

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
CENTRO DE EDUCAÇÃO ABERTA E A DISTÂNCIA (CEAD)
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Leonardo Ferreira da Silva

**A EXTIMIDADE EM SERGE TISSERON E A EXPOSIÇÃO DE CRIANÇAS
NAS MÍDIAS DIGITAIS**

Ouro Preto

2026

Leonardo Ferreira da Silva

**A EXTIMIDADE EM SERGE TISSERON E A EXPOSIÇÃO DE CRIANÇAS
NAS MÍDIAS DIGITAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Centro de Educação Aberta e a Distância
(CEAD), Universidade Federal de Ouro Preto,
como parte dos requisitos para obtenção do
título de Licenciado em Pedagogia.

Orientadora: Profa. Dra. Gláucia Maria dos
Santos Jorge.

Ouro Preto

2026



FOLHA DE APROVAÇÃO

Leonardo Ferreira da Silva

A extimidade em Serge Tisseron e a exposição de crianças nas redes digitais

Monografia apresentada ao Curso de Pedagogia do Centro de Educação Aberta e a Distância da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de licenciado em pedagogia

Aprovada em 20 de dezembro de 2025

banca

Membros da

Doutora Gláucia Maria dos Santos Jorge - - Orientador(a) Universidade Federal de Ouro Preto
Doutora - Rosângela Márcia Magalhães - Universidade Federal de Ouro Preto

Gláucia Maria dos Santos Jorge, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 20/12/2025



Documento assinado eletronicamente por **Gláucia Maria dos Santos Jorge, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 16/01/2026, às 07:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1042705** e o código CRC **D80A1C67**.

RESUMO

Este artigo discute o conceito de extimidade, formulado por Serge Tisseron a partir das reflexões de Jacques Lacan, e analisa sua relação com os fenômenos contemporâneos de exposição de crianças nas mídias digitais e nas redes sociais. A partir da distinção entre espaço público e espaço privado, a noção de extimidade propõe uma zona intermediária em que o sujeito revela aspectos íntimos de si com o objetivo de obter reconhecimento, pertencimento e validação social. Na era das tecnologias digitais e do compartilhamento constante, o desejo de tornar público o que antes pertencia à esfera privada tornou-se uma forma de expressão de existência e de construção de identidade. O artigo articula a teoria psicanalítica de Tisseron (2003; 2019) com observações sobre o contexto brasileiro, onde o uso das redes sociais por famílias e influenciadores digitais tem levado à naturalização da exposição infantil, transformando a intimidade em espetáculo. A reflexão aponta para a necessidade de repensar as fronteiras entre o público e o privado na formação subjetiva das novas gerações.

Palavras-chave: Subjetividade, reconhecimento social, infância midiaticizada.

ABSTRACT

This article discusses the concept of extimacy, formulated by Serge Tisseron based on the reflections of Jacques Lacan, and analyzes its relationship with contemporary phenomena involving the exposure of children in digital media and social networks. Drawing on the distinction between public and private space, the notion of extimacy proposes an intermediate zone in which the subject reveals intimate aspects of the self in order to obtain recognition, belonging, and social validation. In the era of digital technologies and constant sharing, the desire to make public what once belonged to the private sphere has become a form of expressing existence and constructing identity. The article articulates Tisseron's psychoanalytic theory (2003; 2019) with observations on the Brazilian context, where the use of social networks by families and digital influencers has led to the naturalization of children's exposure, turning intimacy into spectacle. The reflection points to the need to rethink the boundaries between the public and the private in the subjective formation of new generations.

Keywords: Subjectivity, social recognition, mediatized childhood.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Canais brasileiros de influência infantil: alcance, visibilidade e comercialização.....	15
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 METODOLOGIA.....	7
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	8
3.1 A NOÇÃO DE INTIMIDADE E SUA TRANSFORMAÇÃO.....	8
3.1.2 EXTIMIDADE: ENTRE O ÍNTIMO E O PÚBLICO.....	10
3.1.3. EXTIMIDADE E CULTURA DIGITAL: NOVAS FORMAS DE EXPOSIÇÃO.....	12
3.1.4 A EXTIMIDADE INFANTIL NAS MÍDIAS DIGITAIS E REDES SOCIAIS BRASILEIRAS.....	14
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	15
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	19

1 INTRODUÇÃO

As transformações trazidas pelas tecnologias digitais redesenharam as fronteiras entre o que é público e o que é privado. A vida cotidiana, antes restrita a espaços físicos delimitados, passa a ser mediada por dispositivos móveis e redes sociais, que ampliam as possibilidades de compartilhamento e de visibilidade. Nesse contexto, a exposição da intimidade, seja de si, seja de outros, tornou-se parte do modo de existir e de se relacionar no mundo contemporâneo. O conceito de extimidade, formulado por Serge Tisseron (2003) a partir de Jacques Lacan, descreve precisamente essa tendência: a necessidade de tornar visível, aos outros, aspectos do próprio mundo íntimo. A extimidade não é apenas a perda da privacidade, mas uma nova forma de gestão da subjetividade, na qual o sujeito escolhe o que expor e o faz buscando reconhecimento e uma forma de existir. No Brasil, o fenômeno ganha contornos preocupantes quando envolve crianças e adolescentes, o que nos faz questionar aspectos legais e psicossociais dessa exposição.

