

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE PSICOLOGIA - FAPSI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA – PPGPSI

RENATA SOARES MARTINS

**ENTRE CURTIDAS NO *INSTAGRAM*: A EXPOSIÇÃO DE CRIANÇAS NAS REDES
SOCIAIS E AS POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS AO DESENVOLVIMENTO
INFANTIL**

**MANAUS/AM
2019**

RENATA SOARES MARTINS

**ENTRE CURTIDAS NO *INSTAGRAM*: A EXPOSIÇÃO DE CRIANÇAS NAS REDES
SOCIAIS E AS POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS AO DESENVOLVIMENTO
INFANTIL**

Projeto de Dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Amazonas, para Exame de qualificação, na Linha de Pesquisa: Processos Psicossociais, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Suely Aparecida do Nascimento Mascarenhas e co-orientação da Prof.^a Dr.^a Gisele Cristina Resende.

MANAUS/AM
2019

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

M386e Martins, Renata Soares
Entre curtidas no Instagram: a exposição de crianças nas redes sociais e suas possíveis consequências ao desenvolvimento infantil. / Renata Soares Martins. 2019
92 f.: il. color; 31 cm.

Orientadora: Suely Aparecida do Nascimento Mascarenhas
Coorientadora: Gisele Cristina Resende
Dissertação (Mestrado em Psicologia: Processos Psicossociais) -
Universidade Federal do Amazonas.

1. Oversharenting. 2. Instagram . 3. Cibercultura. 4. Desenvolvimento infantil. 5. Adultização. I. Mascarenhas, Suely Aparecida do Nascimento II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

*Ao meu pequeno Joaquim,
que me fez enxergar o mundo com outros olhos,
Com sua infância doce e alegre,
Para que todos os seus direitos (e de todas as crianças
do mundo) sejam sempre preservados,
Para que você vá longe, meu menino.*

AGRADECIMENTOS

A Deus, Autor e Consumador da minha vida: pela saúde, pelos presentes diários, pelos livramentos e por me permitir vivenciar mais uma etapa de crescimento pessoal e acadêmico.

A minha família, em especial aos meus pais, pelo exemplo de vida, de honestidade, de sabedoria e amor. Obrigada pelas renúncias, pelos sacrifícios e investimentos em minha vida e formação. Pela criação equilibrada, positiva e afetuosa que me proporcionaram. Vocês são meu combustível e os melhores pais e avós desse mundo.

Ao meu pequeno Joaquim, filho amado que gerei entre uma disciplina e outra do mestrado. Presente mais precioso que recebi do Senhor. Obrigada meu filho por me ensinar sobre resiliência, sobre amor incondicional, por ter me feito forte, por me fazer mãe.

Ao meu esposo Jonathan, pelo apoio e pela paciência, por partilhar comigo as responsabilidades diárias dessa jornada.

Aos meus irmãos Rebeca e Daniel pela torcida, pela amizade e por compartilharem a vida comigo, por serem eternamente a minha melhor ponte com o passado.

À Yamille, minha filha do coração, por me ajudar a ter um olhar sensível à infância e às vulnerabilidades sociais a que muitas crianças estão submetidas.

Aos meus demais familiares pelo incentivo e torcida genuína de sempre: tios(as), primos(as), sogros, cunhados(as), avós.

Ao PPGPSI pelo auxílio nos prazos e por toda a compreensão e sensibilidade aos momentos peculiares que vivenciei nesse período.

A todos os professores pelos ensinamentos, por me fazerem questionar cada vez mais, por me servirem de exemplo e inspiração. Aos colegas com quem compartilhei esse período, pela parceria e conhecimentos construídos conjuntamente.

Aos meus amigos de trabalho, tanto do Instituto Federal do Amazonas quanto da Fundação Hospital Adriano Jorge, com quem convivo grande parte do meu dia e com quem partilho tantas coisas boas. Obrigada pelo incentivo e auxílio.

À minha orientadora Professora Dra. Suely Mascarenhas e à minha co-orientadora Prof^a Dra. Gisele Resende, toda a minha gratidão pela disposição e sensibilidade, por embarcarem comigo nessa aventura e por acreditarem na temática escolhida por mim.

Aos membros da banca examinadora, pela disposição e pelas contribuições realizadas.

*O teste de moralidade de uma sociedade é o que
ela faz com suas crianças.*
Dietrich Bonhoeffer

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Quantidade de publicações utilizando as <i>hashtags</i> “minidiva” e “miniblogueira”.....	43
Figura 2 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “maternidadereal”	48
Figura 3 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “maeblogueira”	49
Figura 4 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “maternidadereal”	50
Figura 5 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “maternidadereal”	50
Figura 6 – Respostas relacionadas à visibilidade no <i>Instagram</i>	52
Figura 7 – Frequência das respostas relacionadas às parcerias comerciais.....	57
Figura 8 – publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “miniblogueira”.....	58
Figura 9 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “miniblogueiro”	59
Figura 10 - Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “minidigitalinfluencer”	60
Figura 11 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “miniblogueira”	62
Figura 12 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “minidiva”.....	64
Figura 13 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da <i>hashtag</i> “minidiva”.....	65
Figura 14 – Respostas relacionadas à compreensão da veiculação de imagem.....	69
Figura 15 – Publicação sobre desfralde registrada em diário de campo.....	70
Figura 16 – Publicação registrada em diário de campo.....	72

LISTA DE ABREVIATURAS

CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
CF	Constituição Federal
CNS	Conselho Nacional de Saúde
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
TBDH	Teoria Bioecológica do Desenvolvimento Humano
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFAM	Universidade Federal do Amazonas

RESUMO

Com o advento da internet e das tecnologias comunicacionais, as redes sociais on-line ganharam visibilidade e importância, sendo amplamente utilizadas em todo o mundo, favorecendo a troca de informações, a comunicação e a propagação de ideias. As mudanças tecnológicas implicaram em mudanças na vida social das pessoas e, em especial, nas relações que se estabelecem no âmbito das famílias, com impacto sobre a rotina, a dinâmica de funcionamento e as formas de comunicação. Nesse contexto, surge a prática do *oversharenting*, termo em inglês que significa o compartilhamento excessivo da vida parental por meio da criação de uma identidade digital para o(a) filho(a), expondo sua rotina, imagem, hábitos e características nas redes sociais. Assim, por meio deste estudo, investigamos as possíveis consequências da exposição infantil na rede social *Instagram* sobre o desenvolvimento infantil, com base na Teoria Bioecológica do Desenvolvimento Humano de Bronfenbrenner, e discutimos o uso de perfis infantis ou de maternidade/paternidade no *Instagram*. Para tanto, utilizamos a Etnografia Virtual ou Netnografia. A coleta de dados se deu através de pesquisa manual de *hashtags*, por meio de um formulário on-line respondido por 30 (trinta) mães/pais usuárias(os) da rede social *Instagram*, além da realização de observações e registros em diário de campo. Os resultados foram organizados em categorias de análise: *oversharenting* e a vida familiar, mídia e consumo infantil, adultização infantil, *oversharenting* e considerações legais sobre a sua prática. Os resultados apontaram que os perfis de maternidade no *Instagram* são, muitas vezes, uma forma da família inserir a criança no mundo digital e ainda de definir suas primeiras experiências na rede. Visualizamos a estreita relação entre visibilidade infantil no *Instagram* e as práticas relacionadas ao consumo e ao processo de adultização infantil, questões que podem ser consideradas prejudiciais ao desenvolvimento, considerando-se a tenra idade da criança e sua incapacidade em opinar ou definir o uso de sua imagem e de suas informações pessoais nas redes sociais. Por fim, observamos que a exposição exagerada de informações de crianças e adolescentes nas redes sociais pode representar ameaça à intimidade, à vida privada e ao direito à imagem, questões que representam, em muitos dos casos, a violação de direitos legais e constitucionais, estabelecidos com o fim de preservar e proteger as crianças e os adolescentes enquanto pessoas em desenvolvimento.

Palavras-Chave: *Oversharenting*. *Instagram*. Cibercultura. Desenvolvimento Infantil. Adultização.

ABSTRACT

With the advent of the internet and communication technologies, as online social networks gain visibility and importance, being applied around the world, favoring an exchange of information, communication and a propagation of ideas. Technological changes have led to changes in the social life of people, and especially in relationships established within families, with an impact on the routine, the dynamics of functioning and forms of communication. In this context, the practice of oversharenting, a term in English that means sharing of the parental life through the creation of a digital identity for the child, exposing their routine, image, habits and characteristics in social networks. Therefore, through this study, we investigate how the possible causes of childhood in Instagram's social network on child development, based on Bronfenbrenner's Bioecological Theory of Human Development, we discussed the use of infant or maternity/paternity profiles on Instagram. For this, we used Virtual Ethnography or Netnography. The data collection was done through manual search of hashtags, through an online form answered by 30 (thirty) mothers/fathers using the social network Instagram, in addition to making observations and records in field diaries. The results showed that the maternity profiles in Instagram are often a way for the family to insert the child into the digital world and also to define their first experiences in the network. We have seen the close relationship between child visibility in Instagram and practices related to consumption and child adultization, issues that may be considered detrimental to development, considering the child's young age and their inability to think or define the use of their own image and personal information on social networks. Finally, we observe that the exaggerated children and adolescents' exposure of information in social networks can pose a threat to intimacy, privacy and the right to image, which in many cases represent violations of established legal and constitutional rights with the aim of preserving and protecting children and adolescents as persons in development.

Key words: *Sharenting. Instagram. Cyberculture. Child Development. Adultization.*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	16
	2.1 Família e Infância.....	16
	2.2 A internet e as relações entre as pessoas	18
	2.3 Os perfis infantis e de maternidade/paternidade no <i>Instagram</i>	20
	2.4 Consumo e adultização	22
	2.5 A exposição infantil na internet: questões legais	24
	2.6 O desenvolvimento infantil segundo a teoria bioecológica do desenvolvimento humano (TBDH)	28
3	JUSTIFICATIVA	33
4	OBJETIVOS	35
5	METODOLOGIA	36
	5.1 Etnografia virtual ou netnografia	36
	5.2 Ambiente da pesquisa	37
	5.3 Participantes e amostra.....	39
	5.4 Critérios de inclusão e exclusão	39
	5.5 Materiais e métodos	40
	5.6 Procedimento de coleta de dados	41
	5.7 Procedimentos para análise dos dados	44
	5.8 Cuidados éticos	45
6	RESULTADOS E DISCUSSÃO	47
	6.1. O <i>oversharenting</i> e a vida familiar.....	47
	6.2. Mídia e consumo infantil	55
	6.3. Adultização infantil.....	61
	6.4. <i>Oversharenting</i> e considerações legais sobre a sua prática	67
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
	REFERÊNCIAS	79
	APÊNDICES	86

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento tecnológico e o advento da internet são importantes influenciadores das relações humanas na atualidade. A utilização das mídias e das redes sociais, por exemplo, é prática usual de grande parte da população mundial e vem influenciando a forma de ser e estar no mundo.

As mudanças sociais são tão drásticas quanto as transformações tecnológicas e econômicas e, com o enfraquecimento do patriarcalismo, houve uma redefinição fundamental de “relações entre mulheres, homens, crianças e, conseqüentemente, da família, sexualidade e personalidade” (CASTELLS, 1999, p.40).

Ao considerarmos que as transformações sociais, econômicas, culturais e políticas geraram profundo impacto na vida familiar, ressaltamos a importância de compreender a família a partir de um conceito abrangente, baseando-se na afetividade e na proximidade entre os membros e na compreensão da variedade atual de constituições familiares, dentre elas as famílias monoparentais, multigeracionais, homoafetivas, entre outras (DESSEN; BRAZ, 2005).

Ademais, aspectos como a hierarquia parental, as formas de comunicação, as relações de dependência e a participação de cada membro na vida familiar estão em constante transformação, com a participação cada vez maior das mulheres no mercado de trabalho e a maior idade para ter filhos, além dos novos estilos de vida e padrões de consumo, marcados pelo acesso rápido às informações e tecnologias. Dessa forma, as relações familiares estão, atualmente, sob forte influência das mídias e tecnologias.

As famílias foram surpreendidas por uma nova forma de perceber a realidade que transformou o seu dia-a-dia, inserindo-o na cultura da virtualidade, a saber: a nova vida tecnológica em que se vive. A internet tornou-se o principal meio propiciador de comunicação entre as pessoas, estando desde sempre presente nos discursos de parentalidade (CARDOSO, 2007).

Como um dos principais meios de comunicação na internet, as redes sociais virtuais favorecem a reunião de pessoas e comunidades que possuem características e interesses em comum, com o objetivo de troca de ideias, experiências e vivências. Ao abordarmos a presença cada vez mais marcante de famílias e conseqüentemente suas crianças nas redes sociais virtuais, chama-nos a atenção a grande quantidade de perfis infantis gerenciados pelas famílias das crianças, em especial pela mãe, com o objetivo de compartilhamento da rotina familiar, apesar da proibição da participação de menores na maioria dos sites e aplicativos de

redes sociais, como *Instagram*¹, *Facebook*². Tal prática de compartilhamento da vida parental ganhou, atualmente, designação em inglês: “*sharenting*”, termo oriundo da combinação de “*sharing*” (compartilhar) e “*parenting*” (parentalidade).

A prática do “*sharenting*” acontece na medida em que os pais contam suas experiências de vida nas redes sociais e divulgam informações de caráter pessoal dos filhos, como fotografias, localização, colégio onde estudam, rede de amigos, questões de saúde e educação, entre outros aspectos. Essa prática constrói um rastro digital que acompanhará a criança durante a sua vida (EBERLIN, 2017).

No mais, temos ainda o termo “*Oversharing*” proveniente da língua inglesa que designa o compartilhamento excessivo de dados pessoais e íntimos do dia-a-dia nas redes sociais. É a partir desses dois conceitos que surge o termo que nomeia o fenômeno que pretendemos investigar: o “*oversharenting*” caracterizado pela publicação incessante e exagerada de informações íntimas das crianças, por parte dos pais, por meio de fotos, textos e vídeos (TURRA, 2016).

Nesse contexto de participação infantil nas redes sociais, podemos citar informações trazidas pelo Guia de Segurança Virtual On-line da AVG³ (SANCHES; CARDELINO; RAMOS, 2014), o qual traz que 81% das crianças com menos de dois anos de idade já possui algum tipo de perfil na internet e cerca de 23% iniciam a vida digital antes mesmo de nascer, quando os pais postam exames de pré-natal na rede. Ademais, a média de idade para as crianças adquirirem presença on-line, por meio de seus pais, é de seis meses e mais de 70% das mães dizem que postam/postaram imagens de seu filho para compartilhar com seus amigos e familiares. Os dados citados foram obtidos em pesquisa realizada em sete países da Europa e da América, com 2200 mães, no ano de 2010, pela empresa de segurança virtual AVG. O Guia destaca ainda:

A precocidade na construção da chamada “identidade digital” deve ser uma preocupação dos pais. Cada vez mais, os bebês têm sua presença on-line estabelecida bem antes do nascimento. Às vezes, trata-se apenas de um anúncio dos pais ansiosos, animados com a chegada da futura criança. Alguns descrevem tudo em seus *blogs* pessoais, principalmente as mães, que relatam o dia-a-dia da gravidez, registram cada chute que sentem na barriga, o crescimento do feto e muitos outros

¹ O Instagram é um aplicativo de rede social que surgiu para o público no dia 6 de outubro de 2010, desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger (PIZA, 2012, p.7). Atualmente é possível compartilhar a localização, fotos, vídeos, textos e outras informações.

² O *Facebook* é uma rede social bastante usada em todo o mundo e foi fundado em 2004 por Mark Zuckerberg. Ocupa a primeira posição em número de usuários no mundo, de acordo com dados disponíveis em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/07/facebook-domina-ranking-de-redes-sociais-mais-usadas-no-mundo.ghtml>

³ AVG é uma empresa de segurança on-line que oferece produtos e serviços relacionados à privacidade e segurança de dados de pessoas e empresas. Fonte: <https://www.avg.com/pt-br/profile>.

detalhes, antes só acessíveis aos íntimos ou ao médico (SANCHES; CARDELINO; RAMOS, 2014, p.7)

Designados em grande parte como perfis para divulgação do cotidiano da criança e troca de informações sobre os ofícios da maternidade/paternidade, nos perfis infantis são publicadas e compartilhadas as imagens acerca da rotina da criança, incluindo suas atividades mais simples, como ir à escola e brincar, até informações mais íntimas, como os objetos que a ela pertencem, as roupas por ela utilizadas, os lugares por ela frequentados, o que ela come ou faz, entre outras situações, as quais são expostas todas ali, à vista de milhares de pessoas, já que nas redes sociais o acesso às informações é simples e rápido.

Conhecidas na rede por iniciativa dos seus pais, as crianças não possuem noção do impacto da sua visibilidade pública, tampouco participação na decisão do que se pode ou não compartilhar na rede de internet acerca delas mesmas. Steinberg (2017) disserta acerca do conflito existente entre o direito à liberdade de expressão dos pais e o direito de privacidade dos filhos, pontuando que os pais constroem uma identidade digital para a criança, sendo narradores de suas vidas sem o seu consentimento, o que pode causar desconforto, seja no presente ou no futuro.

Para além do compartilhamento de informações acerca da rotina da criança, é importante destacar ainda uma prática cada vez mais frequente: o uso comercial dos perfis infantis, com a exploração da imagem e do corpo infantil, revelando o poder das mídias e do consumo relacionados ao “ser criança”. Na medida em que os perfis infantis (sejam eles de anônimos ou de famosos) ganham visibilidade, começam a surgir as parcerias comerciais e publicitárias com lojas, marcas e produtos para publicações e marketing digital, onde a imagem da criança ou de sua família torna-se central, sendo de extrema importância discutir a questão do consumo e da adultização infantil⁴, impulsionados pela veiculação e exposição da imagem dos pequenos “*influenciadores digitais*”⁵ nas redes sociais.

Assim, na presente pesquisa, pretendemos investigar e analisar conteúdos de páginas de perfis infantis ou de maternidade/paternidade no *Instagram*, gerenciadas pelas “mães/pais blogueiras(os)”, estudando a questão da exposição infantil nesta rede social, bem como os possíveis impactos ao desenvolvimento infantil.

⁴ A adultização é um processo onde estímulos constantes incentivam as crianças a se apropriarem de comportamentos, atitudes, hábitos, formas de lazer, cuidados, responsabilidades e ações típicas de uma vida de adulto. (WEBER; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, 2016)

⁵ De acordo com Ishida (2016) os influenciadores digitais são figuras públicas de grande visibilidade nas redes sociais, patrocinadas ou contratadas por empresas para endossarem campanhas de publicidade ou comunicação de marcas, aumentando o volume de recomendações do produto nas redes sociais.

Pontuamos que o *Instagram* é uma rede social gratuita e popularmente conhecida em todo o mundo, englobando uma gama de possibilidades de expressão pessoal ao permitir o compartilhamento de fotos, vídeos e textos, inclusive em tempo real, nas chamadas transmissões ao vivo, além de possibilitar a interação com o leitor ou “seguidor” por meio de comentários e respostas aos comentários, constituindo-se em um instrumento de propagação de ideologias, culturas e identidades.

Diante desse contexto, investigaremos as possíveis consequências da exposição excessiva das crianças nas redes sociais sobre o desenvolvimento infantil, utilizando como base a Teoria Bioecológica do Desenvolvimento Humano, de Urie Bronfenbrenner. Para tanto, abordaremos a questão da adultização infantil, do uso comercial dos perfis infantis e de maternidade/paternidade e pontuaremos as questões legais relacionadas à exposição infantil nas redes sociais, com base no Estatuto da Criança e do Adolescente e outras legislações que versam sobre os Direitos da Infância à privacidade, à segurança e à liberdade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Família e Infância

A família é um dos primeiros contextos de socialização dos indivíduos, constituindo-se em um sistema complexo, com importante papel na compreensão do processo de desenvolvimento humano. Portanto, não há como estudar o desenvolvimento infantil sem relacioná-lo ao contexto da família e às relações mútuas que nela são construídas.

Nesse sentido, Dessen e Braz (2005) tendo como base a visão de família como um sistema complexo, propõem abordar as possíveis inter-relações existentes entre o desenvolvimento, a família e os processos que os unem. Para os autores, o desenvolvimento consiste em um fenômeno complexo de transformação que ocorre ao longo do tempo, sendo multideterminado tanto pelas características pessoais da pessoa em desenvolvimento (como sua personalidade e seus atributos físicos) quanto pelo contexto social em que ela está inserida, incluindo-se aqui o ambiente físico, os valores e crenças, os momentos históricos, entre outros aspectos.

Assim, achamos pertinente, para o presente estudo, compreendermos a família enquanto um sistema complexo e incorporarmos a definição ecopsicológica de família, proposta por Petzold (1996 apud DESSEN; BRAZ, 2005) o qual propõe que a família seja definida com base na opinião de seus membros, nos sentimentos nutridos por eles e ainda observando-se os diferentes arranjos familiares da contemporaneidade. Dessa forma, critérios como relação heterossexual, relacionamento conjugal e vitaliciedade não são mais condições suficientes para definir a família, tendo em vista suas novas configurações.

A concepção ecopsicológica incorpora, além dos vínculos baseados na intimidade e nas relações intergeracionais entre cônjuges, pais, filhos e demais membros, variáveis externas que influenciam a formação da família, incluindo-se aspectos dos cinco sistemas ecológicos: macro, exo, meso, micro e cronossistema. Em suma, o macrossistema inclui aspectos socioculturais mais amplos, como: se os casais são legalmente casados, se o arranjo é temporário ou vitalício, se os ganhos são compartilhados ou não. O exossistema envolve redes sociais específicas: se as relações têm base nos laços sanguíneos, se os membros compartilham uma mesma cultura. O mesossistema envolve três variáveis: a presença de filhos, se eles são naturais ou adotivos, se a figura parental é biológica ou não. O microsistema também envolve três aspectos: se o estilo de vida é compartilhado, se a relação

é hetero ou homossexual, se o padrão de interação é igualitário ou de dominação-subordinação (DESSEN; BRAZ, 2005).

