

ITALIAN BRAINROTS : UN PHÉNOMÈNE DE MODE CHEZ NOS ENFANTS CONTRIBUANT À LEUR CONSTRUCTION IDENTITAIRE?



Brr Brr Patapim

Brr brrr patapim, il mio cappello è piano di Slim!

© MtvHustle.in

France BAIE

ANALYSE UFAPEC
FEVRIER 2026 | 01.26



Résumé : Cette analyse permet d'examiner les *Italian Brainrots*, créatures farfelues générées par l'intelligence artificielle, en tant que phénomène de mode, et sous le prisme de la construction identitaire. Entre ce que ce type de vidéo peut apporter en termes de construction identitaire et les messages véhiculés, parfois stéréotypés, voire haineux, qui peuvent être source d'interrogations chez les parents, un débat peut avoir lieu. L'enjeu pour les enfants n'est-il pas ici d'être accompagnés dans la compréhension des mécanismes de l'intelligence artificielle, des algorithmes, des stratégies commerciales, des possibles manipulations et des messages implicites véhiculés par ces vidéos ? Les enfants n'ont-ils pas droit à être acteurs de leurs pratiques culturelles et à développer un esprit critique ?

Mots-clés : Italian Brainrots, IA, intelligence artificielle, construction identitaire, identité, cerveaux, réseaux sociaux, enfants, adolescents, vidéos, TikTok, Instagram, créatures, personnages, humour, créativité, stéréotype, surréalisme, absurdité, représentation, succès, mode, algorithme, outils numériques, dangers, esprit critique.

Dans un souci de lisibilité, les formes masculines sont utilisées pour désigner les deux sexes, homme et femme, ainsi que les différentes formes d'identité ou d'expression de genre.



Avec le soutien du Ministère
de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Introduction

Tung Tung Tung Sahur, Lirili Larila, Bombardiro Crocodilo, Brr Brr Patapim, Ballerina Cappuccina... Sous ces noms bizarres se cachent les *Italian Brainrots*, des créatures farfelues générées par l'intelligence artificielle (IA). Depuis 2025, un ensemble de courtes vidéos mettant en scène ces personnages a envahi à une vitesse affolante TikTok, Instagram et d'autres réseaux sociaux. *Désormais, le succès des Italian Brainrots est planétaire, de la Corée du Sud à l'Espagne en passant par le Kenya. Des dizaines de créatures sont devenues des mèmes¹, inspirant un flux de nouveaux contenus tels que le "Brainrot Rap", visionné 116 millions de fois sur YouTube.²*

Lors de nos réunions regroupant les associations de parents à propos de la thématique des médias et de l'éducation au numérique et lors d'un débat organisé sur un groupe Whatsapp³ entre responsables d'associations de parents de la régionale de Bruxelles, certains parents nous parlent de ce phénomène de mode que sont les *Italian Brainrots* et dont leurs enfants sont parfois fans. Il nous a donc semblé intéressant de nous pencher sur ces nouvelles créations virtuelles. Pourquoi cette tendance presque virale sur les réseaux sociaux ? Qu'est-ce qui explique ce phénomène de mode ? À l'instar d'une précédente analyse où nous avons examiné le phénomène du langage des jeunes comme participant à une construction identitaire⁴, nous abordons cette fois un exemple de vidéo généré par l'IA (intelligence artificielle), les *Italian Brainrots*, en tant que phénomène de mode en l'analysant à nouveau sous le prisme identitaire. Nous avons fait le choix de cibler un genre de vidéo bien précis pour nous cantonner à l'exemple des *Italian Brainrots* parmi la multitude des vidéos qui circulent sur les réseaux sociaux.

Entre ce que ce type de vidéo peut apporter en terme de construction identitaire et les messages véhiculés, parfois stéréotypés, voire haineux, qui peuvent être source d'interrogations chez les parents, un débat peut avoir lieu.