2 METODOLOGIA

Este artigo caracteriza-se como uma revisão teórica, fundamentada em análise bibliográfica e documental, cujo objetivo é compreender o conceito de extimidade em Serge Tisseron e discutir suas implicações para a exposição de crianças e adultos nas mídias digitais. Adota-se o método de revisão narrativa, conforme descrito por Rother (2007), adequado para estudos que buscam integrar teorias, conceitos e debates acadêmicos a partir de diferentes campos do conhecimento.

A revisão foi estruturada em três etapas complementares:

Levantamento bibliográfico: Realizou-se busca em bases de dados nacionais e internacionais (SciELO, PePSIC, Google Scholar e Periódicos CAPES), utilizando descritores como *extimidade*, *Tisseron*, *intimidade*, *infância digital*, *crianças nas redes sociais*, *psicanálise e mídia*, *subjetividade digital*. Foram incluídos livros, artigos científicos, capítulos de obras organizadas e documentos institucionais publicados entre 1999 e 2025. A obra de Serge Tisseron, sobretudo *Le désir d'extimité mis à nu* (2003) e *Petit traité de cyberpsychologie* (2011; 2019), constituiu o núcleo teórico central da análise.

Seleção e análise crítica do material: A seleção dos textos pautou-se nos seguintes critérios: pertinência direta ao conceito de intimidade; relação com infância, subjetividade, cultura digital ou exposição pública de crianças; relevância metodológica ou teórica para o campo psicanalítico, sociológico ou comunicacional.

Foram excluídos textos de caráter estritamente opinativo ou sem fundamentação acadêmica.

A análise do material buscou identificar convergências, divergências e contribuições teóricas capazes de iluminar o problema investigado. Esse processo envolveu leitura analítica, fichamento e categorização temática nos seguintes eixos: intimidade e espaço privado; intimidade e reconhecimento; exposição infantil; mercantilização da subjetividade; cultura digital contemporânea.

Articulação teoria–contexto: Em etapa final, procedeu-se à articulação entre o referencial psicanalítico de Tisseron e o contexto brasileiro, considerando pesquisas recentes sobre cultura digital, mídias sociais e práticas de exposição infantil. Para exemplificação do fenômeno no Brasil, adotou-se análise de dados públicos disponíveis em plataformas de monitoramento (OpenSubSub e HiveInfluence), além de incluir resultados do estudo publicado por Jorge e Silva (2025), que examina o canal Brancoala e a mercantilização da intimidade infantil.

Por tratar-se de revisão teórica, não houve coleta de dados com participantes humanos, dispensando procedimentos éticos envolvendo comitês de ética, conforme Resolução CNS nº 510/2016. A metodologia adotada permite aprofundar conceitos, sistematizar reflexões e problematizar fenômenos emergentes relacionados à exposição infantil nas mídias digitais.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 A NOÇÃO DE INTIMIDADE E SUA TRANSFORMAÇÃO

Segundo Tisseron (2011, p. 84), refletir sobre a intimidade exige compreender, inicialmente, o conceito de intimidade. Tradicionalmente, o íntimo corresponde a um espaço de reserva e de liberdade subjetiva, um território simbólico onde o sujeito pode pensar, imaginar e sentir sem a interferência dos outros, o processo pelo qual os fragmentos do ser íntimo são propostos ao olhar de outrem a fim de serem validados. Com o avanço das tecnologias digitais, essa distinção clássica entre o público e o

privado tornou-se cada vez mais fluida. O celular, as redes sociais e as câmeras conectadas a todo momento permitem que cada indivíduo redefina o que deseja tornar público.

Vivemos um tempo em que a vida pública e a vida privada se confundem por excesso de confirmação, e essa fusão molda desejos, identidades e julgamentos. As práticas de exposição digital de crianças, seja por pais, por empresas ou pelas próprias crianças, revelam a passagem da infância do espaço doméstico para o espaço público da mídia. No entanto, quando essa lógica é aplicada à infância, emergem dilemas éticos fundamentais sobre consentimento, autonomia e proteção da subjetividade em formação, que exigem reflexão crítica da psicologia, da educação e do direito. Esse fenômeno adquire dimensões éticas, psicológicas e pedagógicas complexas, pois desloca a fronteira entre o íntimo e o público justamente em uma etapa da vida marcada pela formação da subjetividade.

