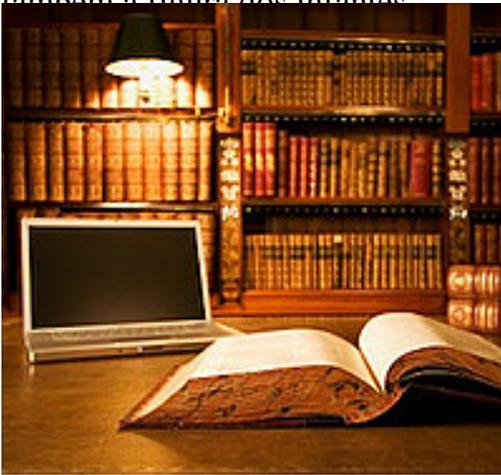


Sharenting viola dados e direitos da personalidade das crianças

A superexposição dos indivíduos, nas redes sociais, vem adquirindo uma conotação acentuada e alarmante, mormente quando envolve seres em desenvolvimento, configurando-se o denominado *sharenting*. Trata-se de expressão composta pelo verbo inglês *to share*, que significa compartilhar, e da palavra *parenting*, vinculada ao exercício do poder familiar. Consiste, segundo Blum-Ross e Livingstone, na exacerbada divulgação de informações sobre os filhos menores, envolvendo imagens e vídeos, contendo detalhes das atividades que realizam [1] e que geram a chamada *digital footprints*, nas palavras de Steinberg [2]. A versão comercial ou publicitária do *sharenting* foi denunciada por Buckingham, desde o ano 2006, no bojo da obra "Crescer na era das mídias eletrônicas: após a morte da infância" [3]. Aponta que o advento da tecnologia digital gerou significativas e profundas mudanças nas experiências das crianças, eis que houve a proliferação dos produtos midiáticos, comercializando-se também a figura dos infantes



Nesse mesmo sentido, Steinberg [4], Blum-Ross e Livingstone [5]

analisam a preocupante busca de retorno financeiro por parte dos pais, que se utilizam das redes sociais para postarem dados dos filhos. Abidin, antropóloga e etnógrafa cingapuriana, em pesquisa sobre a cultura da internet, afirma que "*crianças são usadas, fotografadas e apropriadas por suas mães para propósitos publicitários*" [6]. Nota-se o grave problema do excesso de compartilhamento de informações sobre as crianças, realizado pelos próprios representantes legais, para fins econômicos, eis que são sujeitos sem a capacidade e o poder de discernimento. O uso incessante de mídias sociais, pelos pais, para a disseminação de conteúdo baseado em seus filhos, em 2011, foi examinado por Katusha Sol e Martje van Ankeren, que apresentaram opinião sobre o fenômeno [7]. O Instituto Alana, em 2020, publicou o vídeo intitulado "Crianças e o mundo digital: proteção de dados e impactos do consumismo", revelando sérias questões nessa seara [8].



Os pais das crianças, submetidas ao compartilhamento de dados pessoais, podem obter benefícios diretos ou indiretos, recebendo remunerações específicas, pela divulgação de produtos ou serviços, ou obterem-nos, como contrapartida, em substituição ao pagamento. O *sharenting* publicitário ou comercial consiste em um dos ângulos da "negociação da intimidade" (ou economia da privacidade), que, em conformidade com Viviana Zelizer, corresponde aos "*processos pelos quais as pessoas negociam conexões coerentes entre a intimidade e as atividades econômicas*". Nessas situações, a atividade econômica "*inclui os usos do dinheiro, mas ultrapassa o dinheiro e adentra a produção, o consumo, a distribuição e as transferências de bens não monetários*" [9]. São os desejos dos responsáveis legais dos menores de se aproveitarem dos shows dos filhos no espaço midiático virtual, para obterem vantagens econômicas às custas dos pequenos [10] — pondera Paula Sibilia.

De acordo com Benjamin Schmueli e Ayelet Blecher-Prigat, as crianças atuais compõem "*a geração mais observada em toda a história*" [11]. O *sharenting*, designadamente comercial ou publicitário, engendra sérios prejuízos que reverberam nos campos material e moral, suscitando imediatas e firmes providências. No âmbito interno, atinge a socialização e a autoimagem de seres em tenra idade, e, na seara externa, viabiliza infrações penais, sobressaindo-se os sequestros digitais, aliciamentos, estupros e a pedofolia [12]. Inquestionáveis consequências negativas podem advir para o saudável desenvolvimento físico, psíquico e emocional, eis que parte do tempo, para o lazer e o descanso, termina sendo substituído pela prática. A educação e as atividades físicas — essenciais, respectivamente, para a futura formação profissional e a saúde — são atingidas. A perda da chance de se ter uma infância equilibrada e harmônica, a "erotização precoce" (*sexting*) [13], as dificuldades de, na fase adulta, conseguirem eliminar os dados disseminados [14], além da exposição a crimes, são aspectos que vindicam medidas [15]. Ademais, a destinação dos recursos financeiros, angariados pelos pais ou representantes legais das crianças, em prol de objetivos que não as contemplam, é outro ponto a ser observado.