Tendo em vista a dificuldade atual de definir a família, especialmente em virtude dos diversos impactos recebidos das mudanças sociais, culturais e históricas, ressaltamos que, independente de qualquer abordagem, a família continua sendo uma instituição com importante papel e forte influência, assumindo, na maioria das vezes, o compromisso com o fornecimento de condições apropriadas para o desenvolvimento de suas crianças, através da socialização e da transmissão de cultura, significados e conhecimentos.

Assim como discutimos o conceito de família, discutiremos também a compreensão da infância, a qual não pode ser descrita de forma fechada e universal, afinal, está constantemente sendo desconstruída e reconstruída, de diferentes formas e em múltiplos lugares. A infância, portanto, está constantemente sendo produzida, como afirma Buckingham (2007, p.19), a infância “é histórica, cultural e socialmente variável. As crianças são vistas – e vêm a si mesmas – de formas muito diversas em diferentes períodos históricos, em diferentes culturas e em diferentes grupos sociais”.

Assim, quando falamos em infância na atualidade, compreendemos que ela já não é a mesma de décadas atrás. As noções tradicionais que relacionavam a criança à inocência e à dependência do adulto foram sendo modificadas pelo acesso das crianças ao mundo das informações. Diante disso, Postman (2012) discute o surgimento da ideia deste conceito, mostrando como o desenvolvimento das tecnologias, dos meios de comunicação e da mídia afetam as noções de infância e interferem diretamente no processo de socialização da criança.

Para Buckingham (2010), o advento da tecnologia digital produziu e foi acompanhado de mudanças significativas nas experiências midiáticas das crianças, com a proliferação dos produtos midiáticos, o uso frequente da mídia para o estabelecimento de várias formas de comunicação, além da comercialização da mídia e dos apelos subversivos desta nova cultura. Para ele, essas mudanças produziram questões significativas, porém ambíguas:

Como muitos autores observaram, estas mudanças tiveram implicações significativas, porém ambíguas em termos de nossas concepções de infância. Alguns argumentaram que a mídia moderna está efetivamente destruindo a infância – ou pelo menos obscurecendo os limites entre infância, juventude e idade adulta – e que os valores morais tradicionais precisam ser reafirmados. Outros defensores da nova geração digital assinalam a tecnologia como uma força de liberação das crianças – um meio para elas ultrapassarem a influência coercitiva dos mais velhos e criarem formas novas e autônomas de comunicação e comunidade (BUCKINGHAM, 2010, p. 42).

Vemos que Buckingham estabelece um comparativo entre a visão otimista da relação das crianças com as mídias e a visão pessimista a esse respeito. Diante dessa comparação, o autor conclui pela necessidade de chegarmos a um meio termo, principalmente ao desenvolvermos estudos nesta área, apontando não apenas o aspecto negativo do contato das crianças com o mundo da mídia, mas destacando os riscos de restringir o contato delas com esse contexto digital. Assim, pontuamos a importância de enxergar a relação de famílias e crianças com o mundo digital de maneira mais ampla, evitando reducionismos e conclusões precipitadas e insuficientes a respeito desse tema.

Por fim, os desafios e as dificuldades que se estabelecem para famílias e suas crianças na atualidade são inúmeros, afinal, vivenciamos uma época marcada pelo excesso e pela rapidez de informações, juntamente com uma sensação de proximidade e simultaneidade, proporcionada pelos meios tecnológicos de comunicação e pelas redes sociais, que se estabelecem como importante forma de relacionamento e interação entre as pessoas. Assim, há, por um lado, benefícios diversos resultantes destes novos recursos tecnológicos de vida, todavia, há também uma percepção da superficialidade e da precariedade das trocas afetivas, o que pode trazer prejuízos diversos à sociedade, em especial às famílias e suas crianças.

2.2 A internet e as relações entre as pessoas

Foi na década de 90 que a internet saiu dos ambientes restritos como os laboratórios das universidades e tornou-se gradativamente comercial no Brasil, havendo seu “boom”. Vencendo fronteiras, a internet é globalizada e consiste na marca dos tempos atuais, concretizando muitas das mudanças recentes no grande cenário global (MENEZES, 2013).

Ao abordar as implicações culturais do desenvolvimento das tecnologias digitais de informação e comunicação, Levy (2009) traz o conceito de ciberespaço e de cibercultura. O ciberespaço é, neste contexto, compreendido como um novo meio de comunicação em rede, a partir da interconexão de computadores, englobando não apenas a estrutura física da comunicação digital, mas também as informações e as pessoas que navegam e alimentam esse universo. A cibercultura, por sua vez, inclui as técnicas, as práticas, atitudes e valores que se desenvolvem juntamente com o ciberespaço.

Lemos (2004) traz que a cibercultura é a cultura contemporânea, marcada pela circulação incessante de informações através dos novos dispositivos eletrônicos e redes telemáticas, pela conexão generalizada e aberta, pela livre circulação de informações, pela

promoção de uma sociabilidade on-line e de uma cultura de compartilhamento. Assim, compreendemos a cibercultura como um novo espaço de comunicação contemporânea.

De acordo com Lemos (2005), a grande potência da cibercultura é a questão da conversação e a metáfora que mais se aproxima do estado social atual é a da “sociedade em rede”, uma vez que não é mais o usuário que se desloca até a rede, mas a rede que passa a envolver os usuários e os objetos, numa conexão generalizada. Nesse contexto, a revolução do acesso à internet sem fio, o Wi-Fi, mostra como as relações sociais podem ser modificadas, assim como as formas de uso da internet. A rede passa de um “ponto de acesso” para um “ambiente de acesso” (p. 16).

Lévy (2009) realiza proposições acerca da nova relação que o homem estabelece com o saber a partir de seu novo lugar de imersão na cibercultura. Para ele, o ciberespaço modifica, exterioriza e amplifica funções cognitivas humanas como o raciocínio, a memória e a imaginação. Assim, devem ser construídos novos modelos do espaço de conhecimentos, uma vez que não há mais como planejar ou definir de forma precisa o que é preciso aprender.

Para Bolesina e Gervason, (2015, p.2), “a íntima vinculação entre internet, cibercultura e pós-modernidade dá origem a uma espécie de rede que envolve, sem brechas, toda a vida social contemporânea”, no sentido de que, para estas autoras, a pós-modernidade é o contexto da cibercultura e da internet, sendo a cibercultura umas das culturas da pós-modernidade e a internet, enquanto ciberespaço, um dos espaços da pós-modernidade.

Deste modo, a forma como a tecnologia invadiu o dia-a-dia das sociedades alterou a forma de compreender o mundo e, para além disso, modificou a maneira como a cultura é entendida hoje. A tecnologia tornou-se não apenas um recurso, mas uma forma de vida no ciberespaço. E, nesse contexto, destacamos as redes sociais como uma das formas mais crescentes e importantes de comunicação virtual e de construção de cibercultura, afinal, “essas redes, indubitavelmente, são elementos não apenas de contatos sociais, mas, sobretudo, se constituem em eficientes instrumentos de propagação de ideologias, culturas e identidades” (CASTRO; SPINOLA, 2015, p.171).

Sibilia (2008) esclarece que desde que as redes digitais surgiram e alcançaram visibilidade, houve o surgimento de novas práticas, dentre elas a exibição da identidade, provocando uma crescente prática de publicização do privado: um verdadeiro festival de vidas privadas na internet. Para a autora, esse fenômeno parece ter deflagrado a era da visibilidade extrema e contribuiu para trazer à tona a problematização das noções de privacidade e intimidade, ressignificadas no contexto da cibercultura e do ciberespaço.

Assim, diante da necessidade de inclusão, presença e visibilidade social e digital, crescem constantemente o número de páginas de perfis voltados para diversos temas e finalidades: moda, estilo de vida, viagens, alimentação, maternidade, entre outros. E, como já dito anteriormente, as crianças não ficam fora deste contexto, tendo sua presença digital registrada pelos pais muitas vezes antes do nascimento, através da criação de perfis próprios para o bebê/criança, ou do compartilhamento de informações nas páginas dos próprios pais.

As crianças têm, assim, presença marcante na cibercultura e crescem convivendo com a evolução da tecnologia e do mundo digital. Assim, podemos dizer que as crianças também produzem a cibercultura e dela são participantes.

2.3 Os perfis infantis e de maternidade/paternidade no *Instagram*

De acordo com Borda (2015), no contexto das redes sociais, torna-se visível a categoria de “*mommy blogs*”, ou seja, *blogs* e páginas que se concentram na experiência da maternidade. Sabemos que a curiosidade sempre rondou a vida das celebridades, afinal, pessoas famosas causam fascínio pelo *status* conseguido através de sua visibilidade, bem como pela posição social e econômica.

No entanto, destacamos que, com o advento da internet e a popularização das redes sociais, vemos surgir cada vez mais anônimos famosos, pessoas comuns que, inicialmente desconhecidas, se tornaram populares nas redes sociais pelos discursos e publicações de proximidade e autenticidade, conquistando milhares de seguidores sem necessitar da intermediação de outros meios, como a televisão, por exemplo (JERSLEV, 2016).

São, dessa forma, as chamadas microcelebridades (SENFT, 2013 apud JORGE; ANDRADE; MARAPÔ, 2017, p. 144) ou celebridades do “it-your’self” (EVANS; HESMONDHALGH, 2005 apud JORGE, ANDRADE; MARAPÔ, 2017, p. 144) pessoas anônimas que, por diversos meios, conseguem interagir com um público grande, angariando “curtidas”, comentários, compartilhamentos e milhares de seguidores dispostos a acompanhar com frequência sua vida privada e de seus filhos nas redes sociais. De acordo com Sibilía (2003, p.4),

[...] a ancoragem na “vida real” torna-se irresistível, mesmo que tal vida seja absolutamente banal – ou melhor: especialmente se ela for banal. Do mesmo modo, na Internet, pessoas desconhecidas costumam acompanhar com fruição o relato minucioso de uma vida qualquer, com todas as suas peripécias registradas pelo próprio protagonista enquanto elas vão ocorrendo, dia após dia, de hora em hora, minuto a minuto, com o imediatismo do tempo real, por meio de torrentes de palavras que de maneira instantânea podem aparecer nas telas de todos os cantos do planeta – textos que, muitas vezes, são complementados com fotografias e,

inclusive, com imagens de vídeo transmitidas ao vivo e sem interrupção. Desdobre-se, assim, nas telas interconectadas pelas redes digitais, todo o fascínio e toda a irrelevância de “a vida como ela é”.

Diante disso, não podemos desconsiderar os benefícios acerca da comunicação mais próxima e facilitada, a interação com as demais pessoas na rede sobre os assuntos de interesse em comum, a possibilidade de troca de vivências e experiências relacionadas às práticas parentais, entre outros inegáveis benefícios.

No entanto, percebemos que esta troca de experiência sobre os ofícios da maternidade e/ou da parentalidade nem sempre levam em consideração o melhor interesse da criança, afinal, imagens e vídeos que possam causar constrangimentos futuros, visibilidade exacerbada, exposição da rotina, dos hábitos e das características de comportamento e temperamento da criança podem influenciar em sua segurança, em sua autoimagem e em seu bem-estar psíquico e social, além de outras situações.

Steinberg (2017) pontua a necessidade de considerar ainda danos em potencial, como a ação de estranhos perigosos, o uso de dados da criança para outros fins, como a publicidade ou até mesmo divulgação de informações constrangedoras, que possam ser prejudiciais ao desenvolvimento saudável das crianças, levando-as a se sentirem humilhadas ou envergonhadas em virtude de imagens ou informações divulgadas por seus pais.

Assim, são muitas as publicações onde as mães/pais descrevem características de comportamento e temperamento dos filhos, além de seu estado de saúde, suas preferências, seu desempenho escolar, as dificuldades de convivência, entre outras questões que acabam por gerar identificação e proximidade com os leitores e seguidores, afinal, muitas mães/pais seguidores (as) também passam pelos mesmos dilemas e muitas vezes os relatam nos comentários ou mesmo em mensagens privadas para a mãe blogueira, reforçando esse processo de comunicação, identificação e aproximação. A exemplo disso, não é raro vermos na legenda das fotos das crianças, nos perfis infantis do *Instagram*, a solicitação que os seguidores curtam e comentem as imagens e vídeos, gerando o retorno tão necessário a quem gerencia esses perfis.

Outro ponto que merece atenção é que muitas mães e pais que gerenciam páginas com conteúdos sobre seus filhos não utilizam os recursos de privacidade disponíveis nas redes sociais, deixando os perfis públicos para acesso fácil de seus conteúdos como fotos, vídeos, histórias e textos a qualquer pessoa na rede. Ou seja, perde-se a noção de limites entre vida pública e privada e evidencia-se a necessidade de reconhecimento e admiração, que, nas redes sociais, se traduzem em curtidas, comentários, seguidores e compartilhamentos.

2.4 Consumo e adultização

Para Jorge, Andrade e Marapô (2017) esse grande crescimento de páginas dedicadas a temáticas de maternidade e parentalidade, nos últimos anos, precisa ser investigado. Estas autoras pesquisaram os *blogs* de maternidade de autoria de celebridades e de mães que alcançaram visibilidade pública graças à blogosfera, no intuito de compreender o impacto cultural deste fenômeno, pontuando que o segmento dos *blogs* de maternidade tornaram-se uma esfera pública influente não apenas para a troca de experiência entre pais, mas também como referência de estilos de vida e de consumo. Conforme pontua Marques (2014) em matéria com mães blogueiras na Revista Magazine (on-line),

Há quem lhe chame uma tendência, mas uma coisa é certa: nos últimos anos, a blogosfera foi invadida pela maternidade. As mães bloggers opinam, dão sugestões, pedem conselhos, tiram dúvidas, fazem rir, ajudam as leitoras a pensar que afinal há mais gente a passar pelo que eu passo. São seguidas por legiões de leitoras e até já há quem tenha criado o seu negócio através da página on-line— parcerias com marcas, publicidade ou postspagos são formas de rentabilização.

Acerca disso, é possível reiterar que as páginas e perfis infantis ditam condutas de comportamento, influenciam o consumo e pautam estilos de vida de famílias e suas crianças. É imprescindível, nesse ínterim, discutirmos a relação entre estes perfis e a publicidade de produtos e serviços relacionados ao ser criança, bem como as questões relacionadas aos processos de adultização, impulsionado, muitas vezes, pela exposição do corpo infantil nas redes sociais, com objetivos principalmente publicitários e comerciais. Daí percebe-se a trama onde estão intimamente relacionados internet, redes sociais, consumo e adultização.

Weber e Franciso-Maffezzolli (2016) corroboram com esta ideia ao pontuarem que o fenômeno da adultização está intimamente relacionado à mídia e ao consumo, bem como às novas organizações familiares, sendo de grande importância investigá-lo, afinal, envolve questões de ordem social e econômica, além de impactar a sociedade como um todo.

Silva e Guimarães (2014) também estabelecem esta relação ao ressaltarem que entender a adultização infantil envolve compreender como a publicidade atua tanto na cabeça das crianças, quanto na vida de seus pais, afinal, fazer os pequenos se comportarem como adultos resulta em obter cada vez mais cedo consumidores dispostos e mais propensos a adquirir bens de maneira compulsiva, uma vez que não possuem maturidade suficiente para discernir acerca do consumo.

Postman (2012) comenta a questão da erotização precoce de crianças como um dos aspectos alarmantes que evidenciam o desaparecimento da infância e que o seu conceito

encontra-se em declínio nos dias atuais. Observa-se, assim, que as características infantis já nem lembram as de séculos anteriores e isso é possível notar nas roupas, nos hábitos alimentares, na linguagem, nas brincadeiras, no comportamento emocional, no campo da sexualidade e ainda na aparência física das crianças, que estão se tornando cada vez mais parecidas com as dos adultos.

Em uma sociedade que valoriza a boa aparência, a beleza física, a moda e o poder de compra, não só os adultos vivem sob a influência do consumo e da satisfação pessoal, sendo as crianças profundamente influenciadas com padrões do que ser, do que fazer, do que ter. Os discursos sobre beleza que se multiplicam promovem o surgimento de práticas em torno da produção desse corpo idealizado, especialmente entre as crianças.

Estamos inseridos em uma “sociedade de consumo”, onde as pessoas são estimuladas a promover uma mercadoria atraente e desejável, utilizando recursos para aumentar o valor do produto que vendem ou divulgam no mercado: e esse produto são elas próprias. Assim, para o autor, nessa sociedade de consumidores, nenhuma pessoa se torna sujeito sem antes ser mercadoria. Sonha-se com a fama e o reconhecimento, afinal, ninguém deseja ser esquecido ou desvalorizado, mas desejado, cobiçado, notado, como uma mercadoria bem falada e que se destaque entre as demais (BAUMAN, 2008).

As redes sociais exemplificam bem essa sociedade de consumo onde o que importa é ter, comprar, consumir. Ao proporcionarem espaço para o compartilhamento de questões pessoais, incluindo as escolhas e os padrões de consumo, o usuário deixa de ser um mero espectador de propagandas e passa a se empenhar na divulgação de produtos, estabelecer parcerias com lojas e marcas para aumentar a presença e o reconhecimento digital, bem como para atrair seguidores que sejam potenciais consumidores. Assim, os usuários são, ao mesmo tempo,

Os promotores das mercadorias e as mercadorias que promovem. São simultaneamente o produto e seus agentes de marketing, os bens e seus vendedores [...] O teste que precisam passar para obter os prêmios sociais que ambicionam exige que remodelam a si mesmos como mercadorias, ou seja, como produtos que são capazes de obter atenção e atrair demandas e fregueses (BAUMAN, 2008, p. 13)

Podemos citar aqui, por exemplo, uma mãe blogueira que divulga determinada marca de roupa ao estabelecer com ela uma parceria. Como influenciadora digital, ela muito provavelmente influenciará o padrão de escolhas de consumo de suas seguidoras que também são mães. A divulgação inclui publicar fotos e/ou vídeos do/a filho/a utilizando a roupa, bem como divulgar os locais de revenda. Tal prática tem alcançado visibilidade e na maioria dos casos gera retorno financeiro para a mãe blogueira, tendo em vista que muitas publicações são

pagas, seja com dinheiro, seja com produtos e serviços. O mesmo vale para marcas de fraldas infantis, sapatos, serviços de festa, alimentação, produtos de higiene, etc. De acordo com Salazar (2014) a ordem de ação atual é: consumir, registrar e compartilhar.

Por outro lado, para as marcas, sejam elas grandes ou pequenas, ser divulgado por uma mãe blogueira que tenha uma considerável quantidade de seguidores pode ser um negócio muito lucrativo. Isto porque é gerada uma proximidade com o público como nunca vista antes, além do discurso de uma pessoa que, pelo menos diante da câmera, está utilizando o produto em sua criança e relatando sua experiência pessoal positiva, o que estimula a curiosidade e desperta o interesse de compra.

Com a popularização das mídias sociais nos anos 2000 e, conseqüentemente, ascensão de novos tipos de figuras públicas (*youtubers*, blogueiras, *instagrammers*, *snappers* etc.), uma estratégia cada vez mais adotada pelas organizações é patrocinar ou contratar perfis populares para endossarem campanhas ou comunicação de marca, buscando se apropriar da popularidade do perfil. Isso caminha junto com os resultados de uma pesquisa realizada pela McKinsey em 2015, que mostrou que a opinião de influenciadores contribui para aumentar o volume de recomendações de um produto nas redes sociais. (ISHIDA, 2016, p. 263)

Assim, nota-se a presença da imagem infantil na divulgação de produtos e mercadorias nos perfis infantis gerenciados pelas mães/pais no *Instagram*. Em virtude de sua tenra idade, a criança é incapaz de opinar sobre o uso de sua imagem e de seu corpo. Silva e Guimarães (2014, p.10) pontuam que:

Quando ainda não possuímos uma estrutura cognitiva bem formada, é uma atividade complexa e que exige muito manter uma imagem como tal, isso porque essas crianças não têm total controle do que está acontecendo e nem são capazes de relacionar isso com outras coisas, criar ligação entre o que ela usa com uma mensagem a transmitir, ela ainda não está preparada para o caráter comunicacional de indumentárias.

Percebe-se que no compartilhamento da parentalidade mediante grande visibilidade, a imagem da criança é extremamente valorizada em sua função midiática, inclusive em detrimento das suas opiniões e preferências. É aí que se levantam as questões que envolvem o direito da criança a ser ouvida nas situações que lhes dizem respeito. Dessa forma, no próximo item abordaremos as questões legais relacionadas à presença de crianças nas redes sociais.

2.5 A exposição infantil na internet: questões legais

Considerando-se os conceitos de infância e criança enquanto construções históricas, podemos ressaltar o caráter histórico da luta pelos seus direitos. No Brasil e em muitos outros países do mundo, o reconhecimento dos direitos da infância e da adolescência é um fato bastante recente, afinal, a história dos direitos da criança se caracteriza pelo entrave existente entre o reconhecimento da sua necessidade e os obstáculos existentes para sua efetivação. Inicialmente vista como um ser vulnerável e incompleto, apenas no século XX a criança conquista o estatuto de sujeito de direitos, a partir da elaboração de dispositivos legais e documentos internacionais como, por exemplo, a Declaração de Genebra (1923), a Declaração Universal dos Direitos da Criança (1959) e a Convenção dos Direitos da Criança (1989) (ANDRADE, 2010).

Costa (1994) ressalta que no Brasil, o longo período entre o “descobrimento” até a década de 1960 foi marcado pelo caráter assistencialista, normativo e repressivo na forma de lidar com a infância, citando como exemplos a Política Nacional de Bem-Estar do Menor e o Código de Menores. O autor considera ainda que as décadas de 1970 e 1980 representam o período do surgimento das lutas travadas pelos direitos das crianças e dos adolescentes no Brasil, ressaltando que não se pode desvincular a história dos direitos da infância à própria história das políticas sociais brasileiras.

Andrade (2010) corrobora com esta ideia, pontuando que a década de 1980 foi um marco na trajetória da história dos direitos das crianças brasileiras, especialmente devido à movimentação internacional em defesa dos direitos da infância, além das lutas em contraposição ao regime autoritário militar e dos movimentos sociais no país em defesa da democracia, o que culminou na instauração de um novo campo legal para as políticas de atendimento à infância.