O conceito de extimidade, proposto por Tisseron, oferece uma chave potente para compreender as formas contemporâneas de subjetivação na cultura digital. Jorge e Mill (2018) indicam que, nesta sociedade contemporânea dita sociedade grafocêntrica digital, o sujeito passa a registrar e divulgar continuamente aspectos de sua vida cotidiana, tornando-se autor e curador de si mesmo. Esse processo redefine o íntimo, transformando-o em narrativa pública. O que se aproxima diretamente do conceito de extimidade, entendido como o desejo de tornar o íntimo visível e reconhecido socialmente. Há também as práticas espontâneas das próprias crianças que, aprendem a construir suas identidades em redes sociais. Esses espaços funcionam como novos palcos de subjetivação, onde se aprende a “ser visto” como forma de existir. A exposição digital, assim, torna-se uma extensão da busca por reconhecimento, característica essencial da vida psíquica, mas agora mediada por algoritmos e pela lógica da visibilidade.

“A infância tem sido capturada por lógicas de consumo e exposição midiática que transformam o espaço doméstico em vitrine pública” (JORGE; MILL, 2021, p. 5). Os autores discorrem sobre a transformação da intimidade em extimidade, exemplo disso é quando os próprios pais fazem publicidade da vida da infância de seus próprios filhos, e/ou publicam em suas redes sociais vídeos, fotos e conteúdos em situações domésticas (comendo, brincando, aprendendo), aí existe uma transposição da vida íntima para a vida digital. O que antes era restrito ao ambiente familiar passa a compor uma narrativa visual compartilhada, curtida e comentada por desconhecidos. Nesse

sentido, a intimidade não desaparece, mas se reconfigura como um espaço de visibilidade controlada, em que o sujeito (ou os responsáveis pela criança) negocia permanentemente o que expor e o que preservar.

3.1.2 EXTIMIDADE: ENTRE O ÍNTIMO E O PÚBLICO

A extimidade representa um movimento *inverso* ao da intimidade, tratando-se da exposição do íntimo na busca pelo olhar e reconhecimento do outro. Enquanto a intimidade diz respeito ao que é interior, reservado e protegido (aquilo que o sujeito guarda para si), a extimidade refere-se ao que é externado, aquilo que, embora pertença ao âmbito do íntimo, é colocado para fora, tornado público.

O termo extimidade foi originalmente formulado por Jacques Lacan (LACAN, 1969/2008), para designar a presença do outro no mais íntimo do sujeito é também o mais estranho o que o habita, mas não lhe pertence completamente.. Aquilo que é simultaneamente interno e externo, familiar e estranho, revelando que a interioridade psíquica não é autônoma, mas atravessada pela alteridade e pela linguagem. Ao transpor esse conceito para o campo da cultura digital, Tisseron retoma o conceito para descrevê-lo em termos socioculturais. Em *Le désir d'extimité mis à nu* (2003), ele analisa o reality show *Loft Story*, cujos participantes, mesmo cientes da vigilância constante, afirmavam preservar sua privacidade. Para o autor, essa atitude não revela apenas exibicionismo, mas um desejo de extimidade: a vontade de compartilhar fragmentos íntimos de si para obter reconhecimento.

Esse processo expressa um desejo humano fundamental, consciente ou não, de tornar visível partes de si mesmo, revelando fragmentos da esfera privada como forma de construir laços e significados sociais. Assim, os impulsos de preservar a intimidade e de compartilhá-la não se opõem, mas se articulam de modo complementar: o sujeito constitui sua identidade na tensão entre o que mostra e o que oculta. Dessa forma, o desejo de extimidade é inseparável do desejo de intimidade, pois é justamente na relação entre ambos que se produz a experiência social do “eu”, um “eu” que se reconhece na interação com os outros e na visibilidade que essa troca proporciona.

E é aí que neste sentido, a psicologia crítica pode se apropriar do conceito de extimidade como ferramenta de problematização, voltada a questionar as fronteiras entre o público e o privado, entre a exterioridade e a interioridade psíquica. Essa perspectiva convida à reflexão sobre como os processos de subjetivação

contemporâneos são moldados pelas dinâmicas de visibilidade, controle e desejo de reconhecimento. Assim, ao mesmo tempo em que a extimidade evidencia a impossibilidade de uma interioridade puramente autônoma, ela também permite denunciar as formas pelas quais a cultura digital captura e mercantiliza o íntimo, exigindo um olhar crítico sobre as novas configurações do eu e do outro na era da exposição.

