

AUTORIDADE DISCURSIVA E PRÁTICAS INFORMACIONAIS NA INFLUÊNCIA DIGITAL: UMA ANÁLISE DO VÍDEO "ADULTIZAÇÃO"¹

Priscilla Nunes PEIXOTO²; Ronaldo Ferreira de ARAÚJO³; Lindiwe Sophia Oliveira FIDELES⁴

¹ GT 3 – Indústrias Midiáticas

² Universidade Federal de Pernambuco, priscilla.peixoto@ichca.ufal.br.

³ Universidade Federal de Alagoas, ronaldo.araujo@ichca.ufal.br.

⁴ Universidade Federal de Minas Gerais, fideleslindiwe@gmail.com.

RESUMO

A influência digital tem sido compreendida como um fenômeno central nos ambientes midiáticos contemporâneos, ultrapassando conceitos e dinâmicas tradicionalmente associadas à Internet. Mais do que produtores de conteúdo, influenciadores digitais participam ativamente dos processos de criação, circulação e legitimação da informação, extrapolando a condição de meros interagentes das plataformas digitais. Observa-se, nesse cenário, a valorização da autenticidade como elemento constitutivo de seus discursos, os quais passam a mobilizar debates que deixam de se restringir ao ambiente digital e alcançam outros setores da sociedade. Nessa perspectiva, conteúdos audiovisuais veiculados em plataformas digitais podem ser compreendidos como discursos (Foucault, 2014) capazes de incidir sobre as dinâmicas de interpretação, validação e compartilhamento da informação. Torna-se, assim, necessária a análise das implicações produzidas por essas falas, bem como dos elementos que ressignificam a figura do influenciador digital enquanto sujeito informacional. Diante disso, o presente trabalho tem como objetivo analisar discursivamente o vídeo “Adultização”, produzido pelo influenciador Felipe Bressanim Pereira - conhecido como Felca, buscando compreender as articulações envolvidas na construção de autoridade discursiva e seus efeitos em contextos sociotecnológicos.

Vinculado ao campo da Ciência da Informação, o estudo dialoga com os conceitos de práticas informacionais (Araújo, 2017; Savolainen, 2006), mediação da informação (Almeida Júnior, 2017; Azen; Lourenço; Cavalcante, 2024) e autoridade discursiva. Adota-se, portanto, uma abordagem qualitativa, compreendendo o discurso como elemento que participa da modulação de contextos sociotecnológicos específicos. A análise de discurso (Orlandi, 2015) é mobilizada como estratégia complementar, visando compreender práticas informacionais associadas à atuação de influenciadores digitais. O objeto de estudo desta pesquisa é o vídeo do canal *Felca*, analisado sob uma perspectiva discursiva e informacional, com enfoque nas condições de circulação e legitimação da informação.

A análise evidencia a crítica do influenciador à lógica das plataformas digitais, mobilizando sua autoridade discursiva para introduzir e problematizar questões complexas, tais como as dinâmicas algorítmicas e a exploração mercadológica de crianças e adolescentes. Ao discutir casos como os de Isabel Magdalena (canal *Bel para Meninas*), Carolyn Dreher e Hytalo Santos, Felca constrói um discurso que associa a comercialização da infância à ação de adultos mediadores, incluindo os próprios pais. Nesse contexto, a criança passa a ser configurada como produto, orientado por expectativas de audiência e demandas comerciais específicas.

O estudo parte do pressuposto de que o papel e a autoridade do influenciador ultrapassam a mera disseminação de conteúdos de entretenimento, configurando-o como sujeito informacional na articulação de dados, denúncias e narrativas críticas relacionadas a práticas que podem gerar efeitos nocivos a crianças e adolescentes. Assim, o vídeo analisado evidencia a presença de um discurso crítico que tensiona a lógica comercial das plataformas digitais, ao questionar modelos de negócio baseados na monetização da visibilidade em detrimento da ética informacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Ação cultural e protagonismo social. *In*: GOMES, H. F.; NOVO, H. F. (orgs.). **Informação e protagonismo social**. Salvador: EDUFBA, 2017.

ARAÚJO, C. A. Á. Os estudos em práticas informacionais no âmbito da Ciência da Informação. *In*: ARAÚJO, C. A. Á. (org.). **Práticas informacionais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017. p. 17–38.

AZEN, M.; LOURENÇO, F. T.; CAVALCANTE, L. F. B. **Mediações na infância**: o brincar como mercadoria. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24, 2024, Vitória. Anais [...]. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, 2024. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/342069>. Acesso em: 12 fev. 2025.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 24. ed. São Paulo: Loyola, 2014.

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 12. ed. Campinas: Pontes, 2015.

SAVOLAINEN, R. Everyday life information seeking. *In*: FISHER, K.; ERDELEZ, S.; McKECHNIE, L. (Eds.). **Theories of information behavior**. Medford: Information Today Inc, 2006. p. 143-148.