L'enjeu pour les enfants n'est-il pas ici d'être accompagnés dans la compréhension des mécanismes de l'intelligence artificielle, des algorithmes, des stratégies commerciales, des possibles manipulations et des messages implicites véhiculés par ces vidéos ? Les enfants n'ont-ils pas droit à être acteurs de leurs pratiques culturelles et à développer un esprit critique ?

En filigrane de cette analyse, c'est le rôle des adultes, des parents et de l'éducation aux médias qui est questionné, dans un contexte où les enfants évoluent de plus en plus tôt dans des univers façonnés par l'intelligence artificielle et les plateformes numériques.

¹ Un même est un élément culturel reconnaissable, reproduit et transmis par l'imitation du comportement d'un individu par d'autres individus.

² AFP – « Italian Brainrots : des personnages venus de l'IA devenus phénomène mondial », La Libre, 10 août 2025 - <https://www.lalibre.be/economie/digital/2025/08/10/italian-brainrots-des-personnages-venus-de-lia-devenus-phenomene-mondial-GRYS4TPFAVD3RGJHAFZGVMWEF4/>

³ Témoignages récoltés par France Baie en présentiel et via le groupe Whatsapp de la régionale bruxelloise rassemblant des parents membres et responsables des comités des associations de parents - décembre 2025.

⁴ BAIE F., *Évolution du langage des jeunes : une variété linguistique participant à une construction identitaire ?* - analyse UFAPEC, février 2019 - <https://www.ufapec.be/nos-analyses/0119-langage-jeunes.html>

Des parents perplexes...

Les *Italian Brainrots* générés par l'IA mettent en scène des personnages hybrides (un mélange d'animaux avec des objets du quotidien, de la nourriture ou des armes) sur un fond sonore bruyant. L'originalité des personnages fait fortement recours à l'imagination. Les *Italian Brainrots* sont des vidéos inspirées de l'esthétique italienne : musique, accent, stéréotypes présentés sur un ton ironique et exagéré (par exemple, italien exubérant, macho, amateur de mode...). La venue des *Italian Brainrots* sur les réseaux sociaux est un phénomène qui ne laisse pas indifférent les parents.

Mon fils regarde fréquemment les Italian Brainrots, ces courtes vidéos présentant des personnages loufoques sur TikTok. Il adore cela parce que les personnages sont composés à la fois d'animaux et d'objets ou encore de fruits. Leurs noms et leurs manières de parler sont complètement absurdes. L'humour décalé est, je crois, ce qui lui plaît tant quand il les regarde, explique Virginie, maman d'un élève de primaire.

Mes ados connaissent bien ces vidéos qui circulent sur tous les réseaux sociaux. Ils m'ont également indiqué que certaines paroles contiennent des insultes. Derrière ces personnages un peu farfelus se cachent en réalité des contenus problématiques, parfois dangereux pour nos enfants, affirme Imed, président d'une association de parents.

Ces vidéos sont tellement appréciées par certains enfants qu'ils y jouent dans la cour de récréation, car les vidéos ont entraîné la vente de cartes, de jeux et de figurines : *Mes deux enfants (8 et 10 ans) connaissent bien les Italian Brainrots. Apparemment, il y a aussi des cartes (style Pokémon). Ils ne m'ont pas évoqué quoi que ce soit de "en ligne" (aucun n'a de téléphone), pourvu que ça dure, affirme Axel, membre d'une association de parents.*

J'ai deux garçons de 7 et 11 ans. Ils jouent et chantent brainrots. Le grand joue aux cartes car il trouve ça cool, pour jouer avec les autres, mais il trouve ça quand même un peu idiot. Apparemment, ils peuvent être connus dans le jeu et ils peuvent se voler des brainrots. Au plus tu en as au plus tu peux « frimer » à l'école. Le plus petit aime bien chanter les chansons (même si ça fatigue les parents), affirme Sophie, membre d'une association de parents.