Em 1988, a promulgação da Constituição Federal Brasileira representa um marco na conquista dos direitos sociais, reconhecendo a criança como cidadã, inaugurando um novo momento na história das legislações brasileiras relacionadas à infância, na medida em que demanda investimentos do Estado na consolidação dos direitos nela abordados, como, por exemplo, o direito à educação infantil gratuita em creches e pré-escolas.

Ademais, ressaltamos o destaque ao papel e à responsabilidade da família, da sociedade e do Estado na defesa dos direitos da infância e da adolescência, trazidos pela Constituição Federal de 1988, em seu Art. 227:

É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de

negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão (BRASIL, 1988).

Em consonância com a Carta Magna, no dia 13 de julho de 1990 foi sancionada a Lei nº 8.069, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) com o objetivo de garantir, com absoluta prioridade, direitos fundamentais inerentes à condição peculiar de pessoas em desenvolvimento, abordando, para tanto, a obrigatoriedade de assegurar a crianças e adolescentes todas as oportunidades e facilidades ao seu desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade.

Destacamos aqui o trazido nos artigos 17 e 18, do capítulo II do ECA, que se refere aos direitos à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade:

Art. 17 - O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, ideias e crenças, dos espaços e objetos pessoais.

Art. 18. É dever de todos velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor (BRASIL, 1990).

Segundo Tomasevicius Filho (2016), é nesse contexto de crescente uso da internet, tida como uma “terra sem lei”, e levando-se em consideração que o direito penal brasileiro é inaplicável aos crimes virtuais, além de situações que evidenciavam a necessidade de legislações específicas para regulamentar os comportamentos e o uso da internet, foi que o Brasil, juntamente com a Alemanha, ambos vítimas de espionagem, encaminharam às Nações Unidas o documento: “O direito à privacidade na era digital”. O documento foi aprovado na sessão de 26 de novembro de 2013, reconhecendo-se a natureza global e aberta da internet e recomendando-se aos Estados que assegurassem o respeito e proteção do direito à privacidade no contexto das comunicações digitais, dentre outras orientações.

Foi nesse contexto de invasão de privacidade praticada por um Estado contra outro, que o governo brasileiro pressionou o Congresso Nacional para a aprovação de uma lei sobre comportamentos na internet, denominada “Marco Civil da Internet”. A proposta foi concebida em 2009 em uma parceria entre o Ministério da Justiça e a Escola de Direito do Rio de Janeiro, da Fundação Getúlio Vargas. O resultado foi um projeto de lei registrado sob o nº 2.126/2011, convertido na Lei n.12.965, de 23 de abril de 2014. Ressalta-se que o texto foi submetido a consultas públicas, inclusive recebendo contribuições pela internet, sendo as principais adicionadas ao texto final (TOMASEVICIUS FILHO, 2016).

Assim, o Marco Civil da Internet estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil e determina as diretrizes para atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria. A legislação traz como princípios para disciplinar o uso da internet no Brasil, dentre outros: I - garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição; II - proteção da privacidade; III - proteção aos dados pessoais, na forma da lei. A legislação versa ainda sobre diversas temáticas, como: os direitos e garantias dos usuários, a provisão de conexão e de aplicações de internet, a guarda de registros, a responsabilidade de danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros, entre outros assuntos (BRASIL, 2014).

Outro documento que não podemos deixar de citar é o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), instituído em virtude da necessidade de normas éticas específicas na atividade publicitária, considerando-se as recomendações e sugestões construídas em diversos eventos nacionais e internacionais sobre publicidade e propaganda e ainda tendo em vista que a atividade publicitária é subordinada ao império da lei e deve reger-se pelo princípio da legalidade.

O referido código traz uma sessão específica para tratar de publicidade e anúncios voltados a crianças e jovens. A sessão 11, no artigo 37, traz que nenhum anúncio dirigirá apelo imperativo de consumo diretamente à criança, devendo refletir cuidados especiais, abstendo-se de: desmerecer valores sociais positivos; provocar discriminação contra os que não sejam consumidores do produto; associar crianças e adolescentes a situações ilegais, perigosas ou socialmente condenáveis; impor a noção de que o consumo do produto proporcione superioridade; empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, dentre outras questões.

Nesse ínterim, é válido discutir a questão da exposição infantil nas redes sociais e sua relação com os direitos de privacidade, de preservação da imagem e de identidade, bem como da autonomia e valores, abordando ainda o direito à liberdade de expressão dos pais e o direito de proteção aos dados pessoais dos filhos. Tal problematização poderá evidenciar situações em que tais direitos possam estar sendo infringidos ou não, no sentido de esclarecer ou sugerir pontos positivos ou negativos da exposição infantil na internet.

Por fim, questionamos se a exposição infantil nas redes sociais gera ou não consequências ao desenvolvimento. Para compreendermos essas vicissitudes, é necessário entender o processo do desenvolvimento infantil numa perspectiva integradora entre os vários sistemas em que a criança está inserida, como propõe Bronfenbrenner em sua teoria.

2.6 O desenvolvimento infantil segundo a teoria bioecológica do desenvolvimento humano (TBDH)

Sabemos que a Psicologia do Desenvolvimento, como área da ciência, preocupa-se em compreender os processos de desenvolvimento das pessoas, bem como as etapas e mudanças ao longo de sua vida, além de preocupar-se com as relações do homem com os ambientes onde vive, as suas formas de adaptação, crescimentos e mudanças, compreendendo-o como sujeito ativo em seu próprio desenvolvimento.

Ao falarmos de teorias e metodologias utilizadas para o estudo de crianças e suas famílias, destacamos a Teoria Bioecológica do Desenvolvimento Humano (TBDH), de Urie Bronfenbrenner, que tem sido utilizada em alguns trabalhos com famílias e crianças e visa proporcionar maior compreensão dos fenômenos que ocorrem no âmbito da dinâmica familiar. Assim, utilizaremos esta base teórico-metodológica para as análises pretendidas, ressaltando que a TBDH é uma teoria “robusta, capaz de influenciar o pensamento e as práticas de muitos psicólogos e pesquisadores dessa área” (BENETTI et al., 2013, p. 92).

A TBDH surgiu da insatisfação de Bronfenbrenner com as abordagens e ideias predominantes na Psicologia em sua época e ainda de sua rejeição ao postulado que trazia que, para ser útil e científica, a ciência social deveria ser pura, neutra e descontextualizada. Assim, mostrava-se insatisfeito com as abordagens que estudavam o desenvolvimento humano de forma fragmentada, cada uma voltada para o seu próprio nível de análise: apenas a criança, apenas a família e apenas a sociedade, cada uma em seu respectivo contexto. Bronfenbrenner (1979 apud BENETTI et al., 2013) critica as condições artificiais e não familiares criadas pelos pesquisadores para estudar o desenvolvimento humano, destacando seu caráter limitado e insuficiente.

Polonia, Dessen e Silva (2005), ao abordarem o modelo bioecológico de Bronfenbrenner e suas contribuições para o estudo do desenvolvimento humano, destacam que este é compreendido como um processo, uma transformação das ações, das percepções, das atividades e da interação com o mundo, que acontece de maneira recíproca e contínua dentro da unidade tempo-espço. O desenvolvimento é ainda estimulado ou inibido pelo grau de interação com as pessoas e pelo engajamento e participação em diferentes ambientes e contextos, numa inter-relação entre os aspectos biológicos, psicológicos e ambientais.

Ressalta-se que a TBDH precisou de diversas revisões e reformulações ao longo da carreira de Bronfenbrenner para chegar ao que é hoje. Inicialmente, o modelo era chamado de “ecológico”, pois havia o destaque para o ambiente como fator fundamental para a

compreensão de como o indivíduo se desenvolve. Neste modelo, a pessoa em desenvolvimento não é considerada como apenas receptora dos impactos do ambiente, mas como uma entidade que penetra e reestrutura o ambiente, estabelecendo com ele uma relação bidirecional e recíproca.

Mais tarde, Bronfenbrenner trabalhou juntamente com Morris na reformulação de sua abordagem, trazendo uma maior ênfase na interação da pessoa em desenvolvimento com outras pessoas e ainda com objetos e símbolos. Nesse aspecto, Bronfenbrenner critica sua própria ênfase anteriormente muito focada nos contextos de desenvolvimento, deixando inicialmente a pessoa em desenvolvimento em segundo plano. Assim, esta nova reformulação passa a ser denominada de modelo Bioecológico, afinal, o entendimento do desenvolvimento humano considera que este envolve estabilidades e mudanças nas características biopsicológicas durante o curso da vida do indivíduo e passa a contemplar um esquema mais amplo, com quatro aspectos que interagem entre si: o processo, a pessoa, o contexto e o tempo, o chamado modelo PPCT (BRONFENBRENNER; MORRIS, 2006).

O processo é destacado como o principal mecanismo responsável pelo desenvolvimento, relacionando-se aos papéis e atividades diárias da pessoa em desenvolvimento e as interações recíprocas entre ela, outras pessoas, os objetos e os símbolos presentes em seu ambiente. Essas interações que ocorrem em período estendido de tempo são chamadas de “processos proximais” e são consideradas os motores do desenvolvimento, variando de acordo com as características individuais e do contexto. É importante ainda observar como os processos proximais variam na interação entre as características do ambiente no qual ele acontece, as experiências vivenciadas pela pessoa naquele ambiente e a natureza dos seus efeitos no desenvolvimento. São exemplos desses processos a relação dos pais com a criança, as interações entre crianças durante um jogo, a aprendizagem da leitura e da resolução de problemas, afinal, é a partir dessas interações que a criança dá sentido ao seu mundo e o transforma (BENETTI et al., 2013).

No que diz respeito à pessoa, Bronfenbrenner reconheceu a relevância dos fatores biológicos e genéticos no desenvolvimento, mas deu destaque às características pessoais dos indivíduos, como seu temperamento, convicções, metas e motivações, trazidas para as situações sociais. Essas características e qualidades pessoais podem influenciar a maneira como outras pessoas lidam com a pessoa em desenvolvimento e ainda nutrir ou romper com os processos de crescimento psicológico. Ressalta-se que nenhuma característica da pessoa pode isoladamente exercer influência sobre o seu desenvolvimento (MARTINS; SZYMANSK, 2004).

O contexto, por sua vez, compreende os eventos ou condições que acontecem fora do organismo e que podem influenciar ou ser influenciados pela pessoa em desenvolvimento. O contexto foi classificado por Bronfenbrenner em quatro subsistemas sociais que norteiam o ser em crescimento, os quais abrangem tanto os ambientes mais imediatos nos quais vive a pessoa em desenvolvimento, como os mais remotos, onde ela nunca esteve. Esses subsistemas são: Microsistema, Mesossistema, Exossistema e Macrossistema.

O microsistema inclui um padrão de atividades, papéis e relações interpessoais experienciados pela pessoa em desenvolvimento em um dado ambiente com características específicas. Como exemplo, podemos citar a interação entre os pais e o bebê. A criança afeta a vida dos pais e vice-versa, e as atitudes e sentimentos dos pais afetam a criança, influenciando o seu desenvolvimento. Assim, cada pessoa exerce um papel, respondendo a um conjunto de expectativas e atitudes esperadas de sua ação no seu espaço de relações.

Dentro do microsistema estão as atividades molares, que são o aspecto mais significativo do processo evolutivo da pessoa e que se constituem em ações contínuas que ocorrem em um determinado período de tempo e que são reconhecidas como importantes pelas pessoas envolvidas no ambiente, como, por exemplo, o envolvimento ativo da criança nas aulas e nas tarefas cotidianas na escola e em casa e ainda o investimento que os pais realizam com a perspectiva de sucesso futuro dos filhos (POLONIA; DESSEN; SILVA, 2005).

O mesossistema, por sua vez, inclui as inter-relações entre dois ou mais ambientes (microsistemas) em que a pessoa em desenvolvimento participa ativamente. Como exemplo podemos citar as relações na família, no trabalho e na vida em sociedade, a vinculação entre a família e os amigos da criança e a relação entre família e a escola na influência e na construção da aprendizagem das crianças e de seu desenvolvimento salutar.

O exossistema se refere a ambientes nos quais a pessoa em desenvolvimento não participa ativamente, mas nos quais ocorrem eventos que a afetam. Ou seja, os acontecimentos no exossistema afetam e são afetados pelo ambiente em que a pessoa em desenvolvimento está. Exemplificando, o local de trabalho ou a rede de amigos dos pais são exossistemas para a criança. Outro importante exemplo de exossistema são as políticas públicas, que influenciam a vida, a rotina e as relações da pessoa que se encontra em desenvolvimento, afetando-a diretamente (POLONIA; DESSEN; SILVA, 2005).

Por último, temos o macrossistema, o qual se refere a consistências na forma e conteúdo de micro, meso ou exossistemas que existem ou poderiam existir em uma cultura. Dessa forma, podemos citar que as escolas, lanches ou um parque funcionam de forma muito

parecida dentro de um mesmo país, mas de forma muito diferente em outros (KREBS, 1995). De acordo com Polonia, Dessen e Silva (2005) o macrosistema engloba os sistemas de valores e crenças de uma cultura, submersos em conhecimentos, estilos de vida, costumes, obstáculos e cursos de vida.

Retomando o modelo PPCT temos, por fim, o conceito de tempo ou cronossistema, o qual ocupa um espaço importante no novo modelo proposto, sendo entendido como o percurso histórico do desenvolvimento, em virtude de mudanças na vida dos indivíduos que ocorrem a partir de eventos ambientais ou transições ao longo da existência, produzindo condições que afetam o desenvolvimento das pessoas. Como exemplo, podemos citar eventos da vida familiar como a entrada da criança na escola, a mudança no *status* econômico, o nascimento de um irmão ou a mudança no local de moradia, eventos do cronossistema que podem ter significativa influência no desenvolvimento das pessoas da família em um dado período de suas vidas (BENETTI et al., 2013).

Polonia, Dessen e Silva (2005) destacam que as mudanças que ocorrem no tempo não são vistas apenas como um produto do processo, pessoa, contexto e tempo, mas são compreendidas como elementos propulsores de transformações. E essa compreensão tem reflexos importantes na pesquisa em desenvolvimento humano, pois compreende que os vários fatores investigados e que afetam o desenvolvimento atuam interdependentemente uns dos outros, gerando efeitos combinados.

Acerca de investigações sobre fenômenos que acontecem na família, ressalta-se o caráter desafiador da pesquisa, uma vez que o próprio objeto é um fenômeno psicossocial permeado por inúmeras situações e peculiaridades. Assim, para Bronfenbrenner (2002), o contexto de desenvolvimento da família é influenciado por elementos que fazem parte de um todo social, assim como também os influencia, afinal, os fenômenos que ocorrem em ambientes de vida real estão sempre sujeitos a variadas formas de influências, que podem variar ao longo do tempo e do espaço.

Para Benetti et. al. (2013), Bronfenbrenner foi incansável em favor de contextos apoiadores para indivíduos e famílias, ensinando uma geração inteira de pesquisadores a construir uma visão mais ampla e inclusiva, considerando as diferentes forças atuantes sobre os indivíduos. Seu legado inclui a sua insistência em defender que não se deve apenas lutar por conhecimentos mais precisos acerca do desenvolvimento humano, mas agir sobre esse conhecimento com vistas a trazer melhorias para a vida das pessoas.

A bidirecionalidade também é um conceito importante na medida em que considera que as características da pessoa e do ambiente devam ser compreendidas enquanto um sistema

a ser investigado conjuntamente e não separadamente como na maioria das investigações. Outra importante contribuição é considerar os eventos não somente a partir do curso de vida do indivíduo, mas também do tempo histórico (POLONIA; DESSEN; SILVA, 2005).

Ademais, ao conceituar o desenvolvimento como centrado nas relações funcionais entre ambiente e organismo, fenótipo e genótipo, por meio do intercâmbio entre indivíduo e ambiente, o modelo bioecológico traz importantes contribuições para a pesquisa em desenvolvimento humano e em Psicologia, tanto no presente quanto no futuro.

3 JUSTIFICATIVA

Vivenciamos, atualmente, um período de transição de uma realidade para outra: de uma sociedade do capitalismo industrial para a chamada “sociedade em rede” (CASTELLS, 1999), onde a forte presença das tecnologias da informação e comunicação no cotidiano das pessoas tem sido um fator de modificação e criação de novos hábitos e formas de relacionamentos. Dessa forma, as tecnologias de informação e comunicação contribuem para que ocorram modificações nos modos de as pessoas perceberem a si, aos outros e ao mundo que as cerca.

De acordo com Lemos (2005), a internet sem fio, os objetos tecnológicos e a telefonia celular de última geração trazem novas questões relacionadas à privacidade, às relações sociais e ao conflito entre espaço público e espaço privado. A compreensão das novas formas de relação e comunicação com o advento da internet é de grande importância para que também possamos compreender as mudanças na dinâmica social e familiar.

Sobre a participação infantil nas redes sociais e no ciberespaço, Menezes (2013) pontua que a forma de nos tornarmos humanos tem sido radicalmente modificada, sendo as identidades e as subjetividades das crianças forjadas em um cenário das tecnologias digitais em rede, influenciadas ainda pelo consumo, pelo espetáculo, pela visibilidade, pelas mídias, dentre tantas outras dimensões. Oliveira e Villardi (2006) pontuam que o computador está presente na vida da criança da modernidade e afeta ativamente a construção da sua identidade, sendo o mundo virtual incorporado juntamente com o “*ethos tecnológico*” da cultura, com variadas significações.

O interesse na realização da presente pesquisa surgiu a partir de observações e interações vivenciadas na rede social *Instagram* e ainda na participação em eventos voltados ao público infantil na cidade de Manaus/AM, organizados por mães blogueiras famosas na região, divulgados através dos perfis pessoais, com grande participação da sociedade em geral. Durante esses eventos onde os mini blogueiros têm participação especial, pudemos presenciar o desconforto e a angústia dos mesmos mediante a expectativa e a obrigatoriedade de sua participação, como por exemplo, em desfiles de moda infantil. Esses aspectos trouxeram à tona preocupações com a saúde e a integridade emocional dessas crianças e com as condições que estão sendo proporcionadas para o seu desenvolvimento.

Ao procurarmos pesquisas no Brasil relacionadas ao tema, verificamos a escassez de estudos relacionados. Os poucos resultados encontrados são de investigações realizadas por pesquisadores norte-americanos ou europeus.

Assim, observamos que, no Brasil, a maioria das pesquisas que tratam acerca da relação das crianças com a internet e as tecnologias digitais mantém o foco de pesquisa nas formas de uso, frequência de uso e exposição a conteúdos inapropriados, havendo poucos estudos relacionados à questão da exposição infantil nas redes sociais praticada pelos pais/família, a saber, o “*oversharenting*”.

Diante dessa escassez de estudos acerca da temática e considerando a proteção integral e prioritária que deve ser oportunizada ao público infantil, acreditamos na importância desta pesquisa, tendo em vista a crescente quantidade de perfis infantis gerenciados pelos pais/família (especialmente pelas mães), o compartilhamento cada vez mais precoce da rotina e da intimidade das crianças nas redes sociais e ainda o desconhecimento das consequências de tais práticas ao desenvolvimento infantil.

Assim, é importante discutir a visibilidade infantil nas redes sociais do ponto de vista dos direitos das crianças consagrados internacionalmente por leis, tendo em vista o seu melhor interesse, bem como sua relação com a liberdade de expressão dos pais, levando-se em consideração que, geralmente, a criança não possui qualquer influência de escolha sobre o que é disseminado acerca dela própria. Nesse contexto, convém ressaltar a observação de que são frequentes as postagens que se referem ao desconforto da criança diante das constantes fotografias e exposição e ainda os conflitos familiares surgidos por conta do receio relacionado à segurança e privacidade.

A meta é propiciar, a nível multiprofissional, reflexões críticas acerca do “*oversharenting*” e contribuir para a aquisição de conhecimentos acerca da prática, bem como poderá fornecer subsídios aos psicólogos e demais profissionais para oferecerem orientações e informações acerca desta questão tão atual e pouco conhecida, em especial aos que atuam com famílias e crianças.

Por fim, esperamos que os conhecimentos e resultados obtidos através deste estudo possam subsidiar posicionamentos, reflexões críticas e, principalmente, contribuir para o bem-estar de crianças e suas famílias no uso das redes sociais e na construção responsável da chamada “*identidade digital*”.

4 OBJETIVOS

Objetivo Geral: Analisar possíveis consequências sobre o desenvolvimento infantil advindas da prática da exposição de crianças nas redes sociais.

Objetivos Específicos:

I) Caracterizar publicações de páginas de perfis infantis e/ou de maternidade/paternidade no *Instagram*, analisando-as à luz da Teoria Bioecológica do Desenvolvimento Humano de Urie Bronfenbrenner;

II) Discutir o uso da imagem infantil nas redes sociais com fins comerciais, bem como o fenômeno da adultização infantil, estabelecendo relação entre essas práticas e os direitos infantis consagrados pelas legislações vigentes.

5 METODOLOGIA

Num contexto em que uma das principais formas de comunicação entre as pessoas é por meios virtuais, não há como negar a importância de se estudar as relações que se estabelecem no ciberespaço. Assim, com o surgimento e o crescimento das redes sociais on-line, conseqüentemente surgiram novas propostas de pesquisa para este novo contexto.

De acordo com Recuero (2014), as redes sociais on-line representam um complexo universo de fenômenos comunicativos, sociais e discursivos e sua inclusão no ciberespaço trouxe novos elementos e novas dinâmicas para seu estudo. Ao permitirem o registro de dinâmicas sociais, o advento dos sites de redes sociais possibilitam o mapeamento e o estudo das conversações, bem como a disponibilidade de dados para acesso aos pesquisadores interessados. Apesar disso, a autora destaca que ainda há carência de ferramentas metodológicas e recursos específicos que permitam estudar os dados relacionais que são coletados no âmbito das redes sociais virtuais.

Para Castro e Spinola (2015) o estudo das redes é o estudo dos padrões sociais. Desse modo, realizamos uma pesquisa qualitativa do tipo descritiva, com base na Etnografia Virtual. Para Minayo (2009), a pesquisa qualitativa se ocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado, pois trabalha com o universo dos valores, das crenças, dos significados e atitudes, afinal, o ser humano não só age sobre a realidade, mas também pensa sobre o que faz e interpreta suas ações a partir da realidade de suas vivências e de suas relações com o outro.

