da Baleia Azul, por exemplo, neste caso pode-se considerar o suicídio, conforme conceito da própria OMS que, nessa perspectiva, traz a intenção de morte como finalidade.

Ainda de acordo com a OMS, as taxas mundiais de suicídio estão diminuindo, mas na região das Américas os números vêm crescendo. Entre 2000 e 2019, a taxa global diminuiu 36%. No mesmo período, nas Américas, as taxas aumentaram 17%. Entre os jovens de 15 a 29 anos, o suicídio aparece como a quarta causa de morte mais recorrente, atrás de acidentes no trânsito, tuberculose e violência interpessoal. (Brasil, 2022)

Retornando ao Zoio, diante de sua influência em crianças e adolescentes que se acidentaram, lesionaram e tiveram suas vidas quase ceifadas pelo universo dos desafios de internet, é estarrecedor que ele ainda possa ser monetizado pelo Youtube simplesmente pelo alcance das visualizações.

Ser picado por uma cobra, colar a mão junto a mão de um estranho na rua com cola superbonder, pular de um carro em movimento e ingerir substâncias que não se configuram como alimentos, assim como desinfetantes de limpeza, óleos, enxaguantes bucais, dentre outros produtos, podem ser enquadrados como situações e ações de “Conteúdo Perigoso e Nocivo”, de acordo com o que está listado nas políticas do Youtube. Todos os exemplos citados acima foram ações reais de práticas autolesivas cumpridas por Zoio e que estão ainda no ar, nos canais dele. No site do Youtube, no menu que aborda a “Política de conteúdo perigoso ou nocivo”<sup>57</sup>, há uma lista com diversas situações que podem ser enquadradas em variados vídeos existentes no canal do Zoio, além dos já citados.

A plataforma informa que a lista não está completa e que se o produtor “acreditar que seu conteúdo possa violar a política, que não faça a publicação”, dando a entender que deve vigorar uma autorregulação nessa relação entre a plataforma e o produtor de conteúdo.

Dentre os conteúdos que podem se configurar como perigosos ou nocivos<sup>58</sup>, o Youtube cita em seu site alguns exemplos, divididos em três grandes tópicos, informando que esse tipo de conteúdo não é permitido no Youtube.

São eles:

- 1 - atos, desafios e pegadinhas perigosas ou nocivas;
- 2 - conteúdo com referências a armas; e
- 3 - conteúdo de segurança digital.

No primeiro bloco, o Youtube cita como “Atos, desafios e pegadinhas perigosas ou nocivas” os desafios extremamente perigosos, que conforme descrito no site, são conteúdos que mostram desafios com risco iminente de lesões físicas. Seguindo a lista, aparecem as “Pegadinhas perigosas ou ameaçadoras”, como os conteúdos que mostram pegadinhas em que as vítimas acreditam estar sujeitas a danos físicos graves e iminentes ou que geram estresse emocional grave em menores de idade.

Como “Atos perigosos ou nocivos” estão indicadas ações realizadas por adultos e que apresentam sérios riscos de lesões corporais graves ou morte. Por fim, como exemplo de “Participação de menores em atividades perigosas”, a plataforma classifica conteúdos que colocam em risco o bem-estar emocional e físico de pessoas com menos de 18 anos.

As recomendações seguintes abordam conteúdos que possam fazer referência a armas, como instruções para matar ou ferir, instruções de explosivos e manuseio de armas de

---

<sup>57</sup> Disponível em: [https://support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=pt-BR&ref\\_topic=9282436](https://support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=pt-BR&ref_topic=9282436). Acesso em: 17 set. 2023.

<sup>58</sup> Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/6162278?hl=pt-BR>. Acesso em: 26 fev. 2022.

fogo. A terceira recomendação traz conteúdos vinculados à segurança digital, que possam envolver instruções para roubos, invasão de computadores, truques para não pagamento e acesso de produtos pagos e *phishing*, que são conteúdos que ensinam como conseguir informações de identificação pessoal particulares.<sup>59</sup>

O que intriga este pesquisador, e que motiva esta pesquisa é que, mesmo diante de todas as recomendações colocadas pela plataforma nas suas Políticas de Uso, o canal do Zoio, assim como de outros youtubers, que atuam com esse tipo de conteúdo em seus canais, ainda estejam no ar, circulando sem nenhum problema, e sigam sendo recomendados e monetizados pela própria plataforma.

Para termos uma noção mais prática da política de recomendação, fizemos um teste no menu de busca do Youtube. Iniciamos a pesquisa de forma anônima no navegador e inserimos a palavra “desafio”, que é como Zoio descreve o canal e as práticas autolesivas que ele reproduz a partir das sugestões de seguidores.

Vale ressaltar que quando uma pesquisa é realizada de forma anônima em qualquer plataforma, o site faz uma busca livre de histórico de buscas anteriores que as pessoas que usam aquele dispositivo possam ter feito no passado. Como resultado da busca, identificamos que o canal do Zoio foi recomendado pela plataforma.

No print é possível ver que surgem quatro vídeos na tela como sugestões dadas pela plataforma em relação à busca com a palavra “desafios”. Dos quatro que aparecem no topo, metade são vídeos de desafios realizados pelo Zoio.

Em meio a um vídeo que trata sobre os desafios da pronúncia da língua francesa e sobre como acertar chutes ao gol em partida de futebol, estão dois desafios realizado pelo Zoio, o vídeo referente ao “#Desafio 42”<sup>60</sup> e outro referente ao #Desafio 15<sup>61</sup>, ambos com diversos desafios na mesma edição. A figura abaixo pode demonstrar claramente isso.

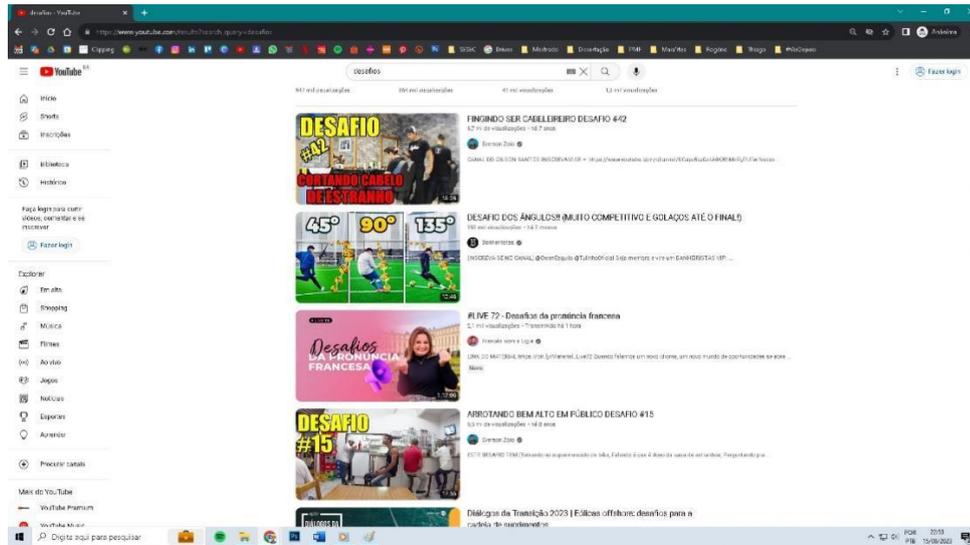
---

<sup>59</sup> Disponível em: [https://support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=pt-BR&ref\\_topic=9282436](https://support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=pt-BR&ref_topic=9282436). Acesso em: 17 set. 2023.

<sup>60</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gtPkVORp8nY>. Acesso em: 15 ago. 2023.

<sup>61</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9u4JnI5Gbcg>. Acesso em: 15 ago. 2023.

Figura 8 – Print do resultado do teste no Youtube, após digitar “desafio”



Fonte: Youtube, acessado de forma anônima

O primeiro vídeo foi postado em 21 de maio de 2016 e já rendeu mais de 6,7 milhões de visualizações. Com título “FINGINDO SER CABELEIREIRO DESAFIO #42”, o vídeo inicia com Zoio em uma rua de Curitiba (Paraná) encontrando um adolescente chamado G., que também tem um canal no Youtube e que participa com ele do primeiro desafio. A proposta é entrar em uma lanchonete, perguntar se podem pegar uma mesa e, ao terem a confirmação do local, pegar a mesa e saírem levando-a de lá. Eles vão em uma lanchonete e em um restaurante e o alvoroço é feito, enquanto a cena é filmada de longe, com áudio e imagens captadas pelo celular dele também.

Na sequência do mesmo vídeo, outro seguidor sugere que ele aborde mulheres que ele não conhece e pergunta se elas estão a fim de “chupar”. A ideia da “pegadinha” é que elas fiquem constrangidas ou com raiva e que ele mostre uma laranja depois da reação delas. De início, ele aborda duas mulheres que ficam chateadas e rebatem a fala dele, até que uma delas percebe que ele está filmando e que o tinha visto na televisão. Ele aborda uma terceira mulher, que também fica constrangida e ele assume a pegadinha. Antes de ler o próximo desafio, ele é abordado por duas jovens que o reconhecem e pedem para tirar uma foto com ele. Ele a fotografa e logo pergunta se elas não querem dar uma chupadinha. Ambas ficam constrangidas, riem sem graça e se afastam sem entender. Ele mostra a laranja, elas a recebem e saem rindo envergonhadas.

Como terceiro desafio a ser cumprido, ele vai numa loja de conserto de celulares, acompanhado do Gilson, e explica ao atendente que quando ele tira a bateria do celular, o celular não funciona. Na outra ponta, Gilson está filmando, com uma câmera posicionada em

cima do balcão. O atendente se estressa, pega a câmera, o segurança chega e a confusão é realizada. Ao final, tudo é esclarecido, ele explica que é youtuber, que faz pegadinhas e o atendente, que tinha ameaçado chamar a polícia para os jovens, os libera da loja. Eles saem sem graça, comentando que “o bagulho deu treta e que quase apanhou”.

Como desafio seguinte, ele pede coxinha em duas lanchonetes e diz “Deus te pague”, deixando os atendentes sem reação. Ao final, ele confirma que é uma brincadeira e faz o pagamento. A primeira atendente é uma senhora, que se conformou que tinha perdido a venda e rebate com um “Deus me dará em dobro”. O segundo, um homem, rebate dizendo que é ateu e que ele tem que pagar.

Como último desafio do vídeo, que corresponde ao título, Zoio é desafiado a entrar em um salão de beleza e “fingir que é um cabeleireiro e começar a cortar o cabelo de um cliente quando não tiver ninguém perto”. Assim ele faz, entra no salão de beleza, enquanto outra câmera filma tudo de um ponto mais afastado, como se o cinegrafista se passasse por outro cliente e tivesse a espera de atendimento. Zoio então se posiciona perto de uma cadeira de barbeiro e pergunta quem é o próximo cliente. Um rapaz se anuncia e se senta na cadeira. Zoio pega uma máquina de corte e faz dois movimentos na cabeça do cliente, que tem dois fchos de cabelos retirados pela máquina e caídos ao chão.

Na sequência, um dos cabeleireiros, que estava numa cadeira atrás, aborda o Zoio e pergunta quem ele é. O cliente se assusta sem entender nada. Outro rapaz se aproxima e manda ele embora. Zoio insiste e diz que é o novo cabeleireiro. O clima no local aumenta e os homens saem empurrando Zoio até a porta. Ele vai se afastando aos poucos, enquanto os tons de voz dos rapazes no salão vão aumentando, até que ele sai.

Já no lado de fora, ele menciona que ficou tão preocupado e amedrontado que não teve nem coragem de voltar e explicar que era um desafio de um vídeo e, simplesmente, sai do local dizendo que fez “a maior cagada no cabelo do cara e que não tá nem com coragem de voltar lá e dizer que foi pegadinha”.

O segundo vídeo listado na busca anônima vem com título “ARROTANDO BEM ALTO EM PÚBLICO DESAFIO #15”. Essa produção audiovisual, até a data em que foi realizado o teste, já soma mais de 6,6 milhões de visualizações e foi postada em maio de 2015. Como todos os vídeos dele, Zoio posta este também com uma sequência de vários desafios. No primeiro, ele entra e sai pedalando de bicicleta dentro de um supermercado, onde é abordado por seguranças por duas vezes. Minutos depois, ele é abordado, junto aos amigos, por uma viatura de polícia, que pede documentos e, como o próprio Zoio explica rindo depois, “dão um enquadro” neles, conforme pode ser visto na figura abaixo.

Figura 9 – Abordagem policial após tumulto no supermercado



Fonte: Canal do Youtube do Zoio

Na volta para o estúdio, onde ele apresenta os desafios antes de cumpri-los, ele relata que teve que sair da cidade e gravar o restante deles na cidade vizinha. Na sequência, ele se dirige a um posto de gasolina e pede para o frentista abastecer um real. O funcionário do posto realiza o abastecimento e se assusta quando dois jovens, um rapaz e uma moça, se aproximam do Zoio e pedem para fazer uma foto com ele, dizendo serem fãs. Na tela, entra a legenda “ele se assustou, pensava que era assalto” em alusão ao frentista que se assustou com a chegada dos jovens.

Em seguida, ele lê o desafio enviado por mais uma seguidora, onde a tarefa seria tocar a campainha de uma casa e quando fosse atendido, dizer para a pessoa que aquela casa era dele. Logo, ele diz que “deu B.O.” na cidade anterior, pois a mulher chamou a polícia, envolveu o filho e ele preferiu nem postar o vídeo, mas que o conteúdo deu certo ser realizado na atual cidade, em Cambuí (Santa Catarina), onde ele estava. Segundos depois, o vídeo mostra ele batendo no portão de uma casa. Na sequência, ele começa a discutir com duas mulheres que lá residem.

No próximo desafio desta sequência de vídeos, ele aborda pessoas na rua perguntando como faz para chegar em Nárnia. O lugar mencionado é um mundo fantasia da série de livros e filmes “As crônicas de Nárnia”, cujo acesso é feito por dentro de um guarda-roupas mágico. As pessoas perguntadas, não informam nada sobre o lugar.

Por fim, no desafio que dá título ao vídeo, Zoio vai a uma lanchonete, pede uma lata de refrigerante, bebe e solta vários arrotos em volume alto. O rapaz que está atrás do balcão

da lanchonete reclama a primeira vez e pede respeito. Zoio se desculpa, bebe mais alguns goles do refrigerante e novamente arrotta bem alto. Mais uma vez, e agora mais irritado, o homem reclama e pede que ele saia do estabelecimento. Zoio rebate perguntando se não pode tomar o refrigerante que comprou no próprio local. O homem rebate e diz que ele está com “porquice”<sup>62</sup>. Zoio se levanta, pega o celular que filmava a cena de longe e sai.

Como último vídeo dessa sequência, Zoio cumpre um desafio que diz ter feito ele sentir algo “inexplicável”. Ele é desafiado a ir em uma igreja e perguntar se no céu tem pão. Ainda descrevendo o que iria fazer, ele disse que pensou se faria esse desafio, por receio de entenderem que ele estava brincando com as religiões alheias e que não queria brincar com as coisas de Deus, mas que tentaria realizar o desafio sem desrespeitar ninguém.

Segundo Zoio, esse foi um dos melhores desafios que ele já fez. Ele pede mudança na trilha sonora na edição e o vídeo corta para a porta de uma igreja evangélica. Ele pede desculpas, interrompe uma mulher que falava e pergunta se no céu tem pão. Ela fica calada. Um homem que estava na primeira fila se levanta, diz que “tem” e vai em direção a ele e o pede para esperar. Ele espera, pede desculpas novamente, diz que não queria atrapalhar e que qualquer dia queria visitá-los. O homem olha para Zoio e diz: “Jesus te ama”. Zoio abraça o homem e sai emocionado do local. De volta ao estúdio ele diz que se emocionou muito. Nos comentários, diversas falas exaltam a beleza e a emoção do desafio.

Para encerrar este vídeo, Zoio pede que os seguidores mandem sugestões de novos desafios e diz que tem um link na descrição do vídeo, onde eles podem mandar as sugestões em forma de comentários. O link é de uma postagem feita por ele, no perfil do Facebook<sup>63</sup>. A postagem somou mais de 22 mil comentários e foi curtida por mais de 5,6 mil pessoas.

---

<sup>62</sup> Palavra popular que adjetivam atitudes de porco, fazendo menção ao animal que, geralmente, tem aspectos de sujeira.

<sup>63</sup> Postagem Zoio no Facebook. Disponível em:

<https://www.facebook.com/djzoio.everson.7/posts/626699144119167>. Acesso em: 15 out. 2023.

Figura 10 – Postagem no Facebook com pedido de desafio



Fonte: site Facebook (Postagem do perfil do Zoio)

Vale ainda destacar que Zoio mostra-se versátil em sua capacidade de ajustar-se às inovações das plataformas e extrair delas possibilidades para impulsionar ainda mais seus conteúdos. Pouco mais de seis anos depois, em Junho de 2021, em meio à pandemia de Covid-19, a Google lançou, dentro do Youtube uma nova ferramenta, chamada Youtube Shorts. Essa nova função da plataforma surge como uma modalidade concorrente do TikTok. Assim como o aplicativo chinês de vídeos curtos, “dá a opção de criar vídeos mais curtos, com a edição feita diretamente pelo smartphone”, como explicado na reportagem da CNN Brasil (Vitorio, 2021).

Segundo o Google, o Shorts dá ao criador a possibilidade de gravar vídeos verticais de até um minuto, oferecendo a opção de adicionar música, clipes diferentes e texto em cima das imagens — bem como o Tik Tok. Tudo dentro do próprio Youtube e sem a necessidade de passar por um processo de edição complexo como vídeos maiores que são publicados no site. (Vitorio, 2021)

Já usando essa ferramenta, fizemos uma busca na área de shorts, também de forma anônima, com a palavra “desafio”. Nela, Zoio também aparece como conteúdo sugerido, como exibido na figura abaixo. O conteúdo é um trecho de uma entrevista que ele concedeu ao “Podcast Flow”. Uma foto do Zoio de perfil e o texto “Só as menos perigosas. kkkkk” é a capa do vídeo curto<sup>64</sup>.

<sup>64</sup>Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/fGr7TWbHWfU>. Acesso em: 15 out. 2015.