⁵ © Wikipédia

⁵ https://fr.wikipedia.org/wiki/Brain_rot_italien



Construction identitaire : l'exemple des *Italian brainrots*

Les *Italian Brainrots* sont regardés aussi bien par les enfants des écoles fondamentales que par ceux du secondaire. Il y a donc un attrait de la génération Z et Alpha⁶

Pourquoi certains jeunes sont-ils accros *aux Italian Brainrots* ? Est-ce que l'humour, la parodie ou la dérision, voire la moquerie, y sont des points plaisants pour les enfants ? Pourquoi ces vidéos sont-elles si addictives ? Ont-ils besoin de ces personnages pour construire leur identité ?

Ces créatures s'expriment souvent avec un accent pseudo-italien stéréotypé et s'affrontent dans des vidéos parodiques, où leurs capacités sont exagérées et incohérentes. Leurs discours sont succincts, pauvres en contenu éducatif, mais il est vrai que certains peuvent trouver cela comique... On peut dès lors concevoir que cela puisse plaire à un jeune public. La recherche de contenus sans grand enjeu, comme stratégie de détente face à l'anxiété contemporaine (climat qui se détériore, guerres, chômage, incertitudes diverses), est-elle ici recherchée ? Nos enfants ont sans doute besoin parfois de légèreté, de scroller⁷, d'affirmer également leur identité en likant et en partageant des contenus humoristiques, absurdes et parfois ironiques à leurs amis ou à leur communauté. Les *Italian Brainrots* sont peut-être utilisés comme langage émotionnel. Les jeunes utiliseraient leurs codes pour exprimer humour, affection, exubérance. Ce serait un moyen pour eux d'externaliser des émotions dans un cadre ludique.

Internet permet une culture participative, comme dans le cas des *Italian Brainrots* où une communauté suit et alimente la plateforme en développant d'autres personnages, en les faisant interagir et en créant de nouveaux contenus. Les *Italian Brainrots* sont une création collective d'internet, surtout portée par TikTok, et non l'œuvre d'une personne précise.

Les *Italian Brainrots*, par leur absurdité et leur univers si spécifique, peuvent fonctionner comme un langage partagé, générateur d'une identité collective. Chez les jeunes générations, des contenus absurdes et l'humour peuvent entraîner une culture participative. Le phénomène fonctionne comme un "dialecte" partagé. Les jeunes utilisent des langages alternatifs pour exprimer leurs émotions et créer du lien. Regarder de telles vidéos peut en effet faire en sorte de se sentir appartenir à un groupe et de se débarrasser de contenus trop sérieux ou trop intellectuels. En outre, on le sait, les jeunes ont souvent besoin de s'opposer à leurs parents. En regardant de tels contenus, c'est aussi une manière de dire aux adultes que ces derniers n'y comprennent rien. Les réseaux sociaux amplifient ces micro-identités temporaires. En effet, les jeunes se construisent

⁶ Génération Z (1995-2009) : nés avec un smartphone dans la main, ces créatifs engagés dansent sur Billie Eilish... Connectés et conscients des enjeux climatiques, ils jonglent entre Instagram et TikTok. Génération Alpha (2010-2024) : véritables « natifs du numérique », ils grandissent avec des tablettes et des assistants vocaux. Biberonnés aux réseaux sociaux, ils influencent déjà les choix technologiques de leurs parents. Voir LE CORRE J., *Qui se cache derrière les générations Bêta, Alpha, Z et Y ?* – in Le Point - 16 janvier 2025 - https://www.lepoint.fr/eureka/a-quelles-tranches-d-age-correspondent-les-generations-beta-alpha-z-des-millenniaux-16-01-2025-2580106_4706.php

⁷ Faire défiler verticalement le contenu d'un document sur un écran d'ordinateur à l'aide de la molette d'une souris, d'un pavé tactile (touchpad, trackpad), mais également sur un écran tactile de téléphone portable ou de tablette à l'aide d'un doigt.



des identités dans un monde où les appartenances traditionnelles (famille, école, territoire) ont fortement évolué.