As pesquisas do tipo descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, o levantamento de opiniões, atitudes e crenças ou o estabelecimento de relações entre variáveis, por meio da utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados (GIL, 2008).

5.1 Etnografia virtual ou netnografia

Etnografia vem do grego “*grafo*”, que significa “escrever sobre” e de “*etno*” que significa “sociedade em particular”. Desenvolveu-se no final do século XIX e início do século XX, como uma tentativa de observação mais holística dos modos de vida das pessoas. Utilizada inicialmente em livros de viagens para descrever modos de vida de povos exóticos, a Etnografia é a especialidade da Antropologia que tem como objetivo o estudo e a descrição dos povos, sua língua, raça, religião, e manifestações materiais de suas atividades (MATTOS, 2001).

De acordo com Zanini (2016), a etnografia ganhou espaço, se constituindo em um importante método de pesquisa nas ciências humanas e sociais, mostrando o quão imprescindível é conviver e ouvir aqueles que pretendemos estudar e entender. A Etnografia tem como premissa básica a pesquisa de campo, realizada no próprio local onde as pessoas convivem naturalmente, sem que o pesquisador possa controlar os comportamentos a serem observados. Ou seja, “os comportamentos, a linguagens, os códigos das pessoas são estudados e observados em seu contexto habitual, e não em condições artificiais criadas pelo investigador”. (p. 172).

Acerca do uso da etnografia no contexto virtual, destacamos a importância do olhar etnográfico no ciberespaço. Polivanov (2013) pontua que os primeiros trabalhos que se dedicaram ao estudo de interações sociais na internet tinham um forte viés etnográfico. Hine (2000) foi uma das primeiras autoras a debater e explorar a Etnografia como metodologia para pesquisa nos ambientes virtuais, utilizando o termo “Etnografia Virtual”.

Já Kozinets (2014) chama de Netnografia a utilização da etnografia para pesquisas on-line. Segundo este autor, a Netnografia é uma forma especializada de etnografia e tem como fonte de dados as comunicações mediadas por computador, no intuito de chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural na Internet. Sua abordagem é adaptada para estudar fóruns, grupos de notícias, *blogs*, redes sociais, entre outros, que constituem exemplos do vasto ciberespaço. Acerca disso:

[...] não há dúvida, portanto, de que o ambiente on-line, principalmente nas mídias sociais, esteja repleto de espaços em que se forjam sistemas simbólicos únicos, estabelecendo rituais, novas normas, modos específicos de comportamento, identidades, papéis sociais e até linguagens completamente específicas (ZANINI, 2016, p.171)

Nesse íterim, compreendendo a Etnografia como o estudo da cultura de um determinado grupo social, as redes sociais oferecem um vasto material para análises e compreensões de hábitos, comportamentos, linguagens e estilos de vida. No entanto, ressaltamos a importância de compreender as limitações e as complexidades envolvidas no estudo dessas interações e da cultura como um todo, dessa forma, sabemos o quão importante é o cuidado com interpretações e inferências simplistas e incipientes.

5.2 Ambiente da pesquisa

A pesquisa proposta foi desenvolvida a partir da coleta de informações no contexto do ciberespaço. Para Levy (2009), o ciberespaço é o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores, marcado pela informação interativa, fluida e virtual, permitindo vários modos de comunicação.

Para muito, além disso, o ciberespaço é um local de convivência humana e sociabilidade, onde, por meio da tecnologia, as pessoas passam a se relacionar, se conhecer, trocar afetos e experiências, interagir, conversar, jogar, debater, entre muitas outras ações, semelhantes ou muito parecidas com as ações executadas na “vida real”. De acordo com Zanini (2016), o acesso fácil e rápido à tecnologia e à internet transformou completamente nossa relação com o ciberespaço.

Nesse contexto, o uso das redes sociais se destaca como uma das principais formas de interação entre as pessoas no ciberespaço. A escolha da rede social *Instagram* para a presente pesquisa deveu-se também à adesão massiva dos brasileiros, sendo o Brasil possuidor da segunda maior base de usuários do *Instagram*, com 50 milhões de usuários ativos mensais⁶.

Ao abordar o que chama de “fenômeno *Instagram*”, Piza (2012) pontua que este é o resultado de um processo dinâmico que se origina das condições propícias da era da tecnologia da informação. A quantidade de usuários inscritos sinaliza para a preferência pela rapidez na propagação de informações. Outro atrativo apontado foi a possibilidade de popularização dos indivíduos dentro da rede, afinal, quanto maior o número de seguidores, mais prestígio e reconhecimento o usuário terá dentro da comunidade.

Como uma plataforma que possibilita a utilização de conteúdo multimídia, o *Instagram* proporciona a partilha de narrativas pessoais, num registro muito próximo da atualidade, com recursos de introspecção e reflexividade. (JERSLEV, 2016). Permite ainda o arquivo e a conexão entre conteúdos através de links e das famosas *hashtags*, como também a interação com o leitor ou “seguidor” através de comentários e respostas aos comentários.

Diante de tantas possibilidades de interação, podemos afirmar que o *Instagram* oferece um vasto material para pesquisa. De acordo com Zanini (2016, p.182) nas redes sociais,

A quantidade de fotografias e vídeos que circulam nas mídias sociais é imensa. Quando analisamos os perfis públicos das pessoas nas mídias sociais e, por consequência, as suas postagens, vemos a própria representação e identidade que aquela pessoa tem com o espaço que a cerca. O mesmo vale para os textos. Guardar as conversações e as mensagens trocadas naquele ambiente em um espaço privado do pesquisador se torna extremamente útil para consultas posteriores.

⁶ De acordo com o site da Folha: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1931057-com-50-milhoes-de-usuarios-brasil-e-segundo-no-ranking-do-instagram.shtml>

Assim, destaca-se que em uma pesquisa etnográfica é imprescindível o exercício da observação, ou seja, é necessário que o pesquisador participe do ambiente onde realiza sua investigação, seja de forma ativa ou não.

Nesse contexto, o presente estudo considerou o ciberespaço como ambiente de pesquisa, mais especificamente o aplicativo *Instagram* como local para coleta de dados, considerando-se a riqueza de dados como textos, imagens e postagens que subsidiaram as análises aqui realizadas.

5.3 Participantes e amostra

Foram convidados a participar voluntária e anonimamente aproximadamente 250 pessoas, procurando-se a maior diversidade possível, obtendo-se a adesão de 30 participantes, sendo 3 do sexo masculino (10%) e 27 do sexo feminino (90%). A participação se deu por meio da resposta a um questionário em formato on-line (Apêndice A) enviado por e-mail.

No sentido de caracterizarmos os participantes, incluímos questões relacionadas ao perfil socioeconômico, sendo obtidas informações sobre idade, estado civil, quantidade e idade dos filhos, renda familiar, dentre outros aspectos.

Obtivemos a representatividade de todas as regiões do país, sendo 6 participantes da região centro-oeste, 4 da região sul, 9 da região sudeste, 4 da região norte e 5 da região nordeste. Verificamos que a variação da média de idade é baixa, variando de 19 a 39 anos, o que já era esperado pelo fato de que são pessoas que possuem filhos menores de idade, com idades que variam entre 2 meses e 14 anos.

Com relação ao estado civil e à composição familiar, 24 participantes são casados, (80%), 3 participantes possuem união estável, 1 é viúvo e 2 são solteiros. Acerca da condição socioeconômica, observamos que metade dos participantes se insere nas três faixas de renda mais altas, sendo 16,7% (5 participantes) na faixa de renda acima de 10 salários mínimos, 26,7% (8 participantes) na faixa de 5 a 10 salários mínimos e 6,7% (2 participantes) na faixa de renda de 4 a 5 salários mínimos. Essa inserção nas faixas de renda mais altas exemplifica que os blogueiros(as) são geralmente pessoas de classes sociais mais favorecidas.

5.4 Critérios de inclusão e exclusão

Os critérios de inclusão para a participação na pesquisa abrangeram a necessidade de ser mãe/pai, usuário da rede social *Instagram*, maior de 18 anos e gerenciador de perfil ativo,

identificado em seu nome ou em nome de seu filho(a). O perfil deveria ter como objetivo principal o compartilhamento da vida parental, incluindo o dia-a-dia da(s) criança(s) e a troca de experiências relacionadas à maternidade/paternidade.

Foram incluídos na pesquisa apenas participantes cujos perfis na rede social fossem públicos (abertos a qualquer usuário) e possuíssem no mínimo mil seguidores, tendo em vista a importância de considerar a visibilidade dos mesmos. A escolha por mil seguidores se deu para que os perfis participantes fossem de pessoas “comuns”, ou seja, mães e pais que não exercem atividade profissional na área do marketing na internet ou que não sejam reconhecidamente figuras públicas fora do contexto virtual.

Os critérios de exclusão foram: as mães/pais não poderão ser figuras públicas reconhecidas por intermédio de outros meios de comunicação, como, por exemplo, atores e atrizes, cantores(as) e políticos(as) já conhecidas previamente por outros meios, como rádio e televisão, por exemplo. Perfis privados (ou fechados) também não foram considerados, bem como usuários com menos de 18 anos de idade.

5.5 Materiais e métodos

Para a coleta de dados nas redes sociais, utilizamos duas técnicas: 1. Formulário on-line na ferramenta Google Docs (Apêndice A) e 2. Pesquisa manual de *hashtags* no aplicativo *Instagram*, buscando alguns termos e palavras-chave relacionadas ao nosso objeto de investigação, para encontrar resultados de postagens.

O formulário on-line foi elaborado e disponibilizado na plataforma Google Docs e, após o contato prévio com o participante, o link foi enviado por e-mail para direcioná-lo às perguntas. O questionário contém informações iniciais acerca dos objetivos da pesquisa, bem como o texto referente ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice B), com a explicação a respeito das questões éticas e de privacidade dos dados. Assim, ressaltamos que em virtude de utilizarmos um Formulário On-line para a coleta de dados, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) estava nele contido, havendo um campo onde o (a) participante confirmou a leitura do TCLE e o seu consentimento em participar da pesquisa.

O formulário contém inicialmente perguntas que objetivam caracterizar os sujeitos de acordo com fatores de ordem socioeconômica e sociodemográfica, com opções de resposta que o(a) participante poderá escolher. Em seguida, o formulário abordou as questões específicas que visaram atender aos objetivos da pesquisa.

O Google Docs é um serviço para Web, podendo ser utilizado para criar, editar, visualizar e compartilhar documentos de texto com amigos e contatos profissionais. Entre uma dessas possibilidades, está a elaboração de Formulários personalizados de pesquisa, onde é possível redigir as perguntas, delimitar as formas e as opções de resposta. Além disso, os resultados da pesquisa são atualizados em gráficos e planilhas em tempo real, assim que algum participante responde ao formulário⁷.

O procedimento de busca de *hashtags* no *Instagram* nos possibilitou o acesso a todas as publicações realizadas por perfis públicos que fizeram o uso de determinado termo antecedido do símbolo “#”. Através da pesquisa foram disponibilizados fotos, vídeos e textos de publicações, além de ser possível visualizar a interação entre os usuários através dos comentários, a quantidade de curtidas, o tipo de postagem, entre outras possibilidades. As informações decorrentes da pesquisa de *hashtags* foram registradas em diário de campo. O diário de campo constituiu na anotação e arquivamento de postagens, comentários e observações deste vasto campo virtual. Dessa forma, realizamos registros acerca de nossas impressões e arquivamos muitas postagens para consulta posterior por meio da função de *Print Screen*, salvas em documentos do *Word*.

De acordo com Moura e Mandaji (2014) *hashtags* são palavras, frases ou expressões precedidas do símbolo # (sustenido), o qual possibilita o agrupamento das postagens por tópicos. Assim, as *hashtags* classificam e agrupam as informações na web e possibilitam maior participação e cooperação dos usuários, além de permitir a formação de grupos para exteriorizar ideias, sentimentos, preferências e posicionamentos dos indivíduos que atuam no ciberespaço.

5.6 Procedimento para coleta de dados

De acordo com Kozinets (2014) durante a coleta e análise de dados em uma pesquisa etnográfica, três tipos de capturas são importantes. A primeira se refere aos dados arquivais, que segundo o autor consistem em copiar dados da página, blog ou site, como fotos, por exemplo. É importante que o pesquisador não esteja diretamente envolvido. Em nossa pesquisa, essa fase consistiu na coleta de dados através da pesquisa de *hashtags*.

A segunda coleta refere-se aos dados que o pesquisador obtém através da interação com o participante, como, por exemplo, entrevistas por correio eletrônico, bate-papo ou mensagens. Na presente pesquisa, essa coleta foi realizada por meio do formulário on-line,

⁷ Informações disponíveis em: <https://www.google.com/intl/pt-BR/forms/about/>

respondido pelos participantes. Por fim, o autor traz que o terceiro tipo de coleta abrange as notas de campo experienciadas pelo pesquisador sobre as práticas de comunicação no local investigado. Em nossa pesquisa, essa fase incluiu as anotações das observações e registros realizados no contato com o ambiente de pesquisa e os sujeitos investigados.

Diante disso, ressalta-se a importância da participação do pesquisador para alcançar o objetivo de realizar uma análise e descrição mais densa das questões relevantes dentro de determinado ambiente virtual. Ainda que não seja ativa, por meio de contato com as pessoas para conversas ou entrevistas, o pesquisador pode assumir a postura de observador. O que não podemos desconsiderar é o qual fundamental é o exercício da observação para a pesquisa etnográfica. (ZANINI, 2016).

Sobre a coleta de dados a partir da rede social *Instagram*, pontuamos que a mesma se deu por meio da pesquisa de *hashtags* e a partir dos registros em diário de campo. De acordo com Malini (2016) realizar análises a partir da correlação e frequência de *hashtags* e termos textuais é um trabalho que demanda inventividade interpretativa do pesquisador. Diante disso, reconhecemos que a pesquisa por *hashtags* possuiu suas dificuldades e limitações, pois não englobou todas as publicações e postagens envolvendo determinado assunto, afinal, nem todos os usuários utilizam *hashtags* em suas postagens. No entanto, observamos que a maioria dos perfis que buscam visibilidade fazem o uso de tal mecanismo de indexação, seja para alcançar maior número de visualizações e curtidas, seja para organizar conteúdos.

Assim, realizamos inicialmente registros em diário de campo ao pesquisarmos perfis infantis e de maternidade/paternidade no Instagram, observando quais as *hashtags* mais utilizadas nas postagens com as imagens dessas crianças em diferentes situações. Esse trabalho de observação durou duas semanas, tendo sido registradas as *hashtags* mais recorrentes em diário de campo. A partir dessa recorrência, escolhemos seis *hashtags* com termos e palavras relacionadas ao nosso objeto de pesquisa e que acreditamos serem as mais abrangentes, as quais foram: #miniblogueira; #miniblogueiro; #minidiva; #maeblogueira; #minidigitalinfluencer e #maternidadereal.

As observações anotadas no diário de campo incluíram ainda a caracterização das *hashtags* e explicam a escolha por esses termos. Na pesquisa pelos termos “Miniblogueira” e “Miniblogueiro” encontramos imagens de meninas e meninos em diversas situações do dia-a-dia: rotina, educação, saúde, estilo de vida e de consumo.

As *hashtags* “Maternidadereal” e “maeblogueira” trazem as postagens das mães, com conteúdos ligados à maternidade, à rotina de cuidados com os filhos, com a casa, as

responsabilidades do maternar, o compartilhamento de experiências a respeito da criação dos filhos, dentre outras questões.

A hashtag “Minidiva”, por sua vez, traz mais especificamente imagens de meninas super produzidas, arrumadas, maquiadas, participando de eventos ou desfiles de moda. Por fim, temos a hashtag “Minidigitalinfluencer”, que inclui postagens com imagens de meninos e meninas em situações forjadas para fins de publicação, com a intenção de influenciar os seguidores a determinados comportamentos, estilos, etc.

Assim, verificamos que as hashtags escolhidas permitiram que tivéssemos acesso a postagens relevantes para nosso estudo, possibilitando a investigação das relações estabelecidas entre crianças, suas famílias e o ciberespaço, fornecendo subsídios para, juntamente com as respostas ao formulário, discutirmos as categorias e resultados deste trabalho.

Em seguida, partimos para a pesquisa dessas seis *hashtags*, a qual foi realizada dentro do período de 16 de outubro a 6 de novembro de 2018, sempre no período da tarde, entre 15h e 17h. Esse é um horário considerado bastante produtivo no Instagram, gerando boa visibilidade e garantindo um maior engajamento dos seguidores, sendo, dessa forma, um dos horários de preferência dos blogueiros para a realização das postagens⁸.

Foram escolhidos três dias em cada uma das quatro semanas desse período e realizada a pesquisa de uma *hashtag* por dia. Na primeira e na terceira semana foram pesquisadas as *hashtags* “miniblogueira”, “minidiva” e “minidigitalinfluencer” e na segunda e quarta semana as *hashtags* “mãeblogueira”, “miniblogueiro” e “maternidadereal”.

Apenas para efeito ilustrativo da quantidade de informações obtidas utilizando-se a pesquisa de *hashtags* dos termos “minidiva” e “miniblogueira”, temos a figura abaixo:

Figura 1 – Quantidade de publicações utilizando as *hashtags* “minidiva” e “miniblogueira”

Hashtag	1ª Semana	3ª Semana
Minidiva	870.343	891.124
Miniblogueira	462.493	475.172

Fonte: A autora (2019)

Nota: com base nos registros de diário de campo e pesquisa de *hashtags*.

⁸ Disponível em: <https://www.gawa.com.br/melhores-horarios-para-postar-no-instagram/#>. Acesso em: 23/06/2018.

É possível visualizar que a quantidade de resultados para a pesquisa das hashtags aumentou consideravelmente no intervalo de duas semanas, o que significa que foram realizadas 20.781 postagens utilizando a *hashtag* “minidiva” e 12.679 com a *hashtag* “miniblogueira” num período de duas semanas, evidenciando a grande utilização das *hashtags*.

Assim, registramos e coletamos no mínimo três resultados por dia de pesquisa, dependendo da relevância das postagens encontradas, as quais foram salvas em documento do word. Utilizamos a função de Print Screen para salvar as imagens em uma pasta do computador, facilitando assim a análise. Ocultamos nomes, partes das imagens e outras informações pessoais para resguardar a intimidade e a identidade dos sujeitos pesquisados. Utilizamos ainda nomes fictícios.

Acerca do procedimento de coleta de dados por meio do formulário on-line, pontuamos que em virtude dos critérios para inclusão dos participantes, direcionamos a escolha das pessoas que responderam ao mesmo. A partir de observações na própria rede social *Instagram*, selecionamos usuários que atendessem aos critérios de inclusão, encaminhando, via e-mail, o formulário com o convite para participação na pesquisa.

5.7 Procedimentos para análise dos dados

A análise de dados foi realizada a partir da Etnografia Virtual e do referencial teórico construído no presente processo. Kozinets (2014) afirma que tanto a coleta quanto a análise de dados deve implicar no envolvimento, contato, relação e conexão com os membros da comunidade. O autor afirma ainda que a análise de dados representa o processo de transformar os produtos coletados da participação e da observação netnográfica em uma versão final da pesquisa. Dentre esses produtos coletados, podemos destacar as transcrições de entrevistas, as capturas de telas chamadas de “*prints*”, arquivos de texto, entre outros.

Para Zanini (2016) na etnografia, a coleta de dados não acontece isolada da análise de dados, uma vez que estes dois processos são entrelaçados. Além disso, o autor pontua que a forma de conduzir uma pesquisa etnográfica e os tipos de dados que deverão ser coletados e analisados podem ser completamente alterados pelas necessidades específicas da pesquisa. Não há, a rigor, uma determinação de que tipos de dados devem ser coletados e analisados, o que por um lado é negativo, pois dificulta o processo de ensino e de aprendizado da etnografia, mas por outro lado, permite estudar assuntos tão complexos, por ser ela mesma um método também complexo. Assim, as possibilidades para as análises são infinitas, afinal, para

cada indagação, para cada ambiente e para cada objetivo, os dados que precisam ser analisados mudam.

Tendo em vista que a análise de dados na etnografia pode ser feita de várias maneiras e em combinação com outros métodos, ressaltamos que na presente proposta de pesquisa, tomaremos ainda como referência para pensar a análise de dados, um método chamado etnoenfermagem, criado por Leininger em 1985 como um método de pesquisa etnográfico específico para a enfermagem, que propõe algumas fases para a análise de dados, fases essas que foram adaptadas para a presente pesquisa (LEININGUER, 1985).

Assim, a primeira fase correspondeu à coleta e documentação dos dados, quando coletamos, registramos e iniciamos a análise de dados de acordo com o tema e os objetivos. Em seguida, foi realizada a identificação dos descritores, quando os dados foram organizados a partir de semelhanças e divergências de afirmações e comportamentos, que foram classificados para facilitar a compreensão de determinadas questões e situações em estudo.

A terceira fase incluiu analisar contextos, significados e padrões recorrentes de comportamento e afirmações, examinando-se as categorias de dados e as interpretações em busca de recorrências. A quarta e última fase foi a mais delicada e refinada de análise e síntese. Foi a fase que demandou reflexão e criatividade para analisar os dados, elaborar formulações e inferências teóricas e fornecer recomendações.

Ao final das fases, elaborou-se categorias de análise para a discussão dos dados, sendo elas: o oversharenting e a vida familiar, a mídia e consumo infantil, adultização infantil, oversharenting e considerações legais sobre a sua prática.

Por fim, acreditamos que a proposta de Leininger (1985) proporcionou uma melhor organização desta etapa da pesquisa, levando-se em consideração que a construção de nossa análise foi melhor definida durante a coleta de dados e as observações realizadas, com o apoio da literatura da área e do referencial teórico construído, com vistas a atender aos objetivos da pesquisa.

