

Sharenting: a plataformização das famílias e a exploração comercial infantil

Formato do workshop

Debate: O painel contou com quatro participantes, conduzidas por uma mediadora, em que cada uma expôs o seu ponto de vista a partir de uma pergunta disparadora, além de outras perguntas direcionadas a cada participante.

Proponente

Nome	Entidade Proponente	Setor
Marina Meira	Instituto Alana	Terceiro Setor

Palestrantes

1) Setor Governamental

Nome

Joseane Suzart Lopes da Silva

Organização

Ministério Público do Estado da Bahia

Minibiografia

Promotora de Justiça do Consumidor do Ministério Público da Bahia, Professora da Faculdade de Direito da UFBA, Supervisora do Projeto de Extensão Associação Baiana do Consumidor (ABDECON/FDUFBA) e Diretora do BRASILCON de apoio ao Ministério Público. Pós-Doutora pela Universidade de Coimbra.

2) Comunidade Científica e Tecnológica

Nome

Renata Soares Martins

Organização

Instituto Federal do Amazonas

Minibiografia

Mestre em Processos Psicossociais pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM), pós-graduada em Psicologia Clínica com ênfase em Psicoterapia Infantil pela Laureate International Universities. Psicóloga no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM).

3) Terceiro Setor**Nome**

Juliana Cunha

Organização

SaferNet Brasil

Minibiografia

Psicóloga, psicanalista, mestre em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Na SaferNet Brasil, é diretora de projetos especiais, com foco em empoderamento e segurança de crianças, adolescentes, jovens e mulheres. É responsável pelo HelpLine, serviço nacional que oferece orientação online sobre o uso seguro da Internet.

4) Setor Empresarial**Nome**

Andressa Bizutti

Organização

Baptista Luz Advogados e Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)

Minibiografia

LLM Candidate at Harvard Law School. Conselheira do CONAR. Graduada pela Universidade de São Paulo (USP) e mestranda pela mesma instituição em direito comercial, com foco em regulação de tecnologias de vídeo. Professora do IAB Brasil. Coordenadora da área de Mídia Digital e Entretenimento do Baptista Luz Advogados.

5) Relatora**Nome**

Thaís Roberta Rugolo

Organização

Instituto Alana

Minibiografia

Graduada em Direito pela Universidade de São Paulo (USP). Integra a equipe Jurídica do Programa Criança e Consumo. Faz parte do Núcleo de Proteção de Dados da Universidade de São Paulo (NPD).

Setor

Terceiro Setor

6) Moderadora**Nome**

Isabella Henriques

Organização

Instituto Alana

Minibiografia

Advogada e Diretora Executiva do Instituto Alana. Doutoranda em Direitos das Relações Sociais – Direitos Difusos e Coletivos – pela PUCSP. Global Leader for Young Children pela World Forum Foundation. Líder Executiva em Primeira Infância pelo Center on the Developing Child da Harvard University. Membro do Conselho Consultivo da Ouvidoria da Defensoria Pública do Estado de São Paulo.

Setor

Terceiro Setor

Objetivos e Resultados Propostos

Debater o fenômeno do *sharenting* a partir de um olhar multissetorial, considerando toda a complexidade envolvida, buscando:

1. Entender as ações de cada ator envolvido para garantir a segurança digital das crianças e a importância de protegê-las contra a exploração comercial;
2. Compreender os limites da exposição da imagem das crianças no ambiente digital, garantindo seu direito à privacidade além do direito de expressão de suas famílias;
3. Apontar para as responsabilidades das plataformas digitais e anunciantes para o florescimento do fenômeno e quais ações podem ser tomadas por elas;
4. Fomentar reflexões sobre oportunidades de uso da internet e boas práticas nos ambientes digitais;

Além disso, pretendeu-se ter como resultado o afastamento da culpabilização unilateral de determinados atores, em especial as famílias, considerando a responsabilidade de todos os envolvidos e a coletivização do fenômeno.