La popularité explosive de l'*Italian Brainrot* peut être attribuée à une combinaison de facteurs. Parmi ceux-ci, nous retrouvons la fascination envers l'absurdité et le surréalisme, la propagation virale sur les réseaux sociaux, le partage instantané mais encore :

- la participation communautaire (les utilisateurs ont l'opportunité de créer leurs propres personnages de Brainrot italiens, de développer des histoires de fond élaborées (et souvent absurdes), de produire de faux documentaires et de diffuser des messages
- le boost algorithmique : *l'algorithme privilégie le contenu qui génère un fort engagement et un partage rapide, propulsant ainsi la tendance dans la conscience collective*⁸. Les algorithmes favorisent des contenus très codifiés, répétitifs, mimétiques. Les jeunes apprennent à se socialiser via des micro-performances virales. On le sait les plateformes de ce type façonnent les comportements, les normes et les représentations.

Dans leur construction identitaire, les enfants sont également séduits par tout le marketing qui se cache derrière les *Italian Brainrots*. Sur certains blogs, on trouve pour allécher un jeune public ceci : *Si tu as ri, souri, ou simplement halluciné devant cette galerie de personnages aussi absurdes qu'attachants, alors la mission est réussie. Le brainrot, c'est bien plus qu'un mème*⁹ : *c'est un état d'esprit, une philosophie, un club étrange dont tu fais maintenant partie. Et pour garder un peu de cette magie avec toi, il te suffit d'adopter ton Brainrot préféré en porte-clé.*¹⁰

⁸ <https://www.bitrue.com/fr/blog/italian-brainrot-list-a-complete-directory>

⁹ Un mème est un élément culturel reconnaissable, reproduit et transmis par l'imitation du comportement d'un individu par d'autres individus - <https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A8me>

¹⁰ <https://farce-et-attrape.fr/blogs/blog-humour-farce-et-attrape/le-top-11-des-meilleurs-brainrots>

Italian Brainrots : vers des cerveaux pourris ?

Les *Italian Brainrots* sont des vidéos surprenantes, originales et empreintes d'imagination, elles développent un humour décalé empreint d'inventivité. C'est, nous l'avons vu, cela aussi qui plaît tant aux enfants dans leur recherche de construction identitaire. Mais si l'imagination est reine au pays des *Italian Brainrots*, certains ne les voient pas comme une source éducative très positive ni inspirante. On ne les appelle pas brainrots pour rien... En effet, brainrots signifie littéralement « abrutissement numérique » ou « pourriture cérébrale ». Le mot « Brain rot » a été élu mot de l'année par le Oxford English Dictionary en 2024. Mais pour une définition plus littéraire, l'université d'Oxford (Royaume-Uni) apporte des précisions : *ce terme se définit ainsi comme la détérioration supposée de l'état mental ou intellectuel d'une personne, notamment considérée comme le résultat d'une surconsommation de matériel (maintenant particulièrement de contenu en ligne) perçu comme trivial ou peu stimulant. Également : quelque chose caractérisé comme susceptible de conduire à une telle détérioration.*¹¹

Le phénomène des *Italian Brainrots* qui est source d'identité et d'amusement pour les enfants est également source d'incompréhension pour certains parents, voire d'inquiétudes éducatives et éthiques. Certains se demandent si les contenus véhiculés dans ces vidéos, même s'ils participent à la construction identitaire des enfants, ne vont pas "faire pourrir" le cerveau de leurs enfants, s'ils n'influencent pas négativement leurs représentations, leurs comportements et leurs goûts. Il est vrai que, dans leur construction identitaire, les jeunes ne perçoivent pas ou font parfois abstraction des représentations et des stéréotypes qui se trouvent cachés dans certaines vidéos de manière quelquefois insidieuse.