5.8 Cuidados éticos

Os aspectos éticos são cruciais quando falamos em pesquisa. No ciberespaço, as questões éticas não perdem sua importância, pelo contrário, devem ser consideradas no sentido de resguardar pessoas, identidades e individualidades, em um processo que envolve a responsabilidade e a postura ética do pesquisador. Na presente pesquisa, optamos por realizar a coleta de dados em postagens pertencentes a perfis abertos, ou seja, perfis onde as

configurações de privacidade não impedem o acesso ao conteúdo das publicações, sejam elas fotos, vídeos, textos ou interações de variadas maneiras.

Assim, reiteramos a importância da condução ética da presente pesquisa, em observância à Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), a qual aborda as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, bem como à Resolução nº 510 de 7 de abril de 2016 também do CNS, que dispõe acerca das normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais cujos procedimentos metodológicos envolvam o uso de dados diretamente obtidos com os participantes ou de informações identificáveis que possam acarretar riscos maiores do que os já existentes na vida cotidiana.

Entre os fundamentos e procedimentos éticos, podemos destacar o respeito à dignidade e autonomia do participante, a garantia de que danos previsíveis serão evitados, a ponderação entre os riscos e os benefícios da pesquisa, a relevância social do estudo, a adequação aos princípios científicos, a garantia da privacidade e da confidencialidade, a obtenção do consentimento livre e esclarecido dos participantes e a aprovação do projeto pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) competente, entre outros aspectos.

Kozinets (2014) pontua quatro passos importantes na condução ética de uma pesquisa netnográfica, os quais são: identificar-se e fornecer as informações mais relevantes sobre a pesquisa; pedir permissões apropriadas; obter consentimento quando necessário; citar e dar o devido crédito aos participantes.

Por fim, Zanini (2016) pontua que é necessário ter como balizamento o cuidado de não revelar a identidade das pessoas de forma individualizada, no sentido de evitar expô-las ou colocá-las em risco. Como exemplo, podemos citar os registros de publicações como conversas que tragam informações pessoais como nome, fotos ou outros aspectos capazes de identificar as pessoas. Pontuamos que em nosso estudo, utilizamos unicamente postagens de perfis abertos ou públicos, pois o autor destaca que, em se tratando de estudos em perfis fechados e privados, as implicações éticas são mais complexas. Além disso, diante da necessidade de utilizarmos dados de postagens que continham nome, foto e outros dados que permitiam a identificação da pessoa, utilizamos recursos para ocultar as referidas informações, sempre que necessário.

O projeto foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Amazonas em 30 de julho de 2018 e aprovado em 23 de agosto de 2018, com o CAEE número 96190818.2.0000.5020.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ressalta-se que os resultados trazidos aqui são resultantes das três fases da coleta de dados, referente à pesquisa de *hashtags* no *Instagram*, às respostas ao formulário on-line do Google Docs e às anotações e observações registradas em diário de campo, importantes na Etnografia.

Definimos as categorias a serem analisadas conforme o grau de importância e a recorrência nos resultados encontrados, as quais são: 1. O *Oversharenting* e a Vida Familiar; 2. Mídia e Consumo Infantil; 3. Adultização Infantil e 4. O *Oversharenting* e considerações legais sobre sua prática.

6.1. O *oversharenting* e a vida familiar

A família é o primeiro sistema social ao qual a criança pertence, tendo importante influência em sua formação cognitiva e afetiva. É na família que a criança experimenta as primeiras vivências de afetividade e convívio. Como fonte essencial de desenvolvimento do sujeito e de sua personalidade, a família passa, no decorrer da sua história, por inúmeras transformações, afinal, está inserida em uma sociedade dinâmica, com constantes mudanças, que influenciam sistematicamente a sua prática social (KHÖLER; AMARAL, 2011).

Ao falar sobre família e desenvolvimento infantil, Bronfenbrenner (2002) destaca que os fenômenos que ocorrem em ambientes de vida real estão sempre sujeitos a variadas formas de influências, assim, o contexto de desenvolvimento da família influencia e é influenciado por aspectos que fazem parte de um todo social. Podemos pontuar, assim, que na atualidade a participação e a exposição familiar na internet adquirem uma grande relevância.

Para o autor, nenhuma característica de um ser humano pode existir ou influenciar o desenvolvimento de forma isolada, afinal, se insere, se significa e se expressa em um ambiente ecológico, destacando-se o papel da família em todas as suas singularidades. Acerca disso, Bronfenbrenner relata as influências mútuas entre os ambientes para os processos de ruptura, continuidade e descontinuidade, e seus impactos para a aprendizagem da criança, ou seja, para o seu desenvolvimento (POLONIA; DESSEN; SILVA, 2005). Acreditamos que essa discussão também possa ser aplicada para a realidade das relações entre família e o ambiente da internet.

Para muitos, o compartilhamento da vida familiar inicia-se bem antes do nascimento. Muitos pais compartilham os testes de gravidez com resultado positivo logo que descobrem a gravidez, tornando-a pública para todas as pessoas que os acompanham nas redes sociais, como podemos exemplificar na imagem abaixo:

Figura 2 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da hashtag “maternidadereal”



Fonte: *Instagram*

Nesse ínterim, podemos abordar aqui a prática do *oversharenting* como uma das formas da família inserir a criança no mundo da internet e assim determinar suas primeiras experiências virtuais. Imagens e textos sobre todo o período de gestação, a descoberta do sexo, a preparação para o parto, a compra e a escolha do enxoval, o nascimento da criança e os detalhes sobre o parto também são bastante frequentes e comuns, assim como a divulgação das imagens da criança em suas primeiras horas de vida, como é possível visualizar na postagem abaixo:

Figura 3 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da hashtag “maeblogueira”



Fonte: *Instagram*

A vida parental também é compartilhada por meio das experiências, das angústias, alegrias e dificuldades do materno/paterno. Assim, os perfis infantis e de maternidade/paternidade demonstram a presença on-line das mães e também de pais na tarefa de compartilhar a parentalidade e a vida familiar, sendo forte a influência na troca de experiências com outras mães/pais, além de ser uma referência de estilo de vida.

Como exemplo disso, na postagem abaixo, a mãe compartilha suas dificuldades relacionadas ao cansaço e à adaptação à rotina do filho. E na imagem seguinte aparecem os comentários das seguidoras dando dicas e compartilhando também suas experiências semelhantes através dos comentários, manifestando, nesse caso, apoio e empatia.

Figura 4 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da hashtag “maternidadereal”



Fonte: Instagram

Figura 5 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da hashtag “maternidadereal”



Fonte: Instagram

Em resposta ao formulário e ao questionamento acerca dos pontos positivos e negativos da visibilidade no *Instagram*, grande parte das mães/pais deu destaque à

possibilidade de compartilhar as experiências, criar vínculos com outras mães/pais, ajudar outras pessoas na mesma situação, dar e receber dicas para lidar com os desafios, formar vínculos e construir amizades. Destaca-se a resposta de duas das participantes:

O meu objetivo é usar meu *Instagram* como ferramenta de trabalho e apoio para outras mães, dividindo minhas experiências e dificuldades como mãe de uma forma dinâmica, algo em que outras mães possam se identificar e sentirem que não estão sozinhas. Eu me senti muito sozinha no início da maternidade e quando tinha alguém para conversar e desabafar que já passaram ou passavam pela mesma experiência que eu era muito tranquilizante. (Luciana)

Através do compartilhamento das minhas experiências maternas, ajudo muitas mães a levar a maternidade de uma maneira mais leve, tenho grupos de WhatsApp que juntas, aprendemos a lidar com os desafios e as conquistas, o meu *Instagram* foi criado justamente por eu ter tido um filho prematuro e através das minhas experiências pude ajudar muitas mães que passavam pelas mesmas coisas que eu. Ver esse acolhimento, me ver como um instrumento abençoado para ajudar outras mães é maravilhoso! (Ana)

Nestas falas destaca-se o sentimento de realização e satisfação pessoal das mães ao se reconhecerem como um instrumento para ajudar outras mães e o seu protagonismo frente a esta tarefa. Ao falarem sobre o comportamento informacional e o compartilhamento de informação no *Instagram*, Seco, Santos e Bartalo (2016) pontuaram que as necessidades informacionais das mães jovens são grandes e que há um comportamento de solidariedade. Fica claro que estas mães sentem prazer em compartilhar sua experiência e seus conhecimentos relacionados ao maternar, destacando ainda que esses canais servem para o entretenimento, suporte, apoio e reflexão.

A questão da obtenção de retorno e de lucro financeiro por conta da visibilidade e reconhecimento do perfil no *Instagram* também foi apontada como positiva pelos(as) participantes e será discutida com maior detalhes na categoria “Mídia e Consumo Infantil”. Foram citadas como vantagens financeiras a obtenção de parcerias com patrocinadores, lojas e marcas, recebimento de presentes e produtos, como podemos visualizar nas seguintes respostas:

Positivo: possibilidade de parcerias com empresas. (Clara)

Seguidores, patrocinadores, presença em eventos. (Isabela)

Positivos- ganhar presentes. (Denise)

Outro aspecto que merece destaque é o reconhecimento e a visibilidade obtidos por esses pais/mães blogueiros(as) e seus filhos. Andrade (2017) pontua que a aparição da família e seus filhos nas redes sociais em uma representação controlada e encenada contribui para a construção de uma vida cotidiana e familiar idealizada, registrando-se, assim, uma visibilidade pública gerida, sendo que a exposição dos filhos acontece a partir de uma valorização do papel da criança como fonte de afeto e felicidade familiar.

Sobre isso, destacamos as respostas a uma pergunta do formulário relacionada à percepção dos pais sobre o alcance de visibilidade do(s) filho(a) no *Instagram*. Do total de 30 participantes, 19 (63,3%) responderam “sim”, 7 (23,3%) responderam “talvez” e apenas 4 responderam que não, conforme podemos visualizar na figura abaixo:

Figura 6 – Respostas relacionadas à visibilidade no *Instagram*



Fonte: A autora (2019)

Nota: Com base nas respostas ao questionário do Google Docs.

Acerca dos motivos e fatores que indicam essa popularidade ou visibilidade pública, foram citadas novamente as parcerias comerciais, os convites e participações em eventos, e ainda a quantidade de seguidores, o engajamento e a interação dos mesmos nas postagens com curtidas e comentários, o reconhecimento e a reação das pessoas nas ruas e em locais públicos, como podemos observar nas seguintes respostas:

Já fomos a eventos onde a participação dele era o principal. A experiência boa se dá muito de como eles são recepcionados e o que de interações são feitas com ele.
(Mariana)

A quantidade de seguidores conquistados e a interação do público materno. (Ana)

Convites, reconhecimento nas ruas. (Pedro)

O alcance das publicações e a reação das pessoas ao nos ver pessoalmente. (Daniel)

Acerca dessa questão de reconhecimento e visibilidade, Andrade (2017) traz ainda que o conceito de celebridade adquiriu novos contornos a partir das novas possibilidades e práticas trazidas pela internet, afinal, os próprios usuários criam seus conteúdos para compartilhar, sejam eles fotos, textos ou vídeos e, envolvidos nessa criação de conteúdo, podem fazer a si mesmos celebridades. Para a autora, “essas figuras são - ou pretendem ser - vistas como mais autênticas, membros especiais da audiência que se colocam a si num patamar diferente dos demais” (p. 114).

Já acerca dos aspectos negativos do compartilhamento da vida familiar, destacam-se, entre outras, as respostas ligadas novamente ao retorno recebido do público: julgamentos, comentários negativos, falta de compreensão e interpretação equivocada das postagens e da mensagem que se tenta transmitir, críticas, ofensas e agressões, como se destaca em algumas das respostas:

(...) negativamente falando, temos aquelas pessoas que só sabem criticar e usam a rede social para agredir e ofender as pessoas. (Izabel)

Às vezes, as pessoas não compreendem o propósito de uma postagem e interpretam incorretamente nossa intenção. É raro, mas acontece. (Daniel)

As pessoas se acham no direito de emitir opiniões descabidas, julgar, afirmar se há algo certo ou errado. (Joaquim)

Acerca da existência de conflitos familiares em virtude do compartilhamento de imagens e informações dos(as) filhos(as) nas redes sociais, quatro participantes pontuaram que já vivenciaram essa situação e, quando questionados acerca da forma como resolveram esses conflitos, destacam-se as respostas abaixo:

Deixei claro que quem decide o que é melhor para meu filho sou eu. (Izabel)

Explanando que a exposição é algo que cabe aos responsáveis pela criança, parente não interfere. (Fernanda)

Certa vez a mãe de meu filho questionou, mas como ela vive muito longe e praticamente não mantém relacionamento com ele (tornando-se quase uma desconhecida), somente afirmei que não iria mudar a conduta.

Através dessas respostas, observamos a existência de conflitos ou de diferenças de opiniões entre as mães/pais que veiculam a imagem do(a) filho(a) nas redes sociais e os demais familiares. Ao falar sobre a importância da família para o desenvolvimento humano, Bronfenbrenner ressalta o papel dos pais e de outras pessoas que participam dessas relações na interação interpessoal, destacando que a aprendizagem e o desenvolvimento são facilitados pelo estabelecimento de relações afetivas sólidas e duradouras, onde há um equilíbrio de poder em prol do indivíduo que se desenvolve. Assim, vemos a importância do estabelecimento de relações harmônicas dentro da família, uma vez que relações maritais (ou familiares) conflituosas estão associadas a maior nível de estresse nas relações parentais e numa menor capacidade de resolução de problemas (POLONIA; DESSEN; SILVA, 2005).

No que tange à influência das novas tecnologias no funcionamento da família, Tapscott (1999) citado por Leão (2014) traz que as crianças da contemporaneidade já estão em contato com as tecnologias desde muito cedo, entendendo-as como parte de seu ambiente. A infância hoje já nasce e cresce convivendo com as inovações. A tecnologia é, assim, algo tão natural como o próprio respirar.

Weber e Franciso-Maffezzolli (2016) elaboraram ainda um esquema conceitual baseados em Postman (2012), e ainda nos pressupostos de Buckingham, onde pontuam que há uma tríade que molda a infância e é responsável pela socialização da criança: (1) a família, (2) a escola e as atividades supervisionadas, (3) a mídia e o consumo. No caso das páginas infantis nas redes sociais, destacamos o ativo papel da família e das mídias como potencialmente influenciadoras do desenvolvimento da vida social das crianças.

Nesse contexto, destacamos o questionamento realizado por Machado (2002):

Há uma série de outras personalidades que nos fazem pensar sobre o papel do adulto na utilização das crianças na cultura midiática: desde Shirley Temple, passando por Michael Jackson e chegando ao Brasil, em que podemos destacar a carreira da cantora Simony, entre muitos outros exemplos. Se há sofrimento na infância e na adolescência passível de ser evitado, por que os adultos não agem de maneira cuidadosa, responsabilizando-se por prevenir, em vez de remediar?

A autora destaca exemplos negativos famosos sobre a utilização de crianças na cultura midiática para abordar a responsabilidade dos adultos (em especial da família) na prevenção do sofrimento causado a crianças e adolescentes em virtude de sua exposição precoce e excessiva. Poletto e Koller (2008) abordam a família como o grupo social cuja

função e estrutura têm papel determinante no desenvolvimento do indivíduo, destacando em especial as relações entre pais e filhos, que são consideradas relações complexas e indispensáveis à promoção de um ambiente incentivador, protetivo e seguro, fornecendo as condições propícias para o aprendizado e desenvolvimento da pessoa.

Correlacionando às possíveis consequências da exposição excessiva de crianças nas redes sociais praticada pelos pais, destacamos o que Meirelles (2006) aborda acerca da questão da parentalidade, pontuando que quando esta é patogênica, acaba por potencializar o comportamento ansioso, inseguro, superdependente e imaturo, podendo levar o indivíduo a desenvolver sintomas neuróticos, depressão ou fobia, em condições de estresse.

Turra (2016) corrobora com esse pensamento ao afirmar que há um perigo real para a criança cujos pais praticam o oversharenting, o qual inclui a utilização indevida da imagem, o acesso de pedófilos aos dados da criança e a ação de pessoas com intenções criminosas, além de prejuízos à formação da criança, tendo em vista a prematuridade na construção de sua imagem social/digital por parte dos pais.

Outras respostas se relacionam ainda às questões de privacidade e segurança e serão abordadas em categoria específica. Por fim, destacamos que Alcântara e Osório (2014), ao falarem sobre o lugar na infância no mundo digital, ressaltam que a internet pode ser utilizada como espaço de brincadeira, convivência social e produção de conteúdo, mas destacam a importância da segurança e da compreensão de que as crianças precisam de apoio, afeto, orientação e acompanhamento dos adultos, tendo em vista os desafios impostos em ambientes tão diversos e exigentes.

6.2. Mídia e consumo infantil

A sociedade contemporânea é caracterizada pelo excesso de imagens, de informações, de objetos e pela globalização de modos de vida e de costumes. Nesse contexto, o consumo é uma forma de compartilhar códigos e símbolos, independente de etnia, classe social, condição econômica ou nacionalidade. (ALCÂNTARA; OSÓRIO, 2014).

Segundo Coria (2006 apud LAURINDO; BRUCK, 2014) o comportamento de consumo, a conduta econômica e os valores de troca simbólica em bens materiais da criança são elaborados através de informações e influências recebidas dos adultos e da mídia. Assim, assistimos a uma intensa identificação da criança e do adolescente com a materialidade necessária ao seu papel de consumidor.

Nesse contexto, o público infantil adquire posição social notória, possuindo visibilidade e tornando-se alvo da oferta de produtos e serviços específicos. David Buckingham (2007) pontua sua preocupação acerca da pouca compreensão que se tem sobre o envolvimento de crianças e adolescentes nas questões comerciais e publicitárias. No entanto, pontua que os mesmos não exercem mais um papel passivo de receptores ou de submissão ao mercado, sendo atores sociais ativos no processo de construção de significados.

Vemos então que a infância é perpassada por diversos discursos relacionados ao consumo. De um lado temos uma infância vista como um período de cuidados e proteção, merecedora de afeto e respeito em suas especificidades. De outro, temos uma infância independente, sendo as crianças cidadãos com direitos de consumo e de escolha. Além disso, temos ainda a criança como mercadoria, atriz na sociedade de consumo (ALCÂNTARA; OSÓRIO, 2014). Estes autores trazem ainda que:

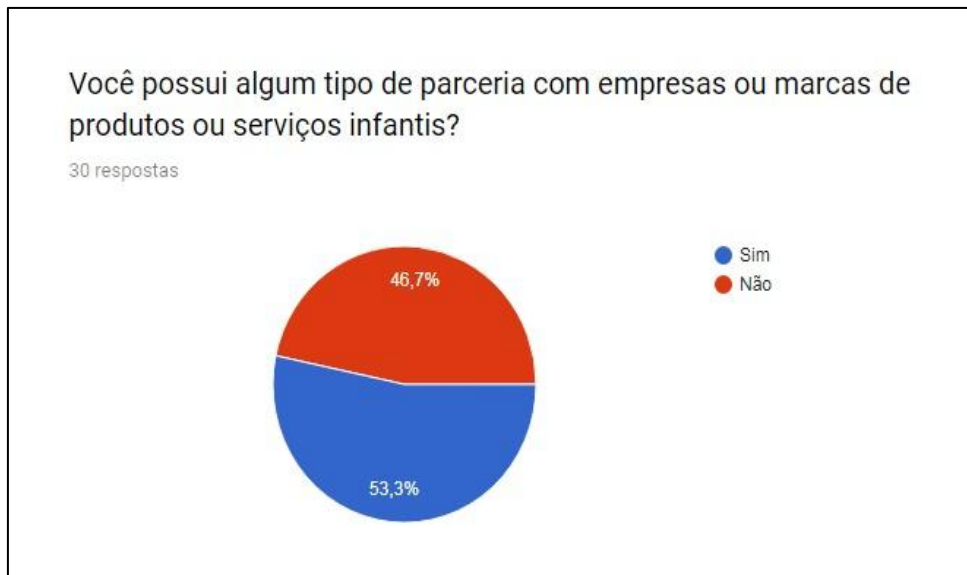
De modo algum se pode negar as mudanças ocorridas nas histórias da infância e em seus modos de representações, nem o papel das mídias nessas trajetórias, porém não de forma determinista, mas levando em conta as diversas maneiras como as crianças constroem seus próprios significados, a forma como lidam com suas realidades culturais e seu complexo emaranhado de forças contraditórias, tanto políticas, sociais, quanto educacionais, que nos levam a perceber que as transformações da infância contemporânea - que estão a ocorrer - são complexas e ambíguas, afetando diferentemente os mais diversos grupos de crianças (p.107).

No contexto de nossa pesquisa com perfis infantis ou de maternidade/paternidade no *Instagram*, podemos visualizar e discutir esses diversos papéis da criança nas práticas de consumo, sob forte influência dos adultos, em especial da família. Toda essa dinâmica revela o funcionamento do macrosistema, que se refere à cultura, à classe social e à subcultura da pessoa em desenvolvimento, influenciando seus padrões de consumo e seu estilo de vida, bem como as relações que ela estabelece nos ambientes mais imediatos em que interage, como a família e a escola.

Assim, os mini-blogueiros e as mini-blogueiras participam de eventos como bazares e desfiles, promovem ativamente ou passivamente produtos e marcas de roupas, sapatos, acessórios, brinquedos, alimentos, dentre muitos outros produtos. São as chamadas “parcerias” onde em troca de divulgação, os(as) blogueiros(as) recebem pagamentos, permutas, gratuidades e/ou produtos e serviços.

Nas respostas ao questionário, 16 dos 30 participantes responderam que possuem parceria com empresas ou marcas de produtos e serviços infantis, conforme podemos visualizar no gráfico abaixo:

Figura 7 – Frequência das respostas relacionadas às parcerias comerciais



Fonte: A autora (2019)

Nota: Com base nas respostas ao questionário do Google Docs.