Objetivos e Resultados Atingidos

O workshop conseguiu atingir seus objetivos principal, da seguinte forma:

- Inicialmente foram apresentadas perspectivas sobre a importância da coletivização do fenômeno e discussão sobre a exposição de adultos e crianças na internet.
- Em seguida, debateu-se sobre a liberdade de expressão dos pais e representantes legais, destacando a busca financeira como um limite a ser monitorado e as responsabilidades das plataformas e empresas pela utilização da imagem de crianças para oferta de bens e serviços, destacando-se atuações de órgãos públicos no combate a exploração comercial, bem como, a atuação da sociedade civil sobre o tema.
- Na sequência, foram debatidas as consequências do fenômeno. Com isso, foi possível fomentar a discussão sobre o respeito à intimidade, imagem e necessidade da vida privada da criança.
- Por outro lado, foram apresentadas também algumas ações a serem tomadas pelas plataformas digitais, como a necessidade de maior curadoria dos conteúdos, com o desenvolvimento de ferramentas para categorizar a qualidade das produções, impactando na visibilidade destes. Além disso, abordou-se a necessidade da introdução da segurança como padrão desde os desenvolvimentos iniciais de produtos digitais.
- Por fim, tratou-se sobre as proteções já existentes, a necessidade de maior fiscalização do poder público, a importância da coletivização do fenômeno, além de outros balizadores legais quanto ao *sharenting* não comercial.

Justificativa em relação à governança da Internet

O *sharenting*, por definição, é um fenômeno digital - ou, mais especificamente, das redes sociais. Ele passa a ser compreendido em um contexto de penetração das plataformas digitais e das mídias sociais na vida das pessoas, acompanhado do fato de que o modelo de negócio de tais espaços incentiva o engajamento e exposição on-line dos usuários.

Em paralelo, o fenômeno digital evoca uma série de questões complexas de ponderação entre direitos na vivência da Internet, como a liberdade de expressão de mães e pais para a produção e compartilhamento de conteúdos que envolvam seus filhos e o direito das crianças, enquanto seres hipervulneráveis, em peculiar fase de desenvolvimento, à privacidade, à imagem e à autodeterminação. Ainda, em casos nos quais o *sharenting* se dá por motivos comerciais, como o uso da imagem de crianças em peças publicitárias, desponta também o direito infantil a não ser explorado comercialmente como variável na equação que pretende, afinal, um ambiente digital seguro e respeitoso a direitos de todas as pessoas, sejam elas usuárias diretas ou passivamente presentes na Internet.

A importância deste debate ser encarado de forma multissetorial, em toda a sua complexidade, enquanto tema urgente para a governança da Internet, deve-se à retirada do *sharenting* de um lugar-comum que o endereça como fenômeno do âmbito individual, a partir de um olhar que considera apenas a culpa de mães e pais em sua propagação. O que com esta discussão se pretende é apontar para a dimensão coletiva que o *sharenting* toma e a responsabilidade de todos os atores envolvidos no ecossistema da Internet em compreendê-lo. Afinal, por exemplo, em que medida plataformas digitais, as quais não são concebidas para o público infantil, devem interferir na produção e compartilhamento de conteúdos que envolvam crianças e sejam considerados excessivos? E até que ponto empresas anunciantes que queiram utilizar o espaço da Internet, por meio do marketing de influência, podem se valer da imagem de crianças em seus anúncios, ainda que eles sejam produzidos também pelas mães e pais delas? A resposta a tais perguntas não é simples, mas a reflexão sobre seu conteúdo é essencial para a garantia de um ambiente digital saudável e promotor de direitos.