Como demonstrado nos desafios executados e publicados no canal, Zoio parece não se preocupar muito em expor crianças e adolescentes a situações de desconfortos, situações de violência, tampouco de ferir diversas diretrizes da plataforma. Com isso, surgem algumas dúvidas sobre como a plataforma se propõe a controlar esses conteúdos nocivos. No seu site, o Youtube tem publicado, no menu de compromissos da plataforma, ressaltando que ela “sempre tem trabalhado para equilibrar as expressões criativas e a responsabilidade de proteger a comunidade contra o conteúdo nocivo”.

Segundo a empresa, a abordagem dela está em quatro letras Rs. São eles:

Removemos conteúdo que viola nossas políticas o mais rápido possível; Reduzimos a propagação de desinformações nocivas e de conteúdo que se aproxima da violação de nossas políticas; Recomendamos fontes confiáveis de notícias e informações e Recompensamos artistas e criadores de conteúdo confiáveis. (Youtube) <sup>65</sup>

Apesar de o Youtube trazer todas essas orientações, os dois primeiros canais do Zoio continuam executando, até fevereiro de 2024, diversas práticas que se encaixam nos perfis do que as políticas da plataforma recomendam que não sejam aceitas. Em outro espaço do site<sup>66</sup>, há uma descrição dos tipos de conteúdos que não devem ser postados por quem envia conteúdo para a plataforma. No menu de “conteúdo explícito ou violento”, o Youtube cita, alguns exemplos de atos e materiais que podem ser configurados como não recomendados, como casos de incitação à violência, envolvendo crianças e adolescentes ou grupos específicos de pessoas, motins, imagens de guerras, desastres naturais, acidentes rodoviários, dentre outros. Outro tipo de conteúdo a ser evitado são imagens que mostram fluidos corporais, como sangue ou vômito, com a intenção de chocar ou causar repulsa nos espectadores.

Temos, assim, por um lado a recomendação de que os conteúdos dessa natureza não sejam postados. Por outro lado, é fácil constatar que eles estão disponíveis, como é o caso de diversos vídeos em que Zoio aparece vomitando ao ingerir produtos não alimentícios como álcool, gemas cruas de ovo, itens líquidos de limpeza e misturas de substâncias estranhas.

Outra violação das diretrizes da plataforma ocorre quando Zoio desconsidera a recomendação para não postar “conteúdo que mostra abuso animal”. Ela integra o conjunto de orientações, para que sejam evitadas imagens de pessoas causando maus-tratos ou estresse a animais, sem que isso faça parte de uma prática tradicional ou comum, assim como conteúdo explícito que mostre animais com a intenção de chocar ou causar repulsa.

<sup>65</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/). Acesso em: 17 out. 2023.

<sup>66</sup> Disponível em: [https://support.google.com/youtube/answer/2802008?hl=pt-BR&ref\\_topic=9282436](https://support.google.com/youtube/answer/2802008?hl=pt-BR&ref_topic=9282436). Acesso em: 17 out. 2023.

No vídeo no qual Zoio se aproxima de uma cobra e a estressa até ser picado por ela podemos confirmar a violação dessa recomendação. Posteriormente, em uma entrevista ao programa “The Noite”, do SBT, ele contou detalhes de como foi a cena, sobre a procura, sobre insultar o animal e sobre procurar uma unidade de saúde e tomar vacina após a picada. Vale ressaltar aqui que além do espaço que ele ocupa no Youtube, também tem visibilidade na imprensa tradicional. Programas televisivos como o do Danilo Gentili acabam dando mais notoriedade para ele e despertando interesse em quem não conhecia os vídeos produzidos para a internet e que passou a conhecê-lo a partir da divulgação pela televisão.

O Youtube traz orientações também sobre tipos de conteúdo que sejam encarados como encenado ou ficcional. Ele explica que essas filmagens dramatizadas ou fictícias de conteúdos “em que o espectador não tem contexto suficiente para entender se o conteúdo é real ou não”, são proibidas. Novamente identificamos vídeos de Zoio em que ele burla a regra, quando, por exemplo, ele bebe um litro de margarina derretida<sup>67</sup>.

Durante esse vídeo, em específico, Zoio mostra todo o processo de produção do derretimento de dois potes de 500 gramas de margarina. Ele acende o fogo e mostra o conteúdo derretido em uma panela. Em seguida, ele coloca todo o líquido em um pote comprido. A dúvida se ele, de fato, vai beber a margarina derretida surge depois, durante o vídeo, quando ele se direciona ao banheiro, segundo ele, já se preparando para caso sinta ânsia de vômito. Chegando lá, ele escora o celular próximo a parede e de frente ao vaso sanitário, começa a beber o líquido amarelado.

Visualmente, o líquido lembra um suco de maracujá, pela consistência e pela cor. Zoio menciona inclusive no vídeo que parece com o tal suco. A dúvida que surge nessas produções dele é se, de fato, ele bebe a manteiga derretida ou se, em seu lugar, ingere um suco amarelado, como suco de maracujá. Isto porque há momentos em que ele tira o vasilhame de cena e de frente da câmera, onde poderia haver uma troca de vasilhame e tudo se resumir apenas a uma grande encenação. Em todo caso, seguindo o script da cena, ele continua bebendo o líquido, comentando que ele ainda está meio morno. Na cena ele faz careta, provoca vômitos seguidos e reclama do gosto de gordura, chegando a ficar com os olhos avermelhados.

Se isso se configurar como realidade, poderíamos encaixar essa encenação na violação mencionada anteriormente, onde o conteúdo pode ser dramatizado, mas encarado como real, podendo levar a audiência a acreditar que ele ingeriu a margarina derretida e influenciar que crianças e adolescentes inadvertidamente reproduzam esse tipo de prática.

---

<sup>67</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QD0-kGy4ovM>. Acesso em: 05 nov. 2023.

Por fim, a plataforma ressalta, em suas diretrizes, que estas recomendações aplicam-se amplamente a todo tipo de conteúdo que circule nos espaços vinculados ao Youtube:

Essa política se aplica a praticamente tudo na plataforma, como a descrição dos vídeos, miniaturas, comentários, transmissões ao vivo, vídeos e qualquer outro produto ou recurso do Youtube. Essas políticas também se aplicam a links externos no seu conteúdo. Isso pode incluir URLs clicáveis, direcionamento verbal dos usuários para outros sites no vídeo, entre outros.<sup>68</sup>

No próximo capítulo, na perspectiva do estudo de caso do canal do Zoio, avaliamos vídeos específicos com mais detalhes e identificamos diversas violações. De fato, nesse contexto, alertar que o conteúdo é proibido parece ser insuficiente. O que se percebe é que não há uma política efetiva diante desses conteúdos que violam as recomendações, ficando a responsabilidade, especificamente, para o público, como ocorreu no vídeo em que Zoio ateou fogo no corpo e que só foi removido pela plataforma após mobilização de diversas pessoas que denunciaram a produção.

Especificamente sobre a “remoção de conteúdo nocivo”, a plataforma se posiciona, em seu site, mencionando que tem compromisso com a comunidade o que se expressa nas diretrizes publicizadas. Salienta, ainda, que “as políticas cobrem áreas como discurso de ódio, assédio, segurança infantil, violência extrema, entre outras”.<sup>69</sup>

A plataforma alega que todas as recomendações são pensadas e desenvolvidas com ajuda de especialistas externos em políticas e setores específicos. Ressalta, ainda, que são feitas revisões sistemáticas dessas políticas para garantir o cumprimento da legislação e também para garantir que as publicações estejam em conformidade com os padrões aceitos na comunidade. Contudo, as recomendações e regras descritas parecem não ser cumpridas, de fato, tão à risca como prezam nas políticas internas descritas no site.

A plataforma chega até a citar alguns casos, como “as atualizações feitas nas políticas de discurso de ódio e assédio em 2019”, o “lançamento da política voltada a conteúdo nocivo de teorias de conspiração em 2020”, que foi elencado aqui, e a “política de desinformações na área da saúde relacionadas à COVID-19”, que foi aprimorada ao longo da pandemia. Esse período, inclusive, não à toa, registrou um número altíssimo de acesso de crianças e adolescentes a práticas autolesivas de risco, como abordaremos oportunamente.

No site da plataforma Youtube, ela exemplifica como é feito o controle dessas tipologias de conteúdo:

<sup>68</sup> Disponível em: [https://support.google.com/youtube/answer/2802008?hl=pt-BR&ref\\_topic=9282436](https://support.google.com/youtube/answer/2802008?hl=pt-BR&ref_topic=9282436). Acesso em: 15 out. 2023.

<sup>69</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/). Acesso em: 17 out. 2023.

Removemos conteúdo que viola nossas políticas o mais rápido possível. Para isso, usamos uma combinação de pessoas e aprendizado de máquina para identificar conteúdo possivelmente problemático em grande escala. Também contamos com a ajuda da comunidade do Youtube e de especialistas do programa Revisor Confiável para identificar esse tipo de conteúdo e nos informar diretamente. E fazemos o possível para garantir que os vídeos que violam nossas políticas não sejam vistos por muitas pessoas, ou sequer sejam vistos, antes da remoção. Nossos sistemas de sinalização automática ajudam a identificar e revisar vídeos antes mesmo que sejam assistidos pela comunidade.<sup>70</sup>

Ainda segundo a plataforma, quando “o conteúdo é identificado, revisores humanos analisam se ele viola ou não as políticas” e, em caso afirmativo, o vídeo é removido pela plataforma e, posteriormente, “usado para treinar as máquinas e melhorar nossa cobertura”.<sup>71</sup>

Sabemos que Everson Zoio já teve um vídeo excluído da plataforma, aquele no qual ele ateou fogo em si antes de pular em um rio. Contudo, não sabemos se este foi o único vídeo dele a ser excluído.

Além da exclusão, consideramos importante destacar que a plataforma disponibiliza a opção de suspensão de algum vídeo de uma determinada conta poder ser realizada pelo próprio youtuber. Neste caso, a plataforma oferece, inclusive, possibilidade de ser feito “o download de uma cópia dos dados antes da exclusão”.<sup>72</sup>

Além disso, em casos graves, a plataforma prevê a possibilidade de realizar rescisões e suspensões de contas do Google. A depender da violação, pode incluir a perda total da conta ou apenas parte dos serviços ofertados pela plataforma. Dentre as possibilidades estão a violação do contrato de forma significativa ou repetida, se a plataforma for obrigada a cumprir requisitos legais e mandados ou se o youtube acreditar “que houve uma conduta que cria (ou poderia criar) responsabilidade ou danos a qualquer usuário, a terceiros, ao Youtube ou às nossas Afiliadas”.<sup>73</sup>

A plataforma informa que a suspensão ou rescisão da conta deve ser informada por meio de notificação.

Enviaremos uma notificação especificando o motivo da rescisão ou suspensão, exceto se acreditarmos que isso: (a) violaria a lei ou o pedido de uma autoridade legal; (b) prejudicaria uma investigação, (c) prejudicaria a integridade ou a segurança do Serviço; ou (d) prejudicaria qualquer usuário, outro terceiro, o Youtube ou nossas Afiliadas. (Termos de Serviço do Youtube)<sup>74</sup>

<sup>70</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/). Acesso em: 17 out. 2023.

<sup>71</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/). Acesso em: 17 out. 2023.

<sup>72</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/). Acesso em: 17 out. 2023.

<sup>73</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/our-commitments/managing-harmful-content/). Acesso em: 17 out. 2023.

<sup>74</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/t/terms>. Acesso em: 18 out. 2023.

Ao fazer uma conta no Google, criar um canal e iniciar o upload de vídeos no Youtube, o criador de conteúdo assina digitalmente - e concorda - com os Termos de Serviço da plataforma. Dentre esses termos está uma autorização de “Direitos concedidos por você”, onde a plataforma alega que o produtor mantém os direitos de propriedade de conteúdo. No entanto, a plataforma reforça que “é necessário” a concessão de alguns direitos ao Youtube e a outros usuários do serviço.

Sobre a licença para o Youtube, a plataforma traz a seguinte redação:

Ao enviar Conteúdo ao Serviço, você concede ao Youtube uma licença mundial, não exclusiva, isenta de royalties, sublicenciável e transferível para usar esse Conteúdo (incluindo para reproduzir, distribuir, preparar obras derivadas, exibir e executar) em relação ao Serviço e aos negócios do Youtube e de suas sucessoras e afiliadas, incluindo para fins de promoção e redistribuição de parte ou de todo o Serviço. (Termos de Serviço do Youtube)

Sobre “Licença para outros usuários”, ressalta:

Você também concede aos outros usuários do Serviço uma licença mundial, não exclusiva e isenta de royalties para acessar seu Conteúdo por meio do Serviço e usar esse Conteúdo, inclusive para reproduzir, distribuir, preparar obras derivadas, exibir e executar, conforme seja possível por um recurso do Serviço (como reprodução ou incorporação de vídeo). Para maior clareza, esta licença não concede nenhum direito nem permissão para que um usuário utilize seu conteúdo de forma independente do Serviço. (Termos de Serviço do Youtube)

Por fim, sobre a “Duração da licença”, a plataforma informa que:

As licenças concedidas por você continuam vigentes por um período comercialmente razoável após a remoção ou exclusão do seu Conteúdo do Serviço. No entanto, você entende e concorda que o Youtube pode reter, mas não exibir, distribuir ou executar cópias de servidor dos seus vídeos que foram removidos ou excluídos. (Termos de Serviço do Youtube)

Assim, a plataforma, como descrita nos termos atualizados em 15 de Janeiro de 2022, listados acima, confirma que passa a ter licença do conteúdo gerado e upado em sua plataforma, com possibilidade de reprodução e de circulação. Essa licença tem data vitalícia até que o conteúdo seja excluído do canal. E, mesmo sendo excluído, o texto deixa claro que o conteúdo pode ser retido, distribuído e terá cópias salvas em servidor próprio da plataforma. Em outras palavras, um conteúdo postado fica sob controle da plataforma mesmo após ser excluído e removido do ar.

Isso nos dá elementos para argumentar que a plataforma tem responsabilidade, diante de tudo que é publicado nela. Ou seja, como ela pode alegar não ser responsável pelos conteúdos quando ela tem licença de todos eles? Além disso, o que justifica, por exemplo, um vídeo ser derrubado/banido da plataforma Youtube por conter uma música com direito autoral

e diversos vídeos violadores de regras, como os do Zoio, estarem no ar, até hoje, com milhares de visualizações por semana?

Neste próximo capítulo, nos concentramos na análise dos canais, identificando os tipos de violação e considerando os conteúdos publicados sob o ponto de vista dos direitos de crianças e adolescentes.

#### 4 CANAIS DO ZOIO: VIOLAÇÕES A DIRETRIZES E DIREITOS

No início deste capítulo, entendemos ser relevante comentar brevemente sobre os caminhos que foram trilhados durante essa pesquisa e as mudanças de rota realizadas, que são, muitas vezes, necessárias em percursos investigativos.

A ideia inicial, apresentada no processo seletivo do mestrado, consistia em uma pesquisa qualitativa usando, como recurso metodológico, a aplicação de grupo focal e entrevistas de profundidade com crianças e adolescentes.

Afinal, reconhecemos, como Buckingham (2000, p. 27) a importância de ouvir as crianças, visto que “as definições adultas da infância são concebidas para proteger e ao mesmo tempo controlar as crianças”. Dado o contexto pandêmico e o pouco tempo para fazer uma escuta qualificada, optamos por não realizá-la para esta dissertação. Seguimos, então, outro caminho metodológico centrado na análise dos canais do youtuber Zoio.

Neste capítulo, abordamos, inicialmente, o desenho metodológico do estudo, para, em seguida, analisarmos aspectos concernentes à estrutura, dinâmica e conteúdos dos seus dois canais. Entre outros aspectos, abordaremos o perfil desse produtor de conteúdo, os tipos de conteúdos postados e os riscos a eles associados, levando em consideração as diretrizes da plataforma, e os direitos de crianças e adolescentes, em especial, o direito à proteção.

A pesquisa tem um caráter qualitativo que, conforme Bauer, Gaskell e Allum (2002), é uma maneira de compreender e interpretar realidades sociais para além de seus números. Flick (2008, p. 24), por sua vez, afirma que a pesquisa qualitativa se propõe a “articular relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas de vida”, além de ter como principal característica considerar os objetos em sua totalidade, com base nas interações e práticas inseridas no cotidiano, e não em um ambiente artificial produzido em laboratório.

Nesta dissertação, adotamos o estudo de caso na perspectiva de Yin (2001, p. 19) por entender que esta investigação se alinha ao princípio de “pouco controle sobre os eventos e o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real”. Para construir o corpus deste estudo de caso, selecionamos as *playlists* que trazem vídeos postados, em ambos os canais dele, e que tem em seus conteúdos falas, títulos ou ações que remetem, reforçam ou executam práticas autolesivas de risco. Consideramos tanto as práticas realizadas diretamente por ele, quanto as que envolvam outras pessoas também, como amigos, namorada ou familiares dele.

Para este estudo foram selecionadas nove *playlists*, cuja lista totaliza 477 vídeos, distribuídos conforme quadro abaixo:

Quadro 1 – Lista de *playlists* com quantidade de vídeos upados

Nº	Nome da <i>playlist</i>	Canal	Quantidade
1	Pegadinhas <sup>75</sup>	Everson Zoio	135 vídeos
2	Segundo canal <sup>76</sup>	Zoio do dia	122 vídeos
3	Desafios em casa <sup>77</sup>	Everson Zoio	56 vídeos
4	Desafios na rua <sup>78</sup>	Everson Zoio	50 vídeos
5	Trollagens <sup>79</sup>	Everson Zoio	45 vídeos
6	Perguntas e respostas <sup>80</sup>	Everson Zoio	37 vídeos
7	Hardcast <sup>81</sup>	Everson Zoio	19 vídeos
8	Trotes <sup>82</sup>	Everson Zoio	10 vídeos
9	Avisos <sup>83</sup>	Zoio do dia	03 vídeos

Fonte: dados da pesquisa.

Esse número representa quase 52% dos conteúdos postados nos seus dois canais. Vale ressaltar ainda que existem vídeos que trazem conteúdos afins e que poderiam compor a amostra de análise por cumprirem requisitos de conteúdos de práticas autolesivas de risco, contudo eles não serão catalogados aqui, pois estão fora das listas de reprodução citadas acima.