Le journal *Le Soir* tire, en tout cas, la sonnette d'alarme. *Ballerina Cappuccina, Bombardino Crocodilo, Tralalero Tralala... Si vous n'y comprenez rien, c'est normal. Ce sont des personnages créés par l'intelligence artificielle, générables à l'infini, dans des scénarios toujours plus improbables. Les « italian brainrots » connaissent un franc succès sur les réseaux. Un succès qui comporte ses dérives, des messages à caractère raciste et haineux.*¹² *La libre* aussi s'inquiète. *Si les "Italian Brainrots" n'ont d'italien que leurs noms à vague consonance italienne, le mot "Brainrot" (cerveau pourri) fait référence à l'effet délétère bien réel que peut produire le fait de faire défiler compulsivement les publications sur les réseaux sociaux.*¹³

Ces vidéos peuvent véhiculer des messages contraires aux principes démocratiques. Lucas Marcellin, journaliste pour *Le Parisien* explique, vidéo à l'appui, que certaines de ces *Italian Brainrots* véhiculent parfois des messages « racistes » et « islamophobes », dissimulés dans les phrases troublantes. *Comme sur celle du personnage de « Bombardiro*

¹¹ NAYE J., *Qu'est-ce que le « brain rot », terme élu mot de l'année 2024 ?*, in Santé magazine, 4 décembre 2024 - <https://www.santemagazine.fr/actualites/actualites-sante/quest-ce-que-le-brain-rot-terme-elu-mot-de-lannee-2024-1107960>

¹² DEWIT L., *Les « italian brainrots » : la tendance virale qui véhicule des messages haineux*, in le journal Le Soir, 12/05/2025 - <https://www.lesoir.be/674767/article/2025-05-12/les-italian-brainrots-la-tendance-virale-qui-vehicule-des-messages-haineux>

¹³ AFP – *Italian Brainrots : des personnages venus de l'IA devenus phénomène mondial*, *La Libre*, 10 août 2025 - <https://www.lalibre.be/economie/digital/2025/08/10/italian-brainrots-des-personnages-venus-de-lia-devenus-phenomene-mondial-GRYS4TPFAVD3RGJHAFZGVMWEF4/>



Crocodillo », où il est possible d'entendre, après traduction : « Un crocodile volant qui bombarde les enfants de Gaza et de Palestine »¹⁴.

Paula Floch, journaliste à la RTBF, met également en garde sur la portée de ces discours apparemment inoffensifs qui comporte néanmoins un risque. *En tout cas, l'aspect comique et léger de ces personnages peut être trompeur, voire traître. Le succès de ce contenu repose en fait sur un paradoxe psychologique qui mène à ce brainrot . Ce phénomène neurologique, c'est "le biais d'attention incongrue" : notre cerveau, confronté à l'absurde, ne comprend rien... et veut tout comprendre. Seulement, il n'y a rien à comprendre. Cela reste du Brainrot, de la "pourriture cérébrale" saupoudrée de faux parmesan.*¹⁵

Certains internautes regardant les *Italian Brainrots* classent leurs personnages par ordre de préférence et s'amuse à retenir leurs noms compliqués comme un défi. D'autres encore, créent leurs personnages et leurs histoires en la générant grâce à l'intelligence artificielle. Il n'est donc pas étonnant qu'il puisse y avoir des dérives et que certains en profitent pour véhiculer des messages stéréotypés, racistes ou haineux. Et cela, les enfants, dans leur recherche de plaisir et d'identité, ne le savent pas toujours...

Cependant, malgré ces différentes alertes, il faut sans doute aussi faire attention à ne pas créer un climat de peur qui alimenterait l'habituelle crainte parentale que les jeunes font des choses inutiles et sans intérêt sur internet. Il existe, en effet, chez les parents parfois une panique morale à chaque nouveauté technologique qui touche leurs enfants. Il est donc intéressant, en tant que parents d'accompagner et de dédramatiser certaines utilisations en analysant ces nouveaux phénomènes de société avec les enfants et en leur permettant de comprendre les limites, parfois franchies, du vivre ensemble citoyen.