A Comissão Europeia, que trata da proteção dos interesses e prerrogativas dos menores, iniciou um projeto-piloto com o objetivo de discutir providências para a implementação de mecanismos de tutela. Foram, expressamente, reconhecidos os direitos de não terem a vida pessoal indevidamente exposta, à autodeterminação informativa, bem como de apagar dados registrados na infância [16]. A ONU, por intermédio do *UN Committee on the Rights of the Child's General Comment on children's right in relation to the digital environment*, editou, em março de 2021, o Comentário nº 25 e o item 12 abarca medidas especiais de proteção contra a exploração econômica no espaço virtual. No Brasil, inexistem normas jurídicas que disciplinem a problemática, mas não poderá ser justificativa para a inércia dos órgãos públicos competentes e da sociedade civil, que não devem quedar-se inertes, já que existem diplomas normativos que possibilitam prementes diligências.



Não há de se questionar a impossibilidade de imediata proteção das crianças à vista dessa prática aviltante, especialmente, na sua vertente econômica, com esteio na legislação vigente oriunda das determinações contidas na Constituição Federal. O "bem-estar" destas deve ser colocado em plano primordial, competindo aos seus representantes legais [17] observarem os direitos personalíssimos no exercício do poder familiar [18]. Leciona Adriano De Cupis que os direitos personalíssimos " *independem de qualquer preceito escrito para serem protegidos*" [19] e, nessa senda, a imagem necessita ser resguardada [20]. Além de explorar indevidamente os atributos dos filhos, os pais interferem na intimidade destes que, conforme Pontes de Miranda, consiste no direito que " *busca defender as pessoas dos olhares alheios e da interferência na sua esfera íntima, por meio de espionagem e divulgação de fatos obtidos ilicitamente*" [21].

Regras contidas no Marco Civil da Internet e na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais consagram o respeito à dignidade, ao desenvolvimento da personalidade, à privacidade, à intimidade e aos dados pessoais, sobretudo quanto às pessoas em fase de desenvolvimento. Aproveitar-se da energia dos filhos, incluindo-os na oferta digital de bens de consumo, não se compatibiliza com o dever legal dos pais previsto no artigo 22 do Estatuto da Criança e do Adolescente. Apesar de o ECA não conter norma expressa coibindo o *sharenting*, especialmente na modalidade remunerada, o abuso dos dados pessoais indubitavelmente não se amolda à essência deste microsistema protetivo, nos termos dos artigos 143, parágrafo único, e 149, incisos I, alínea "e", e II [22]. Não se pode olvidar também que as crianças, submetidas ao compartilhamento exagerado de informações pessoais, em ambientes virtuais, são consumidoras por equiparação e se encontram imersas em ofertas/publicidades, explicitamente, abusivas [23].

A responsabilidade civil deverá ser atribuída, em caráter solidário e objetivo, não somente aos genitores, mas, também, é preciso agir perante os fornecedores de produtos e as plataformas digitais. No que concerne aos pais ou representantes legais, os Conselhos Tutelares e as Promotorias de Justiça da Infância e da Juventude, com esteio nos ditames presentes no ECA e em demais conjuntos normativos mencionados, possuem o condão para adotar providências administrativas e/ou judiciais cabíveis. É viável a paralisação das atividades abusivas e, caso persistam, até mesmo, a suspensão do exercício do poder familiar, a depender da extensão e complexidade do problema. Os recursos obtidos podem ser bloqueados, para o futuro uso em favor dos menores, quando atingida a fase adulta.

Quanto aos fornecedores e às plataformas digitais, os Instrumentos da Política Nacional das Relações de Consumo, incluindo órgãos públicos competentes, destacando-se as Promotorias de Justiça do Consumidor, bem como as entidades civis, possuem o poder dever de ação. Torna-se viável ingressar com medidas judiciais coletivas em face das empresas, que se aproveitam da oferta/publicidade abusiva exploradora de consumidores, *by standard*, cuja fragilidade revela-se agravada. Conclui-se lembrando as lições de Paolo Vercellone de que se deve " *evitar uma excessiva leviandade de quem exerce a patria potestas, tal a prejudicar, seja por razões de lucro seja pela simples vaidade e desejo de notoriedade, o respeito à esfera de reserva, cuja subsistência é muito necessária quando se trata de sujeito ainda jovem*" [24].



* Esta coluna é produzida pelos membros e convidados da Rede de Pesquisa de Direito Civil Contemporâneo (USP, Humboldt-Berlim, Coimbra, Lisboa, Porto, Roma II-TorVergata, Girona, UFMG, UFPR, UFRGS, UFSC, UFPE, UFF, UFC, UFMT, UFBA, UFRJ e UFam).

[1] BLUM-ROSS, A.; LIVINGSTONE, S. Sharenting: parent blogging and the boudaries of the digital self. *Popular Communication*, Londres, v. 15, nº 2, p. 110-125, maio 2017, p. 111.