Sobre o funcionamento dessas parcerias, destacamos as seguintes respostas:

Tenho parcerias com lojas de roupas e acessórios infantis, do segmento de festas e lanchonete. Recebemos produtos em troca de divulgação. (Clara)

Várias. Fornecimento de roupas para divulgação, presença em eventos infantis em troca de algum benefício. (Isabela)

Geralmente permuta. Recebo o produto e falo dele e/ou vou a lugares e divulgo o espaço. (Rebeca)

As marcas me enviam produtos para que eu possa testá-los e depois dou meu feedback no meu *Instagram*. (Ízabel)

Assim, podemos citar aqui, por exemplo, uma mãe blogueira que divulga uma marca de roupas, estabelecendo com a empresa uma parceria. Como influenciadora digital, ela muito provavelmente influenciará o padrão de escolhas de consumo de suas seguidoras que também são mães. É o que podemos ver na resposta de uma mãe ao se referir sobre o retorno aos seus parceiros por parte de seu público:

(...) Mas nunca é de graça, pois trabalhamos muito em honrar a confiança desses parceiros, graças a Deus o meu público prestigia quem divulgo! Então o retorno geralmente é positivo (Ana)

A divulgação inclui publicar fotos e/ou vídeos do/a filho/a utilizando a roupa, bem como divulgar os locais de revenda:

A parceira utiliza imagem dele com os produtos que recebemos. (Fernanda)

Recebemos produtos para tirar fotos e divulgar no nosso perfil. (Denise)

Tal prática tem alcançado visibilidade e na maioria dos casos gera retorno financeiro para a mãe/pai blogueiro(a), tendo em vista que muitas publicações são pagas, seja com dinheiro, seja com produtos e serviços.

Em troca de divulgação das empresas parceiras, obtenho descontos e até produtos que me beneficiam, assim como as crianças. Também já promovi eventos infantis e os parceiros sempre foram fundamentais para a realização dos meus eventos, reduzindo principalmente os meus custos e podendo assim, lucrar mais. (Ana)

Por enquanto, o produto em troca de divulgação, mas pretendo monetizar (Priscila)

O mesmo vale para marcas de fraldas infantis, sapatos, serviços de festa, alimentação, produtos de higiene, etc. De acordo com Salazar (2014) a ordem de ação atual é: consumir, registrar e compartilhar. Toda essa discussão pode ser demonstrada pela publicação abaixo, encontrada a partir da pesquisa da *hashtag* “miniblogueira”:

Figura 8 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da *hashtag* “miniblogueira”



Fonte: Instagram

A publicação acima foi um dos resultados encontrados para a *hashtag* “miniblogueira”. A criança possui apenas dois anos de idade e 158.000 (cento e cinquenta e

oito mil) seguidores no *Instagram*. A postagem teve mais de seis mil curtidas em um dia. Na legenda, a pessoa que gerencia a página (a mãe da criança) descreve cada item do vestuário da menina, como sendo um padrão de consumo da criança: “*inaugurando meu cinto novo da Gucci (...) meu laço novo top é da Louis Vuitton*” descrevendo ainda as lojas que vendem ou distribuem os produtos numa provável parceria lucrativa.

Vemos que, por outro lado, para as marcas, sejam elas grandes ou pequenas, ser divulgado por uma mãe blogueira que tenha uma considerável quantidade de seguidores pode ser um negócio muito lucrativo. Isto porque é gerada uma proximidade com o público como nunca houve antes, além do discurso de uma pessoa que, pelo menos diante da câmera, está utilizando o produto em sua criança e relatando sua experiência pessoal positiva, o que estimula a curiosidade e desperta o interesse de compra.

De acordo com Ishida (2016), a popularização das mídias sociais trouxe à ascensão novos tipos de figuras públicas: *youtubers*, blogueiras, *instagrammers*, *snappers*, etc. É uma estratégia cada vez mais adotada pelas organizações patrocinar ou contratar perfis populares para reforçarem campanhas, buscando, assim, apropriação da popularidade do perfil. Outro exemplo de divulgação de marcas pode ser visto ainda na postagem abaixo, da pesquisa da *hashtag* “miniblogueiro”.

Figura 9 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da *hashtag* “miniblogueiro”



Fonte: *Instagram*

Para a *hashtag* “miniblogueiro” foram encontrados 27.892 (vinte e sete mil, oitocentos e noventa e dois) resultados. Ressalta-se que esse número é bem menor quando comparado aos resultados encontrados para a *hashtag* “miniblogueira”, o que pode suscitar uma discussão sobre as questões de gênero e a maior vulnerabilidade das meninas no que se refere à exposição nas redes sociais, ao uso da imagem do corpo e da publicidade infantil, mas essa discussão não será aprofundada aqui.

Retomando a discussão sobre a presença da imagem infantil na divulgação de produtos nos perfis infantis no *Instagram*, Bauman (2008) pontua que estamos inseridos em uma “sociedade de consumo”, que promete uma vida feliz e de sucesso, ao promover o consumo como um estilo de vida e como modo de existir.

Silva e Guimarães (2014) pontuam que a criança, por ainda não possuir uma estrutura cognitiva bem formada, não é capaz de relacionar o que ela usa com uma mensagem a transmitir. A postagem abaixo exemplifica bem isso. A menina tem apenas oito anos de idade e utiliza diversos acessórios, os quais foram descritos na legenda, assim como as lojas. Destacamos os comentários dirigidos à menina, valorizando sua aparência física e estilo.

Figura 10 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da *hashtag* “minidigitalinfluencer”



Fonte: *Instagram*

Acerca do universo de artefatos de mídia produzidos para as meninas, Petersen e Schmidt (2014) pontuam que:

Para mostrar que pertencem a esta sociedade voraz de consumidores, as crianças tornam-se, elas mesmas, mercadorias de consumo, ou seja, não fazem propaganda apenas da personagem midiática que carregam consigo, mas de seus corpos, de sua sexualidade, de seus jeitos de ser, portar-se e vestir-se. (p.45)

É pelo importante papel na mediação da realidade e das relações sociais que a mídia e os padrões de consumo por ela inculcados na sociedade atingem fortemente as crianças e adolescentes. A valorização da beleza física, das capacidades, da condição social e financeira, além do poder de consumo são questões que passam a fazer parte do cotidiano da criança em sua busca de satisfação pessoal, resultando num processo intrinsecamente ligado ao consumo, que é a adultização infantil, do qual falaremos a seguir.

6.3. Adultização infantil

O processo de adultização infantil é fortemente marcado pela mídia e pelo consumo na medida em que a criança torna-se integrante da sociedade de consumidores, com cada vez mais produtos e serviços voltados exclusivamente para ela, permitindo-lhe participação ativa na economia. Além de sua marcante condição como mercadoria, temos de um lado a criança como celebridade, e do outro, a criança como consumidora. (ALCÂNTARA; OSÓRIO, 2014)

Para Pires (2013) a partir do pressuposto de que para alcançar valorização e visibilidade a criança precisa ser divulgada, a mídia explora a imagem da infância promovendo e incentivando a erotização e a sexualidade precoce ao transformar as crianças em adultos em miniatura, utilizando-se muitas vezes de elementos do imaginário infantil no convencimento para o consumo.

Ao pesquisarmos a *hashtag* “miniblogueira”, chamou-nos a atenção a imagem abaixo, como uma das postagens mais relevantes. A imagem é de uma criança de pouca idade, como a própria descrição acima da imagem traz: *“Maria tem apenas 3 aninhos, mas já encanta a todos com grande beleza e talento. Essa linda princesa é Digital Influencer, Modelo, Mini Blogger, e no dia 20 de Outubro foi eleita Miss Itumbiara Baby 2018. Ela cada dia vem conquistando mais seguidores e admiradores. Desejamos cada dia mais sucesso”*.

Figura 11 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da hashtag “miniblogueira”



Fonte: *Instagram*

Vemos na imagem acima uma criança pequena, penteada, maquiada e vestida para um concurso de beleza. Ao visitarmos o seu perfil no *Instagram*, verificamos que a menina-miss possui onze mil seguidores e é “Mini Fashion Blogger, Modelo e Mini Miss”. Ou seja, aos três anos de idade desempenha inúmeras atividades que não são (ou até pouco tempo atrás não eram) características do período etário em que se encontra, sendo atribuições que demandam cuidados com o corpo e a aparência, além de tempo, disciplina e disposição.

Kinupp e Ripoll (2017) pontuam que as meninas que participam de competições de beleza são iniciadas desde muito cedo em procedimentos de embelezamento como bronzeamento, depilação, químicas nos cabelos, próteses dentárias, maquiagens, cílios, unhas, seios e bumbum postiços. São recursos estéticos oriundos das representações de beleza que emergem na contemporaneidade. Impregnados pela cultura do espetáculo e do consumismo, esses espaços constroem subjetividades: ser miss exige comportamento e postura; aparência é o que vale; há coisas certas e erradas para dizer; entre tantas outras coisas que ensinam as crianças a se produzirem e se portarem como adultas, a serem sensuais e a se preocuparem com a beleza física e o corpo desde muito pequenas. Muitas vezes essas crianças deixam de se alimentar e de dormir como outras crianças de sua idade.

De acordo com Pires (2013), a importância de glamourizar os concursos de beleza infantis surge a partir da necessidade mercadológica de incentivar as crianças a se comportarem como adultos e, conseqüentemente, consumirem produtos originalmente destinados ao público adulto. As propagandas dirigidas às crianças, em sua maioria, exaltam e supervalorizam os atributos adultos, especialmente os femininos, no caso de propagandas voltadas para as meninas, além de destacarem a profissão de modelo.

Acerca disso, Menezes (2013) pontua que as crianças também buscam caracterizar seus corpos dentro de preceitos aceitos social e culturalmente nessa sociedade de culto ao corpo. Na tentativa de se inserirem em um padrão de beleza que aparente bem-estar e felicidade, as crianças investem em seus corpos aquilo que é imposto pelos sites, celebridades, revistas e televisão, no intuito de obter reconhecimento e aceitação.

A descrição no perfil da criança traz ainda a informação de que o perfil é administrado pela “mamãe” e que as parcerias (com lojas, marcas e empresas) podem ser tratadas via *direct* (via mensagens privadas pelo próprio aplicativo). Nos comentários dos seguidores, podemos ver ainda mensagens de elogios e admiração, bem como de incentivo às atividades da pequena miss, que avisa a um seguidor: “*dia 11 tem desfile, vou postar aqui*” referindo-se a mais um dos compromissos da agenda. Infere-se que as legendas e mensagens são escritas pela mãe, considerando-se a tenra idade da criança.

Na pesquisa da *hashtag* “minidiva”, por sua vez, destacamos a postagem a seguir. Trata-se de uma menina de sete anos de idade. A legenda da foto diz: “*Desfile lindo e maravilhoso com a produtora Glauce Resser em Santo André recebendo flores lindas e o certificado.*” O que mais nos chamou a atenção foi o semblante sério da criança, além da roupa e da maquiagem. Em visita ao seu perfil, verificamos que esse padrão de semblante de seriedade se repete na maioria de suas fotos.

Em seu perfil as informações são: modelo na Agência Estrelas, cantora, atriz, bailarina. Contém ainda um telefone de contato e a informação de que parcerias podem ser tratadas no “*direct*” e que a página é “*monitorada 100% pela mamãe*”. O perfil possui 12.600 (doze mil e seiscentos) seguidores. Uma observação relevante é que a foto teve 521 (quinhentas e vinte e duas) curtidas em apenas cinco horas.

Figura 12 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da hashtag “minidiva”



Fonte: Instagram

Como podemos ver na publicação acima, o corpo infantil passa por diversas intervenções, realizadas por meio de maquiagens, acessórios, roupas e comportamentos, influenciados pelos discursos de beleza e de práticas em torno da produção de um corpo idealizado.

Retomando a questão sobre a participação de crianças em eventos sociais e sobre sua reação diante da experiência, como desfiles, bazares e concursos de beleza, por exemplo, podemos destacar algumas respostas obtidas através do nosso formulário de pesquisa, trazidas pelos pais ao falarem de compromissos relacionados a parcerias comerciais com marcas ou produtos:

Para ela foi muito legal e como vivemos isso ela curte até hoje as recordações (Pedro)

Meu mais novo não gostou, principalmente em participar de desfiles. Então, não insisti mais e passei a focar só em mim. Respeitar os limites deles é fundamental! Já rejeitei trabalhos por causa disso (Ana).

Foi ótimo, ela amou! (Isabela)

Desagradável (Laura)

Já participou de ensaios fotográficos, desfiles, festas infantis, etc. (Clara)

Nas respostas acima podemos ver que algumas mães identificaram a experiência de participação em eventos como positiva e outros relataram que a criança não se sentiu confortável. Outros ainda destacaram a importância de respeitar os limites da criança.

Por fim, temos a postagem abaixo, que traz uma criança vestida na tentativa de imitar uma artista famosa – adulta e símbolo sexual. Dentre todos os comentários, em sua maioria de elogios à menina, destacamos o comentário crítico de um(a) seguidor(a): “*Muita sensualidade pra uma criança*”. Como já dito anteriormente, a criança não possui nenhum controle do que está acontecendo, tampouco da mensagem que se quer transmitir através de suas roupas, afinal, a criança “ainda não está preparada para o caráter comunicacional de indumentárias” (SILVA; GUIMARÃES, 2014, p.10).

Figura 13 – Publicação encontrada a partir da pesquisa da hashtag “minidiva”



Fonte: *Instagram*

Ao pesquisarem a percepção de adultos sobre a influência da comunicação de marketing das empresas de vestuário infantil sobre o processo de adultização, Barros, Barros e Gouveia (2013) pontuaram que essa influência se dá pelo estímulo ao uso de peças do vestuário adulto, a reprodução de estampas e estilos de roupas adultas em roupas infantis, além de cortes de roupa que exploram a sensualidade, como no exemplo acima.

A publicação nos remete ainda ao famoso caso de Gabriella Abreu, a MC Melody, uma mini funkeira que em 2015, aos nove anos de idade, ficou conhecida e despertou o interesse da mídia após protagonizar um vídeo onde cantava uma música no estilo funk, com a seguinte letra: “*Pra todas as recalcadas aí vai minha resposta: se é bonito ou se é feio, mas é foda ser gostosa*”. O vídeo foi postado pelo pai da menina e sua popularidade cresceu de forma assustadora, alcançando 150 mil *likes* em 20 dias. Após denúncias de outros usuários, a página foi removida do Facebook, mas substituída pouco tempo depois por outra página criada pelo pai de Melody, a qual já contava com mais de 1.600.000 curtidas em menos de um ano (COIMBRA, A. J. G.; MARCELINO, R. M. A., 2016).

Mc Melody e seu pai estão sempre nos holofotes da mídia, envolvidos em questões polêmicas relacionadas à carreira artística da menina, já tendo sido alvos de inquérito do Ministério Público de São Paulo em abril de 2015⁹, por forte conteúdo erótico e de apelo sexual, com suspeita de violação ao direito, ao respeito e à dignidade de crianças/adolescentes". A menina é frequentemente assediada nas redes sociais, na mesma medida em que é hostilizada e reprovada por suas atitudes, postagens, roupas, etc. Recentemente uma nova polêmica veio à tona, envolvendo conflitos familiares, quando a mãe de Gabriella afirma que sempre foi contrária à sexualização da filha¹⁰, responsabilizando o marido pela construção da carreira e exposição da menina, atualmente com 12 anos de idade.

A postagem e o exemplo trazidos acima demonstram ainda que a fronteira difusa existente atualmente entre a vida adulta e a infância contribui para que cada vez mais os estímulos adultos atinjam as crianças das mais diferentes idades, gêneros e classes sociais. Assim, muitas vezes, as crianças internalizam comportamentos, ações e atitudes características da vida adulta, além de formas de lazer, responsabilidades, hábitos e formas de se autocuidar. Todo esse processo de apropriação caracteriza o fenômeno da adultização infantil, o qual se materializa por meio da ação social (WEBER; FRANCISO-MAFFEZZOLLI, 2016).

Assim, vemos que os papéis, os padrões de vida, os valores e as crenças do macrosistema são inculcados no cotidiano da criança desde tenra idade, em especial pela díade estabelecida com os pais dentro do microsistema familiar (BRONFRENBRENNER, 2002, POLONIA; DESSEN; SILVA, 2005). Ou seja, a criança internaliza comportamentos e ações característicos de pessoas adultas em virtude dos papéis a ela atribuídos e dela

⁹ Disponível em <http://g1.globo.com/musica/noticia/2015/04/ministerio-publico-abre-inquerito-sobre-sexualizacao-de-mc-melody.html>. Acesso em: 03/04/2019.

¹⁰ Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente.mae-de-mc-melody-culpa-pai-pela-sexualizacao-das-filhas-ele-nunca-me-escutou,70002689646>. Acesso em: 03/04/2019.

esperados e ainda por meio de suas relações interpessoais, nas quais ela observa a valorização das atitudes do adulto.

Ressaltamos inclusive que a erotização precoce de crianças tem suscitado a preocupação de órgãos ligados à Justiça. Um caso recente envolve uma propaganda publicitária dirigida ao público infantil da empresa de calçados Grendene, condenada pela 5ª Câmara de Direito Público do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo por publicidade que induz as crianças a comportamentos inadequados para a sua idade e por estimular a erotização precoce. A propaganda foi veiculada em 2010 e traz um vídeo com meninas desfilando, produzidas com roupas, maquiagens e o produto Grendene, uma sandália da personagem Hello Kitty (PEZZOTTI, 2019).

Por fim, compreendemos que a temática da adultização infantil perpassa inúmeras questões de relevante interesse público e econômico e não pretendemos aqui esgotar a discussão a respeito do assunto, mas entendemos que os resultados trazidos dão uma compreensão geral e alertam para a importância de desenvolvermos conhecimento nesta área.

6.4. *Oversharenting* e considerações legais sobre a sua prática

É de fundamental importância discutir a questão da exposição infantil relacionando-a com os direitos de privacidade, de identidade e de preservação da imagem pessoal, abordando a relação entre o direito à liberdade de expressão dos pais e o direito dos filhos à proteção de seus dados pessoais. As legislações brasileiras abordam temáticas relacionadas à privacidade, segurança e intimidade, além de regular a publicidade voltada ao público infantil.

A Constituição Federal de 1988 é um importante marco na conquista de direitos para as crianças e adolescentes, compreendendo-os como sujeitos titulares de direitos, os quais devem ser assegurados por todos: Estado, família e sociedade em geral. Em 1989 a Convenção Internacional das Nações Unidas sobre os direitos da criança apresentou as obrigações dos Estados para com a infância, inaugurando também o princípio do Melhor Interesse da Criança, ou seja, adotou a compreensão de que o melhor interesse da criança possui *status* de princípio, conferindo-lhe caráter primordial a reger todas as normas e decisões em relação a crianças e adolescentes (MENEZES; JUNIOR, 2013).

De acordo com Meirelles (2006), o princípio do melhor interesse da criança a compreende como uma pessoa humana, merecedora de proteção especial devido a sua posição peculiar de ser em desenvolvimento, necessitando de suporte e preferência, especialmente em situações em que seus interesses/direitos estão em conflito com os

interesses de outras pessoas. Nesse interim, Turra (2016) destaca que o princípio do melhor interesse da criança é uma alternativa para a solução dos casos em que o *oversharenting* e o abuso do direito à imagem é cometido pelos pais.

A partir das orientações da Convenção Internacional dos Direitos da Criança e ainda em complementação à Constituição Federal, foi criado o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei 8.069/90, o qual é a principal legislação específica para crianças e adolescentes no Brasil e traz um arcabouço amplo sobre tudo que diz respeito à proteção integral aos mesmos, além de normatizar direitos, garantias e proibições.

Dentre esses direitos e garantias destacamos o direito à intimidade, à imagem e à privacidade, relacionando-os à prática do *oversharenting*. Sobre essa prática de inserção dos filhos na vida digital, Sanches, Cardelino e Ramos (2014) trazem diversos alertas aos pais, fazendo questionamentos práticos que fazem refletir acerca desse assunto tão delicado.

Talvez, quando estiverem adultos e virem seus ultrassons ultrapassados e em preto e branco, riam da veleidade de seus pais. Mesmo quando forem crianças, provavelmente a maioria não se importará com aquela foto intrauterina parecendo um pequeno alienígena em algum lugar no ciberespaço. Mas é possível que alguns de seus colegas façam algum comentário, não dá para controlar. Pense bem. No mínimo, vale a pena ter um bate-papo com outras pessoas sobre o que é ou não aceitável nesse caso. É oportuno também perguntar aos seus próprios amigos no *Facebook* se fariam o mesmo que você. Diante de algumas negativas, repense, pois a superexposição é um caminho sem volta (p. 7).

Para Eberlin (2017) o *sharenting* cria um “rastros digital que acompanha as crianças durante a vida, tem implicações no âmbito da privacidade, e coloca em rota de colisão a liberdade de expressão dos pais e a proteção dos dados pessoais dos filhos” (p. 256). Nesse sentido, observamos que grande parte das crianças não tem qualquer poder de decisão sobre a veiculação de sua imagem, de seus dados, de suas características comportamentais e de personalidade, tampouco das informações íntimas de seu convívio familiar. Exemplificando isso, temos as respostas ao formulário de pesquisa, no que tange à compreensão dos filhos sobre a veiculação de sua imagem, como podemos ver na figura abaixo:

Figura 14 – Respostas relacionadas à compreensão da veiculação de imagem



Fonte: A autora (2019)

Nota: Com base nas respostas ao questionário do Google Docs.

Notamos, no gráfico apresentado, que 17 participantes afirmam que o(a) filho(a) não possui compreensão da veiculação de sua imagem nas redes sociais, o que corresponde a 56,7%, 6 participantes (20%) responderam que talvez o(a) filho(a) possua essa compreensão e 7 participantes (23,3%) declararam que o(a) filho(a) é capaz de compreender.

Ainda acerca dessa incapacidade da criança de opinar e de compreender acerca da publicação de sua imagem, destacamos as seguintes respostas ao formulário, a partir da pergunta: “*Qual a reação dele(a) ao ser fotografado ou filmado?*”:

Minha bebê gosta de ser fotografada, filmada, é como se fosse uma brincadeira pra ela. Mas, é óbvio que ela não entende que posto as fotos e vídeos dela no *Instagram*.
(Marlene)

Minha filha sempre foi simpática, por isso ela sempre reagiu bem às câmeras, porém ela é muito pequena, não tem entendimento suficiente para esboçar alguma reação.
(Patrícia)

Nesse ínterim, Eberlin (2017) destaca o problema jurídico decorrente do *sharenting* tendo em vista que os dados pessoais das crianças são inseridos na rede mundial de computadores e lá permanecem, podendo ser acessados muito tempo depois, seja pela própria criança titular dos dados (que já poderá ser um adulto quando acessar), seja por terceiros. Esses dados podem causar impactos ao expor a pessoa a constrangimentos em razão de imagens, histórias ou caracterizações, seja no presente ou no futuro.