Ao direcionarmos o tema para o campo do *desejo* na Psicanálise, a extimidade não se reduz ao exibicionismo, se apresenta na vontade de compartilhar aspectos íntimos de si para existir e ser reconhecido, confirmados e afirmados no e pelo olhar do Outro. Serge Tisseron retoma esse conceito, deslocando-o para o campo sociocultural contemporâneo. Em *Le désir d'extimité mis à nu* (2003), ao analisar o *reality show* francês *Loft Story*, faz a observação de que os participantes, mesmo conscientes da vigilância constante das câmeras, afirmavam preservar sua privacidade. Se associado à realidade dos reality shows brasileiros, temos exemplos claros deste fenômeno. Podemos citar aqui Big Brother Brasil (Globo), “tradução de O Grande Irmão”, que foi originalmente criado na Holanda em 1999 por John de Mol Jr. O nome e o conceito são inspirados no personagem Big Brother do livro 1984 de George Orwell, que descreve um líder que está sempre observando a população.

Assim também como os mais famosos e principais reality shows no Brasil como A Fazenda da (Record), Casamento às Cegas (Netflix), Ilhados com a Sogra, Power Couple Brasil, Masterchef Brasil, De Férias com o Ex, Drag Race Brasil, Largados e Pelados Brasil. Todos exemplificam a transformação da intimidade em espetáculo, característica marcante da cultura da visibilidade. No *BBB*, os participantes vivem sob vigilância contínua, partilhando emoções, conflitos e momentos de vulnerabilidade que passam a integrar o imaginário coletivo. O público, por sua vez, participa ativamente, julgando, comentando e votando, o que reforça a lógica de que o reconhecimento do outro é indispensável para a afirmação do “eu”. A exposição constante cria um ambiente onde o íntimo é performado: o choro, a amizade e o afeto são vividos diante das câmeras, num processo que converte a subjetividade em narrativa pública.

Já em *Casamento às Cegas*, a proposta de formar vínculos afetivos e decidir um casamento sem contato visual direto desloca a experiência da intimidade para o domínio da mídia digital e do consumo. As emoções e os dilemas pessoais são roteirizados e compartilhados como conteúdo, alimentando a curiosidade e o

engajamento da audiência. O que se observa é a naturalização da exposição emocional como forma legítima de se relacionar e existir socialmente, uma expressão clara da extimidade contemporânea, em que a identidade se constrói não apenas pela interioridade, mas também pela visibilidade mediada.

Percebemos que os reality shows brasileiros atualizam, em escala de massa, o movimento descrito por Tisseron: a busca por reconhecimento por meio da exposição do íntimo. O desejo de ser visto e compreendido se torna central na constituição do sujeito, revelando que a fronteira entre o privado e o público não é mais de oposição, mas de contaminação recíproca. O íntimo se alimenta do olhar do outro, e a visibilidade se torna condição de existência subjetiva, fenômeno que ganha ainda mais complexidade quando transposto às mídias digitais e às práticas cotidianas de autopublicação nas redes sociais.

3.1.3. EXTIMIDADE E CULTURA DIGITAL: NOVAS FORMAS DE EXPOSIÇÃO

A expansão das mídias digitais e das redes sociais no século XXI, especialmente plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, e TikTok, radicalizou o fenômeno da extimidade. Ao contrário do voyeurismo televisivo do início dos anos 2000, a exposição agora é autoproduzida: cada indivíduo é autor, editor e curador de sua própria imagem. Nos ambientes digitais, crianças e adolescentes têm se tornado protagonistas desse novo regime de visibilidade, no qual o reconhecimento e a validação social são mediadas por curtidas, comentários e visualizações.

Importante darmos conta e evidenciar que este fenômeno da *extimidade* acontece e toma novas formas de exposição na e com a cultura digital. Os trabalhos e pesquisas revelam a super exposição destas crianças na internet, a questão do direito ao esquecimento, bem como a naturalização da exposição da intimidade e suas implicações psicológicas. Publicado no livro *Educação a Distância e Presencial na Cultura Digital: Reflexões sobre inteligência artificial, inclusão e outros temas emergentes*, o artigo *Exposição Infantil e Mercantilização na cultura digital: análise do canal “Brancoala” e as representações de Laura*, da professora Glaucia Maria dos Santos Jorge, e Leonardo Ferreira da Silva, maio de 2025, Editora SEaD-Ufscar, ISBN – 978-65-85914-29-1, discute sobre estas implicações.

Ao observar que as famílias que documentam e compartilham cada instante de suas rotinas, este gesto de tornar pública a vida privada dos filhos, isto revela algo mais

profundo: a dificuldade contemporânea de aceitar o invisível, o silêncio e a ausência de registro. Em uma cultura que valoriza o que é visto e compartilhado, proteger a infância é também preservar a possibilidade de existir fora das telas, um direito que, paradoxalmente, se tornou cada vez mais raro. A ausência de orientação crítica pode transformar a experiência digital em um espaço de sobre-exposição e controle social, mais do que de liberdade subjetiva.