[2] STEINBERG, Stacey B. Sharenting: Children's privacy in the age of social media. **Emory Law Journal**, Atlanta, v. 66, p. 839-884, 2017, p. 883.

[3] BUCKINGHAM, D. Crescer na era das mídias eletrônicas: após a morte da infância. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis: Editora Loyola, 2006, p. 89.

[4] STEINBERG, Stacey B., op. cit., p. 883.

[5] BLUM-ROSS, A.; LIVINGSTONE, S., op. cit., p. 111.

[6] ABIDIN, C. Communicative s2 intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. *Ada New Media*, Singapura, 2015, p. 1. ISSN 8. Disponível em: <https://adanewmedia.org/2015/11/issue8-abidin/>. Acesso em 15/4/2021.

[7] SOL, Katusha; ANKEREN, Martje van. Willempje wil geen Facebookpagina. 2011. Disponível em: www.nrc.nl. Acesso em: 23/6/ 2021.

[8] ALANA. Crianças e o mundo digital: proteção de dados e impactos do consumismo. [S.I: s.n., 2020. 1 vídeo de (1:10:55). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=WeLJ00t1GGA&ab_channel=Alana. Acesso em 30/10/2020.

[9] ZELIZER, Viviana. A negociação da intimidade. Trad. Daniela Barbosa Henriques. Petrópolis: Vozes, 2011, p. 14

[10] Sibilia refere-se aos termos "show de nós", "desejos de exibicionismos" e "narcisismo digital". SIBILIA, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2013, p. 45.



[11] Cf. SHMUELI, Benjamin; BLECHER-PRIGAT, Ayelet. Privacy for Children. *Columbia Human Rights Law Review*, vol. 42, jan. 2011, p. 759-95.

[12] MINKUS, T.; LIU, K.; ROSS, K. Children Seen But Not Heard: When Parents Compromise Children's Online Privacy. *International World Wide Web Conference Committee*. Florência: [s.n.]. 2015.

[13] POSTMAN, Neil. *O Desaparecimento da Infância*. Tradução de Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Grafhia Editorial, 2012, p. 67.

[14] OSWALD, Marion; JAMES, Helen; NOTTINGHAM, Emma. The not-so-secret life of five-year-olds: legal and ethical issues relating to disclosure of information and the depiction of children on broadcast and social media. *Journal Of Media Law*, v. 8, nº 2, p. 198-228, 13 out. 2016, p. 200.

[15] BUCKINGHAM, D. Childhood in the age of global media. *Children's Geographies*, v. 5, nº 1-2, p. 43-54, 2007, p. 44.

[16] Cf. DONOVAN, Sheila. "Sharenting": The Forgotten Children of the GDPR. In: *Peace Human Rights Governance*, 4 (1), março de 2020, p. 35-39.

[17] HERRING, Jonathan. *Family law*. 5ª ed. Essex: Pearson, 2011, p. 387. Cf. também: LASARTE, Carlos. *Derecho de família*. 11ª ed. Madrid: Marcial Pons, 2012, p. 118.

[18] Cf.: VERCELLONE, Paolo. *Il diritto sul proprio ritratto*. Torino: UTET, 1959, p. 8-9. GOMES, Orlando. *Direitos de personalidade*, *Revista Forense*, v. 216, 1966, p. 7. STANZIONE, Pasquale. *Capacità e minore età nella problematica della persona umana*. Camerino: Jovene Editore, 1975, p. 361-362.

[19] DE CUPIS, Adriano. *I diritti della personalità*. Milão: Giuffrè, t. II, 1961, p. 24.

[20] Cf.: KEISSNER, Hugo. *Das Recht am eigenen Bilde*. Berlin: Walter de Gruyter, 1896, p. 21. KOHLER, Josef. *A própria imagem no Direito*. Trad. Walter Moraes, *Justitia*, ano 34, v. 79, 1972. AMAR, Moise. *Dei diritti degli autori di opere dell'ingegno*. Torino: Fratelli Bocca, 1874, p. 34. VERCELLONE, Paolo. *Il diritto sul proprio ritratto*, Torino, UTET, 1959, p. 8-9. DUSI, Bartolomeo. *Del diritto all'immagine*, *Scritti Giuridici*, Torino: G. Giappichelli, v. 1, 1956, p. 536.



[21] PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. Tratado de Direito Privado. Rio de Janeiro: Editor Borsoi, 2ª ed., t. VII, 1956, p. 124.

[22] Examinar também o art. 5º do Marco Legal da Primeira Infância, instituído pela Lei nº 13.257/16, e o Plano Nacional pela Primeira Infância, aprovado, em 2010, pelo Conanda.

[23] Sobre a temática, examinar: CALAIS-AULOY, J. Le contrôle de la publicité déloyale en France. In Unfair Advertising and Comparative Advertising. Publicité Déloyale et Publicité Comparative. Bruxelles Story Scientia, 83-92, 1988.

[24] VERCELLONE, Paolo. Il diritto sul proprio ritratto. Torino: UTET, 1959, p. 8-9.

Meta Fields