



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE – UFS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO – DCOS
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

ANDRÉ FELIPE MAIA
CATHERINE SOARES MAINART

MEMORIAL DESCRITIVO: MEU ROSTO EXPOSTO
UMA CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE O USO DA IMAGEM DE
CRIANÇAS NAS REDES SOCIAIS

SÃO CRISTÓVÃO
2025

**ANDRÉ FELIPE MAIA
CATHERINE SOARES MAINART**

MEMORIAL DESCRITIVO: MEU ROSTO EXPOSTO
UMA CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE O USO
DA IMAGEM DE CRIANÇAS NAS REDES SOCIAIS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Sergipe como requisito
parcial à obtenção de título de Bacharel.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Tatiana Guenaga Aneas

SÃO CRISTÓVÃO

2025

RESUMO

Este projeto experimental objetiva abordar um fenômeno recente e preocupante que surge com o crescimento das plataformas digitais: a exploração da imagem infantil por meio de vídeos, fotos e outros conteúdos. Tornou-se comum que responsáveis compartilhem momentos da rotina dos filhos em fotos, vídeos e outros conteúdos, muitas vezes sem considerar as implicações dessa exposição. No entanto, esse cenário traz à tona questões éticas e legais, uma vez que as crianças, na maioria dos casos, não possuem consciência nem controle sobre a forma como são expostas. Assim, este trabalho busca investigar os impactos dessa superexposição, compreendendo as possíveis consequências para o desenvolvimento e bem-estar infantil a curto e longo prazo.

Deste modo, foi adotada para tal, a metodologia *Design Thinking*, proposta por Tim Brown (2018) e incorporada pela Echos School (2020), na qual estimulou a análise da temática através de formulários aplicados com usuários de redes sociais com ou sem filhos, entrevista com influenciadores que produzem esse modelo de conteúdo, além de mesa redonda com adolescentes e diálogo com psicóloga infantil, permitindo assim, a articulação de ideias direcionando o seu resultado a fim de atender demandas reais.

Dessa forma, a campanha desenvolvida propõe sensibilizar pais, cuidadores e influenciadores digitais sobre os riscos envolvidos na exposição infantil, como invasão de privacidade, apropriação indevida da imagem e a criação de um rastro digital permanente. Além disso, busca fomentar um debate público que estimule a criação de um arcabouço legal e políticas públicas protetivas, promovendo um uso mais responsável e ético da imagem de crianças no ambiente digital.

Palavras-chave: Exposição Infantil Online; Privacidade Digital; Sharenting; Legislação Digital Infantil; Ética nas Redes Sociais; Direitos Digitais de Crianças e Adolescentes; Design Thinking.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - COCO	11
Figura 2 - Mapa de Sistemas	14
Figura 3 - Gráfico 01	15
Figura 4 - Gráfico 02	15
Figura 5 - Gráfico 03	16
Figura 6 - Gráfico 04	16
Figura 7 - Gráfico 05	17
Figura 8 - Gráfico 06	17
Figura 9 - Gráfico 07	18
Figura 10 - Gráfico 08	19
Figura 11 - Perfil Influenciador 01	20
Figura 12 - Perfil Influenciador 02	21
Figura 13 - Perfil Influenciador 03	22
Figura 14 - Entrevista Viih Tube para o PodSê - O Podcast da Serasa	23
Figura 15 - Publicidade feita por @viihtube	23
Figura 16 - Persona 1	30
Figura 17 - Persona 2	30
Figura 18 - Persona 3	31
Figura 19 - Objetivo e Missão	34
Figura 20 - Etapas da Comunicação	35
Figura 21 - Moodboard Criativo	40
Figura 22 - Apresentação Moodboard	41
Figura 23 - Primeira Versão Identidade Visual	41
Figura 24 - Versão Final Identidade Visual	42
Figura 25 - Gravação Manifesto	44
Figura 26 - Capa Manifesto	46
Figura 27 - Print Manifesto	46
Figura 28 - Edição do vídeo introdutório	48
Figura 29 - Capa vídeo introdutório	49
Figura 30 - Carrossel sobre rastro digital	51
Figura 31 - Carrossel sobre infância e sociedade	52

Figura 32 - Carrossel sobre Geração Alfa.....	54
Figura 33 - Capa vídeo entrevista 01.....	55
Figura 34 - Card com fala de advogada.....	57
Figura 35 - Card anúncio mesa redonda.....	58
Figura 36 - Edição mesa redonda.....	60
Figura 37 - Capa Corte 01.....	61
Figura 38 - Capa Corte 02.....	63
Figura 39 - Capa Corte 03.....	65
Figura 40 - Carrossel fala idealizadores da campanha.....	67
Figura 41 - Print bio do <i>Instagram</i> @meurostoexposto.....	68
Figura 42 - Feed do <i>Instagram</i> @meurostoexposto.....	69
Figura 43 - Print do Youtube @MeuRostoExposto.....	70
Figura 44 - Print 1 do site.....	70
Figura 45 - Print 2 do site.....	71
Figura 46 - Print 3 do site.....	71
Figura 47 - Print 4 do site.....	72

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. EM BUSCA DE FORMAS CONSCIENTES DE AGIR: MÉTODOS TÉCNICAS.....	9
2.1 Entendimento.....	10
2.2 Observação.....	12
2.3 Ponto de vista.....	13
3. IDEACÃO.....	28
3.1 Estratégia de comunicação.....	33
3.2 Chocar e comover.....	35
3.3 Explicar e comunicar.....	36
3.4 Orientar.....	37
4. PROTOTIPAGEM.....	39
4.1 IDENTIDADE VISUAL.....	39
4.2 Etapa 1 - chocar e comover.....	43
4.3 Etapa 2 - Explicar e contextualizar.....	47
4.4 Etapa 3 - Explicar e contextualizar,.....	49
4.5 Etapa 4 - Explicar e contextualizar.....	54
4.6 Etapa 5 - Orientar.....	60
5. TESTE.....	72
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
APÊNDICE.....	79
Apêndice A - Análise de similares.....	79
Apêndice B - Perguntas formulários.....	83
Apêndice C - Questionário para influencers digitais.....	92
Apêndice D - Mesa redonda com adolescentes.....	92
Apêndice E - Perguntas destinada a psicóloga infantil.....	94
Apêndice F - Perguntas para marcas.....	95
Apêndice G - Brainstorm.....	96
Apêndice H - Planejamento de comunicação.....	100
Apêndice I - Referências visuais.....	104

Apêndice J - Roteiro vídeo manifesto.....	104
Apêndice K - Roteiros e redações.....	106

1. INTRODUÇÃO

Com o crescimento das plataformas de redes sociais, um fenômeno preocupante tem se tornado cada vez mais evidente: o *Sharenting* - junção dos termos “*share*” (compartilhar) e “*parenting*” (paternidade), que significa a criação e compartilhamento de conteúdo nas redes sociais dos filhos pelos próprios pais, mães e cuidadores. Seja por meio de vídeos, fotos ou outros formatos, muitos responsáveis compartilham amplamente a rotina de seus filhos na internet, muitas vezes sem considerar os impactos dessa exposição. Esse cenário levanta questões éticas e legais, especialmente porque as crianças envolvidas, na maioria das vezes, não têm consciência ou controle sobre como suas imagens estão sendo utilizadas. Além disso, a linha entre registrar momentos familiares genuínos e expor excessivamente a criança se tornou tênue, gerando preocupações sobre os possíveis efeitos dessa prática.

A concepção deste projeto surgiu exatamente a partir da observação recorrente desse comportamento, especialmente por parte dos integrantes desta pesquisa, que notaram a ascensão de perfis de mulheres que, mesmo já tendo iniciado sua presença pública no ambiente digital, ganharam projeção após se tornarem mães. Muitas delas passaram a compartilhar rotinas familiares e conteúdos com seus filhos, gerando visibilidade e retorno financeiro considerável.

Isto posto, seja por meio de vídeos, fotos ou outros conteúdos, muitos responsáveis compartilham amplamente suas rotinas familiares, muitas vezes sem considerar os impactos dessa exposição. Esse cenário levanta questões éticas e legais, especialmente porque as crianças envolvidas, na maioria das vezes, não têm consciência ou controle sobre como suas imagens estão sendo utilizadas.

Ademais, a exposição de menores nas redes sociais levanta debates essenciais sobre privacidade, direitos da criança e os limites éticos dessa prática. Diante disso, a problematização centralizadora é: quais são os impactos da superexposição infantil no ambiente digital e como essa prática afeta o desenvolvimento e o bem-estar desses indivíduos a curto e longo prazo?

Os pais muitas vezes não percebem os riscos associados à exposição excessiva, como a invasão de privacidade, a criação de um "rastros digital" permanente e a vulnerabilidade a crimes cibernéticos. Esse contexto exige um olhar crítico e responsável que estimule reflexões sobre os limites do compartilhamento e a necessidade de proteção da infância no ambiente digital.

2 EM BUSCA DE FORMAS CONSCIENTES DE AGIR: MÉTODO E TÉCNICAS

Este projeto possui um caráter teórico-prático e tem como objetivo conceber uma campanha de conscientização sobre a exposição da imagem de crianças pelos pais nas redes sociais, um fenômeno que se intensifica com a popularização das plataformas digitais. Para estruturar uma campanha eficaz, foi essencial investigar as principais questões éticas, legais e emocionais envolvidas nesse compartilhamento, analisando suas consequências para o bem-estar e o desenvolvimento infantil.