Metodologia e formas de participação desenvolvidas durante o Workshop

Nos 5 minutos iniciais, a moderadora introduziu o fenômeno do Sharenting, a exploração comercial da imagem das crianças e a atuação das plataformas digitais nesse contexto, além de apresentar as participantes do Workshop. Em seguida, cada uma das 4 palestrantes teve 10 minutos para apresentar seu ponto de vista sobre o tema, respondendo a duas perguntas disparadoras, sem, no entanto, limitar sua exposição a elas:

1. Tomando-se o fenômeno do *sharenting* por uma perspectiva coletiva, quais são os limites da produção e compartilhamento de conteúdo que envolve crianças em redes sociais? O uso da imagem de crianças em conteúdos de cunho comercial em redes sociais interfere em alguma medida nesse limite?
2. Considerando o florescimento do *sharenting* em um ecossistema digital que incentiva o máximo engajamento e exposição de seus usuários, o que devem os atores envolvidos, especialmente as plataformas digitais, empresas anunciantes e usuários em geral, fazer para garantir a proteção do direito de crianças à privacidade, à autodeterminação e à não exploração comercial na internet?

Depois disto foi iniciada a sessão de interação de 30 minutos, onde perguntas realizadas pelo público através do YouTube e pela mediadora foram direcionadas às palestrantes.

Por fim, foram dados 5 minutos para considerações finais, encerrando a discussão do painel.

Síntese dos debates

Tipo de Manifestação (posicionamento ou proposta)	Conteúdo	Consenso ou Dissenso	Pontos a Aprofundar
Posicionamento	<p><u>Joseane Suzart (MP-BA):</u></p> <p>O fenômeno do <i>Sharenting</i> causa efeitos indiscutíveis à formação da autoimagem da criança e de sua memória pública, podendo gerar dificuldades e constrangimentos para o seu futuro. É um direito de pais, mães e responsáveis legais a liberdade de expressão e com isso apresentarem informações sobre seus filhos, por outro lado, publicidade e atos voltados à compensação financeira são podem ser fiscalizados e precisam ser monitorados. O ordenamento jurídico, porém, não possui uma recomendação específica sobre o <i>Sharenting</i>, mas há diversas legislações aplicáveis, como o Código de Defesa do Consumidor, que prevê responsabilidade solidária dos fornecedores e plataformas digitais. As promotorias da Infância podem atuar em face dos responsáveis que compartilham excessivamente imagens de seus filhos, inclusive suspendendo o pátrio poder, se necessário. Por sua vez, as Promotorias do Consumidor podem instaurar Inquéritos Cíveis para apurar as condutas das empresas e plataformas digitais que se utilizam da figura das crianças, além de ações civis públicas para que as empresas e plataformas digitais não mais realizem ofertas de bens a partir da exploração da imagem de crianças.</p>	Consenso	<p>De que maneira as crianças podem ser protegidas da exposição excessiva de sua vida privada na internet?</p> <p>Seria a suspensão do pátrio poder uma alternativa legítima e necessária?</p>

<p>Posicionamento</p>	<p><u>Renata Martins (IFAM):</u></p> <p>As relações familiares estão sob influência das mídias e tecnologias. Os pais são responsáveis pela exposição de informações das crianças, criando um rastro digital sobre elas. Em muitas vezes, o melhor interesse da criança não é levado em consideração. Adicionalmente, há uma exploração da imagem e do corpo infantil, por meio de parcerias publicitárias com lojas, marcas e produtos.</p> <p>A colocação do corpo da criança na centralidade da ação publicitária também estimula a adultização precoce.</p> <p>Necessidade de proteção à intimidade, imagem e privacidade, além da reserva da vida privada da criança. Essa privacidade, inclusive, é contextual e temporal.</p>	<p>Consenso</p>	<p>A adultização precoce causada por uma exploração comercial dos corpos de crianças pode ser inserida como uma hipótese de denúncia e, portanto, conteúdo a ser retirado pelas plataformas?</p>
-----------------------	--	-----------------	--