Precisamos nos perguntar se esses conflitos relacionados a direitos podem influenciar de maneira negativa no desenvolvimento de uma criança exposta nas redes sociais. Sabemos que o paradigma ecológico vincula-se a um corpo teórico em que as análises se direcionam

aos processos e às condições que estruturam o percurso do desenvolvimento humano, cabendo aqui ressaltarmos que os processos proximais geram impactos positivos sobre o desenvolvimento quando se dão em ambientes estáveis e estimulantes (POLONIA; DESSEN; SILVA, 2005), o que não tem sido o caso do ambiente das redes sociais e dos perfis de maternidade/paternidade no *Instagram*.

Um exemplo disso são as publicações que registramos em diário de campo, a partir de observações nas redes sociais e nos perfis infantis e de maternidade/paternidade, as quais trazem imagem das crianças em atividades íntimas, como na imagem abaixo:

Figura 15 – Publicação sobre desfralde registrada em diário de campo



Fonte: *Instagram*

Na imagem acima, a mãe realiza uma publicação sobre o desfralde do filho, um período importante do desenvolvimento e que muitas vezes é permeado por dificuldades emocionais para a criança, constrangimentos e frustração. Constitui, assim, uma publicação com a exposição de uma imagem que, no presente ou no futuro, pode vir a acarretar constrangimentos à criança. Ressalta-se a observação de que a foto teve mais de duas mil curtidas em apenas 3 horas após sua publicação. Destacamos que a exposição exagerada de informações de crianças e adolescentes nas redes sociais pode representar ameaça à

intimidade, à vida privada e ao direito à imagem das crianças, trazidos no art. 100, inciso V do ECA:

V - privacidade: a promoção dos direitos e proteção da criança e do adolescente deve ser efetuada no respeito pela intimidade, direito à imagem e reserva da sua vida privada;

No mais, vale ressaltar que o conceito de privacidade é contextual e temporal, dependendo ainda do que se pretende expor e do modo de vida do titular desse direito. Sendo assim, é possível que o critério atual sobre privacidade que os pais possuem seja diferente daquele que a criança desenvolverá no futuro e que influenciará o julgamento que a mesma fará da conduta de seus pais, no tocante à exposição de sua vida privada (EBERLIN, 2017).

Podemos destacar, ainda, outras respostas relacionadas, obtidas nos formulários online preenchidos pelos participantes acerca da temática de exposição dos(as) filhos(as) e a reação dos(as) mesmos(as) ao serem fotografados(as).

Meu filho adora. Mas tem seus momentos, tem dias em que super quer, tem outros que nem implorando. (Mariana)

Antes ficava irritado, agora ele já gosta. (Denise)

No contexto dessas respostas, podemos inferir que há uma tentativa repetida e insistente de produzir imagens das crianças para publicações, gerando nelas insatisfação e “*irritação*” (sic). A fala “*tem outros (dias) que nem implorando*” é representativa disso. Por outro lado, destacamos abaixo algumas respostas que, a nível de discurso, demonstram possuir maiores cuidados e critérios quanto à utilização da imagem dos filhos:

A maioria das vezes eles aceitam, mas quando não gostam, eu não posto. O mais novo já viu vídeos dele que não gostou e pediu que não postasse e eu respeito! O mais velho então, nem se fale. Dificilmente gosta de aparecer! E eu nunca forcei. (Ana)

Geralmente é natural. Não tem pose ou obrigação de fazer tal coisa. Fora isso, respeito quando não quer ser fotografado. Já recebi produto e postei sem eles. A imagem deles não é fixa no perfil. Falo de tudo relacionado à maternidade e família. (Rebeca)

Não me sinto bem em fotografar e filmar minha filha o tempo todo do dia dela e nem em momentos íntimos, acho que isso é violar a privacidade dela, como disse fotógrafo ou filme em alguns momentos oportunos ou diferenciados e ela não liga, ou expressa qualquer reação negativa, na verdade ela até faz pose para foto, jamais faria algo forçado, além do que não é meu intuito com minha página. (Luciana)

Chama-nos a atenção a resposta da participante Ana, ao pontuar que o filho mais velho, um adolescente de 14 anos, dificilmente gosta de aparecer e ainda que deu poder de escolha ao filho de 5 anos e o mesmo vetou a publicação de vídeos dos quais não gostou.

Considerando-se essas atitudes necessárias para prevenir desconfortos futuros e ainda evitar prejuízos ao desenvolvimento saudável das crianças, Steinberg (2017) recomenda 8 práticas aos pais: 1. Conhecer as políticas de privacidade do *site* onde postam informações; 2. Ativar notificações de alerta no Google quando o nome do seu filho é citado *on-line*; 3. Se escolherem compartilhar informações sobre problemas comportamentais dos filhos, os pais devem usar o anonimato, contribuindo para o debate público sem desprezar a privacidade dos filhos; 5. Dar aos filhos poder de veto sobre imagens, citações, realizações e desafios das suas vidas; 6. Não partilhar imagens dos filhos despidos, mesmo que sejam recém-nascidos; 7. Limitar a audiência de fotos em banho ou similares; e 8. Considerar o efeito das publicações para a construção identitária e para o bem-estar dos filhos hoje e no futuro.

Esses cuidados em muito se relacionam também à questão da segurança das imagens nas redes sociais. Nas páginas de perfis infantis ou de maternidade/paternidade, não é raro encontrarmos informações de escola onde a criança estuda, locais frequentados e até mesmo endereço da residência onde a criança mora, como podemos ver na publicação abaixo, onde é possível visualizar o nome da escola no fardamento e no material escolar, destacando-se ainda que a foto recebeu 2.308 (duas mil trezentas e oito) curtidas:

Figura 16 – Publicação registrada em diário de campo



Fonte: *Instagram*

No que se relaciona às respostas ao questionário envolvendo as questões de segurança e privacidade, destacamos que dos 30 participantes, obtivemos 25 respostas acerca dos pontos negativos do compartilhamento da vida parental na rede. Destes, apenas 7 citaram preocupação com questões relacionadas à segurança e privacidade das imagens dos filhos, das quais destacamos as respostas a seguir:

Os pontos negativos são a exposição da criança fisicamente. (Catarina)

Como negativo: falta de privacidade, opiniões alheias. (Isis)

Negativos: Toda exposição tem um preço, sabemos que podem surgir comentários negativos e podem usar as nossas imagens da maneira negativa (apesar de que hoje contamos com leis que inibem esse tipo de conduta), por isso evito expor situações íntimas dos meus filhos, sei até que ponto posso expô-los. (Ana)

Negativo são os perfis “estranhos” que começam a seguir que tenho de fazer sempre um pente fino... (Mariana)

Nesta última resposta vemos uma preocupação com o contato com pessoas estranhas e suspeitas, um risco sempre presente no uso das redes sociais, conforme pontuam Sanches, Cardelino e Ramos (2014): “Atualmente, a Internet pode ser vista como um canal de diversão aberto para o mundo (...) traz um perigo verdadeiro: o contato direto com pessoas mal-intencionadas e com ameaças cibernéticas” (p. 5). Os autores citam ainda os riscos envolvidos na superexposição nas redes sociais: pedofilia, sequestro de dados e de pessoas, *bullying*, amizades indesejadas, entre outros.

Destaca-se ainda que dois participantes responderam que já passaram por situações de ameaças e comentários desagradáveis em postagens acerca de seu(s) filho(s)/filha(s), que puseram em risco a integridade e a segurança dele(s) e 5 participantes responderam que já pensaram em excluir seu perfil das redes sociais, sendo que 4 destes citaram como motivos as questões relacionadas à segurança, à superexposição e ao medo de ofensas, ameaças e assédio.

Bronfenbrenner (1996) pontua que independentemente dos contextos nos quais as pessoas estejam ou vivam (família, escola, igreja e demais instituições), o seu desenvolvimento psicológico saudável depende principalmente da existência de interações e estas precisam ser marcadas por sentimentos afetivos positivos, reciprocidade e equilíbrio de poder, o que não temos visto nos exemplos supracitados.

Na contramão desse contexto, uma situação alarmante foi encontrada nas respostas ao questionário, em que 7 participantes destacaram que não identificam nenhum ponto

negativo no compartilhamento da maternidade/paternidade no *Instagram*, o que indica que muitos pais ignoram, desconsideram ou mesmo desconhecem os riscos existentes na exposição da imagem de seus filhos na internet, como podemos ver nas respostas em destaque:

Não tenho pontos negativos para queixar-me. (Alice)

Não vejo nada negativo em relação à visibilidade, nada que nos incomode. (Isabela)

Negativos - Não acho que tenha. (Denise)

Acerca disso, podemos correlacionar os dados e resultados trazidos por Alcântara e Osório (2014) de diversas pesquisas sobre o uso da internet por parte das crianças em países europeus. O Projeto Safer Internet Plus, por meio da rede “EU Kids On-line” integra, desde 2006, investigadores que têm como objetivo identificar a forma como as crianças usam a internet, que competências e riscos surgem e que conhecimento os pais têm sobre isso. Foram entrevistadas, em 2010, 25.142 (vinte e cinco mil, cento e quarenta e duas) crianças utilizadoras de internet e um de seus pais, em 25 países europeus. Dentre os riscos investigados pela pesquisa destacam-se: conteúdos pornográficos, *bullying*, mensagens ou imagens com apelo sexual, conhecer pessoalmente pessoas conhecidas on-line, exposição a conteúdos nocivos como discriminação, ódio, pró-anorexia, automutilação, consumo de drogas ou suicídio.

Na referida pesquisa, 41% das crianças entrevistadas afirmaram que já encontraram um ou mais desses riscos. O importante é salientar que grande parte dos pais das crianças que se expuseram a um desses riscos desconhece o fato: 40% dos pais entrevistados, cujos filhos já viram imagens sexuais, afirmam que eles não as viram. O mesmo acontece com as crianças que receberam mensagens desagradáveis ou prejudiciais, pois 56% dos pais afirmam que isso não aconteceu, e ainda 61% dos pais cujas crianças encontraram pessoalmente com alguém que conheceram on-line desconhecem esse fato. Ressalta-se que as pesquisas se multiplicaram em vários outros países, incluindo o Brasil, apresentando resultados e valores semelhantes aos encontrados nos países europeus (ALCÂNTARA; OSÓRIO, 2014).

Apesar do estudo acima não se referir diretamente ao *sharenting* ou ao *oversharenting*, ele se relaciona profundamente à compreensão e percepção dos pais quanto aos riscos que a internet pode propiciar aos seus filhos, e corroboram com as observações que realizamos também em nossa pesquisa: muitos pais desconhecem ou ignoram esses

riscos, deixando, muitas vezes, de realizar escolhas que priorizem a segurança e o bem-estar dessas crianças e adolescentes.

Contudo, a observância de maiores cuidados tendo em vista a segurança dos filhos em muito contribuiria para um uso mais consciente das redes sociais por parte dos pais, afinal, como pontua Eberlin (2017), o *sharenting* é um fenômeno contemporâneo e, quando praticado de forma que respeite certos limites, torna-se uma maneira legítima de os pais exercerem sua liberdade de expressão, afinal, estes não podem ser simplesmente impedidos de compartilharem informações dos filhos, como pontua o autor:

(...) não significa, contudo, que deva existir uma proibição total e absoluta de compartilhamento, por parte dos pais, de informações referentes aos seus filhos. Primeiramente, porque cabe a eles o direito-dever de cuidar dos filhos e decidir o que é mais conveniente para as crianças em termos de vida digital e no seu melhor interesse. Além disso, deve ser considerada a liberdade de expressão dos pais de manifestar os seus próprios momentos ao lado dos filhos, mesmo que isso implique divulgar dados pessoais desses últimos (p.259).

Esse mesmo autor defende ainda que os próprios sites e aplicativos devem utilizar mecanismos para prevenir e corrigir possível superexposição de dados de crianças. Além disso, sugere a criação de políticas públicas para educação em relação ao uso das ferramentas digitais, que poderiam ser executadas pelo próprio Estado ou ainda pelas empresas que possuem interesses econômicos ligados ao *sharenting*. Todas essas práticas contribuiriam de maneira significativa para a proteção dos dados pessoais e para o respeito à privacidade e à liberdade de crianças e adolescentes.

Bronfenbrenner (2002) aborda a importância das mudanças ambientais ocorridas no tempo histórico, ressaltando que elas podem produzir mudanças significativas no desenvolvimento do indivíduo, podendo ser tanto positivas quanto negativas. Esse é o caso, por exemplo, do desenvolvimento de políticas públicas para o melhor uso das ferramentas das redes sociais, afinal, elas representam mudanças no tempo histórico que podem impactar positivamente a relação da sociedade com a internet, isto porque as mudanças que acontecem no tempo não são vistas apenas como um produto, mas também como elementos propulsores de transformação (POLONIA; DESSEN; SILVA, 2005).

Por fim, não pretendemos aprofundar a questão da exposição nas redes sociais e suas possíveis implicações jurídicas, por entendermos que se trata de um assunto complexo, cabendo ao Direito o seu aprofundamento.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que a presente pesquisa enfatizou a discussão acerca da presença de crianças e suas famílias no ciberespaço, abordando questões atuais e ainda pouco estudadas pela Psicologia, a saber: a questão da exposição infantil nas redes sociais. Estudar o desenvolvimento infantil e a relação com essa nova “cultura da virtualidade” contribuiu para a compreensão dessa nova dinâmica que envolve a infância e a família nos dias de hoje, além de apontar caminhos para novas investigações, tão necessárias nesse contexto ainda pouco conhecido.

Acerca das contribuições de Bronfenbrenner, destacamos que sua teoria tem tido importante influência em pesquisas na área de desenvolvimento, gerando impactos na noção atual de desenvolvimento humano e, sobretudo, no modo como planejamos nossas investigações, no intuito de compreender melhor o indivíduo e sua evolução ao longo da vida em interação com os contextos.

Para Bronfenbrenner, o desenvolvimento humano é um processo dinâmico e complexo centrado nas relações entre o indivíduo, suas características fenotípicas e genotípicas e o seu ambiente, ou seja, é entendido a partir dos processos de regulação de comportamentos e dos efeitos produzidos sobre o desenvolvimento humano, sendo estimulado, inibido e modificado pelos diferentes cenários onde a pessoa se encontra inserida, destacando-se aqui, no caso de nossa pesquisa, a influência do ambiente digital, onde estão inseridas as relações, interações e processos aqui investigados.

É nesse contexto digital que nos deparamos com uma contradição dos dias atuais: por um lado, a maior aproximação entre as pessoas através do uso das tecnologias e dos meios de comunicação e, por outro, vínculos e relacionamentos cada vez mais superficiais e passageiros. É o que Bauman (2008) chama de “modernidade líquida”, referindo-se ao tempo presente, de globalização e de efemeridade nas relações afetivas que são estabelecidas.

Acreditamos que, na maioria das vezes, as redes sociais on-line exemplificam bem esse espaço onde as relações entre as pessoas são estabelecidas com maior facilidade e rapidez, porém com menos estabilidade e profundidade emocional. Essa é a preocupação que paira quando falamos na inserção de crianças, suas famílias e suas vidas cotidianas no espaço das redes sociais, uma vez que, para o paradigma bioecológico, ambientes pobres, ou seja, ambientes cujas relações são superficiais e pouco afetivas, impactam nos processos proximais, podendo gerar disfunções, especialmente na infância.

Se, por um lado, o ambiente virtual é rico nas facilidades, na possibilidade de compartilhar, interagir, mobilizar e gerar identificação, por outro, verificamos que alguns aspectos caracterizam o empobrecimento desse ambiente: a vulnerabilidade das informações, a volatilidade dos relacionamentos, o comprometimento da privacidade, os problemas de segurança, o fortalecimento do consumo como estilo de vida e, no caso das crianças, o enaltecimento da erotização e da adultização infantil.

Sabemos que a família é o microssistema no qual a criança irá se desenvolver e se relacionar inicialmente, por meio de relações recíprocas e bidirecionais, para posteriormente ampliar sua participação para outros sistemas como a escola e finalmente para o macrosistema social, com sua cultura, política e tempo.

É tomando o papel da família enquanto propiciadora de condições salútares para o desenvolvimento de crianças e adolescentes e ainda como responsável pela compreensão do mundo e da significação das situações, que destacamos nossa preocupação com a questão da exposição infantil nas redes sociais, na medida em que nos questionamos a influência dessa prática para os relacionamentos e vínculos afetivos entre pais e filhos, afinal, é certo que há um prejuízo das interações face a face, olho no olho e o que temos visto, muitas vezes, são relações mediadas em realidades construídas e forjadas quase sempre para fins de publicação.

A criança, na maioria dos casos, não possui compreensão sobre a veiculação de sua imagem e de suas informações pessoais, sendo incapaz de opinar e decidir acerca de si própria. Essa questão suscita inúmeras outras problemáticas, apontadas em nosso estudo: problemas de segurança e privacidade, maior vulnerabilidade à violência, ao *bullying* e ao *ciberbullying*, entre outras situações.

Dessa forma, percebemos que buscar compreender o desenvolvimento humano de uma perspectiva bioecológica nos possibilitou dirigir nossa atenção investigativa não só para a pessoa e os ambientes imediatos nos quais se encontra, mas também para suas interações e transições em ambientes mais distantes, dos quais, muitas vezes, ela sequer participa diretamente ou ativamente.

Ademais, citamos ainda as postagens com fins mercadológicos utilizando-se da imagem das crianças para realizar apelos subversivos ao consumo. Aqui nos remetemos novamente aos postulados de Bauman (2008), acerca da sociedade de consumo na qual nos transformamos. O ato e o sentido de consumir ganharam um novo patamar de relevância, tornando-se o consumo um elemento central até mesmo na formação da identidade das pessoas, não sendo mais apenas uma questão de necessidade. São essas as relações que destacamos: consumimos para nos identificarmos a determinado padrão de vida e de

comportamento, consumimos para sermos notados, afinal, ter torna-se mais importante do que ser.

A despeito de todas as situações mencionadas, ressaltamos aqui que não se trata de banir o uso das redes sociais ou de proibir veementemente que os pais postem imagens de seus filhos, ou que abram mão de seus direitos de expressão, afinal, compreendemos a importância do uso da internet e da presença no ciberespaço para a inclusão digital e social, inclusive das crianças. Assim, o que se pretendeu foi direcionar e propor caminhos para o uso discriminado e consciente das redes sociais por parte das famílias, fornecendo subsídios para a tomada de decisões relacionada a esse aspecto.

Quanto aos resultados da presente pesquisa, acreditamos que todas as categorias analisadas: Oversharenting e a vida familiar, mídia e consumo infantil, adultização infantil, Oversharenting e considerações legais sobre a sua prática, indicam os impactos da exposição de crianças nas redes sociais para o desenvolvimento infantil e destacamos que, embora o universo pesquisado seja significativamente pequeno e limitado, acreditamos que tenha sido suficiente para o objetivo proposto: a análise e a compreensão de sujeitos e suas vivências. Aliás, o próprio Bronfenbrenner reconheceu a dificuldade de se admitir todas as características de uma investigação bioecológica em um mesmo estudo, em virtude de sua complexidade.

Destacamos ainda a necessidade de aprofundamento da temática, que permite diversos temas transversais e ainda a importância do desenvolvimento de estudos longitudinais, por exemplo, que possam acompanhar as crianças por um período de tempo suficiente para o desenvolvimento de inferências e conhecimentos ainda mais aprofundados e embasados.

Temos a pretensiosa expectativa de que os resultados desse e de muitos outros estudos deste tema oportunizem uma visão mais consciente e mais crítica do fenômeno dos perfis infantis e de maternidade/paternidade, e que sua ampla divulgação possa subsidiar e desencadear efeitos em todos os ambientes onde estão envolvidos os indivíduos pesquisados, interferindo, por exemplo, tanto nas atitudes e decisões do microsistema familiar, quanto na elaboração de políticas públicas relacionadas à questão, a nível de macrosistema.

Por fim, o fundamental é compreender as necessidades de afeto, proteção, respeito e relacionamento de nossas crianças e adolescentes, construindo com eles relações e vínculos que vão muito além das realidades mediadas pelas telas e câmeras do celular ou do computador.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, A; GUEDES, B. (orgs.). **Culturas infantis do consumo**: práticas e experiências contemporâneas. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. 255p. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=IJ1VBAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=ptBR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 2 jan. 2019.

ALCÂNTARA, A; OSÓRIO, A.. Da “morte” da infância à infância no digital: uma discussão sobre o lugar da infância no consumo de produtos digitais. In: ALCÂNTARA, Alessandra; GUEDES, Brenda (orgs.). **Culturas infantis do consumo**: práticas e experiências contemporâneas. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. 255p. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=IJ1VBAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=ptBR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 2 jan. 2019.

ANDRADE, L. B. P. **Educação infantil**: discurso, legislação e práticas institucionais. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. Coleção PROPG Digital - UNESP. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/109136>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

ANDRADE, M. C. **O Discurso da Maternidade em Celebrity Mommy Blogs**. Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science; v.6, n.4, p. 111-127, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.21664/2238-8869.2017v6i4>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

BARROS, R. A. F; BARROS, D. F; GOUVEIA, T. M. O. A. **Crianças como Pequenos Adultos?** Um Estudo Sobre a Percepção da Adultização na Comunicação de Marketing de Empresas de Vestuário Infantil. Sociedade, Contabilidade e Gestão, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 6-20, 2013. Disponível em: <<http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-08/index.php/ufrj/article/viewFile/1935/1769>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BENETTI, I. C., VIEIRA, M. L.; CREPALDI, M. A.; SCHNEIDER, D. R. Fundamentos da teoria bioecológica de Urie Bronfenbrenner. **Pensando Psicologia**, vol. 9, n. 16, jan/dez 2013, p. 89-99.

BOLESINA, I.; GERVASON, T. A. **Internet, Cibercultura e Pós-Modernidade**: Primeiros nós de uma nova rede contextual. In: 3º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade, 2015, Santa Maria, Anais do 3º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/congressodireito/anais>>. Acesso em: 14 abr 2018.