Para alcançar esses objetivos, adotou-se a metodologia *Design Thinking*, conforme apresentada por Tim Brown (2018) e expandida pela Echos School (2020), como um método central para orientar o desenvolvimento da campanha de forma empática e fundamentada. Essa metodologia, com seus sete passos – entendimento, observação, ponto de vista, ideação, prototipagem, teste e iteração – permitiu uma análise aprofundada e orientada pelo ponto de vista do mapa de atores, incluindo as crianças, pais e mães, influenciadores, usuários (audiência), marcas, escola e o Estado.

Nesse contexto, foram desenvolvidas pesquisas de campo como formulários com usuários de redes sociais, tanto com quanto sem filhos, entrevistas com influenciadores que produzem conteúdos com essa característica, uma mesa redonda com adolescentes, e um diálogo com uma psicóloga infantil especializada. Essas etapas foram essenciais para ampliar a compreensão da problemática e coletar dados qualitativos que orientaram a concepção do projeto.

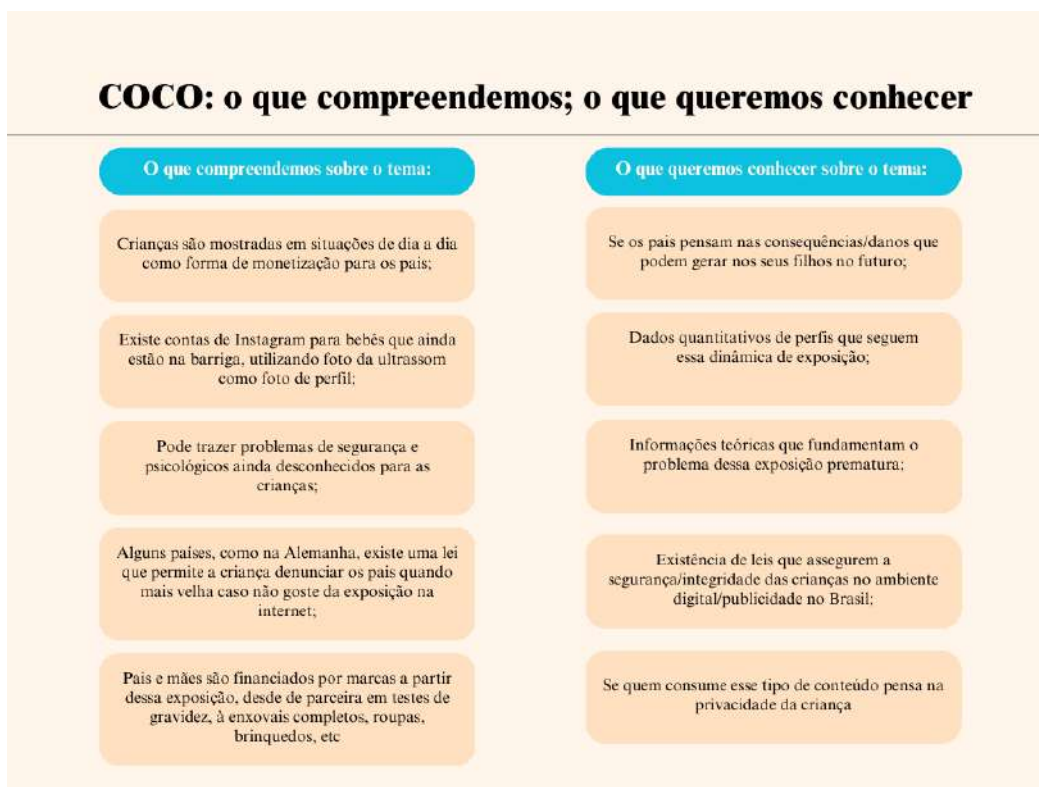
2.1 Entendimento

A primeira etapa do *Design Thinking*, intitulada entendimento, envolveu a construção de um Mapa de Sistemas para visualizar os principais envolvidos na problemática da exposição infantil nas redes sociais. Consideramos inicialmente os pais e mães, como os principais responsáveis pelo compartilhamento das imagens, enquanto as crianças, sujeitas a essa exposição, são diretamente impactadas. Além disso, marcas e anunciantes tornam-se participantes ao enxergar nessa prática uma oportunidade de mercado, incentivando ainda mais essa dinâmica.

Outro ator relevante é a audiência – os usuários das redes sociais –, que consome e interage com esse tipo de conteúdo, contribuindo para sua disseminação. O Estado, por meio do Legislativo, Executivo e Judiciário, atua como regulador e agente de proteção. Também consideramos a escola e os educadores, que, embora não tenham o papel central de educar sobre esse tema, frequentemente publicam imagens de alunos e influenciam as famílias por meio do contato direto com pais e crianças. Esse mapeamento foi essencial para compreender as interações e relações de poder entre os atores, identificando os desafios e conflitos na discussão proposta.

Para aprofundar essa análise, aplicamos o método COCO, uma técnica inspirada pelo *Design Thinking* (2020) que incentiva a desconstrução de ideias pré-concebidas. Essa abordagem permitiu refletir sobre o que já sabíamos e o que precisávamos investigar com mais profundidade. Como ilustrado na Figura 1, o método COCO ajudou a organizar nossas percepções iniciais e direcionar a formulação de novas perguntas, ampliando a visão sobre o problema e suas possíveis implicações.

Figura 1 - COCO



(Fonte: Autores, 202

Também foi realizada uma pesquisa sobre iniciativas similares (APÊNDICE A), analisando o trabalho de organizações como a SaferNet e o Instituto Alana, além de referências internacionais, como o projeto alemão de Toya Diebel, “#deinkindauchnicht”, e a campanha “A Message from Ella | Without Consent”, desenvolvida pela Deutsche Telekom, também na Alemanha. Essas referências foram fundamentais para compreender como a exposição infantil é abordada e os esforços de conscientização já existentes em âmbito internacional. No entanto, no contexto nacional, a temática ainda recebe pouca atenção, evidenciando uma lacuna significativa na discussão pública e, sobretudo, nas políticas de proteção à privacidade infantil nas redes sociais no Brasil.

2.2 Observação

Essa etapa foi dedicada à pesquisa de campo, com o objetivo de ouvir, observar e compreender as necessidades e preocupações dos atores envolvidos, seguindo a abordagem proposta pelo *Design Thinking* (2020). Para aprofundar a familiaridade com as principais demandas e desafios relacionados ao tema, a investigação de campo teve início com a aplicação de formulários específicos direcionados tanto a pais e mães quanto a usuários de redes sociais em geral. As perguntas para cada grupo foram cuidadosamente elaboradas (APÊNDICE B), abordando suas percepções e experiências em relação à exposição infantil online, bem como as implicações observadas nesse contexto.

Na sequência, foram aplicados questionários (APÊNDICE C) voltados para influenciadores que compartilham a rotina de seus filhos em suas redes sociais, visando compreender sua percepção e entendimento sobre o objeto de estudo. Foram obtidas respostas valiosas de influenciadores como Mirelly Almeida, mãe de Marina (4 anos), com um milhão de seguidores; Eduardo Vasco, pai de Nicolas (10 meses), com 321 mil seguidores; e Natalia e Pedro Matias, pais de Maria (2 anos), com 623 mil seguidores no Instagram.

Além disso, para aprofundar a análise da problemática, foi realizada uma roda de conversa (APÊNDICE D) com estudantes do 9º ano (entre 14 e 15 anos) da Escola Estadual Centro de Excelência Prof. José Carlos de Sousa. O objetivo foi compreender a perspectiva da faixa etária que já cresceu em um ambiente digitalizado e, portanto, possui um posicionamento mais crítico sobre o tema. Com a finalidade de integrar também um ponto de vista especializado sobre as possíveis consequências socioemocionais dessa exposição, foi conduzida uma entrevista (APÊNDICE E) com Juliana Ferreira, psicóloga infantil, que possui ampla experiência no atendimento de crianças e adolescentes tanto no ambiente escolar quanto em consultório particular.

Ademais, foram realizadas tentativas de contato com marcas que financiam e patrocinam influenciadores que utilizam a imagem de seus filhos como pilar central de seu conteúdo publicitário (APÊNDICE F). No entanto, não houve retorno ou posicionamento por parte das empresas contatadas. Por fim, foram analisadas as iniciativas de órgãos responsáveis pela proteção de crianças e adolescentes no Brasil, que atuam de forma integrada na prevenção, combate e mitigação de violações de direitos, além de promoverem ações que garantam um ambiente seguro e saudável para o desenvolvimento infantil. Essas iniciativas