<p>Posicionamento</p>	<p><u>Juliana Cunha (SaferNet)</u>: Necessário olhar sobre as trocas online realizadas por pais e mães que compartilham sua parentalidade, como forma de construção de saberes compartilhados. No entanto, destaca sobre a questão de alguns pais e mães não possuírem conhecimento, sendo muito importante a literacia digital.</p> <p>Sobre as plataformas digitais e suas responsabilidades, é necessário garantir políticas e ferramentas de desenvolvimento que garantam, por exemplo, controle parental, enquanto uma camada dessa dimensão. Além disso, pode ser uma estratégia, o estabelecimento de critérios para conteúdos, dividindo-os em baixa e alta qualidade. As organizações e especialistas, aliadas a plataformas, poderiam pensar em playlists e critérios automatizados de ranqueamento desta qualidade.</p> <p>O design pensado nos direitos das crianças e adolescentes é necessário para equilibrar os direitos das crianças e adolescentes e a indústria pode e deve compartilhar essas práticas, para que outras plataformas se sintam compelidas.</p>	<p>Consenso</p>	<p>O limite entre liberdade de expressão e os direitos da criança e do adolescente permite que conteúdos sejam ranqueados em termos de qualidade para o público infantil?</p>
<p>Posicionamento</p>	<p><u>Andressa Bizutti (CONAR)</u>: Revela a necessidade de separação da questão comercial e o compartilhamento excessivo por pais e mães. Em termos de uso comercial da imagem de crianças, há diversos dispositivos legais aplicáveis. Em uma interpretação extensiva este uso já é regulado pelo uso do alvará judicial, que é autorizado por um magistrado competente. Mas ainda assim, há pouca fiscalização, e alguns pais e mães que sequer sabem dessa exigência.</p> <p>Além da ausência de normativa sobre o sharenting, não temos também normativas sobre o direito das crianças nas redes sociais e internet, mas ainda assim há outras normativas que possuem endereçamento, no tocante às relações comerciais, o que garante um mínimo de proteção.</p>	<p>Dissenso quanto à possibilidade de alvará judicial permitir que crianças ofertem bens e serviços em comunicações comerciais na internet.</p>	<p>A exigência de alvará judicial é suficiente para que as crianças e adolescentes tenham todos os seus direitos garantidos, frente a ações</p>

	<p>O marketing de influência cruza o limite entre divulgação de informações pessoais e uma ação comercial. É difícil entender em que momento o compartilhamento passa a ser excessivo.</p> <p>A importância da educação dos pais é muito relevante, assim como o direito ao esquecimento, para garantir a retirada do ar de conteúdos. A mudança na regulação é necessária, para trazer balizas mais claras ao sharenting que não necessariamente seja apenas comercial.</p> <p><u>Isabella Henriques (Instituto Alana)</u>: Aborda a atuação das plataformas em fomentar o engajamento e compartilhamento de conteúdos, além da problemática do uso de dados pensado em seus modelos de negócios.</p> <p>O trabalho infantil artístico é uma exceção em nosso ordenamento e por isso o alvará judicial é importante, também em relação ao ambiente digital.</p>		comerciais digitais?
Proposta	<p><u>Perguntas Gerais:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Como proteger as crianças: nas pontas, aplicativos ou sistemas operacionais? • A maioria dos pais estão preparados para lidar com a tecnologia? • Seria a ideia da autodeterminação informativa das crianças, enquanto sujeitos de direitos, também uma saída para desconstrução do fenômeno do sharenting? • Quais as ferramentas disponíveis para a proteção eficiente das crianças e adolescentes? 	Consenso	Não Aplicável

<p>Posicionamento</p>	<p><u>Pergunta específica: As plataformas digitais podem ser responsabilizadas por serem os espaços nos quais o fenômeno do sharenting se dá e por conta dos seus modelos de negócio que acabam monetizando a exposição da imagem das crianças?</u></p> <p><u>Joseane Suzart:</u> As plataformas são acionadas pela promotoria, pelas disposições do Código de Defesa do Consumidor e Código Civil, pois são pessoas jurídicas podendo ser responsabilizadas.</p> <p>Destaca que todo trabalho infantil é vedado pela Organização Internacional do Trabalho, não sendo adequado buscar um alvará judicial para que as crianças permaneçam ofertando produtos e serviços. O alvará é direcionado para espetáculos públicos e certames.</p> <p>A educação é crucial. Toda estrutura informatizada deve ser reestruturada e as crianças precisam e devem ser ouvidas, pois sua capacidade evolui de forma progressiva.</p>	<p>Dissenso quanto à possibilidade de alvará judicial ser utilizado para ações comerciais envolvendo crianças na internet.</p>	<p>Como as plataformas digitais e desenvolvidoras de produtos digitais podem escutar ativamente as crianças na concepção e desenvolvimento de seus produtos?</p>
-----------------------	---	--	--