No estudo de Jorge e Silva (2025), a análise do canal *Brancoala* revela como a exposição de crianças na cultura digital se relaciona com processos de mercantilização da intimidade e com a construção pública da identidade infantil. Na era digital, *o direito ao esquecimento (ou a perda dele)* adquire um sentido que ultrapassa a dimensão jurídica: ele se torna uma questão existencial. Viver em meio a registros permanentes é viver com a impossibilidade do esquecimento, e, portanto, da reconstrução de si. Para uma criança cuja vida é exposta desde cedo, isso significa crescer sem o direito ao próprio silêncio, sem o espaço de redefinir o que deseja revelar ou ocultar. O arquivo digital torna-se uma espécie de espelho inescapável, onde cada gesto, imagem e palavra permanecem disponíveis, mesmo quando já não representam mais quem se é.

A *naturalização da exposição da intimidade* podemos perceber que o “mostrar-se” já não é apenas um ato de comunicação, mas um modo de existir, um modo que depende do olhar do outro para confirmar sua própria validade. A exposição de crianças nas redes sociais revela como o íntimo se converteu em moeda simbólica de valor. A fronteira entre o privado e o público se dissolve, e a intimidade, antes guardada, passa a ser projetada como vitrine. A busca por reconhecimento, curtidas e seguidores transforma a experiência subjetiva em espetáculo contínuo. Quando essa dinâmica envolve crianças, as consequências ultrapassam a esfera simbólica.

As *consequências psicológicas e sociais* dessa superexposição têm sido amplamente investigadas. Pesquisas apontam que crianças expostas precocemente nas mídias digitais tendem a desenvolver uma identidade dependente da aprovação externa, o que pode comprometer sua autonomia e saúde mental (LIVINGSTONE, 2018; PLUNKETT, 2020). A infância, tempo de experimentação e construção da identidade, passa a ser moldada pela lógica da performance. O olhar externo, que deveria proteger, torna-se o mesmo que invade e define. O risco não está apenas na exposição em si, mas na incorporação precoce da ideia de que o afeto e o reconhecimento precisam ser conquistados pela visibilidade. Assim, a criança aprende a se ver através da lente de uma câmera, e não mais pelo espelho do próprio olhar.

3.1.4 A EXTIMIDADE INFANTIL NAS MÍDIAS DIGITAIS E REDES SOCIAIS BRASILEIRAS

No contexto brasileiro, a cultura da exposição digital é amplamente alimentada por redes como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, e TikTok, onde surgiram fenômenos como os 'kids influencers' crianças com milhões de seguidores e contratos publicitários. Essas produções evidenciam a naturalização da visibilidade infantil e a construção precoce da identidade da criança mediada pelo olhar externo.

Segundo a plataforma [opensubsub.io](https://open.subsub.io) disponível em https://open.subsub.io/youtube-stats/top/50-most-subscribed-channels/category/kids/country/brazil?utm_source, temos informações sobre visualizações acumuladas e ranking da categoria “kids”, os Top 50 Most Subscribed Kids YouTube Channels in Brazil. Assim como na plataforma [haveinfluence.io](https://hiveinfluence.io), disponível em https://hiveinfluence.io/top-influencers/youtube/kids/brazil/?utm_source temos o ranking Top 10 Kids YouTube Influencers in Brazil for March 2025. Não existe uma lista “oficial” única, o cenário mistura canais infantis profissionais, family channels (famílias que documentam crianças), e criadores adultos voltados ao público infantil. Entre os exemplos que aparecem com maior destaque na imprensa e em rankings estão:

- * Canais e marcas voltadas à infância (conteúdo infantil profissional): Lucas Neto / Lucas Toon (com 53,6 milhões de inscritos), um dos maiores produtores de conteúdo infantil no Brasil, com canais e produtos licenciados voltados a crianças.

- * Kids / family influencers (crianças filhas de celebridades / creators): perfis como o da Maria Alice (filha de Virginia Fonseca e Zé Felipe) são amplamente divulgados e representam o tipo de criança cuja vida é documentada e segue grande audiência (49 milhões de visualizações).

- * Canais infantis populares no YouTube (produtos/estúdios que atraem crianças): TotoyKids (40 milhões de visualizações) e outros canais infantis com enorme volume de visualizações e alcance entre crianças. Esses canais influenciam fortemente o público infantil.