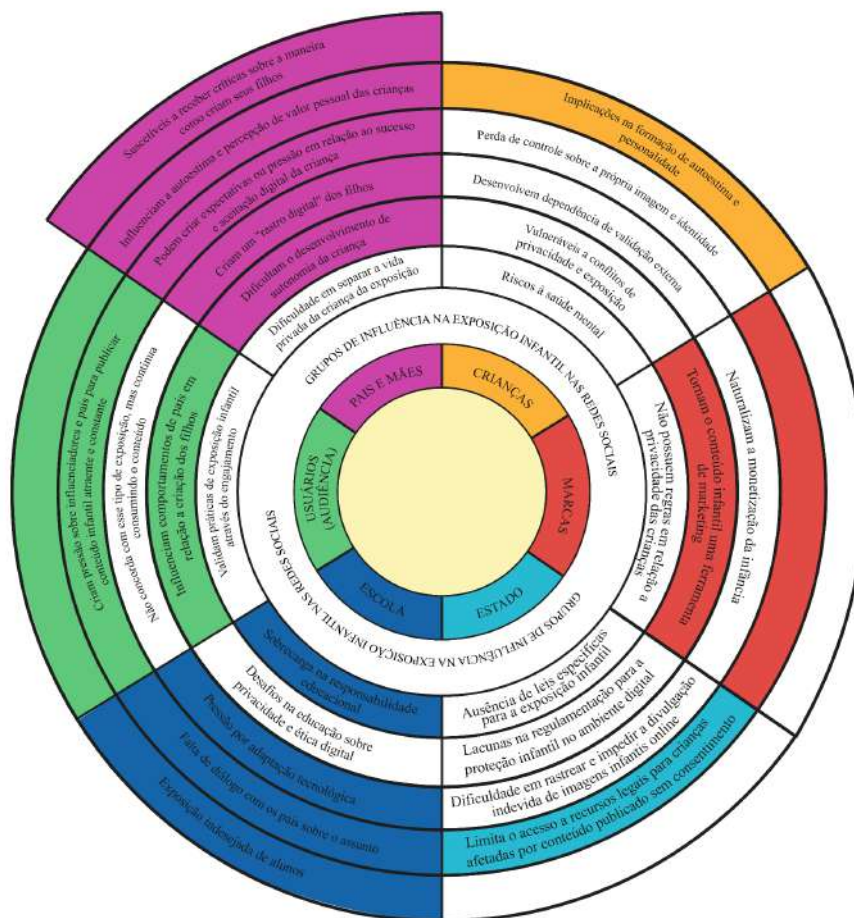
evidenciam a crescente necessidade de regulamentação e reforçam a relevância da problematização desse panorama social.

Por conseguinte, as interações realizadas durante essa etapa proporcionaram um panorama abrangente sobre os impactos e implicações da superexposição infantil nas redes sociais, abrangendo dimensões sociais, éticas e psicológicas. A diversidade de perspectivas coletadas resultou em uma base sólida para as discussões e proposições subsequentes do projeto.

2.3 Ponto de Vista

Nesta fase, buscamos estruturar os pensamentos e organizar as informações coletadas ao longo da pesquisa, consolidando o entendimento obtido a partir das percepções e necessidades dos diferentes atores envolvidos. Logo, devido à complexidade dos dados coletados por meio das interações realizadas, aplicamos a técnica de “Mapa de Sistemas”, para organizar visualmente as principais informações, destacando os atores centrais do problema, bem como as múltiplas implicações associadas a cada um. Deste modo, com a criação do mesmo, foi possível aproximar ainda mais a compreensão sobre os agentes e suas características, identificando os pontos críticos e significativos em torno da temática, assim, moldando a perspectiva central da problematização.

Figura 2 - Mapa de Sistemas, pelo *Design Thinking*



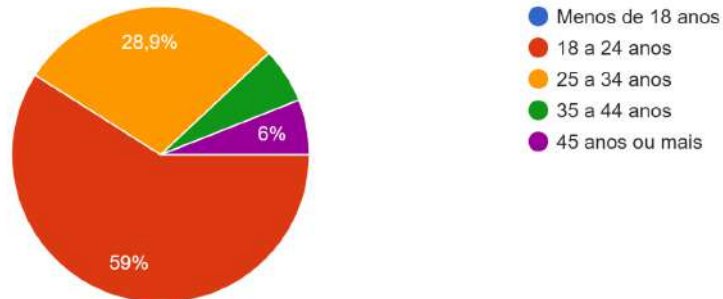
(Fonte: Autores, 2024)

Em primeira instância, os resultados dos formulários para usuários sem filhos, obteve 81 respostas, sendo elas majoritariamente de respondentes entre 18 a 24 anos, com quase 100% não possuindo filhos.

Figura 3 - Gráfico 01

Qual a sua faixa etária?

83 respostas

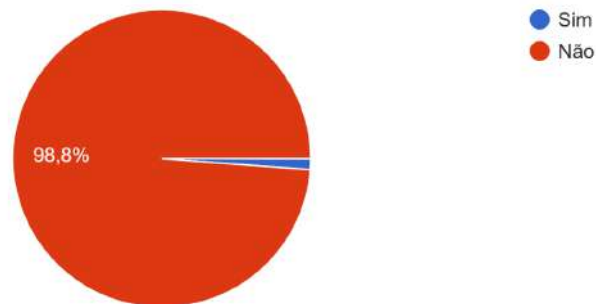


(Fonte: Autores, 2024)

Figura 4 - Gráfico 02

Você tem filhos?

84 respostas



(Fonte: Autores, 2024)

Isto posto, observou-se que a exposição de crianças nas redes sociais é uma prática crescente, mas também repleta de desafios e preocupações que afetam a segurança, privacidade e desenvolvimento emocional dos menores. Entre os índices, 88% dos entrevistados acreditam que regulamentações mais rígidas são necessárias para o compartilhamento de conteúdo infantil nas redes, refletindo uma preocupação com o bem-estar das crianças. Além disso, 77,1% consideram que a superexposição infantil pode impactar negativamente o desenvolvimento emocional e 61,4% já se sentiram desconfortáveis com a privacidade infantil ao ver postagens.

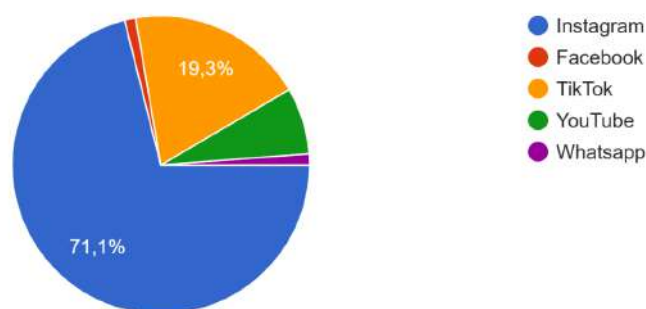
Outro dado importante percebido é que a plataforma mais utilizada para consumir conteúdos envolvendo crianças é o Instagram (71,1%), na qual 44,6% afirmaram ver

conteúdos desse tipo diariamente, o que pode indicar a frequência e alcance desse tipo de exposição. Logo, apesar do engajamento positivo que muitas dessas postagens geram, há riscos significativos associados. A grande maioria acredita que a perda de privacidade é o principal impacto negativo, seguido do desenvolvimento de uma autoimagem distorcida, demonstrando uma consciência quanto às possíveis consequências dessa prática, com 69,9% acreditando que a exposição raramente é feita de forma segura. Isto posto, a exposição constante de momentos íntimos, como 55,4% dos entrevistados já presenciaram, expõe vulnerabilidades das crianças e suscita reflexões sobre a ética e os limites que envolvem essa prática.

Figura 5 - Gráfico 03

Qual plataforma você mais utiliza para consumir esse tipo de conteúdo?

83 respostas

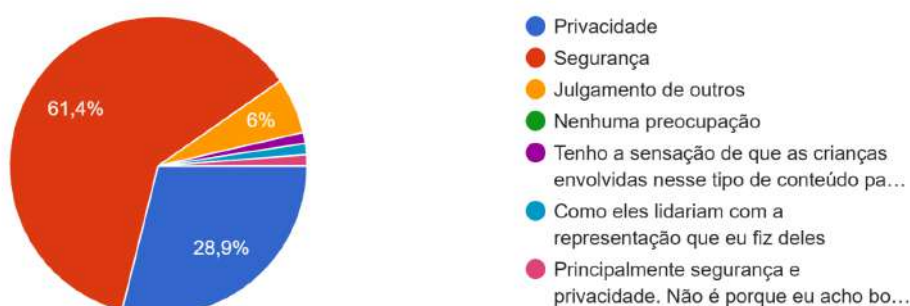


(Fonte: Autores, 2024)

Figura 6 - Gráfico 04

Qual seria sua maior preocupação ao postar sobre seus filhos nas redes sociais?

83 respostas



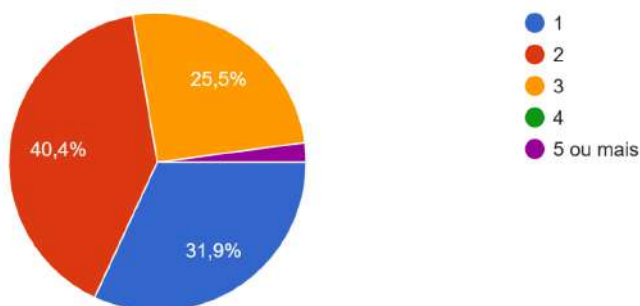
(Fonte: Autores, 2024)

Outrossim, para os usuários com filhos, o formulário obteve 47 respostas, com destaque para os respondentes possuindo 2 filhos, variando entre 6 a 10 anos e 76,6% do gênero feminino.

Figura 7 - Gráfico 05

Quantos filhos você tem?