Proposta	<p><u>Pergunta específica: Qual a importância de que a criança seja estimulada para sua própria autodeterminação? Quais os impactos ao seu desenvolvimento de uma massiva exposição de sua vida privada na internet?</u></p> <p><u>Renata Soares:</u> Comenta sobre o oversharenting, a exposição massiva. As plataformas já disponibilizam algumas ferramentas de segurança que podem ser utilizadas.</p> <p>Quanto ao desenvolvimento, menciona que há aspectos positivos, como a troca ocorrida entre pais e mães. A autoimagem e o relacionamento entre pais e filhos podem ser impactados, além de conflitos entre os próprios genitores, quando um deles não concorda com a exposição.</p>	Consenso	Não
----------	--	----------	-----

<p>Posicionamento</p>	<p><u>Pergunta específica: Qual a orientação aos pais e mães? A SaferNet já recebeu pelo canal HelpLine pedidos de ajuda quanto à questão da exposição massiva da privacidade de crianças e adolescentes?</u></p> <p><u>Juliana Cunha:</u> De modo geral, os pais e mães não enxergam o problema. Recebem muitos pedidos de pais e mães sobre questões específicas, envolvidas com problemas sexuais. A preocupação maior ainda é quanto aos riscos em torno desse ponto e a exposição surge em contato com isso.</p> <p>O uso de inteligência artificial não é suficiente, assim como controle parental. É preciso se debruçar nos casos, para que se possa estabelecer balizas melhores.</p> <p>O próprio fenômeno do sharenting desconstrói a autodeterminação, pois o fenômeno prevê a heterodeterminação, de forma oposta, portanto.</p>	<p>Consenso</p>	<p>Como a sociedade civil pode ampliar o debate sobre a questão, para que os pais tenham conhecimento sobre o debate e possam se apropriar da discussão?</p>
-----------------------	---	-----------------	--

<p>Posicionamento</p>	<p><u>Pergunta específica: As agências de publicidade e marcas têm se mostrado preocupadas com a segurança na internet das crianças?</u></p> <p><u>Andressa Bizutti:</u> A interpretação atual é de que o alvará judicial é necessário para as atividades artísticas e isso não impede a discussão sobre como este alvará é utilizado e se crianças devem estar nesse ambiente e dessa forma.</p> <p>Marketing de influência não é a mesma coisa que sharenting, apesar de estarem relacionados. O sharenting envolve o compartilhamento da rotina da criança, sendo que no marketing de influência a criança pode aparecer pontualmente.</p> <p>Os pais e mães não sabem dessas discussões, a educação e ampliação do debate são urgentes.</p> <p>Quanto aos anunciantes e agências, há quem se preocupa e coloca o alvará como essencial e há quem ainda não esteja preocupado com a questão. Isso se revela como uma falta de conhecimento, mais do que uma ausência de preocupação com a criança.</p> <p>Os efeitos psicológicos e sociológicos precisam ser levados em consideração para que a resposta jurídica seja mais acertada.</p>	<p>Dissenso quanto à possibilidade de alvará judicial permitir que crianças participem de comunicação mercadológica na internet</p>	<p>Como levar o debate a todos os atores envolvidos nesse ecossistema?</p> <p>A resposta jurídica adequada passa pela criação de uma lei ou a simples autorregulamentação resolve o problema?</p>
-----------------------	---	---	---