****muitos “influenciadores mirins” aparecem em três formatos principais (1) crianças protagonistas com canal próprio, (2) filhos mostrados rotineiramente em family channels, (3) grandes canais/estúdios que produzem conteúdo infantil (com ou sem crianças protagonistas). Os impactos famosos na mídia concentram-se aqui.**

A seguir propomos um quadro com ranking curto de canais brasileiros estrelados por crianças-irmãos ou modelos de kids influencers/família, com métricas aproximadas de inscritos e visualizações. Esses números ajudam a contextualizar a escala do fenômeno no Brasil, milhões de inscritos significam exposição massiva e impacto simbólico. Os canais misturam crianças protagonistas, conteúdo familiar, e produtos/mercado infantil, o que reforça a interseção entre infância, visibilidade e comercialização

Quadro 1 – Canais brasileiros de influência infantil: alcance, visibilidade e comercialização

Nº	Canal	Protagonistas Modelo	Nº de inscritos aproximados	Visualizações ou observações relevantes
1	Maria Clara e JP	Irmãos Maria Clara e João Pedro Melo do Amaral	49 milhões de inscritos	canal estrelado por crianças-irmãos, modelo kids influencers/família
2	Valentina Pontes (ofc)	criança-influencer + família	28,6 milhões de inscritos	perfil individual voltado para crianças, modelo “kids-influencer”.
3	Planeta da Gêmeas	Irmãs Melissa e Nicole + participação familiar	14 milhões de inscritos	conteúdos infantis, com temática de vlogs, família.
4	Luluca - Família Luluca	criança Luluca + família colaboradora	16 milhões de inscritos	vlogs de rotina, desafios, entretenimento infantil.
5	Canal Brincando com Yasmin Veríssimo	criança Yasmin + família	6,44 milhões de inscritos	modelo de criança influencer + vlogs com a família

Fonte: Dados do autor (2026).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de extimidade, em Tisseron, ajuda a compreender as formas contemporâneas de subjetivação na cultura digital. Ele revela que a exposição de si não é mero exibicionismo, mas expressão de um desejo legítimo de reconhecimento. Entretanto, quando aplicado à infância, esse fenômeno adquire dimensões éticas e

psicológicas complexas. Proteger a infância é também proteger o direito ao invisível, ao silêncio e ao segredo.

Vemos que a forma com que socializamos mudou depois da chegada da internet, e que a possibilidade desta comunicação digital trouxe novas dinâmicas que antes eram feitas de forma pessoal/relacional e hoje são mediadas e atravessadas pelo uso do computador, dos celulares e das tecnologias nas mídias digitais e nas redes sociais. Assim como também, consequentemente a formação da cultura social se modifica. Nos resta fazer uma análise, desta “mudança”, pensar em a quem serve esta ideologia? Para que e qual a finalidade da criação destes canais digitais, esta vida é real? (esta realidade virtual é compatível com a vida real?) Assim como pensarmos o porquê é tão vantajoso e para quem serve esta nova forma de vida digital? Ela é saudável? Como você usa e como você permite que seus filhos usem a tecnologia, para qual fim?

As pesquisas mostram que a indústria dos creators foi estimada em 1,7 bilhões de dólares em 2017 e hoje a Goldman Sachs prevê que esta indústria chegará em 500 bilhões de dólares até 2027. Ou seja, não é de se estranhar que as duas profissões mais desejadas pela geração alpha (que são os nascidos entre 2010 e 2024) sejam youtuber e depois Tik Toker. Passamos de 50 milhões de *creators* globais para 200 milhões em estimativa. O que ninguém fala é que grande parte dos criadores está entrando em colapso. Segundo pesquisa do Patreon, 78% dos criadores relatam que o esgotamento está afetando a sua motivação. Além disso, menos de 4% consegue literalmente viver disso e acaba se criando uma economia informal, onde praticamente as pessoas aceitam qualquer trabalho enquanto elas vão postando, esperando dar certo na internet. Independentemente disso, as empresas continuam incentivando e investindo para que qualquer pessoa transforme a sua vida e seu quarto em um canal de transmissão ao vivo sem qualquer plano financeiro ou benefício.

Nós como cidadãos estamos sedentos por orientação, vozes de pessoas que não estão ligadas a empresas ou governos, que elas nos dêem sentido das coisas que estão acontecendo. Segundo pesquisa da Edelman, 70% das pessoas acreditam que líderes governamentais, empresariais e a própria imprensa enganam as pessoas propositalmente. Logo dar voz a influenciadores para falarem exatamente o que as pessoas querem, é o caminho mais fácil e mais barato, e sem regras também. As empresas atuam como elas querem. E com isso a influencia está em colapso. Nos últimos anos, o alcance no Instagram diminuiu 95% .

É fundamental pensarmos sobre este tema, refletirmos em como transformamos o íntimo/pessoal em extimidade, quais as consequências disto e como essa transposição se reflete hoje no cotidiano e na prática de crianças que se tornaram *kids influencers* de sua própria vida. Em pensar que elas ainda não formaram sua identidade e personalidade, e estão diretamente ligadas à inspirações e padrões que muitas vezes não correspondem com os próprios individuais. A inserção da criança nesse regime de visibilidade permanente pode comprometer a constituição de um espaço psíquico próprio, necessário à elaboração da experiência, à imaginação e ao brincar. Quando tudo é publicizado, o “eu” infantil corre o risco de ser moldado pelo olhar anônimo das redes, perdendo a liberdade de experimentar identidades e sentimentos de modo privado. Assim, a proteção da infância implica defender o direito ao invisível, ao silêncio e ao segredo, como condição de saúde emocional e de desenvolvimento subjetivo.