47 respostas

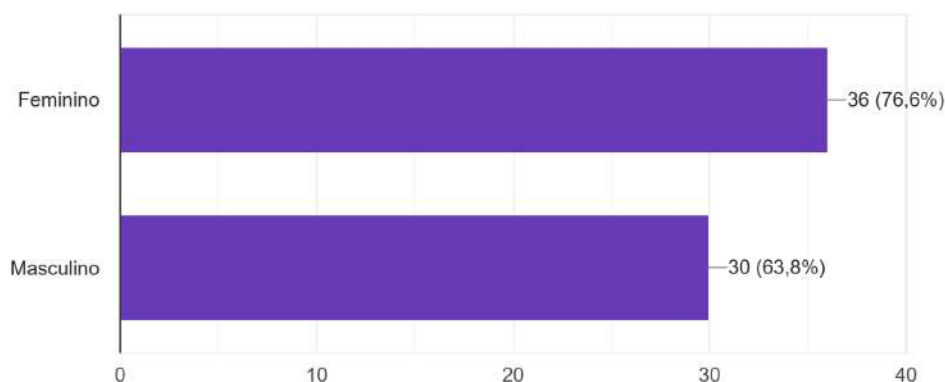


(Fonte: Autores, 2024)

Figura 8 - Gráfico 06

Qual o gênero do(a) seu(a) filho(a)?

47 respostas



(Fonte: Autores, 2024)

Nesse contexto, constatou-se que, embora as redes sociais sejam frequentemente utilizadas para registrar e compartilhar marcos importantes, há um crescente senso de cautela entre os pais. Entre os entrevistados, 66% afirmaram que raramente publicam fotos ou vídeos de seus filhos, priorizando a preservação da privacidade e segurança das crianças. A maioria se mostra atenta a esses aspectos, uma vez que as preocupações são diversas, abrangendo desde o risco de exposição a indivíduos mal-intencionados até a vulnerabilidade emocional dos filhos.

“Hoje, tudo parece expor a criança a olhares estranhos. Para mim, elas devem brincar e crescer longe da pressão social de serem aceitas na internet. A imagem não é nossa”, afirmou um dos pais no formulário, refletindo a preocupação em não transformar momentos cotidianos em conteúdo público. Outro participante complementou: “Para adultos, os julgamentos nas redes já trazem impactos devastadores; imagine para uma criança em formação, exposta e julgada de forma imprevisível.”

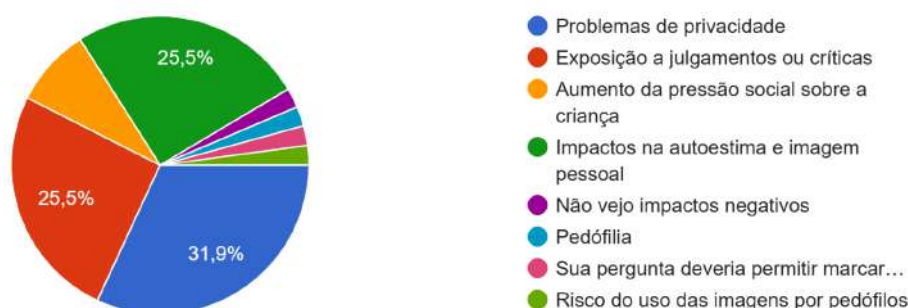
Embora os registros de momentos especiais sejam considerados memórias afetivas positivas, a exposição contínua pode gerar impactos emocionais negativos, como ansiedade e distorções de auto-imagem, reforçadas pela comparação e competição nas redes sociais. Para 31,9% dos pais, o principal impacto negativo da superexposição infantil é a perda da privacidade, enquanto outros destacam riscos à autoestima e a vulnerabilidade a críticas. Além disso, há um receio de que postagens aparentemente triviais - como registros sobre a alimentação ou vestimenta da criança - possam alimentar práticas perigosas, incluindo a exploração de imagens para fins de pedofilia.

Dessa forma, observa-se um consenso crescente sobre a importância de estabelecer limites para a exposição infantil e a necessidade de regulamentações mais rígidas que garantam a proteção dos direitos e do bem-estar das crianças na era digital. Além disso, 53,2% dos pais entrevistados demonstraram interesse em participar de encontros com outros responsáveis para discutir a temática com o apoio de especialistas, evidenciando a demanda por mais informações e orientações sobre o assunto.

Figura 9 - Gráfico 07

Na sua opinião, qual seria o principal impacto negativo da superexposição de crianças nas redes sociais?

47 respostas

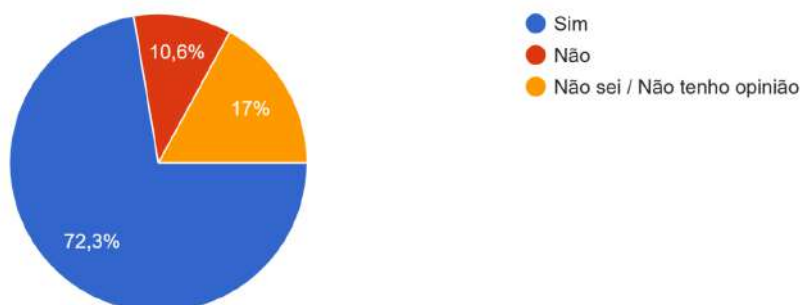


(Fonte: Autores, 2024)

Figura 10 - Gráfico 08

Você acha que deveria haver regulamentações mais rígidas sobre o uso de imagens de crianças nas redes sociais por parte dos pais e influenciadores?

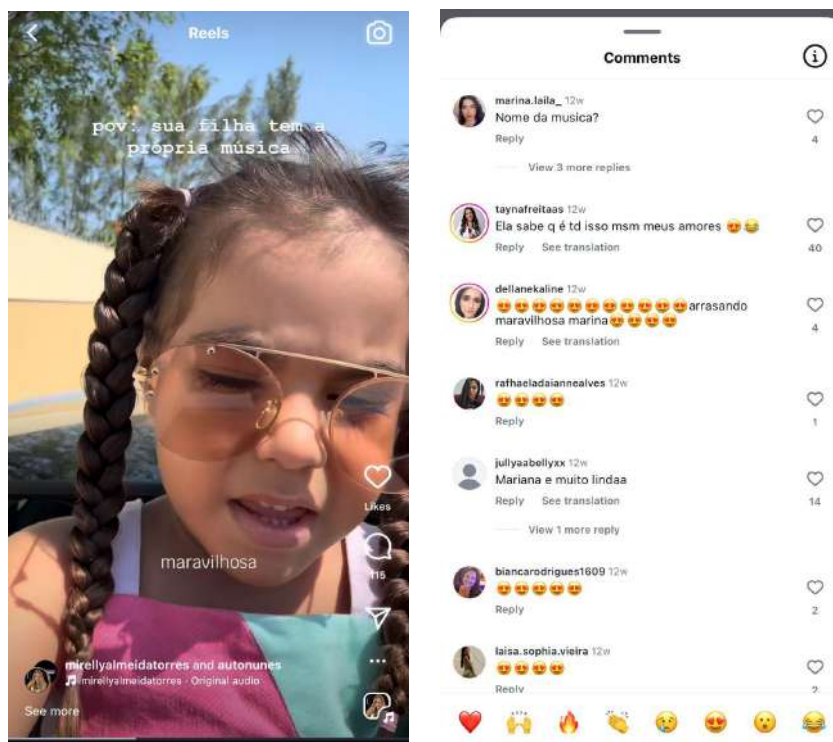
47 respostas



(Fonte: Autores, 2024)

Nesse contexto, a entrevista com influenciadores revelou tanto preocupações quanto benefícios relacionados à exposição de seus filhos nas redes sociais. Mirelly Almeida, mãe de Marina, evita compartilhar momentos vulneráveis e respeita a vontade da filha quando esta não deseja aparecer, destacando o impacto positivo dos vídeos para seus seguidores. Segundo Mirelly, “Quando comecei a postar, foi algo natural, como mãe que queria dividir momentos felizes, e tomou uma proporção que eu não imaginava. Sendo assim, quando ela não quer gravar, eu a respeito. E, no dia em que não quiser mais de vez, também vou respeitar.” Em uma postagem no Instagram, Mirelly compartilhou um vídeo em que Marina demonstra habilidades artísticas, gerando comentários de incentivo e inspiração por parte do público.

Figura 11 - Perfil Influenciador 01



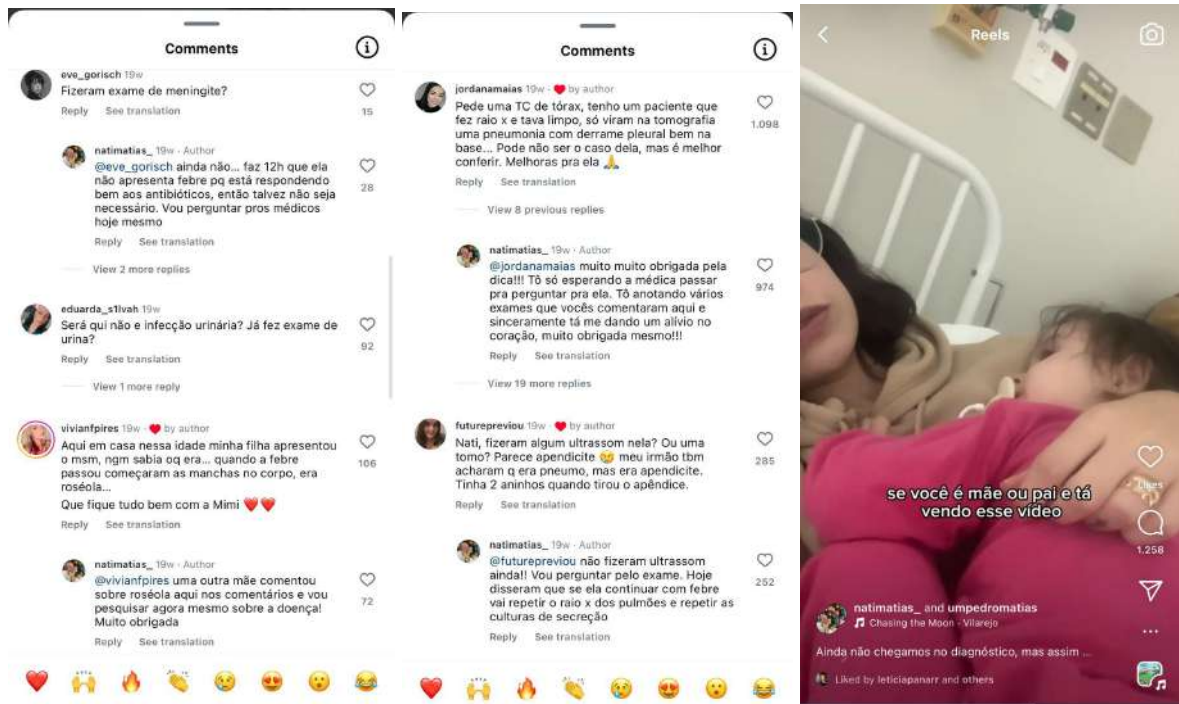
(Fonte: Instagram, 2024)