<sup>75</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mgsMYF-Ml0k&list=PL1eODffQzJK8TOY97K5svBvuyKMAmqOyq>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>76</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=g7TN5N4MX\\_M&list=PL1eODffQzJK9qitj9XWYzu5UDm32Ozr8Y&index=74](https://www.youtube.com/watch?v=g7TN5N4MX_M&list=PL1eODffQzJK9qitj9XWYzu5UDm32Ozr8Y&index=74). Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>77</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o9RvvPh7SvM&list=PL1eODffQzJK-QqDGq5VJptEt3hJoDRI86>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>78</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ywGZOM0gWvE&list=PLKV6oDe0nH8hWvR23MmHRGLLeFF7DvfgNf&index=5&t=87s>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>79</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=kwIHmQzI\\_DI&list=PL1eODffQzJK-F1CxQlJpJjzDPFuusrq](https://www.youtube.com/watch?v=kwIHmQzI_DI&list=PL1eODffQzJK-F1CxQlJpJjzDPFuusrq). Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>80</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1BGf2Tuqnb0&list=PL1eODffQzJK8J-q7DTRPyDV31XFr8hF6Q>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>81</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=NMVt-NKBTk&list=PL1eODffQzJK\\_KwVXNhYMPMdIPPG6UVMZD](https://www.youtube.com/watch?v=NMVt-NKBTk&list=PL1eODffQzJK_KwVXNhYMPMdIPPG6UVMZD). Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>82</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rIkM0r9zHIs&list=PL1eODffQzJK8wewMSrDnVSEHlzSRIE2zC&index=2>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>83</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NTgCED00csw&list=PLKV6oDe0nH8jVFg6JGDvCJa4uITstxUmQ&index=3&t=217s>. Acesso em: 28 jan. 2024.

Essa seleção foi focada apenas nos vídeos que estão nas *playlists* criadas pelo youtuber. Essa forma de organização além de permitir o entendimento mais amplo da totalidade em que se insere, considera que *playlists* facilitam o acesso aos vídeos pela audiência e também por este pesquisador. Além disso, também facilita a localização dos vídeos, visto que estão organizados e concentrados em um só local e ainda se dispõem em sequência.

As *playlists* existentes nos canais do Zoio - e não analisadas nesta pesquisa - foram desconsideradas por tratarem de outros assuntos que fogem ao escopo desta dissertação, como transmissão de partidas de jogos virtuais em lives; vídeos com desconhecidos via chamadas com webcam, por meio do site Omegle; gravações realizadas em festas com familiares e amigos; e situações que envolviam os veículos de alto custo dele, como o carro do modelo Camaro, avaliado em mais de R\$ 518 mil reais e a moto de modelo REPSOL (Cbr1000), avaliada em cerca de R\$ 55 mil reais. Fiz questão de mencionar os valores dos veículos aqui, pois isso também será abordado mais à frente, sob uma perspectiva de ostentação e de crescimento financeiro como retorno de monetização e da visibilidade proporcionada pelos vídeos e publicidades.

Com as *playlists* selecionadas, que apresentavam relação de interesse com a questão das práticas autolesivas, fizemos uma categorização dos seus conteúdos comuns para entender melhor como eles se organizam e os tipos de abordagens que cada vídeo traz. Assim, classificamos os vídeos em 9 (nove) categorias temáticas, organizadas de acordo com a ação que, de forma direta ou correlata, remetesse, reforçasse ou executasse práticas autolesivas. Em outras palavras, cujos conteúdos com esse teor se destacam como central. Assim, as categorias elencadas foram:

Quadro 2 – Lista de categorias criadas pelo pesquisador

1	Ingerir produtos e substâncias <sup>84</sup>
2	Colocar-se em risco de acidente <sup>85</sup>
3	Machucar-se fisicamente <sup>86</sup>
4	Realizar pegadinhas presenciais com outras pessoas <sup>87</sup>
5	Colocar-se em situações vexatórias <sup>88</sup>
6	Realizar trotes telefônicos <sup>89</sup>
7	Fazer exposição negativa de outras pessoas <sup>90</sup>
8	Outros <sup>91</sup>

Fonte: dados da pesquisa.

Essa categorização foi realizada com base nos títulos dos vídeos postados. Geralmente, no canal do Zoio, cada vídeo publicado é composto por um combo com diversos vídeos menores, ficando em destaque no título do vídeo o desafio, a ação ou o que é mais curioso dentre todos os conteúdos que compõem a sequência. Estes, de modo geral, são os conteúdos que foram gerados com mais dificuldade ou que chamam mais atenção, funcionando quase como o assunto ou o tema destaque do vídeo.

De modo a tornar possível uma análise qualitativa desse material, optamos por selecionar um vídeo de cada uma das 09 *playlists*, entendendo que eles são emblemáticos em relação aos diferentes tipos de desafio apresentados nos canais. Dessa forma, o corpus de investigação foi composto por 09 vídeos que se destacaram como os mais seguidos de cada *playlist*. Pontualmente, optamos por analisar o segundo com mais visualizações, como será oportunamente justificado.

Visando a oferecer uma visão mais ampla de cada um desses vídeos, faremos uma breve descrição do tipo de conteúdo abordado em cada *playlist*. Na sequência, procedemos à análise específica dos conteúdos de cada vídeo, associado à *playlists* no qual ele se insere.

<sup>84</sup> Quando ele ingere algo que não é convencional para ingestão, como “manteiga derretida”.

<sup>85</sup> Situações onde ele se coloca em risco de acidente, mas ele não se machuca. Não há dano.

<sup>86</sup> Aqui há, de fato, um dano e ele se machuca fisicamente durante a execução dos vídeos

<sup>87</sup> Zoio faz exposição de outras pessoas por meio de pegadinhas e as filma escondido

<sup>88</sup> Passar vergonha é algo certo nessas produções. Ele se expõe em situação de vexame.

<sup>89</sup> Com ajuda de seguidores, ele liga para pessoas, faz ligações e realiza trotes telefônicos

<sup>90</sup> Ele realiza exposição de outras pessoas, as expondo em situações ridículas

<sup>91</sup> Situações que não estão categorizadas em nenhuma das divisões acima

#### 4.1 Playlist 1: Pegadinhas e Mão no formigueiro

A primeira *playlist*, com nome “PEGADINHAS”<sup>92</sup>, traz 135 vídeos em sequência. O primeiro deles foi postado em 28 de janeiro de 2015 e o último em 20 de fevereiro de 2023, ou seja, uma lista que agrega mais de 8 anos de conteúdos reunidos. A primeira produção traz como título “#DESAFIO 5 TOMANDO BEBIDA DE DESCONHECIDO NO BAR”. O vídeo tem o registro de mais de 2 milhões de visualizações.

O cenário usado na apresentação do Zoio, durante muito tempo, é um estúdio que é formado basicamente por uma parede xadrez, em tom de preto e branco, com adesivos, adereços sobre ela e um quadro verde onde ele enumera a quantidade de vídeos com desafios a serem realizados. O cenário é parte da parede do quarto dele, conforme a figura 21.

Ao assistirmos ao vídeo, vemos Zoio no estúdio dele e, ao fundo, um quadro verde que traz escrito a expressão “Desafio 4”<sup>93</sup>. Isso ocorre apesar da legenda, o título e as fontes trazerem que este é o vídeo referente ao 5º desafio a ser cumprido. Só por essas informações iniciais, já percebemos que Zoio não parece ser organizado quanto à sequência de vídeos. Ao longo da análise, isso se torna perceptível de forma mais evidente.

Essa incongruência de informação entre o que é mostrado no cenário e o que vem no título indica que Zoio tem uma produção mais amadora, não tão bem elaborada ou que, talvez, ele não se importe tanto com os detalhes, pelo menos nas suas primeiras produções, antes de ele começar a ganhar dinheiro como youtuber, ter condições de reformar o estúdio dele e ter uma melhor qualidade de vida, como veremos mais à frente.

O vídeo inicial da *playlist* contém um total de três desafios realizados, como o de rir na cara de uma pessoa desconhecida, até ele ser agredido; ir em uma farmácia e perguntar se vende camisinha “tamanho P”, que, segundo o desafio, o preservativo comum fica frouxo nele; e, na última produção, ir em bares e tomar cerveja de outras pessoas, sem a autorização delas. Ele fez isso por duas vezes e, na última, foi empurrado e agredido por um homem a quem ele aplicou a “pegadinha”. Apesar de o primeiro vídeo dessa *playlist* ser de 2015, o youtuber tem vídeos mais antigos na lista. Tudo indica que eles foram adicionados depois, como é o caso do vídeo mais acessado, a ser analisado aqui<sup>94</sup>. O vídeo mais acessado, listado na sequência

<sup>92</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mgsMYF-Ml0k&list=PL1eODffOzJK8TOY97K5svBvuyKMAmqOy>. Acesso em: 25 jan. 2024.

<sup>93</sup> Isso ocorre apesar da legenda, o título e as fontes trazerem que este é o vídeo referente ao 5º desafio a ser cumprido.

<sup>94</sup> A escolha da sequência dos vídeos não segue, necessariamente, uma ordem cronológica. Essa sequência fica a cargo do dono do canal e da ordem a qual ele adiciona os vídeos nas listas de reprodução.

como o quinto vídeo, já alcançou um total de 23,2 milhões de visualizações e foi postado no dia 9 de dezembro de 2014, trazendo como título “COLOCANDO A MÃO NO FORMIGUEIRO #DESAFIO 1”<sup>95</sup>, conforme ilustrado na imagem abaixo.

Figura 12 – Print do Canal do Zoio no vídeo do Desafio 1



Fonte: Canal do Youtube de Everson Zoio

Este, de fato, é o primeiro vídeo - de muitos que surgiram depois – com conteúdos que trazem práticas autolesivas de risco. O próprio youtuber explica isso logo nos primeiros segundos da produção, quando anuncia que esse é um quadro novo do canal, no qual ele vai cumprir “desafios e tarefas” sugeridas pelos seus seguidores. As sugestões serão postadas no perfil do Facebook dele. Rapidamente, ele explica como funcionará essa dinâmica e diz que escolherá “os desafios” que forem sugeridos. A proposta é a de que ele escolha entre as sugestões, filme o cumprimento dos desafios e poste na sequência.

A execução desse primeiro vídeo inicia com ele andando pela rua à procura de um formigueiro, enquanto conversa diretamente com o público. Ao encontrar o formigueiro, ele exhibe as formigas bem ouriçadas e passa a câmera para o irmão mais novo dele, identificado aqui por sua inicial K.. Especificamente na sugestão apontada pelo seguidor, para além de “ser desafiado” a colocar a mão em um formigueiro, ele sugere que Zoio deixe a mão no local por três minutos. Não fica claro se ele ficou com a mão lá durante esse tempo todo, devido à captura

<sup>95</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=02iERDIDxQY>. Acesso em: 18 set. 2023

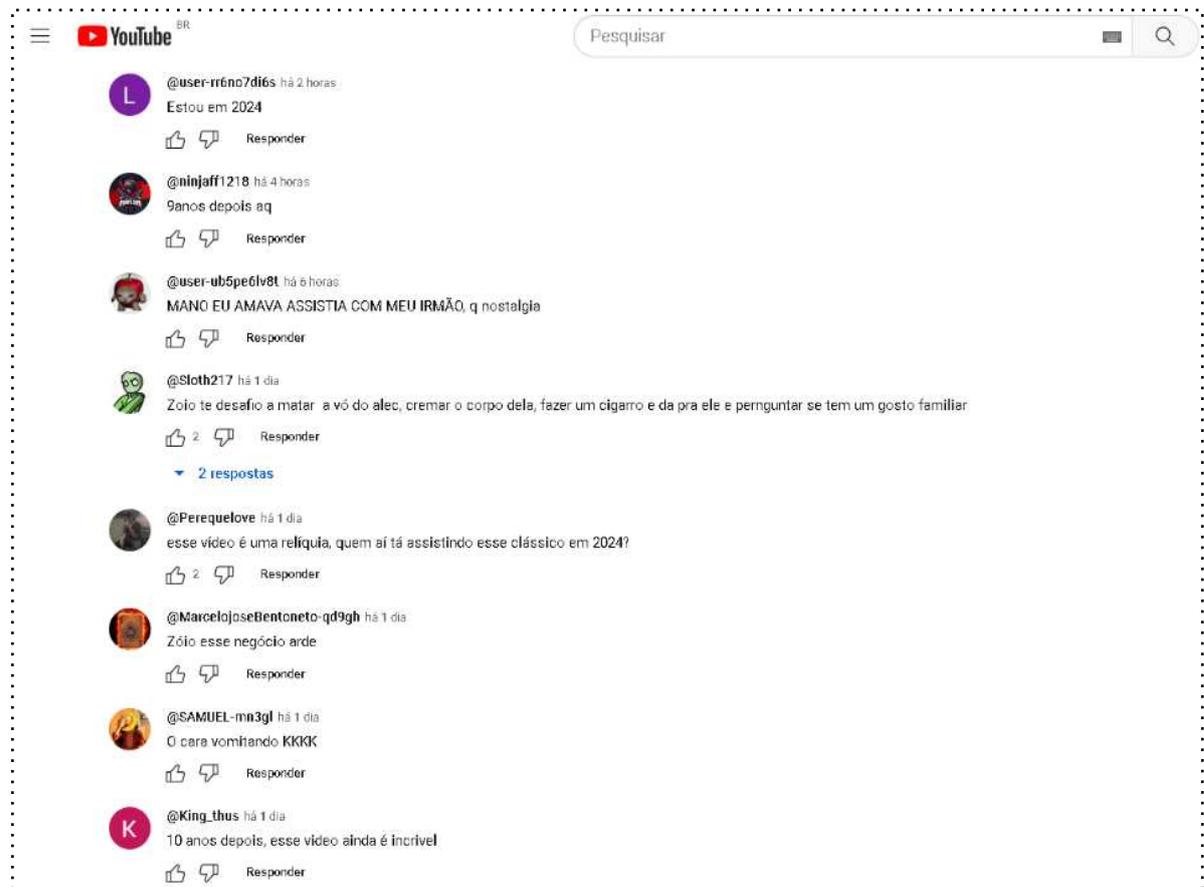
das imagens ter sido produzida em movimentos que tiram a imagem da frente da câmera, além da própria edição que traz alguns cortes no vídeo.

No começo, ele ri como se estivesse nervoso, mas segue firme no plano. É possível visualizar várias formigas subindo no braço dele. Após um tempo, já no final da realização desse desafio, Zoio tira a mão do formigueiro, a câmera se direciona para ele e mostra ele batendo a mão direita sobre o braço e a mão esquerda na tentativa de tirar as formigas que estavam andando sobre ele. O braço, mão e dedos ficam todos avermelhados e marcados com hematomas, ocasionados pelas mordidas das formigas.

Com mais de 970 mil interações, este é o vídeo que conta também com maior índice de comentários na *playlist*, chegando a mais de 65 mil, além de registrar também mais de 907 mil curtidas. Logo nos primeiros comentários, alguns escreveram que o conteúdo pode ser montagem, que duvidam se as formigas são verdadeiras e ainda sugerem que ele usa de truques como maquiagens, edição de vídeos e cortes de câmera. Em vídeos seguintes ele nega que o que ele faz seja montagem e argumenta que tudo que ele apresenta nos vídeos são situações reais.

Outros perfis da audiência apreciam a performance e postam comentários positivos em apoio ao Youtube. Em dezembro de 2023, um seguidor afirmou: “9 anos depois e esse vídeo ainda é incrível”. Há outros comentários recentes também, conforme Figura 16.

Figura 13 – Print de postagem do vídeo Desafio 1, no Canal do Zoio



Fonte: Canal do Zoio, seção de comentários

Um dos seguidores diz que “esse cara é uma lenda viva”, referindo-se ao Zoio. Outro posta que o conteúdo é “Simplesmente um dos maiores clássicos do Youtube BR!!! O resto é só história”. Um terceiro seguidor diz que “Zoio é patrimônio brasileiro”, ao mesmo tempo que outro elogia e faz uma sugestão: “Um vídeo histórico, deveria passar nas escolas”. Pelos comentários, é possível perceber o nível de envolvimento que alguns seguidores têm com ele e o modo como valorizam o que ele executa como prática. Para esses, é como se ele fizesse algo muito interessante, sem avaliar os possíveis desdobramentos quanto aos riscos à saúde, em especial para crianças e adolescentes, implicados na disseminação desse tipo de conteúdo em escolas.

No mesmo vídeo, em uma sequência, outras práticas autolesivas são realizadas, quase como um combo de desafios filmados e editados dentro de um só produto audiovisual. Após colocar a mão no formigueiro, o youtuber cumpre o desafio de beber um copo de uma mistura, que foi batida em um liquidificador e juntou leite integral, cebola e alho. O youtuber

mostra todo o preparo, enquanto fala que não pode fazer cortes na gravação para não dizerem que ele editou. Ele liquidifica a mistura, serve em um copo, bebe e reclama que arde a garganta. Em seguida, chama o irmão K. e, quando o irmão chega na cozinha, ele o engana dizendo que é um leite doce e sugere que ele beba o restinho. K. é um adolescente que aparenta ter por volta dos 12 anos de idade. Inocentemente, ele bebe o restante da mistura e cospe após perceber o sabor estranho. Em seguida, sai gritando pela casa chamando pela mãe deles. Zoio começa a rir e o vídeo é cortado.

Em seguida, Zoio reaparece no estúdio e comenta que os desafios são fracos e que ele quer “saltar de um prédio”, sugerindo que seus seguidores mandem desafios mais difíceis de serem realizados. Por mais que ele não vá fazer isso, ele instiga que seus seguidores pensem em propostas de desafios mais difíceis de serem realizados, com índice de dificuldade maior ou mais ousados. Além disso, ele banaliza o ato de se jogar de um prédio, como se fosse algo que tivesse possibilidade de ser feito em tom de humor e de desafio, que é a proposta de narrativa que ele tenta propor nos vídeos desse estilo.

No mesmo vídeo, outros três desafios são realizados. O terceiro consiste em colocar três ovos crus em um copo e os engolir inteiros. Ele executa a ação. Novamente o irmão caçula realiza a filmagem, enquanto Zoio engole os ovos e começa a passar mal, sentir náusea e vomitar na mesa. Toda a cena é mostrada sem corte ou cuidado com o tipo de reação que o vômito pode causar em quem está assistindo. O vômito chega a ser, inclusive, filmado bem de perto.