BORDA, J. 2015. Cultivating Community Within the Commercial Marketplace: Blurred Boundaries in the ‘Mommy’ Blogosphere. In: **The Motherhood Business**: consumption, communication, and privilege, eds. A. T. Demo, J. L. Borda, & C. H. Krolokke. Tuscaloosa: University of Alabama Press, 121-150.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988, 292 p.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do adolescente**. Decreto-Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília: Coordenação de Publicações, 1991.

BRASIL. **Lei 12.965 de 23 de Abril de 2014**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em: 25 jan 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde/CNS. **Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012**. Disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/reso466>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016**. Disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

BRONFENBRENNER, U. **A ecologia do desenvolvimento humano**: experimentos naturais e planejados. Tradução de Maria Adriana Veríssimo Veronese. Porto Alegre: Artes Médicas, 2002.

BRONFENBRENNER, U.; MORRIS, P. A. The bioecological model of human development. In: Damon, W. & Lerner, R. M. (Eds.). **Handbook of child psychology**, Vol. 1: Theoretical models of human development. New York: John Wiley, 2006, p.993-1028.

BUCKINGHAM, D. **Childhood in the age of global media**. Children's Geographies, v. 5, n.1-2, p. 43-54, 2007.

BUCKINGHAM, D. Cultura digital, educação midiática e o lugar da escolarização. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 35, n. 3, p. 37-58, set./dez., 2010. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/edu_realidade>. Acesso em: 05 nov. 2018.

BUCKINGHAM, D. **Crescer na era das mídias eletrônicas**: após a morte da infância. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis: Editora Loyola, 2006, 304 p.

CARDOSO, G. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede – A era da informação**: economia, sociedade, cultura. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

CASTRO, F. M. C.; SPINOLA, C. A. Metodologia de pesquisas na internet: breves considerações sobre uma pesquisa qualitativa em turismo nas redes sociais. **Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR**, Penedo, vol. 5, n.1, p. 170-188, 2015.

CONAR. **Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária**. Disponível em: <<http://www.conar.org.br>>. Acesso em: 21 abr. 2008.

COSTA, A. C. G. De menor a cidadão. In: COSTA, A. C. G; MENDEZ, E. G. **Das necessidades aos direitos**. São Paulo: Malheiros, 1994.

COUTO, E. S. **A infância e o brincar na cultura digital**. Perspectiva, Florianópolis, v. 31, n. 3, 897-916, set./dez. 2013

DESSEN, M. A.; COSTA-JUNIOR, A. L (orgs). **A ciência do desenvolvimento humano: tendências atuais e perspectivas futuras**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

DESSEN, M. A.; BRAZ, M. P. A família e suas inter-relações com o desenvolvimento humano. In: DESSEN, M. A.; COSTA-JUNIOR, A. L (orgs). **A ciência do desenvolvimento humano: tendências atuais e perspectivas futuras**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

DORNELLES, L. V. **Infâncias que nos escapam: da criança da rua à criança cyber**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

EBERLIN, F. B. T. Sharenting, liberdade de expressão e privacidade de crianças no ambiente digital: o papel dos provedores de aplicação no cenário jurídico brasileiro. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, volume 7, n. 3, p. 256-274, 2017.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008, 220p.

ISHIDA, G. Influenciadores. In: SILVA, T.; STABILE, M. **Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: Metodologias, Aplicações e Inovações**. São Paulo : Uva Limão, 2016. p. 364.

JERSLEV, A. **In the Time of the Microcelebrity: Celebrification and the YouTuber Zoella**. International Journal of Communication, v.10, 2016, p. 5233–5251.

JORGE, A; ANDRADE, M; MARAPÔ, L. A representação da maternidade em Celebrity Mommy Blogs. In: 6º Congresso Ibero-americano em Investigação Qualitativa, 2017, Salamanca, **Anais Investigação Qualitativa em Ciências Sociais**, 2017, Volume 3, p. 144-153.

KNUPP, Antonio J. F.; RIPOLL, Daniela. Lições dos concursos infantis de beleza e da escola de princesas. In: Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação, 7., 2017, Canoas. **Anais [...]**. Canoas, 2017.

KÖHLER, J. F.; AMARAL, E.M.H. **A influência da internet nas relações familiares**. Programa de Pós-Graduação em Mídias na Educação. Universidade Federal de Santa Maria, Cidade Universitária, 2010.

KOZINETS, R. V. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica on-line**. Porto Alegre: Penso, 2014. 203p.

KREBS, R. J. **Urie Bronfenbrenner e a Ecologia do Desenvolvimento Humano**. Santa Maria, Casa Editorial, 1995.

LAURINDO, R.; BRUCK, T. Da infância para a adolescência: os valores de consumo em rede social. In: ALCÂNTARA, Alessandra; GUEDES, Brenda (orgs.). **Culturas infantis do consumo: práticas e experiências contemporâneas**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. 255p. Disponível

em:<<http://books.google.com.br/books?id=IJ1VBAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=ptBR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 2 jan. 2019.

LEÃO, D. Mundos virtuais: nova estratégia de diálogo com a “geração digital” In: ALCÂNTARA, Alessandra; GUEDES, Brenda (orgs.) **Culturas infantis do consumo: práticas e experiências contemporâneas**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. 255p. Disponível em:<<http://books.google.com.br/books?id=IJ1VBAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=ptBR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 2 jan. 2019.

LEININGER, M. M. **Qualitative research methods in nursing**. Orlando, Grune and Stratton, 1985.

LEMOS, A. **Cibercultura, cultura e identidade: em direção a uma “Cultura Copyleft”?**. *Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura*, Salvador, v. 2, n. 2, p.9-22, dez. 2004. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3416/2486>>. Acesso em: 2 ago. 2018.

LEMOS, A. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. **Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação..** Rio de Janeiro: Uerj, 2005. p. 1 - 17. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>>. Acesso em: 2 mai. 2018

LEMOS, A. **Olhares sobre a cibercultura**, Porto Alegre: Editora Sulina, 2003.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 2009.

MACHADO, M. M.Criança-Maravilha – alegria ou tristeza do espetáculo televisivo?. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 1, n. 1, p. 89-98, 2002.

MALINI, 2016. Prefácio. In: SILVA, T.; STABILE, M. **Monitoramento E Pesquisa em Mídias Sociais: Metodologias, Aplicações e Inovações**. São Paulo : Uva Limão, 2016. p. 10.

MARQUES, A. C. “**A minha mãe tem um blogue**”. Revista Magazine, 2014. Disponível em: <<http://www.noticiasmagazine.pt/2014/a-minha-mae-tem-um-blogue/>>, acesso em: 18 mar 2018.

MARTINS, E.; SZYMANSK, H. A abordagem ecológica de Urie Bronfenbrenner em estudos com famílias. **Estud. pesqui. psicol.** Rio de Janeiro, v. 2004 n.1, 2004. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812004000100006> Acesso em: 21 mar 2018.

MATTOS, C. L. G. **A abordagem etnográfica na investigação científica**. Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

MEIRELLES, R. M. V. “O princípio do melhor interesse da criança”. In: MORAES, M. C. B. **Princípios do Direito Civil Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 483.

MENEZES, R. C. B.; JUNIOR, G. R. N. A aplicabilidade do princípio do melhor interesse da criança em decisões de reconhecimento da pluriparentalidade. In: CONPEDI/UNINOVE. **Direito de família**. Florianópolis : FUNJAB, 2013. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=91a0ac7c34ea63ff>>. Acesso em: 05 ago. 2018.

MENEZES, J. A. S. **A criança na cibercultura: brincar, consumir e cuidar do corpo**. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2013.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 28ª ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2009.

MOURA, K. F.; MANDAJI, C. F. S.. **A relação das hashtags com as palavras de ordem presentes nas Manifestações Brasileiras de 2013**. In: XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2014, Palhoça, Anais, 2014, p. 01-14.

OLIVEIRA, E. S. G.; VILLARDI, R. M. A infância e a modernidade do ciberespaço: os desafios da interação entre criança e computador. **Informática na educação: teoria & prática**, Porto Alegre, v. 9, n.1, jan./jun. 2006.

PETERSEN, M. L.; SCHMIDT, S. P. Consumo e infância: “de mãos dadas a caminho da escola”. In: ALCÂNTARA, Alessandra; GUEDES, Brenda (orgs.). **Culturas infantis do consumo: práticas e experiências contemporâneas**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. 255p. Disponível em:<<http://books.google.com.br/books?id=IJ1VBAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=ptBR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 2 jan. 2019.

PEZZOTTI, R. **Dona da Melissa é condenada por 'erotização precoce' de meninas em anúncio**. Jan. 2019. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/01/14/grendene-condenada-publicidade-infantil.htm>. Acesso em: 20 jan. 2019.

PIZA, M. V. 2012. **O fenômeno Instagram: considerações sobre a perspectiva tecnológica**, 2012. Monografia (Ciências Sociais com habilitação em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

PIRES, M. L. A. 2013. **Adultização da Infância: bastidores de um concurso de beleza infantil**. Monografia (Licenciatura em Pedagogia). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2013.

POLETTI, M.; KOLLER, S. H. Contextos ecológicos: promotores de resiliência, fatores de risco e de proteção. **Estudos de Psicologia**, 25, 405-416, 2008.

POLIVANOV, B. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações e conceitos. **Esferas**, n. 3, p.61-71, 2013.

POLONIA, A. C.; DESSEN, M. A.; SILVA, N. L. P. O modelo bioecológico de Bronfenbrenner: contribuições para o desenvolvimento humano. In: DESSEN, M. A;

COSTA-JUNIOR, A. L (orgs). **A ciência do desenvolvimento humano: tendências atuais e perspectivas futuras**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

POSTMAN, Neil. **O Desaparecimento da Infância**. Tradução de Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Graphia Editorial, 2012.

RECUERO, R. 2012. **A Conversação em Rede**. Porto Alegre, Sulina, 2012, 238 p

RECUERO, R. Contribuições da análise de redes sociais para o estudo das redes sociais na internet. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 17, n. 2, mai/ago 2014, p. 60-77.

RECUERO, R. 2009. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre, Sulina, 2009, 192 p.

SALAZAR, M. M. Consumir, registrar, compartilhar: a *hashtag* #lookdodia na sociedade do consumo. In: VIII Simpósio Nacional da ABCiber, 2014, São Paulo, **Anais Comunicação e cultura na era de tecnologias midiáticas onipresentes e oniscientes**, 2014.

SANCHES, C.; CARDELINO, L.; RAMOS, T. **Guia de Segurança On-line**, E-book, 2014. Disponível em: <http://www.roteirokids.com.br/site/wpcontent/uploads/2014/01/AVG_EBOOK.pdf>. Acesso em 15 abr. 2018.

SECO, L. F. C.; SANTOS, Z. P.; BARTALO, L. **Comportamento Informacional e compartilhamento da informação no Instagram**. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 46-60, dez./mar., 2016.

SIBILIA, P. **O show do eu**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIBILIA, P. Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica. In: LEMOS, A. & CUNHA, P. (Org.), **Olhares sobre a cibercultura**, Porto Alegre: Editora Sulina, 2003, p.139.

SIBILIA, P. (2005). A vida como relato na era do fast-forward e do real time: algumas reflexões sobre o fenômeno dos blogs. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 11, n. 1, p. 35-51, jan./jun. 2005.

SILVA, F. M.; GUIMARÃES, M. E. A. Street Style Kids: um novo paradigma da infância, moldado pela moda e pela publicidade. **Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística**, v.4, n.1, 2014.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016.

STEINBERG 2017 Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media. **Emory Law Journal**; University of Florida Levin College of Law Research Paper No. 16-41.

TOMASEVICIUS FILHO, E. O Marco Civil da Internet e as Liberdades de Mercado. In: DE LUCCA, N.; SIMÃO FILHO, A.; LIMA, C. R. P. (Coord.). **Direito & Internet III: Marco Civil da Internet – Lei no 12.965/2014**. São Paulo: Quartier Latin, 2015.

TURRA, K. K. "Seria o Oversharenting uma Violação ao Direito à Privacidade e à Imagem da Criança?". *Alethes: Per. Cien. Grad. Dir. UFJF*, v. 06, n. 10, pp. 105-122, jan./abr., 2016. Disponível em: <<http://www.periodicoalethes.com.br/media/pdf/10/seria-o-oversharenting.pdf>>2016. Acesso em: 10 abr. 2018.

VERMELHO, S. C.; VELHO, A. P. M.; BERTONCELLO, V. Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores. *Educ. Pesqui.*, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 863-881, out./dez. 2015

WEBER, T. B. B; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C. Mídia, Consumo e a Adultização de Crianças: Uma Reflexão Macrossocial. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2016, Curitiba. **Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Curitiba, 2016, p. 1-15. Disponível em <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0535-1.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

ZANINI, D. Etnografia em Mídias Sociais. In: SILVA, T.; STABILE, M. **Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: Metodologias, Aplicações e Inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016. p. 364.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Instrumento para coleta de dados (virtual)

20/05/2018 Pesquisa: Análise das Possíveis Consequências sobre o Desenvolvimento Infantil advindas da prática da superexposição infantil n...

Pesquisa: Análise das Possíveis Consequências sobre o Desenvolvimento Infantil advindas da prática da superexposição infantil nas redes sociais

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE PSICOLOGIA
Programa de Pós-Graduação em Psicologia-PPGPSI

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa "ANÁLISE DE POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS SOBRE O DESENVOLVIMENTO INFANTIL ADVINDAS DA PRÁTICA DA SUPEREXPOSIÇÃO INFANTIL NAS REDES SOCIAIS". A pesquisa é de responsabilidade de Renata Soares Martins, aluna de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Psicologia/PPGPSI, da Universidade Federal do Amazonas e sob a orientação da Profª Drª Suelly Aparecida do Nascimento Mascarenhas. Com essa pesquisa, pretendemos investigar os possíveis impactos da superexposição de crianças nas redes sociais sobre o seu desenvolvimento. Destacamos que estamos seguindo os princípios éticos das resoluções nº 466/2012 e nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde. A sua participação na pesquisa consiste no preenchimento voluntário deste questionário, sem precisar se identificar. Assim, sua participação é voluntária e, caso você não queira participar, não existe essa obrigação. As perguntas deste questionário dizem respeito a aspectos de sua vida e de sua família e contribuirão para produzir conhecimentos acerca da temática e auxiliar muitas outras crianças e famílias. Os riscos decorrentes de sua participação na pesquisa são mínimos, se resumindo à possibilidade de você se sentir desconfortável em algum momento ao responder às perguntas. Ressaltamos que os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade e outras informações que possam identificá-lo(a) não serão divulgadas, sendo tratadas com sigilo e confidencialidade. Você não terá nenhum gasto e também não receberá nenhuma remuneração pela sua participação. Contudo, diante de eventuais danos, identificados e comprovadamente decorrentes da pesquisa, você tem assegurado o direito à indenização compatível com o dano sofrido.

Para qualquer outra informação, você poderá entrar em contato com o pesquisador no endereço Av. Rodrigo Otávio Jordão, no. 3000, Coroado, Faculdade de Psicologia, Setor Sul, pelo telefone (92) 3305-4127, ou poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFAM, na Rua Teresina, 495, Adrianópolis, Manaus-AM, telefone (92) 3305-5130.

*Obrigatório

1. Você leu o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido exposto acima e aceita responder ao questionário? *
Marcar apenas uma oval.

Sim *Após a última pergunta desta seção, comece este formulário novamente.*

Não *Após a última pergunta desta seção, pare de preencher este formulário.*

Identificação do Participante e Informações Sociodemográficas

2. Qual o seu sexo? *
Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

https://docs.google.com/forms/d/1qVNgmhGbmQAP711XhU6WbUBcbJBTwW3LV_UNv4Ljo/edit

1/6

20/05/2018

Pesquisa: Análise das Possíveis Consequências sobre o Desenvolvimento Infantil advindas da prática da superexposição infantil n...

3. Qual o seu estado civil? **Marcar apenas uma oval.*

- Casado(a)
 Solteiro(a)
 Divorciado(a)
 Viúvo(a)
 União Estável

4. Qual a sua etnia? **Marcar apenas uma oval.*

- Branco(a)
 Pardo(a)
 Negro(a)
 Indígena
 Outra: _____

5. Qual a cidade onde você mora? *

6. Qual a sua idade? *

7. Qual a sua formação escolar? **Marcar apenas uma oval.*

- Sem estudos
 Ensino Fundamental Incompleto
 Ensino Fundamental Completo
 Ensino Médio Incompleto
 Ensino Médio Completo
 Ensino Superior Incompleto
 Ensino Superior Completo
 Pós-Graduação Incompleta
 Pós-Graduação Completa

8. Qual a sua renda familiar? **Marcar apenas uma oval.*

- Sem renda fixa
 Até 1(um) salário mínimo
 De 1 (um) a 2 (dois) salários mínimos
 De 2 (dois) a 3 (três) salários mínimos
 De 3 (três) a 4 (quatro) salários mínimos
 De 4 (quatro) a 5 (cinco) salários mínimos
 Acima de 5 (cinco) salários mínimos

20/05/2018

Pesquisa: Análise das Possíveis Consequências sobre o Desenvolvimento Infantil advindas da prática da superexposição infantil n...

9. Qual o seu vínculo profissional ou de trabalho? **Marcar apenas uma oval.*

- Autônomo (sem carteira assinada)
- Serviços – com carteira assinada
- Indústria – com carteira assinada
- Servidor público efetivo
- Servidor público temporário
- Outra: _____

Bloco II - Informações sobre os objetivos da Pesquisa**10. Você possui algum tipo de perfil na rede social Instagram cujo objetivo seja o compartilhamento dos ofícios da maternidade/paternidade e do dia-a-dia de seu(s) filho(s)? ****Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

11. Você sente que alcançou popularidade e visibilidade pública por meio de sua página no Instagram ou já era uma "figura pública" antes disso? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Talvez

12. Se você respondeu "sim" ou "talvez" à pergunta anterior, diga quais fatores indicam essa popularidade.

13. Quais os pontos positivos e os negativos relacionados à sua visibilidade e de seus filhos no Instagram, bem como do compartilhamento de experiências relacionadas à maternidade/paternidade?

20/05/2018

Pesquisa: Análise das Possíveis Consequências sobre o Desenvolvimento Infantil advindas da prática da superexposição infantil n...

14. Acerca das configurações de privacidade, o seu perfil no Instagram é: **Marcar apenas uma oval.*

- Público (Aberto)
 Fechado (Privado)

15. Qual o motivo de sua escolha por esta configuração de privacidade?

16. Você já recebeu ameaças ou comentários desagradáveis em postagens acerca de seu(s) filho(s)/filha(s) que pusessem em risco a integridade e a segurança dele(s)? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
 Não

17. Se sim, qual foi sua atitude?

18. Você já pensou em excluir seu perfil das redes sociais? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
 Não

19. Por qual motivo?

20. Você possui algum tipo de parceria com empresas ou marcas de produtos ou serviços infantis? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
 Não

20/05/2018

Pesquisa: Análise das Possíveis Consequências sobre o Desenvolvimento Infantil advindas da prática da superexposição infantil n...

21. Se sim, como essa parceria funciona?

22. Seu(s) filho(s)/Sua(s) filha(s) já teve algum compromisso relacionado à sua visibilidade no perfil do Instagram, como participação em eventos ou em propagandas publicitárias, por exemplo? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
 Não

23. Como foi a experiência?

24. Você já vivenciou algum conflito familiar em virtude do compartilhamento de imagens e informações de seu filho(s)/filha(s) nas redes sociais? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
 Não

25. Se sim, como foi resolvido?

26. Seu filho(a) compreende que a imagem dele é veiculada em redes sociais? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
 Não
 Talvez

20/05/2018

Pesquisa: Análise das Possíveis Consequências sobre o Desenvolvimento Infantil advindas da prática da superexposição infantil n...

27. Qual a reação dele ao ser fotografado ou filmado? *

Com tecnologia
 Google Forms

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO Programa de Pós-Graduação em Psicologia -PPGPSI

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa “**ENTRE CURTIDAS NO INSTAGRAM: A EXPOSIÇÃO DE CRIANÇAS NAS REDES SOCIAIS E AS POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS AO DESENVOLVIMENTO INFANTIL**”. A pesquisa é de responsabilidade de Renata Soares Martins, aluna de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Psicologia/PPGPSI, da Universidade Federal do Amazonas e sob a orientação da Prof^a Dr^a Suely Aparecida do Nascimento Mascarenhas. Com essa pesquisa, pretendemos investigar os possíveis impactos da exposição de crianças nas redes sociais sobre o seu desenvolvimento. Destacamos que estamos seguindo os princípios éticos das resoluções nº 466/2012 e nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde. A sua participação na pesquisa consiste no preenchimento voluntário deste questionário, sem precisar se identificar. Assim, sua participação é voluntária e, caso você não queira participar, não existe essa obrigação. As perguntas deste questionário dizem respeito a aspectos de sua vida e de sua família e contribuirão para produzir conhecimentos acerca da temática e auxiliar muitas outras crianças e famílias. Os riscos decorrentes de sua participação na pesquisa são mínimos, se resumindo à possibilidade de você se sentir desconfortável em algum momento ao responder às perguntas. Ressaltamos que os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade e outras informações que possam identificá-lo(a) não serão divulgadas, sendo tratadas com sigilo e confidencialidade. Você não terá nenhum gasto e também não receberá nenhuma remuneração pela sua participação. Contudo, diante de eventuais danos, identificados e comprovadamente decorrentes da pesquisa, você tem assegurado o direito à indenização compatível com o dano sofrido.

Para qualquer outra informação, você poderá entrar em contato com o pesquisador no endereço Av. Rodrigo Otávio Jordão, no. 3000, Coroado, Faculdade de Psicologia, Setor Sul, pelo telefone (92) 3305-4127, ou poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFAM, na Rua Teresina, 495, Adrianópolis, Manaus-AM, telefone (92) 3305-5130.

_____ ou	Impressão dactiloscópica	_____ - _____ - _____
Assinatura da participante		Data
_____		_____ - _____ - _____
Pesquisadora Responsável		Data
_____		_____ - _____ - _____
Pesquisadora Orientadora		Data