Natalia e Pedro Matias, pais de Maria, priorizam a autonomia da filha e valorizam o apoio da comunidade que se formou em torno de suas postagens. Para eles, essa rede de suporte é um dos principais benefícios de compartilhar a rotina familiar. No entanto, demonstram preocupação com o impacto que a exposição pode ter na autoestima de Maria no futuro. De acordo com os pais:

“Focamos no desenvolvimento da autonomia, do senso crítico e da liberdade dela. Como escolhemos trabalhar com mídias, nossa maior preocupação é o impacto das redes sociais na adolescência dos nossos filhos (por enquanto é só a Mimi, mas pretendemos ter mais). Por isso, buscamos criar conteúdos que incentivem o autocuidado e o respeito por si e pelo outro, para que Maria tenha um parâmetro positivo e não veja as redes apenas como um espaço de reafirmação de padrões de beleza e comportamento.”

Quando Maria enfrentou problemas de saúde e precisou ser hospitalizada, o casal produziu um *Reels* relatando a situação e incentivando outros pais a buscarem atendimento médico em casos semelhantes. O vídeo teve ampla repercussão, com seguidores enviando mensagens positivas e sugestões úteis para lidar com o quadro, evidenciando como a rede de apoio pode auxiliar os pais em momentos desafiadores.

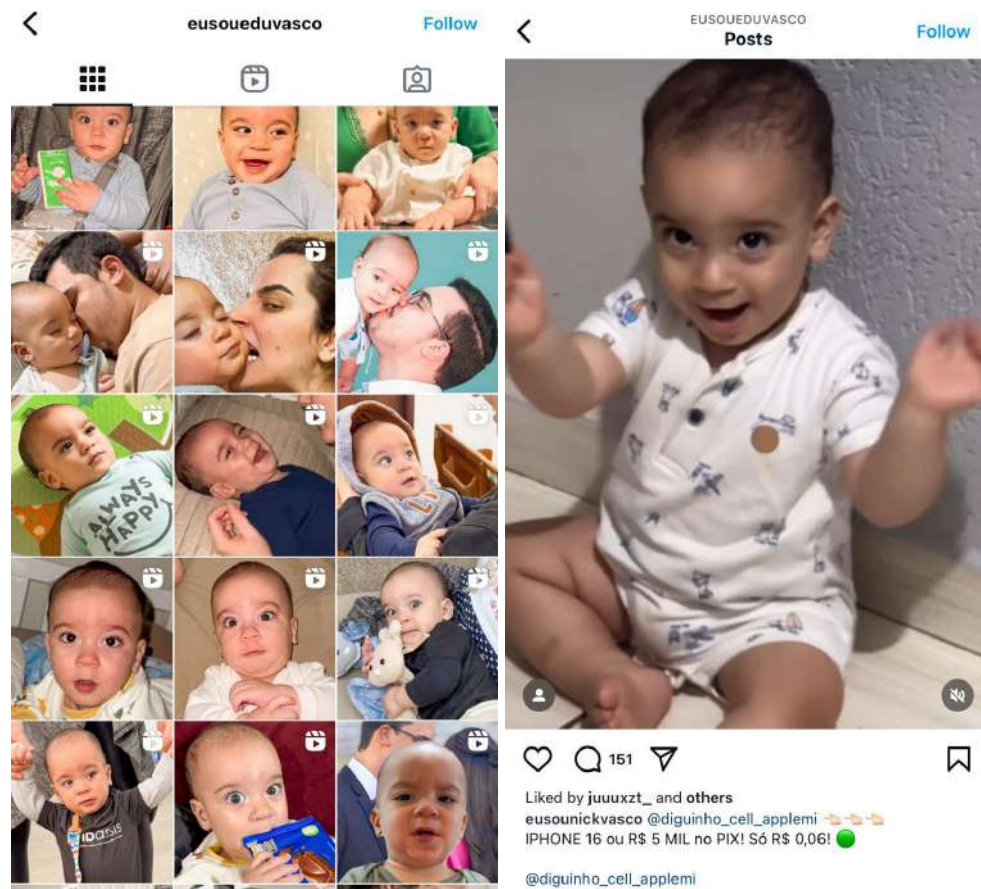
Figura 12 - Perfil Influenciador 02



(Fonte: Instagram, 2024)

Por outro lado, Eduardo Vasco, criador do perfil "Família Vasco Oficial", com mais de 313 mil seguidores no Instagram, não demonstra preocupação com os impactos da exposição digital de seu filho, Nicolas. Para ele, a família prestará a devida orientação à criança conforme necessário. “Não me preocupo, pois ele estará bem assessorado por nós”, afirma Eduardo. Além disso, vê na exposição de Nicolas, atualmente com 10 meses, uma oportunidade financeira futura. Eduardo argumenta que, no futuro, o filho poderá decidir se deseja seguir carreira no meio digital. No perfil da Família Vasco, Nicolas é a principal figura e aparece de diversas formas, desde brincadeiras em casa até campanhas publicitárias de marcas, como a de um modelo recente de *iPhone*. A exposição ocorre de maneira constante e integral.

Figura 13 - Perfil Influenciador 03



(Fonte: Instagram, 2024)

Em comum, os influenciadores destacam a importância de construir uma comunidade em torno de suas postagens. Natalia e Pedro, por exemplo, valorizam as conexões que estabeleceram e o suporte que recebem dos seguidores, seja por meio de dicas úteis ou mensagens de encorajamento, especialmente em momentos desafiadores. Conforme relatam: “Recebemos muito apoio e dicas que facilitam nossa jornada e nos fazem refletir sobre como sermos pais melhores.” Essa troca positiva é vista como um dos principais benefícios de compartilhar aspectos da vida familiar nas redes sociais.

Outra perspectiva relevante sobre a exposição infantil foi apresentada pela influenciadora Vitória Moraes, conhecida como Viih Tube, em entrevista ao “PodSê - O Podcast da Serasa”, publicado no YouTube pelo canal Serasa Ensina. Durante a conversa, a influenciadora destacou o papel estratégico que sua filha desempenha em campanhas publicitárias online, afirmando:

“Minha filha é muito mais rica do que eu. Ela já trabalha com publicidade e tem o valor do trabalho dela. É muito dinheiro, ela é mais cara do que eu.”

Esse relato evidencia como a monetização da imagem infantil é uma prática integrada às estratégias de marketing de influenciadores, suscitando debates éticos sobre os limites entre a exposição digital e a preservação da infância. Viih Tube enfatizou ainda a necessidade de equilibrar a imagem pública com o bem-estar da filha, ressaltando a importância de selecionar projetos alinhados aos valores familiares.

Figura 14 - Entrevista Viih Tube para o “PodSê - O Podcast da Serasa”



(Fonte: Youtube, 2025)

Figura 15 - Publicidade feita por @viihtube



(Fonte: Instagram, 2025)

Nesse ínterim, durante a entrevista¹ com a psicóloga Juliana Ferreira, foram discutidos aspectos profundos sobre os riscos psicológicos e sociais da exposição infantil nas redes sociais. A especialista destacou que a superexposição na infância pode gerar consequências duradouras para o desenvolvimento da autonomia e da autoimagem da criança, uma vez que ela cresce sem controle sobre a própria imagem, construindo uma identidade que não é genuinamente sua, mas moldada pela perspectiva dos pais. "Essa criança ainda nem sabe o que é autoimagem... Ela está construindo uma imagem que não é dela, e sim dentro da perspectiva de um pai e de uma mãe que pegaram a imagem daquela criança e a jogaram na rede", acrescentou.

A psicóloga também sublinhou os riscos emocionais e éticos dessa prática, ressaltando que, ao expor a criança ao olhar público, os responsáveis podem impor uma identidade que ela será obrigada a sustentar ao longo da vida, mesmo que, futuramente, deseje se afastar das redes sociais. "Ela cresceu nesse mundo, foi exposta, então... será que consegue sair? Não, porque já será conhecida", comentou. Além disso, frisou que essa situação remete a um discurso ultrapassado: "Meu filho vai fazer o que eu quero, porque ele não tem escolha". No entanto, segundo ela, a criança tem direitos e deve ser respeitada, inclusive dentro da sociedade. Para a psicóloga, esse tipo de exposição fere a individualidade da criança e a priva do direito à privacidade, podendo refletir em práticas sociais desrespeitosas, como bullying e cyberbullying.