A quarta prática autolesiva realizada nesta sequência consiste em colocar gelo e sal na mão e aguentar por um minuto. A junção dessas substâncias gera uma reação química que pode causar queimaduras de primeiro e segundo grau. Durante a execução dessa prática, ele relata que a mão dele está ficando dormente. Ao final, ele exhibe a pele da palma da mão e dos dedos com um tom amarelado, como se a pele estivesse soltando e criando bolhas, aos moldes daquelas típicas lesões de queimaduras em recuperação.

Por fim, o quinto e último desafio editado foi fazer uma dancinha que ele havia criticado antes e que mistura sons e expressões de danças orientais com o tradicional funk carioca. Nessa última execução não há nenhuma prática autolesiva de risco.

No fim deste primeiro vídeo de desafios, ele pede que seus seguidores espalhem os vídeos para outras pessoas e, novamente, os provoca a comentarem ideias de novos desafios. Ele sinaliza que façam isso em uma postagem específica, feita no perfil dele, no Facebook.

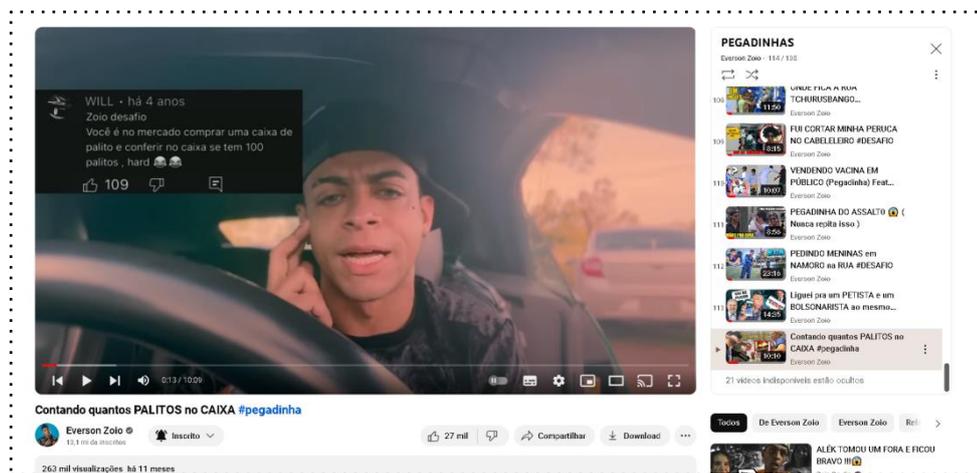
Sobre os tipos de desafios, podemos perceber duas categorias nos cinco desafios que compõem essa única produção. Não iremos catalogar a dancinha realizada na categoria

“colocar-se em situações vexatórias”, por ela não trazer risco neste caso. Das outras práticas autolesivas executadas, duas integram a categoria de “ingerir produtos e substâncias”, no caso o leite com alho e cebola e a ingestão dos ovos crus. As demais podem ser classificadas na categoria “machucar-se fisicamente”, quando ele mergulha o braço no formigueiro, e ao apertar gelo e sal na mão, gerando mordidas e reações alérgicas em seus braços e queimaduras em suas mãos.

Seguindo a *playlist* em análise percebemos um detalhe: o último vídeo listado corresponde ao 114º vídeo na lista, que traz como desafio o Zoio comprar uma caixa de palitos de dentes e contar na frente da operadora de caixa do supermercado se existem, de fato, 100 palitos dentro da caixa. Durante o vídeo ele se coloca em risco de passar vergonha, ser chamado a atenção por outros clientes ou até mesmo ser abordado por seguranças do local. Contudo, ao acionarem a gerência do local, Zoio foi reconhecido.

Na verdade, o último vídeo visível dessa *playlist*, anunciada como contendo 135 vídeos, corresponde ao 114º vídeo. Pela conta geral, faltam outros 21 vídeos que não aparecem. No lugar deles há uma notificação da plataforma que diz: “21 vídeos indisponíveis estão ocultos”, conforme figura 23.

Figura 14 – Print de postagem do 114º vídeo da *playlist* “Segundo Canal”



Fonte: Canal Zoio

Segundo o Youtube, os vídeos podem estar indisponíveis por dois motivos: o proprietário do Canal pode ter optado por disponibilizar aqueles vídeos apenas em países ou regiões específicas, por conta de direitos e licenciamento, ou ainda pode ter ocorrido de a própria plataforma Youtube ter ocultado ou bloqueado aquele conteúdo em razão de alguma

violação. Não tem como sabermos ao certo o motivo. Contudo, ressaltamos que contabilizamos esses vídeos na dissertação, pois eles não estão excluídos e, sim, apenas ocultos.

Analisando todo o vídeo, com o combo de produções que ele traz, podemos afirmar que Zoio viola as diretrizes da própria plataforma que trata de “conteúdos perigosos ou nocivos”. Um exemplo disso ocorre quando ele faz o irmão tomar a mistura de leite com cebola e alho. Outra violação gerada por Zoio nesse vídeo está no fato de ele exibir imagens que mostram vômitos. Junto a sangue e outros fluidos corporais, o vômito é proibido pelo Youtube, pois isso pode causar repulsa nos espectadores, como comentado no capítulo 3. O item específico de diretriz que ele viola se refere exatamente a “gravações ou imagens que mostrem fluidos corporais, como sangue ou vômito, com a intenção de chocar ou causar repulsa nos espectadores”. Contudo, o Youtube não fez remoção de tal conteúdo, o que faz com que o vídeo esteja ainda no ar, há anos.

Nessa situação, ele ainda gera um estresse emocional no irmão por aplicar-lhe uma pegadinha que traz danos físicos e há ocasiões que ele coloca o irmão em situações que afetam o bem-estar emocional dele ou o coloca em risco, por ser uma pessoa menor de 18 anos, o que configura desrespeito à norma que faz referência à “participação de menores em atividades perigosas”.

Pelo exposto, podemos identificar, finalmente, que os seguintes direitos do irmão adolescente, e do público de crianças e adolescentes do canal foram desrespeitados, de acordo com a Lei nº 13.010, de 2014, que atualizou o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA, 1990): violência psicológica, destacada por condutas de desrespeito mediante constrangimento, humilhação e ridicularização, conforme o Artigo 4º); além de tratamento cruel ou degradante e de maus-tratos contra criança ou adolescente, regidos no Artigo 13º; e humilhação e ridicularização, conforme itens do Art. 18 que preconiza o dever de “velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor”.

## **4.2 Playlist 2: Segundo Canal e Estratégia preventiva**

A segunda *playlist* do canal com mais produções anexadas é a *playlist* “Segundo canal”. Ela tem esse nome, pois é formada por vídeos que estão publicados em um segundo canal dele, o canal “Zoio do Dia”<sup>96</sup>. Vale lembrar que esse canal surgiu após a repercussão

---

<sup>96</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@ZoioDodia>. Acesso em: 26 jan. 2024.

negativa do vídeo em que ateou fogo no próprio corpo e pulou em um rio. A exclusão do vídeo referido pelo Youtube, motivou Zoio a criar esse novo canal, como um espaço de comunicação alternativo em caso de a plataforma banir seu canal principal.

No ar, ele chegou a afirmar diversas vezes que seus seguidores o acompanhassem no outro canal, caso o primeiro saísse do ar. Por vezes, o youtuber recomendava que seus seguidores pudessem acompanhar o outro canal para movimentá-lo. E, com essa estratégia de movimentar seguidores para lá, Zoio passou a produzir conteúdos específicos também para este novo canal. Uma das iniciativas dele foi, inclusive, dividir as *playlists* de desafios entre os “desafios em casa”, postados no canal principal, e os “desafios na rua”, publicados nesse segundo canal.

É nessa dinâmica de trocas e alimentação de conteúdo entre os canais, que surge, no canal principal, a *playlist* “Segundo Canal”. Nele, a lista de reprodução somava 122 vídeos, em janeiro de 2024. A lista, com conteúdos variados, inclui práticas de risco como pilotar moto perigosamente e quase se acidentar; ser expulso de baladas; invadir bailes; e gravar bastidores de gravações de programas de televisão e de estúdios de podcasts que ele visitou para conceder entrevistas. No vídeo, há, ainda, pegadinhas e exposição de si e de outros, além de vlogs com produtos que ele comprou na internet e visitas a lugares específicos que ele conheceu.

O vídeo mais acessado dessa *playlist* traz Zoio e Alek, um amigo que acompanhou Zoio por anos no canal dele. Neste vídeo eles estão se preparando para ir para uma festa em Bragança, em São Paulo. O vídeo traz o título “MEU IRMÃO DEU UM FORA NA MENINA”. Postado em outubro de 2016, o vídeo conta com quase 7,5 milhões de visualizações. No caminho, eles passam numa casa para pegar o motorista que fará viagem com eles. O youtuber reclama com Alek sobre o mau cheiro de cigarro, derrama bebida na blusa, tira a blusa e deixa secando no painel do carro. Ao som de uma música eletrônica, ele filma Alek dançando e, na edição, troca a música por uma canção de reggae. Por diversas vezes, quando ele aparece, Zoio o coloca como se ele estivesse sob efeito de droga, recorrendo a efeito de câmera lenta e cores que remetem ao ritmo musical. Fora do carro, ele compra cigarros para Alek e sorvete para o K.

Essa narrativa acima, para além da descrição em si do que está no vídeo, visa mostrar em termos comunicacionais e simbólicos que o conteúdo em si não precisa de roteiro, elaboração para ter alcance. Durante todo o vídeo ele faz considerações negativas sobre o irmão e sobre o amigo, Alek, o que viola o direito de proteção da criança, estabelecido pelo ECA, e enquadra-se em uma das categorias do Projeto *Children Online: Research and Evidence* (CO:RE), no eixo de CONTEÚDO, em que a criança é destinatária de um conteúdo

potencialmente danoso, como exposição e associação ao uso e drogas. Há, ainda, uma prática de bullying associada ao peso do irmão. Mais à frente, Zoio novamente usa expressões para “tirar sarro” com os dois, dizendo que Alek anda como um “malandrão” e K. como o Majin Boo, personagem do anime “Dragon Ball Z”, que tem características de um ser grande, obeso e que anda devagar e fala frequentemente que quer comer.

Em meio ao evento que eles frequentaram, ele foi parado várias vezes por adolescentes e jovens que o reconheceram, demonstraram alegria e pediram para tirar fotos com ele. No final, em um supermercado, ele novamente é reconhecido, começa a conversar, mostra uma garrafa, que está em uma mesa, enquanto ele bebe com os jovens ao redor, e diz: “olha eu aí incentivando os jovens a beber, mah!”. O vídeo encerra com uma música e as logomarcas das redes sociais dele.

Consideramos importante trazer essa sequência aqui para mostrar que o conteúdo não passa por um planejamento, ou seja, os vídeos não seguem necessariamente um roteiro, revelando que as gravações são feitas de forma amadora, improvisada, simples e sem tanta edição. Isso pode até contribuir para uma melhor aceitação do público, pois configura uma linguagem mais coloquial. Mais do que o preciosismo nos processos de finalização, as produções do Zoio recorrem ao humor sarcástico, em que desqualificar as outras pessoas que possam aparecer no vídeo costuma estar em evidência.

Um desses vídeos é relacionado a visitas que ele faz. Postado em março de 2018, o “CONHECENDO A CASA DO ALEK”<sup>97</sup>, é o 72º vídeo da *playlist* e o segundo mais acessado dela, com o registro de mais de 6,7 milhões de visualizações e com mais de 21.500 comentários.

Alek, como ele chama, é um amigo de infância, que mora nas proximidades da casa do Zoio. Desde o dia em que ele apresentou o amigo, recebeu pedidos dos seguidores para o envolver sempre em seus vídeos. Figura frequente, o amigo sempre estava nas saídas e acompanhava parte dos “rolês”<sup>98</sup> que eles faziam. Alek, contudo muitas vezes, aparentava estar sob efeito de entorpecentes, usava sempre um jargão que dizia “deixa a fumaça falar por si”. Em alguns vídeos ele aparecia com cigarros que transparecem ser de maconha (não dá para afirmar se é) e era sempre ridicularizado pelo amigo, que o tinha como âncora nos vídeos fazendo-o participar dos vídeos de forma interativa. Alek ria, dava conselhos e sempre dizia

---

<sup>97</sup> Disponível em:

[https://www.youtube.com/watch?v=g7TN5N4MX\\_M&list=PL1eODffQzJK9qitj9XWYzu5UDm32Ozr8Y&index=73](https://www.youtube.com/watch?v=g7TN5N4MX_M&list=PL1eODffQzJK9qitj9XWYzu5UDm32Ozr8Y&index=73). Acesso em: 26 jan. 2024.

<sup>98</sup> Linguagem popular que significa passeios/saídas.

que ele era louco de “topar esses desafios” e que “era perigoso”, mas Zoio sempre ignorou seus conselhos.

A diretriz específica da plataforma violada diz respeito à “participação de menores em atividades perigosas”, além de indicar que devem ser evitados conteúdos que coloquem “em risco o bem-estar emocional e físico de pessoas com menos de 18 anos” Esse é o caso de K. colocado em uma situação de risco ao manusear uma marreta no vídeo, além de vivenciar um dano físico ao ter sido agredido com tapas pelo irmão. Temos, nesta situação, novamente uma violação de CONTATO, quando há uma interação potencialmente danosa com adultos. Neste caso, K. vivencia uma agressão que resulta do contato com o irmão youtuber. Há, ainda, o risco de que a exibição pública da violência sofrida tenha impactos negativos em seu bem-estar emocional.

Todas essas violações constituem, também, violações aos direitos de crianças e adolescentes, de acordo com o Estatuto da Criança e Adolescente (Brasil, 1990). Dentre elas, destacamos os seguintes: a realização de intimidação sistemática (bullying)<sup>99</sup> como violência psicológica que pode comprometer o desenvolvimento psíquico ou emocional; além de lesão e sofrimento físico, que pôs K. vulnerável diante de tratamento desumano, violento e constrangedor<sup>100</sup> recebido pelo irmão e ainda expôs a integridade física, psíquica e moral<sup>101</sup> dele, abrangendo ainda a não preservação da imagem do irmão caçula.

Essas violações atingem tanto as disposições gerais descritas no Estatuto da Criança e do Adolescente (1990), como afetam também os textos descritos nos parágrafos novos, incluídos nos artigos referentes ao Direitos à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade, com a atualização da Lei nº 13.010, de 2014

### 4.3 Playlist 3: Desafios em casa e Um galão d’água

Na terceira *playlist*, que conta com maior número de vídeos anexados, Zoio traz 56 vídeos. O vídeo mais acessado registra mais de 10 milhões de acessos e trata de uma música instrumental<sup>102</sup>, em formato de karaokê, da dupla sertaneja Bruno e Marrone. Postado em agosto de 2015 e ocupando a 12ª colocação na lista, ela não tem conexão alguma com os vídeos

<sup>99</sup> Conforme Artigo 4º (Título I - Disposições Gerais) do ECA.

<sup>100</sup> Conforme Artigo 17º (Capítulo II - Do Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade) do ECA.

<sup>101</sup> Conforme Artigo 18º (Capítulo II - Do Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade) do ECA.

<sup>102</sup> Música instrumental Bruno e Marrone – Karaokê, Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=nJR1pGpG7n0&list=PL1eODffQzJK-QqDGq5VJptEt3hJoDRI86&index=13>. Acesso em: 27 jan. 2024

restantes da *playlist* e nem conta com alguma introdução que justifique sua inclusão. O mais provável é que Zoio tenha salvado o vídeo da *playlist* de forma errada. Como na organização das *playlists*, os usuários e youtubers podem enviar vídeos do canal dele e de outros canais, ele acabou anexando essa que não faz muito sentido. Isso revela, inclusive, que os vídeos não passam por uma curadoria mais elaborada.

Como esse primeiro vídeo não atende aos nossos critérios de seleção, abordaremos o segundo vídeo com maior visualização desta *playlist*. Localizado como o 13º vídeo na lista, a produção intitulada como “TOMEI UM GALÃO 20 LITROS DE ÁGUA ? #DESAFIO”<sup>103</sup> tem mais de 4,5 milhões de visualizações e foi postada em Agosto de 2020.

Antes de abordar o conteúdo do vídeo em si, gostaríamos de iniciar a análise do plano de fundo, do cenário. O vídeo inicia em um cenário totalmente diferente. Ele está num quarto, o dele, com paredes em tons pastéis, onde ele exibe uma banheira de hidromassagem. Ele aparece de boné para frente e usando óculos de grau e mostra ainda, pela janela, seu carro modelo Camaro estacionado na garagem. Abaixo, exibimos duas imagens que mostram um pouco da diferença entre esses cenários.

Figura 15 – Diferença de cenários no Canal do Zoio, entre 2020 e 2014



Fonte: Canal do Zoio, no Youtube

Zoio explica que começou a investir e mostra um aplicativo de investimentos chamado “Binomo”. Na verdade, o aplicativo parece mais um joguinho, onde gráficos sobem e descem e é possível fazer apostas, nas quais se ganha ou perde pontuação e, logo, dinheiro também.

<sup>103</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RcPjJApAAKU&list=PL1eODffQzJK-QqDGq5VJptEt3hJoDR186&index=13>. Acesso em: 27 jan. 2024.

Frente aos tons de azul e vermelho, o jogador do aplicativo tem que apostar qual a tendência o gráfico trará, se de subida ou descida. Se acertar, ele ganha dinheiro e acumula renda. Na simulação que ele faz, ele diz ganhar o valor de R\$320,00.

Por ser um lance de investimentos, onde há a possibilidade de perda, podemos fazer, a partir desses anúncios nos vídeos dele, uma analogia com as operações policiais que ganharam repercussão na imprensa no fim de dezembro de 2023. No Paraná, uma operação policial prendeu uma rede de influenciadores que divulgavam o “Jogo do Tigre”.