¹⁴ MARCELLIN L., Vidéo - *Italian Brainrot* : ces créatures virales accusées de véhiculer des messages haineux, le 30 avril 2025 - <https://www.leparisien.fr/societe/video-italian-brainrot-ces-creatures-virales-accusees-de-vehiculer-des-messages-haineux-30-04-2025-SXDSCTU775FAJJD7ASX3WNO6Q.php>

¹⁵ FLOCH P., RTBF Actus – *Italian Brainrot* : ces personnages absurdes créés par l'IA envahissent les réseaux – 19 mai 2025 - <https://www.rtf.be/article/italian-brainrot-ces-personnages-absurdes-crees-par-l-ia-envahissent-les-reseaux-11546736>



Conclusion

Le phénomène des *Italian Brainrots* est un révélateur puissant des transformations contemporaines de la socialisation des enfants, de leur rapport aux images, aux récits et aux technologies, mais aussi des conditions dans lesquelles ils se construisent aujourd'hui. À travers ces contenus, les enfants créent leur identité, leur appartenance à un groupe, ils expérimentent des codes culturels propres à leur génération et trouvent des espaces d'expression émotionnelle dans un monde traversé par de nombreuses incertitudes.

Il est essentiel de reconnaître cette dimension identitaire sans la disqualifier d'emblée. Les enfants ne sont pas de simples consommateurs passifs : ils construisent des significations, rejouent ces univers dans la cour de récréation, s'approprient des langages et testent leur place parmi les autres. Toutefois, cette construction identitaire se déploie dans un environnement numérique structuré par des logiques économiques, algorithmiques et idéologiques qui échappent largement à leur compréhension. C'est là que se situent les véritables enjeux de société : banalisation de stéréotypes culturels, circulation de discours haineux dissimulés sous l'humour, marchandisation des cultures enfantines, captation de l'attention et dépendance aux plateformes.

Dès lors, il ne s'agit pas seulement de se demander si ces contenus « abrutissent » ou non, mais de questionner le cadre dans lequel ils s'imposent aux enfants. Ceux-ci ont des droits fondamentaux : le droit à une information compréhensible et adaptée à leur âge, le droit à la protection contre les contenus préjudiciables, mais aussi le droit de participer activement à la culture qui les entoure et de développer leur esprit critique. L'éducation aux médias devient alors un levier essentiel d'émancipation, permettant aux enfants de passer du statut de publics passifs à celui de citoyens en devenir, capables de décoder, questionner et transformer les contenus qu'ils rencontrent.

Pour l'UFAPEC, l'enjeu n'est donc ni l'interdiction ni la moralisation, mais l'accompagnement. Accompagner les parents et les enfants dans la compréhension des mécanismes de l'intelligence artificielle, des algorithmes, des stratégies commerciales et des messages implicites véhiculés par ces vidéos, c'est contribuer à une éducation qui respecte les besoins des enfants tout en leur donnant des outils pour se construire librement et entrer dans un vivre ensemble respectueux de toutes les différences. Les initiatives telles que le *Protocole Seldon*¹⁶, les partenariats avec Média Animation¹⁷ ou les animations menées dans les associations de parents s'inscrivent pleinement dans cette démarche d'éducation critique et collective.

En définitive, interroger les *Italian Brainrots*, c'est interroger la société que nous construisons avec et pour les enfants. C'est affirmer que leur imaginaire, leur attention et leur identité ne peuvent être laissés aux seules logiques marchandes et technologiques ou idéologiques. Former des CRACS (citoyens responsables, actifs, critiques et solidaires) suppose de reconnaître les enfants comme des sujets de droits, capables de créativité et de réflexion, à condition que les adultes assument pleinement leur rôle éducatif, politique et citoyen dans un monde numérique en constante mutation.

¹⁶ UFAPEC- Protocole Seldon : un jeu pour découvrir et se questionner sur les IA -

<https://www.ufapec.be/en-pratique/projets-en-cours/internet-educations-aux-medias/protocole-seldon/>

¹⁷ <https://media-animation.be/>