Juliana também destacou o papel crucial das dinâmicas familiares na forma como a criança percebe o uso das redes sociais. Muitos pais influenciadores vivem intensamente o mundo virtual, tornando o ambiente digital quase onipresente para seus filhos. "A gente vê os filhos dos influenciadores, dos blogueiros... Pessoas que vivem e respiram a internet e, por consequência, fazem essas crianças enxergarem a internet como o único mundo possível", apontou. Esse envolvimento excessivo, segundo ela, pode dificultar que a criança se veja fora desse contexto no futuro, criando uma pressão constante para manter uma imagem construída por terceiros.

Não obstante, alertou para os riscos associados à construção de uma identidade baseada na exposição virtual, ressaltando que essa prática pode colocar a segurança da criança

¹ Entrevista realizada e gravada no dia 23 de outubro de 2024, seguindo um formato de perguntas e respostas.

em perigo, especialmente quando detalhes de sua vida pessoal, como a escola que frequenta, são compartilhados online. "Olha o perigo... Não sabemos quem está por trás de uma tela", destacou, chamando a atenção para ameaças como a pedofilia e a invasão de privacidade.

Dessa forma, a psicóloga sugeriu a necessidade de uma "psicoeducação" para os pais, promovendo conscientização para um uso mais saudável e ético das redes, sempre priorizando a segurança e a privacidade das crianças. "O caminho é a psicoeducação, a conscientização... Não estamos aqui para vilanizar a internet, mas sim para incentivar um bom uso dela", afirmou. Para ela, os pais precisam estabelecer limites claros para proteger o bem-estar emocional e físico dos filhos: "A ideia é encontrar um equilíbrio, enxergar até que ponto isso está sendo saudável e até onde pode prejudicar a criança no futuro, seja em aspectos emocionais, físicos ou cognitivos".

Essa visão reforça que a exposição precoce e intensa nas redes não se limita apenas a questões de popularidade ou lucro, mas também se configura como um problema ético e de segurança, no qual a individualidade e os direitos das crianças devem ser respeitados. Esse posicionamento também foi endossado na roda de conversa² realizada com estudantes da Escola Estadual Centro de Excelência Prof. José Carlos de Sousa, os quais, de forma unânime, afirmaram que não gostariam de ter sido expostos desde a infância, especialmente em situações de vulnerabilidade. Além disso, destacaram que, caso isso tivesse ocorrido, deletariam todos os registros ao atingirem a maioridade, temendo possíveis críticas.

Os adolescentes indicaram que postagens sobre momentos cotidianos podem até ser aceitáveis, mas que, em situações mais delicadas, a exposição se torna prejudicial. Evidenciaram, assim, o impacto negativo desse tipo de prática, destacando que comentários negativos podem afetar diretamente a autoestima. Muitos também defenderam a criação de leis para proteger e limitar essa exploração da imagem infantil. Por conseguinte, concluiu-se que a discussão enfatizou a necessidade de conscientização e do estabelecimento de um diálogo intergeracional sobre o uso das redes sociais.

² Roda de conversa realizada no dia 18 de outubro de 2024, com os estudantes do 9º ano do ensino fundamental, com idades variando entre 14 a 15 anos.

Nesse contexto, no que se refere ao Estado, diversos órgãos, iniciativas legais e regulamentações emergentes reforçam a importância da problematização desse panorama social. Entre os principais estão:

Conselho Tutelar: Responsável por zelar pelo cumprimento dos direitos das crianças e adolescentes garantidos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), o Conselho atua na prevenção e interrupção de situações em que haja violação desses direitos, como a exposição excessiva ou inadequada para fins comerciais, configurando exploração da imagem. Dessa forma, alerta para os riscos psicológicos da exposição descontrolada, como ansiedade, bullying, assédio online e objetificação infantil nas redes sociais (LIVRE DE TRABALHO INFANTIL, 2021).

Nos casos de denúncia, o órgão pode intervir solicitando a remoção de conteúdos ou acionando a Justiça para garantir a proteção da criança. Assim, reforça que os direitos à privacidade e à dignidade desses indivíduos devem ser respeitados e que os responsáveis têm o dever de resguardá-los.

Ministério Público: Tem como uma de suas principais funções fiscalizar o cumprimento das leis que garantem os direitos de crianças e adolescentes. O órgão alerta que o uso de imagens infantis para fins lucrativos sem a devida proteção ou regulamentação pode ser enquadrado como exploração, vedada pelo ECA. Além disso, observa que a legislação atual carece de regulamentação específica sobre monetização em redes sociais, mas reitera que as crianças devem ser protegidas de todas as formas de exploração, incluindo a comercial (SILVA, 2020).

Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA): Responsável pela formulação de diretrizes para políticas públicas voltadas à proteção da infância, o CONANDA já discutiu a necessidade de regulamentar a exposição de crianças nas redes sociais. O Conselho destaca que o ambiente digital pode trazer riscos significativos à integridade física e psicológica dos menores e defende que a proteção integral das crianças deve incluir seu bem-estar também nesse contexto (CONANDA, 2024).

Secretaria Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente: A Secretaria coordena políticas públicas para a proteção da infância e adolescência, incluindo ações que garantam o direito à privacidade e à segurança das crianças no ambiente digital (SECRETARIA NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, 2020). Reconhece que a exposição infantil nas redes sociais, especialmente para fins lucrativos, representa uma ameaça à infância, pois abre margem para exploração financeira e viola o direito à privacidade. Assim, apoia o desenvolvimento de políticas públicas que regulam o uso da imagem infantil e protegem as crianças de práticas que possam comprometer seu desenvolvimento emocional e sua dignidade.

Projeto de Lei 2.628/2022: Esse projeto propõe regulamentações específicas para proteger crianças nas redes sociais e plataformas digitais (SENADO FEDERAL, 2022). O texto estabelece que produtos e serviços de tecnologia da informação destinados ou acessíveis a crianças devem evitar práticas de publicidade direcionada e comunicação mercadológica a menores de idade. Também determina que as plataformas de redes sociais impeçam a criação de contas por crianças e aprimorem os mecanismos de verificação de idade, exigindo comprovação de identidade quando necessário.

Proibição de Contas para Menores de 12 Anos: O mesmo PL 2.628/2022 sugere a proibição da criação de contas em redes sociais por crianças menores de 12 anos. O objetivo é garantir um ambiente digital mais seguro, priorizando o melhor interesse da criança, incluindo sua proteção contra exploração comercial e exposição indevida.

Política Nacional de Proteção dos Direitos da Criança e do Adolescente no Ambiente Digital: A Resolução nº 245 do Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, em conjunto com o CONANDA, estabelece diretrizes para a proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital (CONANDA, 2024). Essa política prevê medidas para enfrentar a exploração infantil e os abusos no meio digital, promovendo o uso seguro da tecnologia e a conscientização sobre os direitos digitais das crianças, suas famílias e educadores.

Dessa forma, tais órgãos e regulamentações demonstram uma preocupação crescente com a proteção das crianças contra práticas comerciais inadequadas nas redes sociais. Esse

cenário também se insere em um contexto global, no qual a exposição de menores para fins lucrativos tem gerado debates e iniciativas para regulamentação. Assim, a conscientização sobre essa problemática é essencial, visto que as consequências dessa prática podem desencadear riscos psicológicos, sociais e legais, tais como:

Riscos psicológicos: Crianças expostas continuamente podem ter seu desenvolvimento emocional e autoestima afetados. A pressão por desempenho e a constante exposição pública podem gerar ansiedade, estresse e uma percepção distorcida de si mesmas. Além disso, a perda de privacidade pode dificultar a construção de uma identidade pessoal saudável.

Riscos sociais: A superexposição pode resultar em estigmatização social. Crianças que se tornam figuras públicas desde cedo podem enfrentar dificuldades de relacionamento e adaptação fora do ambiente digital. Há também o risco de bullying e assédio, tanto virtual quanto presencial, especialmente quando imagens ou vídeos viralizam de forma negativa.

Riscos éticos e legais: A utilização da imagem infantil para fins comerciais levanta questões éticas, uma vez que crianças não possuem plena capacidade de consentir com a exposição. A ausência de regulamentação específica permite abusos e exploração financeira, com ganhos que muitas vezes não são revertidos em benefício da própria criança.

Portanto, destaca-se a necessidade de campanhas de conscientização voltadas para pais, cuidadores e influenciadores digitais, a fim de evitar que práticas abusivas se consolidem. Além disso, é fundamental fomentar o debate público e a mobilização social sobre o tema, contribuindo para a criação de um arcabouço legal e de políticas públicas mais protetoras e específicas.

3. Ideação

No desenvolvimento da campanha "**Meu Rosto Exposto**", a fase de ideação dentro do *Design Thinking* teve um papel fundamental na concepção de soluções criativas e eficazes para o problema identificado. Nessa etapa, com base no ponto de vista definido anteriormente, exploramos diversas possibilidades, incentivando a geração de ideias inovadoras sem

restrições ou julgamentos. A construção de um ambiente de confiança foi essencial para que a equipe pudesse explorar caminhos originais, garantindo que as propostas atendessem de forma autêntica à necessidade de conscientização sobre os riscos da superexposição infantil nas redes sociais. Além disso, a bagagem cultural e o repertório de cada integrante foram determinantes para ampliar perspectivas e enriquecer as soluções desenvolvidas, fortalecendo a abordagem criativa da campanha.

Durante a fase, realizamos um *brainstorming* exploratório para mapear os principais desafios e oportunidades relacionados à superexposição infantil nas redes sociais. Nesse processo, debatemos não apenas os aspectos éticos e legais do *Sharenting*, mas também os impactos culturais e psicológicos dessa prática.