Segundo reportagem exibida no programa Fantástico, da Rede Globo, “o esquema criminoso de apostas vem deixando vítimas no prejuízo”. Uma delas relata que perdeu todo salário em 15 minutos, com o tal jogo”.<sup>104</sup> Para se isentar da responsabilidade de divulgar conteúdo que engana o usuário, ele alega em diversos vídeos que cada um tem que prestar atenção e “se ligar na tendência do gráfico para não perder dinheiro”. Por fim, ele menciona que tem um link no perfil dele que quem acessar, já ganha um valor específico para iniciar as apostas, como se fosse um bônus. Ele alega, ainda, que cada um tem que prestar atenção e explica como faz, que aceita cartão de crédito e sugere às pessoas conhecerem o aplicativo, aproveitando a pandemia, que fez com que todo mundo ficasse em casa.

Em seguida, o corte no vídeo é feito e aparece uma tela preta com o print do desafio que dá nome ao vídeo: beber um galão de 20 litros de água. Antes de começar, ele disse que tem certeza de que não dará certo, que o desafio é impossível, mas ele vai tentar assim mesmo. Ele exhibe, inclusive, um áudio de um amigo dizendo que isso “vai dar merda e que não cabe no estômago”. Ele mostra que deixou o galão pela metade de água e mostra para a câmera, conforme figura abaixo.

---

<sup>104</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2023/12/05/perdi-meu-salario-todo-em-15-minutos-revela-vitima-do-jogo-do-tigre.ghtml>. Acesso em: 27 jan. 2024.

Figura 16 – Print de vídeo do desafio de beber um galão com 20 litros de água



Fonte: Canal do Youtube do Zoio.

Na sequência, o youtuber diz que vai ver até onde ele consegue suportar. Diz, ainda, que se fosse forte que nem o K. (fazendo referência ao fato do irmão ser obeso), caberia. Ele abre pesquisas da internet e lê um texto, que também aparece na tela. O texto diz: “água em exagero mata, tudo em exagero mata, o excesso pode fazer mal aos rins e inchar o cérebro, levando a falência dos órgãos”.

Podemos classificar o vídeo como um vídeo que, ao mesmo tempo, pode se encaixar na categoria “Ingestão de produtos e substâncias” e “colocar-se em risco de acidente”. Na sequência ele se molha, cospe, faz uma sequência de apoios de frente, tira a blusa e volta a beber a água com a boca no garrafão de 20 litros. Entre sequência de reclamações de cansaço, devido ao peso, e arrotos seguidos, ele mostra a barriga cheia, diz que é hardcore e bebe mais água. Ele não mede a quantidade, mas sugere que deve ter bebido uns quatro litros de água. Ao final, explica que não conseguiu, por ser impossível, que talvez se fosse para tomar em um dia todo, talvez desse certo, mas não assim de uma vez.

Em dezembro de 2023 havia mais de 17 mil comentários publicados sobre esse vídeo. Logo na primeira página, alguns o elogiam com palavras sinônimas de forte, enquanto outros fazem piada dizendo que ele irá “mijar por uma semana” ou que transformou “o banheiro em uma lagoa”.

Nessa *playlist* ele ainda faz a ingestão de outras substâncias e realiza uma sequência de vídeos temáticos, onde o foco da produção é misturar substância no liquidificador que tenha algumas especificações em comum. A exemplo disso, ele decide “tomar tudo que é amarelo”<sup>105</sup>,

<sup>105</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u5HcoRaC54I&list=PL1eODffQzJK-QqDGq5VJptEt3hJoDRI86&index=22>. Acesso em: 28 jan. 2024

misturando margarina, suco de laranja, mostarda, cerveja, detergente, dentre outras coisas com essa cor. Outros vídeos foram produzidos com a mesma temática, mudando apenas a cor, como branca<sup>106</sup>, azul<sup>107</sup>, rosa<sup>108</sup>, etc., além de começar uma série com ingestão de produtos que comecem com uma letra específica, a exemplo da letra A<sup>109</sup>, onde mistura água sanitária, amaciante de roupas, alho, achocolatado, entre outros itens que começam com essa letra.

Nesses conteúdos, por mais que Zoio recomende que as pessoas não façam isso em casa, as produções podem acabar, e em alguns casos se tornam, incentivos a reproduções. Numa pesquisa rápida no local de busca do Youtube, encontrei o vídeo da imagem abaixo<sup>110</sup>, onde três adolescentes reproduzem a mesma dinâmica de ingestão de produtos misturados como café, pimenta, leite em pó, limão, azeite de oliva etc., em liquidificador.

Figura 17 – Print de vídeo de três adolescentes misturando substâncias em liquidificador antes de beber



Fonte: Canal do Youtube

Apesar de ter recebido poucas visualizações, em comparação com o alcance de Zoio, o vídeo “(Desafio) Misturando coisas no liquidificador” dos três adolescentes rendeu

<sup>106</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NIJT2I-1C60&list=PL1eODffQzJK-QqDGq5VJptEt3hJoDRI86&index=17>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>107</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7uhTua4otuk&list=PL1eODffQzJK-QqDGq5VJptEt3hJoDRI86&index=27>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>108</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2bZOFXRSaY&list=PL1eODffQzJK-QqDGq5VJptEt3hJoDRI86&index=36>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>109</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DcPjw1kq094&list=PL1eODffQzJK-QqDGq5VJptEt3hJoDRI86&index=39>. Acesso em: 28 jan. 2024.

<sup>110</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Ccpyw\\_dQV1g](https://www.youtube.com/watch?v=Ccpyw_dQV1g). Acesso em: 28 jan. 2024.

quase 687 visualizações, o que pode significar um número expressivo na internet a depender do contexto social e local onde eles estão inseridos. Se considerarmos que eles não são conhecidos na internet, não são figuras públicas e nem famosos, cerca de 700 visualizações equivalem ao número de alunos de uma escola ou de crianças e adolescentes que moram na redondeza de onde residem. Nesse vídeo em específico, há, inclusive, o uso de expressões que Zoio usa, como “é hardcore”, ou “bota essa porra para girar”, “eita, carái” e “porra, véi” e, para confirmar a ligação e o acesso ao youtuber, um deles fala “Aqui é Zoio, carái”, antes de beber e vomitar a mistura.

Um último aspecto importante a ser, ainda, considerado sobre essa *playlist*, é que dos 56 vídeos listados e apontados como a ela vinculados, 14 deles estão indisponíveis ou ocultos. Novamente, violações apontadas no Projeto *Children Online: Research and Evidence* (CO:RE), no eixo de CONDUTA são registrados aqui, quando o youtuber constrange o irmão ao insinuar que ele está acima do peso, caracterizando uma prática de cyberbullying, por seu caráter reiterado. Além disso, Zoio ainda sugere jogos de aposta e azar, promovendo esse tipo de prática junto ao seu público, composto também por adolescentes.

Do ponto de vista da plataforma, nesta e em outras situações já reportadas, poderíamos associar, ainda, erro de CONTRATO, visto que a proteção que lhe cabe assegurar não é feita com a eficácia devida, e mais do que isso, as reiteradas violações que essa dissertação aponta, são, ao contrário, muitas vezes, impulsionada.

Por fim, identificamos que, mais uma vez, o direito à proteção de crianças e adolescentes não foi resguardado. Em especial, destacamos aqui os seguintes direitos que foram feridos: o direito ao Respeito e à Dignidade<sup>111</sup>, conforme o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

#### **4.4 Playlist 4: Desafios na rua e Interação com estranhos**

A *playlist* Desafios na rua é composta por 50 vídeos, sendo 10 observados como indisponíveis ao final desta. Dentre eles, dois vídeos chamam a atenção com mais de 11 milhões de visualizações. Um deles se realiza em ambiente acadêmico. Com 11,2 milhões de *views*, o

---

<sup>111</sup> Isso ocorre quando Zoio não vela pela dignidade do irmão e se referindo a ele por meio de um constrangimento.

vídeo “FINGINDO SER PROFESSOR NA UNIVERSIDADE DESAFIO #39”<sup>112</sup> traz um combo de vídeos, tendo esse como o principal.

Na primeira sequência desse vídeo, Zoio explica que está em Curitiba e que vai fazer os desafios na rua. É um vídeo-combo. No primeiro “desafio cumprido”, ele deve abordar pessoas aleatórias e perguntar se elas sabem onde fica uma rua específica e, ao receber a negativa, ele explica onde a rua fica e como chegar, gerando uma leve confusão, como se quem tivesse sido abordado é que tivesse perguntado a informação. São seis abordagens a pessoas e duplas de pessoas, que riram e ficaram meio constrangidas.

Em outra produção, no mesmo vídeo, ele chega em locais públicos, como uma parada de ônibus, a calçada de um bar, e uma loja de móveis, deita-se com um cobertor e um travesseiro, dizendo que vai dormir e pede que as pessoas que estão em volta não façam barulho. Ainda na rua, em uma cadeira de rodas, ele pede ajuda às pessoas para atravessá-lo de um lado da rua para outro. Ao final, ele se levanta e agradece, dizendo que é uma “pegadinha”. Umas riem e o último fica com raiva e o empurra.

Por fim, ele é desafiado, e mostra três prints de pedidos para que se finja de professor e entra numa sala de aula numa universidade. Na sequência, ele aparece vestido com blusa e calça social caminhando em direção à primeira sala. Ele se apresenta como professor substituto. Os alunos estranham a abordagem, fazem perguntas e ele acaba desistindo da sala dizendo que está na sala errada. Na segunda sala de aula, ele se apresenta como professor substituto e um dos alunos o reconhece. Ele ri e sai da aula. Numa terceira sala, já há uma professora, ele se desculpa e diz que acha que errou de turma. Ele segue para uma quarta sala, que também já há um professor e pergunta que aula é aquela, o professor responde que é de História. Zoio, então, se apresenta como substituto e pede que ele saia da sala. O professor fica um pouco constrangido e os alunos começam a rir, reconhecendo-o.

Na saída, ele é abordado por um rapaz, que tem aparência de atuar na área de segurança do local. Ele pergunta o nome de Zoio e o que ele estava fazendo ali, pois já havia recebido várias reclamações. Zoio fala outro nome, desconversa e diz que foi dar aula, sugerindo estar na universidade errada. O rapaz diz que vai acompanhá-lo até a saída e, assim, o faz.

---

<sup>112</sup> Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=ywGZOM0gWvE&list=PLKV6oDe0nH8hWvR23MmHRGLLeFF7DvfgNf&index=5&t=87s>. Acesso em: 27 jan. 2024.

O segundo vídeo da *playlist* também com mais de 11 milhões de visualizações traz o título “COLANDO A BOCA COM SUPER BOND DESAFIO #40”<sup>113</sup>, foi publicado no canal em Abril de 2016 e também é um combo de cumprimento de desafios. O primeiro a ser realizado é tomar um vidro de adoçante. Na sequência, ele aparece sentado com o frasco de adoçante na mão, fala dos perigos e projeta na tela várias frases reportando riscos, como “adoçante destrói o sistema nervoso”, “pode provocar reações alérgicas” e diz que beberá apenas metade do vidro. O produto que ele mostra é da marca “Zero Cal” e conta com 200 ml do produto, conforme figura 27.

Ele destampa o adoçante, derrama metade do produto na pia e vira o pote em quatro goles. Entre cuspidas e ânsias de vômito, ele sai de cena dizendo que vai tentar vomitar, porque não quer deixar “esse bagulho” no estômago dele. Na volta ao estúdio, com cenário inicial dos primeiros vídeos dele, com parede xadrez e colagens, ele diz que está bem, que não sabe o que aconteceu e segue para a próxima produção, que é misturar tudo que seja líquido que estiver na geladeira dele e beber. Ele mostra um vídeo onde bate água e bebe, dizendo que só tem água na geladeira.

Figura 18 – Zoio sentado com frasco de adoçante líquido na mão



Fonte: Canal do Zoio no Youtube

Na tentativa de se superar, ele diz que deu uma geral em casa com todo líquido que tinha em casa. Ele mistura café, desinfetante, pimenta, condicionador de cabelo e óleo de moto,

<sup>113</sup> Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=EeMVnSKXAnI&list=PLKV6oDe0nH8hWvR23MmHRGLeFF7DvfgNf&index=5>. Acesso em: 28 jan. 2023.

etc.. Durante a produção do vídeo, o irmão dele chega, come perto, bebe um iogurte e assiste tudo. Ele liquidifica tudo e bebe no próprio copo do liquidificador. Em seguida, ele tosse, vomita a mesa, pede água ao irmão e reclama que está tudo queimando e que está ficando tonto.

A cena corta para ele no estúdio lendo o novo desafio a ser cumprido, após reclamar que o estômago dele virou “uma lavagem<sup>114</sup> só”. O desafio é brincar de batata quente com batata pegando fogo. A prática consiste em molhar a batata com álcool e atear fogo para brincar. K. é quem traz o vidro com o produto e um isqueiro. Ele atea fogo na batata e toma um susto, pois o fogo meio azulado quase atinge o pote de álcool que estava no chão. O fogo apaga e ele acende novamente, conforme figura 28, abaixo. Durante alguns segundos, é possível ver a mão dele pegando fogo.

Na próxima prática, ele recebe o desafio de colocar óleo numa panela e jogar água dentro. Ele diz que vai ficar, inclusive, perto. O barulho é enorme. A mãe dele se aproxima, reclama com ele e, enquanto ela reclama, começa a salpicar óleo para todo lado. Uma chama começa a acender, como se a panela fosse pegar fogo e ele a tampa. A mãe reclama mais uma vez, diz que ele não quer ajudá-la a lavar uma louça e diz que queimou o rosto dela. Ele rebate, diz que é “frescura”, que não queimou e que está fazendo uma experiência. Ela sai dizendo que ele está sem juízo e que vai limpar tudo. Por fim, no último desafio deste vídeo, ele recebe a tarefa de colar a boca com cola instantânea, desafio já mencionado no capítulo anterior.

Zoio não tem controle do alcance do conteúdo que ele produz e, justamente por isso, não faz o acompanhamento. Essa falta de controle e noção colabora para uma falsa sensação de que ele não tem responsabilidade sobre si e sobre o que produz. Assim, é fácil responsabilizar apenas quem reproduz a prática, a partir do que ele exibiu, mesmo que ele tenha conhecimento que viole as políticas e as diretrizes contidas na plataforma Youtube.

Em todas as práticas autolesivas que ele realiza aqui, mesmo que ele diga que não recomenda que quem o assista não reproduza, ele gera curiosidade, pois difunde práticas de risco capazes de serem reproduzidas e que também podem gerar danos, especialmente para crianças que ainda estão desenvolvendo sua capacidade de compreender e discernir riscos. Nesse combo de vídeos, ele expõe a mãe e o irmão a riscos de queimaduras, tanto com a batata molhada com álcool, como com a panela de óleo quente.

A análise acima, nos permite indicar que os vídeos trazem em seus conteúdos e na relação com o público de crianças e adolescentes que acompanham o canal, os seguintes riscos: de exposição a queimaduras, infecções por ingestão e exposição, ou seja, riscos

---

<sup>114</sup> Referência à restos de comida humanas que são misturadas com água e dada a porcos em pocilgas.

TRANSVERSAIS, na perspectiva do Projeto *Children Online: Research and Evidence* (CO:RE), pois há riscos para a saúde física nos conteúdos que são exibidos e que podem ser reproduzidos com base no vídeo do Zoio. Como violação do Youtube, Zoio infringe a orientação sobre desafios com risco iminente de lesões físicas, executa “atos perigosos ou nocivos”, relacionados a riscos de lesões corporais graves ou até morte, colocando em risco o bem-estar emocional e físico do irmão; ignora as recomendações sobre gravações que mostram fluidos corporais, como vômito, e ainda infringe a diretriz de vedação da “participação de menores em atividades perigosas”.

Nestes termos, identificamos o desrespeito aos seguintes direitos de crianças e adolescentes: a proteção contra toda forma de violência e de pressão consumista, a prevenção de acidentes e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce à comunicação mercadológica, conforme Artigo 5º (Título I), que trata das “Disposições Gerais” do Estatuto da Criança e do Adolescente, tanto pelos riscos gerados com as produções como pela exposição aos produtos exibidos neste vídeo analisado.

#### **4.5 Playlist 5: Trollagens, a proposta de zoar o outro**

Essa *playlist* contém 45 vídeos dos mais diversos tipos do que se possa imaginar como trollagem. De antemão, vale explicar o que pode ser entendido como trollagem ou a ação de trollar. A palavra “trollagem” é derivada do termo trollar, que vem da expressão inglesa “trolls” e que significa pessoa que insulta, persegue e humilha outras pessoas de forma gratuita.

Trollar é uma gíria da internet que significa zoar, chatear, tirar o sarro. Consiste em sacanear os participantes de uma discussão em fóruns da internet, com argumentos sem sentido, apenas para enfiar e perturbar a conversa. Atualmente, o ato de trollar alguém não acontece só no ambiente virtual. Também pode acontecer entre amigos, colegas ou familiares, quando é preparada alguma brincadeira com esse objetivo. As brincadeiras (ou armadilhas) para trollar alguém são variadas e algumas muito sofisticadas (Enciclopédia de Significados).<sup>115</sup>

Zoio, nessa *playlist* realiza trollagens, na maioria das vezes, de forma presencial. No vídeo mais acessado dessa *playlist*, a vítima é o próprio irmão, com o vídeo “TROLEI MEU IRMÃO NA PÁSCOA”. Com mais de 9.890.537, o vídeo foi postado justamente no dia 1º de Abril (de 2018), que, culturalmente, é a data do ano referenciada como sendo o Dia da Mentira, no Brasil.

---

<sup>115</sup> Disponível em:

<https://www.significados.com.br/trollar/#:~:text=Trollar%20%C3%A9%20uma%20g%C3%ADria%20da,enfurecer%20e%20perturbar%20a%20conversa.> Acesso em: 28 jan. 2024

No vídeo, antes de começar as práticas autolesivas de risco, ele aparece vestido de soldado, com uma arma de brinquedo e dançando uma música. Não fugindo do padrão dos demais vídeos, ele começa a fazer uma divulgação da conta dele do “KWAI”, aplicativo de vídeos. O youtuber diz que gosta de dançar, participar das trends e de fazer vídeos engraçados lá. Sobre a “pegadinha” que ele vai aplicar no irmão, ele aparece no cenário de gravações dele e explica que viu uma imagem na internet, conforme a figura abaixo, e que isso lhe serviu de inspiração para reproduzir o vídeo.