Em síntese, pensar a extimidade na infância é pensar a própria condição humana no século XXI: entre o desejo de visibilidade e a necessidade de resguardo, entre o compartilhar e o preservar. A sociedade digital nos convida a revisitar os fundamentos da intimidade, da educação e da ética, perguntando o que significa, hoje, “proteger uma criança”. Proteger a infância, nesse contexto, não é isolá-la do mundo digital, mas educá-la para habitar esse mundo com consciência, sensibilidade e limites. Trata-se, como diria Paulo Freire, de “humanizar o uso das tecnologias”, fazendo delas ferramentas de emancipação e não de exposição sem reflexão. Assim, a compreensão da extimidade infantil nas redes sociais brasileiras nos desafia a construir novas pedagogias da imagem, do cuidado e da alteridade, em que o reconhecimento do outro não implique a perda de si, e onde o ato de compartilhar possa coexistir com o direito de permanecer em silêncio.

A extimidade na infância contemporânea como uma leitura psicanalítica e sociocultural, a partir do conceito introduzido por Jacques Lacan e retomado por Serge Tisseron, permite compreender o modo como o sujeito contemporâneo vivencia a fronteira entre o íntimo e o público. Em Lacan, a extimidade (*extimité*) revela que o mais íntimo do sujeito, seu desejo, seu gozo, seu inconsciente, é também o mais estranho, aquilo que lhe é exterior e incontrolável. Essa formulação rompe com a ideia moderna de interioridade protegida, indicando que o eu se constitui no e pelo olhar do outro. Tisseron, ao transpor o conceito para o campo das tecnologias e da cultura, mostra que o desejo de tornar-se visível, o desejo de *extimidade*, é uma forma

contemporânea de busca por reconhecimento. Assim, o que antes era guardado como segredo ou experiência privada passa a ser compartilhado publicamente, transformando-se em narrativa de si.

Na cultura digital, esse movimento adquiriu novas proporções. As redes sociais oferecem a cada indivíduo e, mais recentemente, às próprias crianças, a possibilidade de produzir, editar e publicar sua imagem continuamente (muitas vezes ser o que não é). O que era um espaço simbólico de intimidade e proteção tornou-se um palco de exibição e consumo. Como observa Tisseron (2003), a exposição de si não é apenas exibicionismo, mas a tentativa legítima de existir no olhar do outro. Entretanto, quando aplicada à infância, essa dinâmica revela uma problemática ética e subjetiva profunda: a criança é inserida em uma lógica de visibilidade antes mesmo de poder consentir ou compreender as consequências dessa exposição. A extimidade, nesse contexto, é vivida como imposição, uma forma de se constituir sob o olhar público e comercial das plataformas digitais.

Sob o ponto de vista da psicanálise lacaniana, o processo de subjetivação infantil sempre dependeu do olhar de um *Outro*, aquele que nomeia, reconhece e estrutura o sujeito no simbólico. No entanto, nas dinâmicas contemporâneas, esse olhar é substituído pelo *Outro digital*, anônimo e fragmentado, que se manifesta em curtidas, comentários e visualizações. O que Lacan chamou de “estádio do espelho”, momento em que a criança se reconhece na imagem e forma seu “eu”, agora se dá diante das telas e das audiências virtuais. Assim, a criança se vê não mais refletida por um olhar humano e próximo, mas por um espelho público e mercantilizado. É nesse ponto que a extimidade se transforma em *sintoma* de uma época em que a subjetividade é constituída pela visibilidade, e o desejo de reconhecimento é colonizado pelo mercado da imagem.

As famílias influenciadoras e os canais protagonizados por crianças exemplificam esse processo, ao transformar a vida doméstica em espetáculo e o afeto em produto. Como observam Jorge e Mill (2021), trata-se da transformação da família e da infância em “mercadorias simbólicas”, que circulam e geram valor em uma economia baseada na atenção e na visibilidade. Nessa perspectiva, o brincar, o crescer e o sonhar tornam-se performances destinadas a sustentar o capital afetivo das redes.