Refletimos sobre as formas mais eficazes de sensibilizar o público, o que nos levou a definir pais e responsáveis como principal audiência. Analisamos suas motivações, hábitos digitais e percepções sobre privacidade, compreendendo que muitos compartilham momentos dos filhos sem plena consciência das possíveis consequências. Esse entendimento foi essencial para orientar a construção da mensagem e a abordagem da campanha. O detalhamento desse processo pode ser encontrado no Apêndice, onde registramos as ideias levantadas e as primeiras direções para o conceito criativo.

Para aprofundar essa análise, desenvolvemos três *personas*, representando perfis distintos de pais e cuidadores, com diferentes comportamentos e motivações em relação ao compartilhamento da imagem dos filhos na internet. Elas nos ajudaram a visualizar melhor nosso público-alvo e a criar estratégias de comunicação mais eficazes.

Figura 16 - Persona 1

Persona 1: A mãe conectada	
Nome	Idade
Mariana	32 anos
Profissão	Status familiar
Criadora de conteúdo digital e empreendedora	Casada, mãe de uma menina de 4 anos
Comportamento digital	Desafios
Mariana compartilha ativamente sua rotina e a da filha nas redes sociais, acreditando que isso fortalece a conexão com sua audiência e gera oportunidades comerciais. Para ela, o ambiente digital é um espaço de trabalho e, ao mesmo tempo, um álbum virtual de memórias afetivas. Não percebe riscos imediatos na exposição da filha, pois acredita que tem controle sobre o conteúdo postado.	Não tem total consciência sobre os impactos futuros da superexposição infantil. Pode sentir resistência ao mudar sua forma de compartilhar a vida da filha, especialmente por conta de contratos publicitários.

(Fonte: Autores, 2025)

Figura 17 - Persona 2

Persona 2: O pai desatento	
Nome	Idade
Ricardo	40 anos
Profissão	Status familiar
Engenheiro de software	Divorciado, pai de um menino de 7 anos
Comportamento digital	Desafios
Usa as redes sociais de forma esporádica, mas costuma postar fotos do filho em momentos especiais, como viagens e aniversários, adicionando <i>hashtags</i> , sem pensar nos impactos dessa exposição. Acredita que, por não ser influenciador e mesmo assim ter um perfil aberto, não há riscos reais.	Falta de conhecimento sobre privacidade digital e os riscos do compartilhamento. Pode considerar o tema exagerado ou irrelevante.

(Fonte: Autores, 2025)

Figura 18 - Persona 3

Persona 3: A mãe do álbum digital	
Nome	Idade
Camila	26 anos
Profissão	Status familiar
Contadora	Casada, mãe do Miguel, de 8 meses
Comportamento digital	Desafios
Sempre foi ativa nas redes sociais e, ao descobrir a gravidez, criou um perfil no Instagram para o filho. Inicialmente, a ideia era apenas registrar a gestação e compartilhar momentos com familiares e amigos. Porém, com o nascimento de Miguel, a página se tornou um diário digital, onde publica desde momentos simples do dia a dia até datas comemorativas e pequenos marcos do desenvolvimento do bebê. Acredita que está criando lembranças especiais e nunca parou para refletir sobre os impactos dessa exposição no futuro do filho.	Não vê problema em compartilhar fotos e vídeos do filho, pois acredita que a internet faz parte da vida moderna e que só amigos e familiares acompanham o perfil. Não tem consciência dos riscos do <i>sharenting</i> e da criação involuntária de uma identidade digital para Miguel antes mesmo dele ter voz para decidir.

(Fonte: Autores, 2025)

A partir das reflexões levantadas durante a fase de entendimento do problema, iniciamos o processo de ideação, seguindo a abordagem do *Design Thinking*. Nesse momento, buscamos ampliar ao máximo as possibilidades criativas para a construção da campanha, explorando diferentes caminhos para sensibilizar pais e responsáveis sobre os riscos da superexposição infantil nas redes sociais. Nosso objetivo era desenvolver uma comunicação impactante e acessível, capaz de gerar identificação e engajamento do público-alvo.

Um dos primeiros pontos levantados foi a necessidade de ressignificar o conceito de poder parental. Em muitos casos, os pais enxergam a exposição digital dos filhos como um direito inquestionável, sem considerar que a parentalidade também envolve responsabilidade e proteção. A partir dessa reflexão, surgiu a ideia de abordar o tema sob a ótica da vulnerabilidade da criança no ambiente digital, destacando como o compartilhamento excessivo pode ser explorado de diversas formas, inclusive para fins criminosos, como a manipulação de imagens e a pornografia infantil.

Outro aspecto crucial foi a construção de uma narrativa que evidenciasse a dimensão coletiva do problema. Dados e algoritmos transformam crianças em produtos digitais, sem que elas tenham consciência ou controle sobre isso. O conceito da “sociedade da classificação” também foi discutido, refletindo sobre como o meio digital impõe padrões, comparações e rankings invisíveis desde a infância. Esse ponto nos levou a considerar uma abordagem crítica sobre a comercialização da infância e a influência das plataformas na formação da identidade infantil.

Durante o *Brainstorm*, também exploramos possíveis formatos e estratégias para ampliar o alcance da campanha. Pensamos na criação de um site que não apenas informasse, mas também funcionasse como um espaço de relatos e desabafos de pais que repensaram a exposição dos filhos na internet. Além disso, consideramos a realização de entrevistas com especialistas, como psicólogos e juristas, para discutir os impactos emocionais e legais do *Sharenting*. A pressão sobre as plataformas digitais também foi um tópico importante, destacando a necessidade de regulamentação e ferramentas de moderação para garantir maior proteção às crianças.

Para definir o nome da campanha, realizamos um *Brainstorm* coletivo, explorando palavras-chave e conceitos que refletissem a problemática. Buscamos um nome que transmitisse impacto e traduzisse a ideia central de privacidade violada e identidade exposta sem consentimento. Entre as diversas sugestões levantadas, como “Postar ou Proteger?”, “Identidade Roubada” e “Venderam Meu Futuro”. Por fim, a opção escolhida foi “Meu Rosto Exposto”, por sintetizar de forma direta e poderosa a mensagem que queríamos transmitir. O registro dessa etapa está disponível no apêndice F.

Além do nome, também discutimos elementos visuais que reforçassem a identidade da campanha, como o uso de fontes sem serifa para garantir um impacto mais direto e objetivo, além de uma paleta de cores baseada em vermelho, preto e branco, simbolizando alerta, seriedade e urgência.

Por fim, discutimos a importância de humanizar a narrativa da campanha. Em vez de apenas apresentar dados e argumentos racionais, buscamos formas de gerar conexão emocional com o público. A ideia de trabalhar com mensagens diretas e impactantes, como

“Privacidade é liberdade” e “Uma foto pode mudar o futuro do seu filho”, surgiu desse processo. Com isso, estabelecemos um direcionamento inicial para o projeto, focando na conscientização e na mudança de comportamento por meio da informação e do apelo emocional.

3.1 Estratégia de Comunicação

Ainda na fase de ideação, foram definidos o objetivo e a missão da campanha, consolidando seu direcionamento estratégico e fortalecendo sua relevância no debate público. O projeto, de caráter teórico-prático, visa conceber e implementar uma campanha de conscientização sobre a exposição da imagem de crianças nas redes sociais, um fenômeno intensificado pela popularização das plataformas digitais e pela crescente busca por engajamento e monetização online.

A missão da campanha é alertar e sensibilizar pais, cuidadores, influenciadores digitais e a sociedade como um todo, sobre os riscos da superexposição infantil, evidenciando as ameaças invisíveis dessa prática, como: violação da privacidade, exploração comercial e a criação de um rastro digital irreversível. Além disso, a campanha busca estimular o debate público, mobilizando e pressionando regulamentações e políticas públicas que protejam crianças e adolescentes no ambiente digital. Por fim, o objetivo final é promover um uso mais responsável e ético da imagem infantil, garantindo que a proteção e o bem-estar das crianças sejam sempre prioridade absoluta.

Figura 19 - Objetivo e Missão



(Fonte: Autores, 2025)

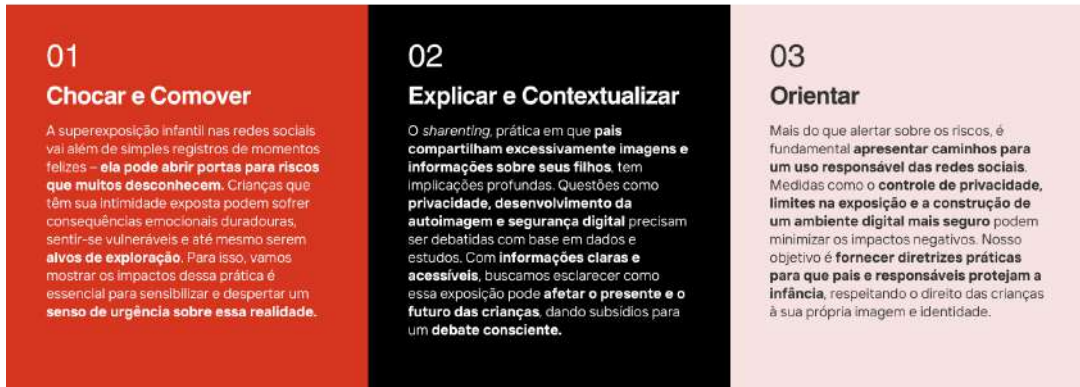
Para garantir uma comunicação eficaz e impactante, a campanha foi estruturada em três etapas principais:

- **Etapa 1:** Chocar e comover – Gerar impacto emocional imediato para despertar a atenção do público;
- **Etapa 02:** Explicar e contextualizar – Apresentar o fenômeno do *Sharenting* e suas implicações na era digital;
- **Etapa 03:** Orientar – Oferecer caminhos e informações para estimular a mudança de comportamento.