Figura 19 – Print do vídeo mostrando um falso ovo de chocolate



Fonte: Canal Zoio no Youtube

Com Alek, ele vai para um supermercado e sai rindo após comprar um mamão e um abacate, além de dois ovos de chocolate. Em casa, ele se desloca para o banheiro, troca as embalagens dos chocolates e embala as frutas. A ideia dele é trollar o irmão duas vezes seguidas. De forma bem espontânea e amadora, ele sai contando os bastidores do vídeo e anunciando como vai zoar o irmão. Ele esconde a câmera na sala em meio a um móvel posicionado de frente ao irmão, que está deitado no sofá.

Zoio entrega o presente ao irmão que, enquanto abre o pacote, pergunta se vem brinquedo. O irmão tira a embalagem e o papel alumínio que está envolvendo chocolate e desembulha o abacate. Ao ver a fruta, K. olha para Zoio com olhar de reprovação e o vídeo fica em tom de cinza. Com câmera lenta e música de suspense. K., chateado, joga o abacate no chão e retruca alto: “cê tá me tirando?”

Aborrecido, K sai e Zoio começa a rir. A mãe deles pergunta o motivo do youtuber estar fazendo o irmão chorar de novo. Rindo, ele diz que é uma “coisa de filmagem”. A mãe

grita que não aguenta mais essas filmagens. Zoio explica o que fez e a mãe sugere comprar um ovo para o filho caçula. Na sequência, Zoio explica que comprou um ovo verdadeiro. Ao fundo, K. chora e pega o outro falso ovo, com o mamão dentro, e vai em direção ao quarto do irmão brigando: “K., seu tonto, você sabe que eu dou outro, que nem a trollagem do carrinho, tonto!”.

A situação de trolagem do carrinho mencionada por Zoio ocorreu em outubro do ano anterior (2017), quando ele perguntou o que K. queria de presente do Dia das Crianças e K. disse que queria um carrinho de controle remoto. Zoio, na época, fez toda uma cena e entregou uma caixa de sapato com o controle remoto de aparelho de ar-condicionado velho com rodas coladas nele, como se fosse um carro. Após chorar, ficar chateado e reclamar dos vídeos do irmão, Zoio entregou um carrinho de controle remoto de verdade.

No vídeo que estamos analisando fez o mesmo, mas não antes de zoar o irmão e entregar a segunda fruta. Zoio chama o irmão na cozinha e entrega o ovo. A mãe do Zoio fica aliviada com a situação e ressalta que o ovo é grande e pesado e que deve ter sido caro. Zoio ainda aumenta a história e diz que ainda vem com brinquedo, pois é da marca “Kinder Ovo”. K abre e, ao ver o mamão, fica chateado novamente, reclama com a mãe e sai. Um barulho é ouvido ao fundo. K passou e derrubou a moto de Zoio. Preocupado, ele solta o celular, apanha a moto, checa se não arranhou e volta ao quarto onde o irmão está chorando. É nesse momento que ele, finalmente, entrega o ovo, que estava solto dentro de uma sacola. Ele chama o irmão de “idiotão” e sai rindo de volta para onde está a moto. Ao final, ele pede que todo mundo curta e compartilhe o vídeo.

Ao todo, o vídeo somou mais de 63 mil comentários<sup>116</sup>, dentre eles, muitos deram risada do irmão caçula do Zoio. “kkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkk me caguei de rir com a 2 vez (já assisti 3 vezes esse vídeo)”, disse um jovem em um dos comentários. Outro seguidor enfatiza que passou do ponto, e escreveu: “K. passou dos limites derrubar a moto é demais eu não dava o ovo pra ele não, slc :(“. Outros comentários registram risos e gargalhadas em forma de texto digitado e desejam “Feliz Páscoa”.

Os vídeos que envolvem o irmão de Zoio, quase sempre, o apresentam em situações nas quais ele é ridicularizado ou o deixam chateado com alguma situação, implicando, muitas vezes, a “realização de pegadinhas” ou “exposição negativa do outro”. Nessas situações, sejam elas quais forem, o estresse emocional do irmão é uma realidade.

Em resumo, podemos afirmar que foram violadas as seguintes diretrizes da plataforma: participação de menores em atividades que colocam em risco seu bem-estar

---

<sup>116</sup> Até o dia 20 de Janeiro de 2024.

emocional e físico, como é o caso da exposição em cenas de trollagem do irmão adolescente. Dada a proposta de que o vídeo seja engraçado, isso pode constituir, ainda, um incentivo a que essa prática se dissemine.

Sob o ponto de vista dos direitos de crianças e adolescentes, considerando a análise acima, identificamos a violação dos seguintes: Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade. Por meio da violência psicológica, K. é desrespeitado “mediante constrangimento, humilhação, manipulação, agressão verbal e xingamento, ridicularização, exploração e intimidação sistemática (bullying)”, conforme Artigo 4º (Título I), que trata das Disposições Gerais do ECA, que pode afetar seu desenvolvimento psíquico ou emocional,

#### **4.6 Playlist 6: Perguntas e Respostas**

Nesta *playlist*, Zoio, em regra, gera uma interação direta com os seus seguidores, respondendo dúvidas que são apresentadas e reagindo aos comentários postados em seus vídeos. Logo como primeira reação do vídeo mais acessado, correspondente ao vídeo “Perguntas #30”<sup>117</sup>, ele lê a crítica de um seguidor. No comentário, critica-se o fato de que ele erra muito na língua portuguesa, revelando pouca profundidade em suas opiniões.

Como resposta, Zoio inicia uma encenação, com cores e tons em preto e branco, com narração melancólica e simula uma cena como se tivesse tirando a vida, mostrando objetos e a cena sequencial do que seria um suposto suicídio. As imagens em si e a sequência dos fatos com seus detalhes não serão narradas aqui por expressar desalinhamento às orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre divulgação de casos de suicídio. Após essa sequência, um gambá animado surge na tela lendo uma suposta manchete de jornal que diz que “haters mata youtubers”.

Após a exibição das cenas, sem cuidado ou sensibilidade alguma na postagem das imagens, é feito um corte de câmera e Zoio aparece no estúdio rebatendo a crítica: “Imagina se a gente morresse por cada crítica que recebesse, né? Não haveria mais nenhum youtuber no Youtube”. De prontidão, o youtuber segue respondendo outras perguntas e gravando cenas engraçadas com respostas inusitadas. Com edições amadoras, ele responde as perguntas e brinca com as respostas. Ignorando riscos e gatilhos que ele pode despertar no vídeo, o youtuber produz e coloca no ar, neste vídeo, conteúdos de alto risco, de forma irresponsável e leviana.

---

<sup>117</sup> Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=ofabOcHhnbI&list=PL1eODffQzJK8Jq7DTRPyDV31XFr8hF6Q&index=26>. Acesso em: 28 jan. 2024.

Como se nada sério tivesse ocorrido, ele segue o vídeo e uma pegadinha é sugerida. Observa-se, assim, não apenas a exposição indevida de conteúdo, mas a sua banalização. Na sequência, um seguidor sugere decorar um bolo com chantilly e outro com espuma de barbear. A sugestão é que o segundo seja dado ao irmão K. Assim ele faz. Dois bolos iguais são cobertos. Ele diz que o desafio é comer mais rápido. Para enganar K, ele oferece a panela suja de pasta de chantilly. K, desconfiado, pergunta se tem truque, pois na última vez, Zoio havia colocado creme dental dentro de uma bolacha recheada.

K., mais firme, disse que só participa se ele cortar o bolo. Zoio corta, mostra que são iguais e insiste que o desafio é ver quem come mais rápido. Zoio começa e come. Após um tempo, em câmera acelerada, K. pega o bolo e o coloca na boca. Segundos depois ele sente que não é o mesmo gosto do chantilly da panela que ele havia comido e começa a gritar pela mãe e diz que está sentindo gosto de sabão. “Nunca mais vou fazer esses vídeos com você, seu otário!”, solta K. chorando. Zoio segue rindo. A irmã deles chega, pergunta o que aconteceu, ele explica e ambos caem na risada.

Esse vídeo foi postado em maio de 2016 e já reuniu mais de 11,9 milhões de visualizações. Com mais de 42.700 comentários, ele tanto viola as diretrizes do Youtube de envolver menores de 18 anos nas produções, com a participação do irmão em atividades perigosas que gera estresse emocional, como pode ser encaixado na classificação de riscos do Projeto *Children Online: Research and Evidence* (CO:RE) quando ela “é vítima de condutas potencialmente danosas entre pares”.

Chama atenção, nesse caso, que parte da audiência do Youtube sente-se já a vontade para trollar seu irmão adolescentes, o que configura, pelo caráter reiterado da prática no canal, uma situação de *cyberbullying*.

Pelo exposto, podemos afirmar que os vídeos analisados trazem em seus conteúdos e na relação com o público de crianças e adolescentes que acompanham o canal, os seguintes riscos: “conteúdo explícito ou violento”, onde a plataforma cita entre alguns exemplos de atos e materiais que podem ser configurados como não recomendados, como casos de incitação à violência, na encenação do suicídio. Além disso, Zoio realiza ainda uma pegadinha com K, que implica riscos físicos e gera estresse emocional grave no irmão e, novamente, ignora a vedação da “participação de menores em atividades perigosas”.

Desse modo, verificamos a violação aos seguintes direitos de crianças e adolescentes: “respeito aos valores da dignidade da pessoa humana, de forma a coibir a violência, o tratamento cruel ou degradante”, além do “sofrimento físico” e do “tratamento cruel ou degradante: conduta ou forma cruel de tratamento em relação à criança ou ao adolescente”,

registrados no Artigo 18º do ECA, que preconiza o Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade (Brasil, 1990).

#### 4.7 As últimas playlists analisadas: Hard Cast, Trotes e Avisos

A *playlist* “Hard Cast” corresponde a um novo quadro, criado por Zoio em 2021, em formato de podcast, onde ele leva convidados para bater um papo, explorar curiosidades e executar desafios “ao vivo”. A maioria dos 19 vídeos trouxe personalidades já conhecidas da internet. Nele, aborda-se diversos assuntos e temas e não há limitação de falar palavrões ou qualquer tipo de cuidado por parte dele, nem de quem participa da conversa.

No vídeo com maior alcance, Zoio aparece como apresentador, com cabelo descolorido, recebe o Bluezão que, segundo Zoio, é um cara polêmico na internet. O homem que também é youtuber já começa a sua participação dizendo que está bêbado e começa a gritar com concorrentes de outros podcasts que teriam dito que jamais o convidariam para participar de suas produções.

Conhecido como Bluezão, Alexandre Flausino da Motta tem 700 mil inscritos no seu canal do Youtube e tem 48 anos. Segundo o Portal do Jornal O Vigilante<sup>118</sup>, ele “foi denunciado, e está sendo acusado de diversos crimes de extorsão mediante fraude e crimes sexuais que envolvem abuso de incapaz e estupro”. Um dos vídeos mais polêmicos do canal do entrevistado é de um cachorrinho que era alimentado com chocolate, cebola e refrigerante e que, em transmissão ao vivo, foi exibido dentro de um congelador de um hostel. Na época, o resgate do animal foi feito e postado no canal do ex-vereador Gabriel Monteiro, do Rio de Janeiro, alcançando mais de 1 milhão de visualizações. Em consulta a um veterinário foi confirmado os maus tratos ao animal que estava desidratado e sofria de anemia.

A entrevista do Zoio com ele tem, atualmente, 447.678 visualizações e contou, nesse episódio, com grande acesso virtual durante a transmissão. Bluezão diz que é ator pornô, que tem diversos crimes contra ele no Ministério Público, solta diversos arrotos, dentre diversas outras ações problemáticas de serem exibidas em um vídeo aberto. Além disso, ele toma diversas latinhas de cerveja, divulga aplicativos e produtos do Zoio durante mais de 3 horas e meia de duração do episódio. No vídeo, exibido em setembro de 2021, o convidado Bluezão

---

<sup>118</sup> Disponível em: <https://ovigilantems.com.br/noticias/ver/09-12-2022/youtuber-conhecido-como-bluez%C3%A3o-tem-430-processos-aprovados-no-mp-as-acusa%C3%A7%C3%B5es-criminais-s%C3%A3o-diversas#:~:text=Um%20Youtuber%20chamado%20Alexandre%20Flausino,abuso%20de%20incapaz%20e%20estupro>. Acesso em: 10 out. 2023.

conta o caso do cachorro e diz que tinha ração e água, revelando outra versão, diferente de tudo o que ele mesmo filmou, além de responder perguntas do público, colocadas no chat.

A cada momento, ele se exalta, xinga os envolvidos e conta a versão dele sobre as histórias nas quais ele é acusado. Em alguns momentos, Zoio parece desconfortável com a situação, mas segue a conversa. Juntos, eles comem insetos mortos e ressecados, que são usados em pescarias. Enquanto Zoio come um e expressa seu mal-estar, o Bluezão vira o pote diversas vezes, mostra a língua cheia de insetos esmagados e sai rindo. Ao final, Zoio pede para ele mandar suas últimas palavras e ele volta a xingar os demais youtubers que afirmaram não pretender convidá-lo jamais aos seus programas. Após o fim, um dos mais de 5 mil comentários postados dizia que “Zoio pareceu até normal ao lado do bluezão”.

O vídeo é um show de horrores, viola diversos direitos e falas, é desrespeitoso, colabora com discursos de ódio e incentiva agressões, defere diversos ataques, e faz uso de palavras de baixo calão. Esse é um exemplo de um vídeo que deveria ter sido excluído da plataforma por todo o tipo de material que ele oferta de desrespeito. Contudo, segue no ar há mais de dois anos e conta com quase 450 mil visualizações.

Na *playlist* Trotes, 10 vídeos estão listados, sendo o “Liguei pro TRAFICANTE e a POLÍCIA deixei os 2 conversando” o mais acessado de todos, com mais de 3,6 milhões de visualizações. Para não fugir do padrão comercial dos primeiros vídeos, Zoio começa fazendo uma propaganda para uma empresa de canais de TV não oficial. Após a propaganda, ele diz que estava com saudades de fazer vídeos de trotes, mas que dessa vez não usará nem o nome dele e nem o telefone e anuncia que usará o telefone da mãe dele e que no dia seguinte comprará um novo chip para ela. Com figurino de tecido estampado, boné e óculos escuros, ele inicia as ligações. A primeira é para uma mulher que está vendendo um cachorro e ele, após perguntar o preço, diz que vai denunciá-la porque é crime vender animais. Na segunda ligação, ele telefona para um senhor que é atendente de um petshop para perguntar quanto cobram para depilar o pintinho dele.

A proposta de ligar para a polícia e para um traficante e deixar os dois na ligação resulta de uma sugestão do público. Antes de fazer isso, ele explica que não liga para a Polícia, Bombeiros e nem ambulância e diz que fazer trotes para isso não é legal, pois pode atrapalhar as ocorrências. Como estratégia, ele liga para um amigo dele, que segundo ele é policial, e para um número de um suposto traficante que ele pegou em grupos de rede social que ofertam venda de drogas. O diálogo dos dois ocorre, ele filma de dentro do carro dele e fica nervoso. O papo rola, os dois se estranham e o clima esquenta. “Quem é, Guri?”, “Você que me ligou, Vacilão”, “Vem logo com papo reto! Que você quer?”, “Cê deve tá de brincadeira”, “Tá de sacanagem!”.

O policial desliga após dizer que o cara tá com um papo estranho para o lado da polícia e desliga. Em seguida, o outro homem também desliga. Zoio fica, nitidamente, nervoso e, ao desligar, diz que vai ligar para o amigo dele. Ele liga, explica que era uma trollagem e se desculpa com o amigo, que diz que “tá de boas!” com a situação. Ambos riem e Zoio encerra a ligação e o vídeo.

Um detalhe dessa *playlist* que vale a pena destacar é a forma de escolha dos trotes que serão feitos. Além de escolher os mais interessantes considerando os que ele acredita que vão gerar mais engajamento, o youtuber cita a quantidade de pessoas que curtiram aquela sugestão. Sobre o vídeo em que ele liga para o petshop, havia o registro de mais de 2,6 mil curtidas no comentário de sugestão do trote. Nesse último, da ligação entre um suposto policial e um suposto traficante, o número de curtidas na sugestão comentada na postagem chegou a mais de 21 mil.

Por fim, a última *playlist* trazida aqui, a “Avisos”, é composta apenas por três vídeos. Nela, Zoio compartilha inquietações sobre o Youtube e sua política de exclusão de conteúdos do canal dele. Em dois dos três vídeos, ele tenta se defender da acusação sobre a violação dos conteúdos dos seus vídeos e questiona a plataforma Youtube por ter, segundo ele, o deixado de castigo sem poder postar por alguns dias. Por esta razão, esta *playlist* foi adicionada ao pacote de *playlists* a serem analisadas.

No primeiro vídeo, que é o mais visto entre os três, e conta com 936.718 visualizações, ele busca explicar e realizar sua defesa em relação à repercussão gerada em um vídeo publicado anteriormente por ele, no qual ele citou: “FUI CHAMADO NA DELEGACIA!!!”. Postado em setembro de 2018, Zoio mostra uma intimação da Polícia Civil de Minas Gerais e diz que foi obrigado a prestar um depoimento. O motivo foi uma fala feita nesse outro vídeo, onde ele menciona que teria estuprado a ex-namorada.