Concluir sobre a extimidade na infância contemporânea exige, portanto, um olhar ético e psicanalítico, pois se a formação do sujeito implica necessariamente um espaço do “não visto”, o lugar do segredo, do erro, da imaginação e do silêncio, a

sociedade digital ameaça essa dimensão ao expor tudo ao olhar público. A preservar o *direito ao invisível*, o espaço da interioridade que não precisa ser mostrado para existir. Defender a infância, nesse contexto, é garantir a possibilidade de o sujeito tornar-se *alguém para si mesmo*, e não apenas uma imagem para os outros. Em um tempo em que a visibilidade se tornou sinônimo de existência, proteger a criança é também proteger o mistério da subjetividade, aquilo que deve permanecer íntimo para que o sujeito possa ser, verdadeiramente, singular.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. TIC Kids Online Brasil 2017: pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br); Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), 2018. Disponível em: https://www.nic.br/media/docs/publicacoes/2/tic_kids_online_2017_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 31 out. 2025.

EDELMAN. 2025 Edelman Trust Barometer: final report. New York: Edelman, jan. 2025. Disponível em: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2025%20Edelman%20Trust%20Barometer_Final.pdf. Acesso em: 1 nov. 2025.

ENDEMOL SHINE GROUP. History of Big Brother. Amsterdã: Endemol Shine Group, 1999. Disponível em: <https://www.endemolshinegroup.com/format/big-brother>. Acesso em: 31 out. 2025.

GLOBO. Big Brother Brasil: história e formato. Rio de Janeiro: TV Globo, 2002. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/bbb/>. Acesso em: 31 out. 2025.

GOLDMAN SACHS. The creator economy could approach half a trillion dollars by 2027. Goldman Sachs, 2023. Disponível em: <https://www.goldmansachs.com/insights/articles/the-creator-economy-could-approach-half-a-trillion-dollars-by-2027>. Acesso em: 31 out. 2025.

HIVE INFLUENCE. Top 10 kids YouTube influencers in Brazil for March 2025. Disponível em: <https://hiveinfluence.io/top-influencers/youtube/kids/brazil/>. Acesso em: 31 out. 2025.

JORGE, Gláucia; MILL, Daniel. Sociedade grafocêntrica digital. In: MILL, Daniel (org.). *Dicionário crítico de educação e tecnologias e de educação a distância*. Campinas: Papirus, 2018.

JORGE, Gláucia; MILL, Daniel. Quando crianças e famílias viram mercadorias: reflexões sobre a educação em tempos líquidos. *Revista Educa Online*, maio–ago. 2021.

JORGE, Gláucia Maria dos Santos; SILVA, Leonardo Ferreira da. Exposição infantil e mercantilização na cultura digital: análise do canal “Brancoala” e as representações de

Laura. In: MATTAR, João; OLIVEIRA, Paula; CAVALCANTE, André (orgs.). *Educação a distância e presencial na cultura digital: reflexões sobre inteligência artificial, inclusão e outros temas emergentes*. São Carlos: Editora SEaD-UFSCar, 2025. ISBN 978-65-85914-29-1. Disponível em: <file:///C:/Users/User/Downloads/Livro-03-EaD-e-Temas-cultura-digital-eletr-final.pdf>. Acesso em: 31 out. 2025.

LACAN, Jacques. *Le Séminaire, Livre XVI: d'un Autre à l'autre*. Paris: Seuil, 1969.

LACAN, Jacques. *O Seminário, livro 7: a ética da psicanálise (1959–1960)*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

LACAN, Jacques. *O Seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise (1964)*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

LANE, Sílvia Tatiana Maurer; CODO, Wanderley. *Psicologia social: o homem em movimento*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

LIVINGSTONE, Sonia. Children's digital privacy and rights in the age of smart devices. *New Media & Society*, v. 20, n. 8, p. 3231–3245, 2018.

OPEN SUBSUB. Top 50 most subscribed kids YouTube channels in Brazil. Disponível em:

<https://open.subsub.io/youtube-stats/top/50-most-subscribed-channels/category/kids/country/brazil>. Acesso em: 31 out. 2025.

ORWELL, George. *1984*. Londres: Secker & Warburg, 1949.

PATREON. Managing stress and burnout – creators: 78% report burnout affects their motivation. Patreon Help Center, 2025. Disponível em:

<https://support.patreon.com/hc/en-us/articles/35255941037837-Managing-stress-and-burnout>. Acesso em: 2 nov. 2025.

PLUNKETT, Scott W. The impact of early internet exposure on children's social development. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, v. 61, n. 7, p. 790–803, 2020.

REST OF WORLD. Brazilian child influencers face legal battles over online fame. 2025. Disponível em: <https://restofworld.org/2025/brazil-child-influencers-legal/>. Acesso em: 31 out. 2025.

TISSERON, Serge. Le désir d'extimité mis à nu. *Le Divan Familial*, Paris: Dunod, n. 11, p. 53–62, 2003.

TISSERON, Serge. *Extimité: comprendre la culture numérique*. Paris: Dunod, 2019.

WIKIPÉDIA. Lucas Neto. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Lucas_Neto. Acesso em: 31 out. 2025.

WIKIPÉDIA. Maria Clara & JP. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Maria_Clara_%26_JP. Acesso em: 31 out. 2025.