No vídeo, Everson Zoio e mais três amigos aparecem conversando e o youtuber conta sobre o dia em que, segundo ele, fez sexo com a ex-namorada enquanto ela dormia. O youtuber diz que estavam na fazenda da família dela. À noite, ela disse que não queria ter relação sexual porque estava com sono. Neste momento, ele diz a frase: “beleza, não vou te forçar porque não sou estupro”. Todos riem. Quando ela estava em sono pesado, ele diz ter tirado a roupa dela e relata o que, pela lei, pode ser caracterizado como estupro. Os três amigos riem no vídeo. No fim, ele diz que ela acordou e perguntou: “o que é isso?”. Zoio segue contando que ficou “sem graça” quando a ex-namorada acordou e resolveu dormir. O youtuber ainda diz que, no outro dia, os dois riram da situação. Quando o caso ganhou repercussão, em julho deste ano, a assessoria de Zoio disse que o vídeo não passou de uma brincadeira, admitindo que se tratava de uma brincadeira de mau gosto. (G1 Minas Gerais)<sup>119</sup>

---

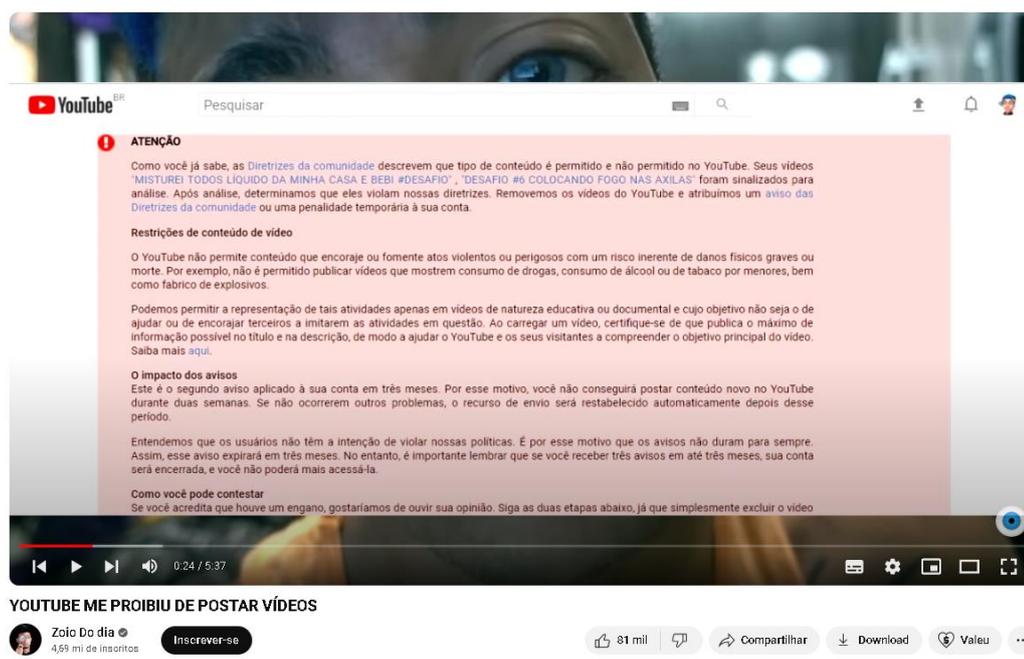
<sup>119</sup> Reportagem publicada em 17 de setembro de 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2018/09/17/investigacao-sobre-suposto-estupro-envolvendo-youtuber-everson-zoio-e-arquivada-diz-policia.ghtml>. Acesso em: 28 jan. 2024.

Realidade ou “brincadeira” de mau gosto, um inquérito foi iniciado pela Delegacia Especializada em Investigação de Crimes Cibernéticos. Posteriormente, o inquérito foi arquivado por decisão da Delegacia Especializada de Combate à Violência Sexual, em Belo Horizonte, após o youtuber e a ex-namorada prestarem depoimento e terem, ambos, negado que o fato ocorreu.

O que sob o olhar de Zoio e dos seus amigos pode parecer apenas uma brincadeira, neste caso como em outros, reverbera, como evidenciado nos vários casos aqui tratados, uma mensagem bastante perigosa. A partir do momento que ele tem um alcance bastante elevado, que tem incluído na sua audiência crianças e adolescentes, também recai sobre ele a responsabilidade sobre o que fala. Neste caso específico, qualquer expressão, posicionamento ou opinião dele, pode tomar uma dimensão maior do que ele imagina, contribuindo, inclusive, para naturalizar agressões e normalizar a violência sexual contra a mulher.

No segundo vídeo mais visualizado desta *playlist*, postado em março de 2018 e com mais de 553 mil visualizações, Zoio traz o título “Youtube me proibiu de postar vídeos”. Na produção audiovisual, ele reclama que a plataforma o deixou de castigo sem poder postar vídeos novos por alguns dias. Conforme a figura abaixo, ele exibe uma tela de notificação que teria aparecido no perfil da conta, ao tentar fazer upload de vídeo.

Figura 20 - Zoio reclama do Youtube



Fonte: print do canal do Youtube do Zoio

Enquanto a plataforma e ele relatam que houve violação para que isso ocorresse, ele reclama e se vitimiza, alegando que tudo isso é ruim para ele. A audiência capta essa mesma sintonia e comenta: “Que pena, infelizmente o Youtube tá mais rígido ainda , mais vc é foda zóio 😏”. Outro seguidor do canal comenta que “Infelizmente a política do Youtube tem 2 pesos e 2 medidas, tem tanta coisa que eles aceitam e que não deveria nem está na plataforma” e um terceiro diz que o “Youtube tá uma merda mesmo”. Isso mostra que alguns seguidores do Zoio não tem dimensão dos riscos, violações e influências negativas associadas às suas produções.

Os vídeos acima analisados trazem em seus conteúdos e na relação com o público de crianças e adolescentes que acompanha o canal os seguintes riscos: “atos, desafios e pegadinhas perigosas ou nocivas” com conteúdo com referências à segurança digital, além de “conteúdo explícito ou violento”, como incitação à violência.

Desse modo, torna-se perceptível a desconsideração dos seguintes direitos de crianças e adolescentes: proteção à vida e à saúde, conforme o Artigo 7º (Capítulo I - Do Direito à Vida e à Saúde) do ECA; o direito ao inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais, como rege o Artigo 17º (Capítulo II - Do Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade) do ECA; e o direito à dignidade, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor, como especificados no Capítulo II do Artigo 18º do do ECA, que trata do Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade.

Apresentamos, a seguir, um quadro síntese, com os vídeos analisados, com número de visualizações e indicando qual diretriz da plataforma e quais direitos da criança e do adolescente foram violados pelos canais do Zoio.

Considerando os canais analisados do Zoio, e tendo como referência analítica classificação de riscos do Projeto *Children Online: Research and Evidence*, conforme a tabela já apresentada no capítulo 2, podemos afirmar que Zoio pode ser enquadrado como violador tanto de diretrizes da plataforma Youtube, quanto apontadas na intersecção das dimensões e natureza dos riscos implicados na , relação da criança com o ambiente digital (Livingstone; Stoilova, 2021).

Assim, ele produz materiais com práticas autolesivas que trazem aspectos de CONTEÚDO, quando o público/audiência dele é destinatário de um conteúdo potencialmente danoso, a exemplo dos vídeos analisados em praticamente todas as *playlists*. Os vídeos dele trazem ainda riscos de CONTATO, quando o irmão adolescente e público infantil e adolescente

vivência ou é alvo de contatos potencialmente danosos com adultos, a exemplo do que ocorre nas cenas de trollagem e na situação de violência física em que K. é estapeado. Identificamos, ainda, o risco de CONDUTA, pois a audiência dele testemunha/participa ou é vítima de condutas potencialmente danosas entre pares, a exemplo do irmão que aparece em várias situações como vítima. Resumindo, três das quatro situações de risco, com base na posição da criança e do adolescente, podem ser observadas nas produções do Zoio.

Dado, ainda, o caráter contraditório das políticas da plataforma, que simultaneamente proíbe determinadas práticas, mas as acolhe quando geram lucros, permitindo que tantas violações permaneçam sendo exibidas diariamente, podemos identificar também, o risco de CONTRATO.

Avaliando as duas dimensões de riscos, o posicionamento da criança em relação ao ambiente digital e a natureza do risco, podemos caracterizar que o posicionamento da criança, na perspectiva da CONDUTA, tem duas intersecções: AGRESSIVO e de VALORES. No caráter AGRESSIVO podemos citar o “Ciberbullying, comunicação ou atividade de ódio ou hostil entre pares, a exemplo das trollagens, exclusão e ato com o intuito de causar constrangimento público”, conforme a Figura 2.

Na perspectiva de VALORES, ainda tomando a CONDUTA como dimensão do risco desde onde a criança está localizada identificamos situações que remetem a existência de “comunidades de usuários potencialmente danosas”. Este é precisamente o caso da comunidade de um canal que exibe de forma banalizada cenas de automutilação. Trata-se, como analisado, nesta dissertação, de situações com potencial para gerar danos, como colar os lábios com cola instantânea ou pingar limão no olho, que se configuram como práticas autolesivas de risco.

Por fim, na perspectiva da natureza dos riscos, podemos, ainda, definir as produções do Zoio como transversais, no sentido de manterem zonas de interseção entre os riscos, especialmente quando consideramos os riscos para a saúde física e mental.

Por último, vale, ainda, destacar o uso de estratégias para incentivar o uso excessivo de telas, prática comum à maioria dos youtubers, bastante alinhada com as políticas das plataformas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os dados e análises apresentadas nesta dissertação, podemos concluir que o youtuber Everson Zoio, com seus dois canais na plataforma Youtube, “Everson Zoio” e “Zoio do Dia”, contribui para incentivar o acesso generalizado do público, incluindo crianças e adolescentes, a conteúdos que promovem práticas autolesivas de riscos e danos que podem causar acidentes e morte, por meio dos vídeos produzidos e publicados por ele na plataforma.

Como apresentado de modo sintetizado na Quadro 1, na análise dos canais do Zoio, identificam riscos de CONTEÚDO, na publicização de conteúdo potencialmente danoso, os quais foram identificados em vídeos presentes em todas as *playlists*; riscos de CONTATO, quando seu irmão adolescente ou o público infantil e adolescente é vítima/alvo de contatos potencialmente danosos com adultos, como identificado nas cenas de trollagem, incluindo até violência física, quando K. foi estapeado; e risco de CONDUTA, nos casos em que a audiência do canal testemunha/participa ou é vítima de condutas potencialmente danosas entre pares, como ocorre com o irmão adolescente, em diversas situações em que ele aparece como vítima.

Considerando, finalmente, as contradições das políticas da plataforma, que - por um lado - proíbe determinadas práticas, e, por outro lado as acolhe e recomenda, permitindo que tantas violações permaneçam sendo exibidas diariamente inclusive, dada sua natureza lucrativa, podemos identificar também, o risco de CONTRATO.

Evidentemente, reconhecemos que nenhuma realidade é absoluta, principalmente quando se trata de seres humanos com suas ações, independências e influências. Não podemos generalizar que todas as crianças e adolescentes que, porventura, tenham tido acesso aos conteúdos deste e de canais similares irão reproduzir práticas de risco, pois existem contextos e mediações que podem aproximar ou até afastar, valorizar ou questionar esse grupo social desse tipo de conteúdo. Um exemplo de prática que pode aproximar as crianças e adolescentes desse tipo de conteúdo é o uso privativo não monitorado pelos pais, conforme apontado pela Pesquisa TIC Kids (2021). A relação de pares é outro fator adicional, podendo contribuir para o compartilhamento desse tipo de vídeo em espaços comuns, mas também rejeitá-los.

Conforme preconiza o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), todas as crianças e adolescentes precisam ser protegidas: “Art. 5º, nenhuma criança ou adolescente "será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, punido na forma da lei qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais” (Brasil, 1990).

Portanto, especialmente em se tratando de comunicações que alcançam milhões em termos de audiência, não é tolerável que seus direitos - como analisado ao longo dessa dissertação por meio de tantos exemplos - sejam negligenciados. Dentre os direitos feridos nos vídeos dos canais, destacamos: à proteção da imagem, o direito a não ser constrangido, o direito a ser protegido de conteúdo potencialmente danoso etc.

Vale ressaltar, em relação à questão da proteção, que os conselhos dados pelo próprio Zoio nos vídeos, quando ele orienta que os seus seguidores não reproduzam ou repitam os desafios que executa, não necessariamente surtem efeito. Esse tipo de orientação perde eficácia por sua incoerência, pois por mais que o youtuber afirme a existência do perigo, reforça, por outro lado, a ideia de que o youtuber é forte ou hardcore para cumprir essas práticas. Adicionalmente, seus discursos e ação durante a realização dos desafios, com empolgação, gerando expectativa, exaltando a alegria, estimulando a sensação de aventura, vai de encontro à recomendação feita de que a prática não deve ser repetida.

O acesso e o interesse pela busca de conteúdos dessa natureza, que implica colocar-se em perigo, em aventura e a desafiar-se são características da própria faixa etária que tem, naturalmente, a curiosidade e vontade de explorar, desafiar-se e vivenciar novas experiências, dentre outros pontos. Contudo, o fato desses canais serem espaços de oferta desse material, o tornam responsáveis pelos conteúdos acessados e por possíveis motivações geradas a partir desse acesso.

Vale ressaltar também que a plataforma deve ser considerada corresponsável pela disponibilização de conteúdos com práticas autolesivas de risco, pois além de ela ignorar e parecer fechar os olhos diante das inúmeras violações que Zoio e outros youtubers realizam descumprindo as próprias diretrizes, políticas e termos de uso impostos pelo Youtube, ela permite que essas produções ainda estejam hospedadas e circulando livremente.

Para além disso, a plataforma ainda tenta imprimir a ideia de que a responsabilidade por tudo é exclusivamente dos produtores de conteúdos e ainda “terceiriza” para os usuários a responsabilidade da fiscalização e do controle desses materiais postados, quando diz que atua de acordo com denúncias realizadas de forma virtual pelos usuários, gerando uma falsa ideia de que estão ligados em tudo e que, em caso de violações percebidas, o público pode denunciar e a plataforma avaliará caso a caso.

O fato de alguns vídeos de Zoio já terem sido banidos e/ou excluídos como ele já falou, só reforça que ele viola as diretrizes da plataforma. Enquanto isso, ele segue violando e descumprindo as regras e políticas. Isso soa bastante estranho, pois como é possível explicar que a plataforma Youtube tenha estrutura humana e tecnológica para barrar, por exemplo,

vídeos que se utilizem de músicas alicerçadas de direitos autorais e não tem condições de monitorar conteúdos que violem as próprias políticas, termos de uso e diretrizes da plataforma impostas por ela?

Outro fator complicador dessa situação é o Youtube ainda permitir que os vídeos dos canais do Zoio possam participar da estratégia de recomendação feita pela própria plataforma, como mostramos no capítulo 2, quando fizemos testes com uma palavras-chave específica “desafios” e vídeos do Zoio aparecem como primeiras sugestões. E isso ocorre mesmo quando as palavras-chaves são colocadas na aba de busca do Youtube usando o navegador em forma anônima.

Do mesmo modo, a plataforma também tem responsabilidade por monetizar o Zoio, devido aos acessos, e ainda permitir que os vídeos do canal dele sejam beneficiados com publicidades durante a reprodução. Diversas vezes ao dar play em vídeos dele, com o intuito de análise, o conteúdo foi interrompido por uma publicidade que aparecia na tela do computador.

Além disso, o interesse de investimento feito por empresas de aplicativos, de jogos de apostas e de lojas específicas em publicidades realizadas por Zoio dentro dos vídeos dele, como parte do conteúdo gravado e editado, colabora para que Zoio se mantenha produzindo vídeos com esse tipo de conteúdo. Isso pode acabar gerando um maior incentivo para que ele, como produtor de conteúdo, produza mais e mais. Ou seja, quanto mais ele produz e publica, mais conteúdo ele precisará produzir para poder encaixar mais anúncios. Não temos como garantir que ele assine contratos de publicidade e propaganda, mas podemos supor que ele deva receber algo em troca, visto as falas repetidas de um vídeo para outro e, pelo estilo de enunciação, que ele traz quando fala dos produtos, seja loja, site, aplicativo de apostas e investimentos.

Vale questionar ainda que a escolha dessas empresas pelo canal do Zoio pode ter surgido em decorrência do interesse na visibilidade e no alcance que Zoio alcançou e construiu. Este critério de posicionamento publicitário é preocupante, inclusive, visto que esse tipo de conteúdo não é algo interessante ou que traga, de modo prevalente, pontos positivos à sociedade. Ele fere abertamente o princípio do melhor interesse da criança e seu direito à proteção. Vale lembrar, sobre isso, que a proteção, segundo o ECA, é dever de todos.

Trata-se, contudo, de uma engrenagem que funciona em ciclo, onde a partir do sucesso de alcance e da visibilidade que ele tem, atualmente, e que foi acumulando com o tempo, as empresas de aplicativos de banco, lojas e investimentos o procuram, eles acertam as trocas e/ou pagamentos e ele divulga os serviços, permitindo que novos vídeos possam ser

produzidos, novos investimentos sejam realizados em cenários, equipamentos, e ele tenha mais condições de produção, que é o que gera engajamento.

Diante do exposto, podemos afirmar que as orientações, normas, políticas e controle interno do Youtube, como um todo, são insuficientes para proteger crianças e adolescentes

Em termos de recomendações, consideramos, portanto, urgente colocar em prática a regulação das plataformas no Brasil, assim como tem ocorrido mundo afora, a exemplo dos limites éticos colocados pela França aos influenciadores digitais. Em solo brasileiro, o projeto de Lei nº 2.630 alerta sobre a transparência e responsabilidade das plataformas sobre diversas frentes, inclusive conteúdos relacionados ao dever de cuidado diante de crianças e adolescentes que estão na internet e com acesso às plataformas, considerando que por mais que elas não tenham sido, inicialmente, pensadas para esse público, elas estão nesses espaços.

Importante, ainda, tratar a questão das subnotificações dos registros de vítimas, decorrentes de práticas autolesivas. Notificações erradas ou subnotificações podem gerar dados errados e ações de prevenção ou políticas públicas ineficientes. Nesse sentido, recomenda-se que sejam feitas campanhas com pais e educadores visando a sanar esse problema das subnotificações

Por isso, é importante entendermos e defendermos que é preciso mapear, analisar, prevenir e combater os riscos e danos como acidentes e mortes de crianças e adolescentes devido ao envolvimento com esses conteúdos que trazem malefícios. Isso precisa ser aplicado em várias frentes, com a responsabilização das plataformas, por meio de políticas públicas preventivas e de apoio à vítimas para toda a sociedade, mediante a orientação de pais, professores, profissionais de saúde, entre outros. Afinal, a responsabilidade sempre deve ser compartilhada entre todos: plataforma digital, produtores de conteúdo, e redes de proteção da infância no âmbito do Estado e da sociedade civil.

Nessa linha, destacamos, ainda, algumas recomendações para pais e educadores:

Recomendamos que os pais dialoguem com seus filhos sobre sua relação com a cultura digital, buscando sempre conhecer e acompanhar o que os filhos acessam. É importante, ainda, que essa inserção seja a mais natural possível, sem ser invasiva, visto que a criança e adolescente deve ter sua individualidade respeitada. Nesse contexto, reconhecer o território infantojuvenil e falar sobre segurança é essencial, assim como ajudá-los a reconhecer riscos e danos dos mais diversos, incluindo o acesso a pessoas estranhas na rede, o fornecimento de dados e a execução de práticas autolesivas de risco.

Alinhado a tudo isso é importante conversar sobre limites de tempo de acesso e sobre os sites que podem ser interessantes de serem acessados. Isso ajudará a criar uma rotina

de busca e acesso a conteúdos que tragam mais oportunidades e minimizem riscos e danos. Afinal, quando os pais fornecem referência de acesso saudável e equilibrado a locais (sites e páginas) adequados na web diante do acesso, do tempo e de local, os filhos podem ter mais facilidade de reproduzir o mesmo hábito.

Nessa linha, do compartilhamento da experiência, uma estratégia interessante pode ser a de acessar a internet, de forma conjunta, como uma atividade frequente, especialmente no processo inicial de letramento da cultura digital, pois além de realizar e manter uma relação parental saudável, revestida de confiança, ainda pode manter abertos caminhos para para possíveis dúvidas serem sanadas.

Para além da relação direta com a internet, recomendamos que os pais e responsáveis se mantenham, também, atentos ao bem-estar dos filhos. Nessa linha, é fundamental observar sinais recorrentes de machucado físico, inclusive tentativas de escondê-los, assim como de mudanças de comportamento, associados à tristeza, agressividade, reclusão etc.. Eles podem ser indícios da execução de práticas autolesivas de riscos.

Recomenda-se, ainda, que crianças possam sempre buscar e manter abertos diálogos com seus pais ou responsáveis, educadores e profissionais de saúde, ao se sentirem desconfortáveis sobre qualquer ação, prática ou pessoas que estejam no ambiente virtual. Nessa linha, orientamos, também, a não compartilhar informações pessoais e ter cuidado no acesso de links e páginas estranhas, evitando, ainda, o contato com estranhos.

Destacamos, finalmente, a necessidade de que sejam realizados novos estudos sobre esse tema, sob o olhar da comunicação, de modo a assegurar que crianças e adolescentes encontrem na internet um ambiente digital mais seguro e protetivo.

## REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Alessandra; GUEDES, Brenda (org.). **Culturas infantis do consumo: práticas e experiências contemporâneas**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.

AMARAL, I. Participação em rede: do utilizador ao “consumidor 2.0” e ao “prosumer”. **Revista Comunicação e Sociedade**, Minho, v. 22, p. 131-147, 2012.

ANDI. **Infância e Comunicação: referências para o marco legal e as políticas públicas brasileiras**. Brasília: ANDI, 2011.

AZEN, Márcia; BEZERRA, Arthur Coelho. Diversidade no funil: capitalismo de vigilância e conteúdo infantil no Youtube. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 24, n. 3, p. 85-100, set./dez. 2022.

AZEN, Marcia. **A infância convergente: um estudo crítico do regime de curadoria da informação para o público infantil no Youtube**. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro; Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2022.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BELING, Fernanda. **Os 10 maiores canais do YouTube em 2024**. 2024. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/13911-os-10-maiores-canais-do-youtube>. Acesso em: 20 ago. 2023.

BORGES, Vivian Roxo; WERLANG, Blanca Susana Guevara. Estudo de ideação suicida em adolescentes de 15 a 19 anos. **Estudos de Psicologia**, Natal, v. 11, n. 3, dez. 2006.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Secretaria Nacional de Justiça. Departamento de Promoção de Políticas de Justiça. **Classificação indicativa: guia prático de audiovisual**. 4. ed. Brasília: Ministério da Justiça, 2021. Disponível em <https://tinyurl.com/5ttu9zsf>. Acesso em: 22 out. 2023.

BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm). Acesso em: 23 jan. 2024.

BRASIL. Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. **Resolução nº 163, de 13 de março de 2014**. Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Brasília: CONANDA, 2014. Disponível em: <https://www.gov.br/participamaisbrasil/https-wwwgovbr-participamaisbrasil-blob-baixar-7359>. Acesso em: 23 jan. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Anualmente, mais de 700 mil pessoas cometem suicídio, segundo OMS**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/anualmente-mais-de-700-mil-pessoas-cometem-suicidio-segundo-oms>. Acesso em: 20 nov. 2023.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)**: Lei 8.069/90. Brasília, 2022. Disponível em: <https://tinyurl.com/46w6hncu>. Acesso em: 25 nov. 2023.

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

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a Revolução Digital**. São Paulo: Aleph, 2009.

CASTRO, Lúcia Rabello; BESSET, Vera Lopes. **Pesquisa-intervenção na infância e juventude**. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2008.

CASTRO, Lúcia Rabello. Teorizar sobre a infância desde uma perspectiva descolonial. *In*: CASTRO, Lúcia Rabello (org.). **Infâncias do Sul Global**: experiências, pesquisa e teoria desde a Argentina e o Brasil. Salvador: EDUFBA, 2021.

CEARÁ. **Lei Estadual n.º 16.341, de 13 de agosto de 2017**. Institui a Semana Estadual de Mobilização e Conscientização sobre as Brincadeiras Perigosas. Fortaleza: ALECE, 2017. Disponível em: <https://belt.al.ce.gov.br/index.php/legislacao-do-ceara/datas-comemorativas/item/5918-lei-n-16-341-de-13-09-17-d-o-18-09-17>. Acesso em: 25 nov. 2023.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Diretrizes para a regulação de plataformas digitais no Brasil**. 2023. Disponível em: <https://www.cgi.br/publicacao/acoes-e-diretrizes-para-a-regulacao-de-plataformas-digitais-no-brasil/>. Acesso em: 19 out. 2023.

COMPARATO, Fábio Konder. A democratização dos meios de comunicação de massa. **Revista USP**, São Paulo, n. 48, p. 6-17, 2001.

CONVERGÊNCIA DIGITAL. **Safernet adverte que jogo Baleia Azul é notícia falsa**. 2017. Disponível em: <https://convergenciadigital.com.br/internet/safernet-adverte-que-jogo-baleia-azul--noticia-falsa/>. Acesso em: 19 set. 2022.

COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupo Focal. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CRESCER ONLINE. **Polícia identifica adolescente suspeito de ser 'Homem Pateta' na web**. 2020. Disponível em: <https://revistacrescer.globo.com/Crianças/Seguranca/noticia/2020/07/policia-identifica-adolescente-suspeito-de-ser-homem-pateta-na-web.html>. Acesso em: 19 set. 2022.

CRIANÇA E CONSUMO. **Youtube é multado por coletar dados e segmentar anúncios para crianças**. 2019. Disponível em: <http://tinyurl.com/3cjcknj9>. Acesso em: 19 nov. 2023.

CRIANÇA E CONSUMO. **Desvendando a Lei Geral de Proteção de Dados e sua defesa às infâncias**. 2020. Disponível em: <http://tinyurl.com/53huv9pr>. Acesso em: 20 nov. 2023.

CUNHA, A. C. P. C.; FERNANDES, Natália. Participação infantil: a sua visibilidade a partir da análise de teses e dissertações em sociologia da infância em Portugal. *In*: DORNELLES, Leni Vieira; FERNANDES, Natália (ed.). **Perspectivas sociológicas e educacionais em estudos da criança**: as marcas das dialogicidades luso-brasileiras. Braga: Universidade do Minho, 2012.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DESLANDES, Suely Ferreira; COUTINHO, Tiago. O uso intensivo da internet por crianças e adolescentes no contexto da Covid-19 e os riscos para violências autoinflingidas. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, supl. 1, p. 2479-2486, jun. 2020.

DESLANDES, Suely Ferreira; COUTINHO, Tiago. Prevenção de “brincadeiras perigosas” na internet: experiência da atuação do Instituto DimiCuida em ambientes digitais. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 31, n. 4, p. e210845pt, 2022.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p.62-83.

FEENBERG, A. O que é a filosofia da tecnologia? *In*: NEDER, R. T. **A teoria crítica de Andrew Feenberg: racionalização democrática, poder e tecnologia**. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina, 2013. p. 49-66.

FIGUEIREDO, Catarina. **Conheça os 50 desafios do jogo online 'Baleia Rosa'**. 2017. Disponível em: <https://www.cmjornal.pt/sociedade/detalhe/conheca-os-50-desafios-do-jogo-online-baleia-rosa-que-quer-combater-o-jogo-da-morte>. Acesso em: 19 set. 2022.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GANDRA, Alana. **Estudo alerta para alta incidência de suicídio na adolescência**. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2023-09/brasil-registra-1000-suicidios-de-criancas-e-adolescentes-por-ano>. Acesso em: 02 fev. 2024.

GUEDES, Brenda Lyra. **Publicidade e infância: representações e discursos em uma arena de disputas de sentidos**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2014.

GUILERE, Juliana; Andronikof, Anne; Yazigi, Latife. Brincadeira do desmaio: uma nova moda mortal entre crianças e adolescentes: características psicofisiológicas, comportamentos e epidemiologia dos ‘jogos de asfixia’. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, p. 867-878, 2017.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

INSTITUTO ALANA. **Criança e consumo**. 2016. Disponível em <https://criancaeconsumo.org.br/consumismo-infantil/>. Acesso em: 22 nov. de 2023.

INSTITUTO DIMICUIDA. **Brincadeiras perigosas**. 2016. Disponível em: <https://institutodimicuida.org.br/brincadeiras-perigosas/#:~:text=O%20que%20s%C3%A3o%20as%20brincadeiras%20perigosas>. Acesso em: 18 set. 2024.

INSTITUTO DIMICUIDA. **Brincadeira com desodorante spray pode ser fatal**. 2015. Disponível em: <https://institutodimicuida.org.br/brincadeira-com-desodorante-spray-pode-ser-fatal/>. Acesso em: 19 set. 2022.

INSTITUTO DIMICUIDA. **‘Desafio do desodorante’**: como prevenir o risco de crianças e adolescentes com ‘jogos perigosos’. 2022. Disponível em: <http://www.institutodimicuida.org.br/desafio-do-desodorante-como-prevenir-o-risco-de-criancas-e-adolescentes-com-jogos-perigosos/>. Acesso em: 15 out. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, A.; LEVY, P. **O futuro da internet**: em busca de uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LIVINGSTONE, S. Children’s digital rights: a priority. **Intermedia**, Londres, v. 42, n. 4-5, p. 20-24, 2014.

LIVINGSTONE, Sonia. **A framework for researching Global Kids Online**: understanding children’s well-being and rights in the digital age. 2016. Disponível em: <https://tinyurl.com/2s5kvuzc>. Acesso em: 20 nov. 2023.

LIVINGSTONE, Sonia. **Global Kids Online**: comparative report. 2019. Disponível em: <http://tinyurl.com/wv92mzfy>. Acesso em: 10 jan. 2024.

MARIA, Eliane. **Perigos no uso da internet por crianças e adolescentes**: especialistas aconselham diálogo e supervisão dos pais. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/03/18/perigos-no-uso-da-internet-por-criancas-e-adolescentes-especialistas-aconselham-dialogo-e-supervisao-dos-pais.ghtml>. Acesso em: 24 jan. 2024.

MARÔPO, Lidia Soraya Barreto. SAMPAIO, Inês Vitorino; MIRANDA, Nut Pereira de. Meninas no Youtube: participação, celebração e cultura do consumo. **Estudos em Comunicação**, Covilhã, v. 26, n.1, p. 175-195, 2018.

MASCHERONI, G. Datafied childhoods: contextualising datafication in everyday life. **Current Sociology**, [s. l.], v. 68, n. 6, p. 798-813, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0011392118807534>. Acesso em: 18 set. 2023.

MÁXIMO, Thinayna Mendonça. **Público ou privado?**: a compreensão de crianças cearenses sobre privacidade online. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 2017.

MESA: canais e suas estratégias interativas. [S. l.]: comKids, 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CnJ3GXO3kSo>. Acesso em: 20 ago. 2023.

MIRANDA, Nut Pereira de. **Beijos monstruosos e eletrizantes**: os direitos à provisão, à proteção e à participação no canal de Julia Silva no Youtube. 2017. 154 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017.

MIRANDA, L. **Desafios perigosos do Youtube**: considerações sobre o risco transformado em espetáculo. 2020. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

NAPOLITANO, C. J.; RANZANI, L. H. Regulação democrática de plataformas de rede social: possibilidades da autorregulação regulada no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, Aracaju, v. 23, n. 3, p. 183-199, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/16332>. Acesso em: 20 nov. 2023.

NASCIMENTO, Isabel Cristina Araújo do. **'Quebra-crânios'**: morte de menina no RN foi por outra "brincadeira". 2020. Disponível em: <https://tvjornal.ne10.uol.com.br/noticias/2020/02/12/quebracrânios-morte-de-menina-no-rn-foi-por-outra-brincadeira-184045/index.html>. Acesso em: 19 set. 2022.

NOGUEIRA, M. G.; PADILHA, M. A. S. Cultura digital jovem: as TIMS invadem as periferias, e agora? **Educação e Temática Digital**, Campinas, v. 16, n. 2, p. 60-78, maio/ago. 2014.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (ed.). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2021**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2022.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (ed.). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2022**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2023.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (ed.). **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2021**. São Paulo, Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2022.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (ed.). **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2022**. São Paulo, Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2023.

OLIVEIRA, Aluisio de. **Brincadeiras de risco**. 2019. Disponível em: <https://www.draluisiodeoliveira.com.br/post/brincadeiras-de-risco>. Acesso em: 18 set. 2024.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Convenção sobre os Direitos da Criança**. 1989. Disponível em: <https://tinyurl.com/2p9fxekh>. Acesso em: 20 nov. 2023.

PALFREY, John; GASSER, Urs. **Nascidos na era digital**: entendendo a primeira geração de nativos digitais. Porto Alegre: Penso Editora, 2011.

PINTO, M.; SARMENTO, M. J. (coord.) **As crianças**: contextos e identidades. Braga: Universidade do Minho, 1997.

PRENSKY, M. Digital natives digital immigrants. **NCB University Press**, v. 9, n. 5, Oct. 2001.

PROUT, Alan. Reconsiderando a nova sociologia da infância. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 40, n. 141, p. 729-750, dez. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/86463c9grYmgkkL6NNV4wxD/?lang=pt>. Acesso em: 19 set. 2023.

QUEIROGA, Louise. **Menina de 12 anos sofre queimaduras em 49% do corpo no 'desafio do fogo'**. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/menina-de-12-anos-sofre-queimaduras-em-49-do-corpo-no-desafio-do-fogo-22996896>. Acesso em: 19 set. 2023.

RAMOS, Anne Carolina. A construção social da infância: idade, gênero e identidades infantis. **Revista Feminismos**, Salvador, v. 1, n. 3, p. 10, 2013

REGULAÇÃO de plataformas: os limites e possibilidades do antitruste. [S. l.]: NIC.br, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nYftl4rIHG8>. Acesso em: 20 ago. 2023.

SAFERNET BRASIL. **Guia cidadão digital**. 2020. Disponível em: <https://cidadadodigital.org.br/guia.pdf>. Acesso em: 16 set. 2024.

SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino. **A tematização da infância nas “esferas públicas mediáticas”**: uma análise centrada na propaganda de televisão. 1999. 38 8f Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 1999.

SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino; PEREIRA, Geórgia; CAVALCANTE, Andrea. Crianças youtubers e o exercício do direito à comunicação. **Cadernos Cedes**, v. 41, n. 113, p. 14-22, 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/366c4jdx>. Acesso em: 13 fev. 2023.

SANTOS, Luís Alberto Brandão; OLIVEIRA, Silvana Pessoa de. **Sujeito, tempo e espaço ficcionais**: introdução à teoria da literatura. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

SARMENTO, Manuel Jacinto. Imaginário e culturas da infância. **Cadernos de Educação**, Pelotas, v. 21, p. 51-69, 2003.

SATURNO, Ares. **Desafio de sugar camisinha é a nova moda da internet**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/canaltech/sabe-qual-e-a-nova-moda-enfiar-uma-caminsinha-pelo-nariz-e-resgata-la-pela-boca,4555d8f6fe096df2a238353144577edcj4m150vd.html>. Acesso em: 23 ago. 2019.

SARMENTO, M. J. **As culturas da infância nas encruzilhadas da 2ª modernidade**. Braga: [s. n.], 2004.

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIEGEL, DANIEL. **O cérebro adolescente**. São Paulo: NVersos Editora, 2016.

SOLSMAN, Joan E. **YouTube's AI is the puppet master over most of what you watch**. 2018. Disponível em: <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/youtube-ces-2018-neal-mohan/>. Acesso em: 17 ago. 2023.

SOUSA, Helena; LAMEIRA, Mariana. Perplexidades e incertezas da regulação dos media na Europa. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, Aracaju, v. 17, p. 120-136, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/154724>. Acesso em: 13 fev. 2023.

STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joel L. (org.). **Cultura infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2012. p. 51- 61.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer?: youtubers, infância e celebridade**. 2017. 221 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2017.

TUHLINSKI, Camila. **‘Desafio Momo’ pode causar danos psíquicos para crianças: saiba como lidar com os filhos**. 2019. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,desafio-momo-pode-causar-danos-psiquicos-para-criancas-saiba-como-lidar-com-os-filhos,70002760545>. Acesso em: 23 set. 2022.

VAN DIJCK, J.; POELL, Thomas; NIEBORG, D. Plataformização. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**, Porto Alegre, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 19 set. 2023.

VITORIO, Tamires. **YouTube Shorts chega ao Brasil para concorrer com o TikTok**. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/youtube-shorts-chega-ao-brasil-para-concorrer-com-o-tiktok/#:~:text=O%20YouTube%20lan%C3%A7ou%20nesta%20segunda,edi%C3%A7%C3%A3o%20feita%20diretamente%20pelo%20smartphone>. Acesso em: 15 out. 2023.

XEREZ, Gioras. **'Não brinquem com fogo', diz criança queimada ao imitar vídeo na web**. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/ceara/noticia/2017/02/nao-brinquem-com-fogo-diz-crianca-queimada-ao-imitar-video-na-web.html>. Acesso em: 19 set. 2022.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.