Essa estrutura possibilita uma abordagem progressiva, conduzindo o público do impacto inicial à compreensão aprofundada do tema, culminando em ações conscientes e transformadoras.

Figura 20 - Etapas da Comunicação

Etapas da Comunicação



(Fonte: Autores, 2025)

3.2 Chocar e comover

A linha de comunicação da campanha foi estruturada para causar impacto imediato e gerar reflexão profunda, utilizando mensagens diretas e emocionais. A primeira etapa foca em chocar e comover, expondo os riscos invisíveis da superexposição infantil nas redes sociais. Em um cenário onde o compartilhamento de fotos e vídeos de crianças é naturalizado, nossa estratégia busca romper essa percepção ingênua, revelando as consequências ocultas e irreversíveis dessa prática. O objetivo é criar um senso de urgência entre pais e responsáveis, incentivando-os a reavaliar suas atitudes.

Para traduzir essa abordagem de forma impactante, desenvolvemos a ideia de um vídeo manifesto. Nesta primeira fase da campanha, o foco é gerar um choque emocional, levando os espectadores a se identificarem com a situação e questionarem suas próprias decisões. O vídeo apresentará uma narrativa sutil, mas poderosa, sugerindo os perigos da exposição excessiva sem exibir rostos ou detalhes explícitos. Essa escolha visa preservar a privacidade infantil e, ao mesmo tempo, provocar reflexão através de um storytelling envolvente.

A mensagem central do vídeo é clara: o que é publicado na internet nunca desaparece. Uma vez online, a imagem de uma criança pode ser acessada, manipulada e utilizada em contextos fora do controle dos pais. Assim, reforçamos que a superexposição infantil não é

apenas uma decisão individual, mas um risco real, com implicações na privacidade, segurança e futuro da criança.

Para dar ainda mais força à narrativa, incluímos dados alarmantes. Segundo o Priory Group (Reino Unido), uma criança tem, em média, 1.500 fotos suas na internet antes de completar cinco anos. Outrossim, 60% das fotos em sites de pedofilia foram extraídas das redes sociais (Australian eSafety Commissioner). Esses dados reforçam a dimensão do problema, tornando evidente a necessidade de conscientização e mudança de comportamento.

Isso posto, a estratégia inicial prevê a divulgação do vídeo manifesto no Instagram, principal plataforma onde o *Sharenting* se concretiza. Dessa forma, conseguimos impactar diretamente o público-alvo no exato ambiente onde essa exposição acontece com maior frequência.

3.3 Explicar e Contextualizar

Na segunda etapa da campanha, buscamos aprofundar a discussão e suas implicações na era digital, contextualizando o problema e oferecendo informações embasadas para estimular uma reflexão crítica. Se, na primeira fase, o impacto emocional foi o gatilho para chamar a atenção do público, agora nosso objetivo é fornecer argumentos sólidos e históricos que sustentem a necessidade de um debate mais amplo sobre a exposição infantil nas redes sociais.

Não um fenômeno recente, a sociedade demonstra interesse em acompanhar a vida das crianças na mídia. Atrizes mirins, reality shows infantis e programas icônicos, como aqueles exibidos pela MTV, sempre despertaram a curiosidade do público (Cosmopolitan, 2024). Entretanto, com o avanço da tecnologia e o crescimento das redes sociais, essa exposição atingiu um nível sem precedentes. Hoje, as crianças já nascem conectadas e têm sua identidade digital construída antes mesmo de entenderem o que isso significa. Esse fenômeno leva a uma realidade preocupante: vivemos na sociedade da classificação, onde cada postagem contribui para a construção da identidade online da criança, influenciando sua autoestima e percepção de si mesma (Podcast Direito Digital, 2023).

Além disso, essa superexposição infantil nas redes sociais abre caminho para

vulnerabilidades que vão além da privacidade. A manipulação digital para fins publicitários, a coleta de dados sem consentimento e a exposição a potenciais riscos são algumas das consequências que muitas famílias desconhecem. Diante desse cenário, surgiu uma questão fundamental para abordarmos: Qual é o limite do consentimento infantil? Crianças realmente podem decidir sobre o uso de sua própria imagem? Elas compreendem os impactos futuros das postagens feitas por seus pais?

Nesta fase, o objetivo é provocar uma reflexão profunda entre pais e responsáveis sobre os desafios éticos e digitais da superexposição infantil. Para isso, estruturamos uma série de postagens no Instagram, trazendo questionamentos impactantes, dados relevantes e insights de especialistas, incentivando um olhar mais crítico e consciente sobre o tema.

3.4 Orientar

Na terceira fase da campanha, buscamos guiar pais e responsáveis na compreensão das consequências da superexposição infantil na internet e incentivá-los a adotar um comportamento mais responsável. Entendemos que essa prática está profundamente enraizada na cultura digital e não pode ser modificada apenas por meio de legislações ou regulamentações. A verdadeira transformação passa pela conscientização e responsabilização civil, garantindo que aqueles que compartilham imagens e informações de crianças compreendam as implicações dessa prática a longo prazo.

Para estruturar essa fase, apostamos em uma abordagem baseada na experiência e no diálogo. A campanha incluiria relatos e entrevistas com pais e influenciadores que expõem a rotina dos filhos, promovendo um espaço de debate sobre os desafios, dilemas e limites do sharenting. O objetivo não é apenas alertar sobre os riscos, mas também apresentar diferentes perspectivas, incentivando uma reflexão mais profunda sobre o papel e a responsabilidade de cada um na exposição da infância nas redes sociais.

Além disso, propomos a realização de uma mesa redonda digital, reunindo especialistas de áreas como psicologia, comunicação e direito digital. Esse encontro visa aprofundar a discussão sobre os impactos emocionais, sociais e jurídicos da superexposição infantil, oferecendo embasamento teórico e científico para fortalecer o entendimento do público.

A partir dessa ideia, percebemos a necessidade de expandir a campanha para além do Instagram. Assim, pensamos na criação de um canal no YouTube, onde a mesa redonda ficaria disponível na íntegra, permitindo um alcance maior e tornando-se um recurso educativo contínuo sobre a proteção da infância no ambiente digital. O canal também reuniria todos os conteúdos audiovisuais da campanha, incluindo o vídeo manifesto e as entrevistas com pais e responsáveis, consolidando um espaço de aprendizado e conscientização.

Outro ponto essencial foi a criação de um ambiente digital centralizado, onde todas essas informações pudessem ser organizadas e disponibilizadas de maneira acessível. Assim, pensamos em um site ou *landing page*, reunindo:

- Conteúdos da campanha
- Artigos sobre o tema
- Notícias relevantes
- Espaço interativo para debates

Esse ambiente também funcionaria como um coletivo de apoio, conectando pais, profissionais, projetos e ONGs que já atuam na proteção da infância no mundo digital.

Para garantir que a campanha tivesse impacto máximo, estruturamos essas estratégias em cinco etapas sequenciais, otimizando a comunicação e a absorção da mensagem:

1. Vídeo manifesto – Gera impacto imediato e provoca reflexão.
2. Apresentação da campanha – Estabelece conexão com o público.
3. Contextualização do problema – Oferece informações e embasamento.
4. Mesa redonda digital – Aprofunda a discussão com especialistas.
5. Orientação e transformação – Promove mudanças de comportamento e impulsiona iniciativas de proteção à infância no ambiente digital.

Dessa forma, a campanha “Meu Rosto Exposto” não apenas expõe o problema, mas também constrói caminhos concretos para a conscientização, a mudança de mentalidade e a proteção efetiva da infância no mundo digital. O planejamento da campanha está disponível no apêndice G.

4. PROTOTIPAGEM

Na fase de prototipagem, seguindo a etapa do método do *Design Thinking*, começamos a transformar nossas ideias em algo visual e tangível, dando os primeiros passos para materializar a campanha “Meu Rosto Exposto”.

4.1 Identidade Visual

Com o nome da campanha já definido, iniciamos a pesquisa de referências visuais (documentadas no APÊNDICE H), buscando criar uma identidade impactante e coerente com a proposta de conscientização. Nossa intenção era traduzir visualmente a ideia de privacidade violada e identidade digital comprometida. Para isso, exploramos imagens de crianças em contextos cotidianos e familiares, mas com seus rostos apagados, distorcidos ou recortados, simbolizando a perda do controle sobre sua própria imagem – conceito diretamente ligado ao nome “Meu Rosto Exposto”.

Além disso, consideramos o uso de inteligência artificial para gerar imagens dessas crianças no futuro, já adultas, mas ainda sem rosto, representando as escolhas e individualidade que lhes foram negadas desde a infância.

Com essa base conceitual, desenvolvemos um moodboard criativo (Figura 21), reunindo inspirações de cores, tipografias e estilos visuais que equilibrassem a seriedade do tema com a conexão emocional com o público. Esse material foi encaminhado ao designer Guilherme, responsável pela criação do Key Visual (KV) da campanha – peça-chave que orientaria o desenvolvimento das demais peças gráficas e audiovisuais.

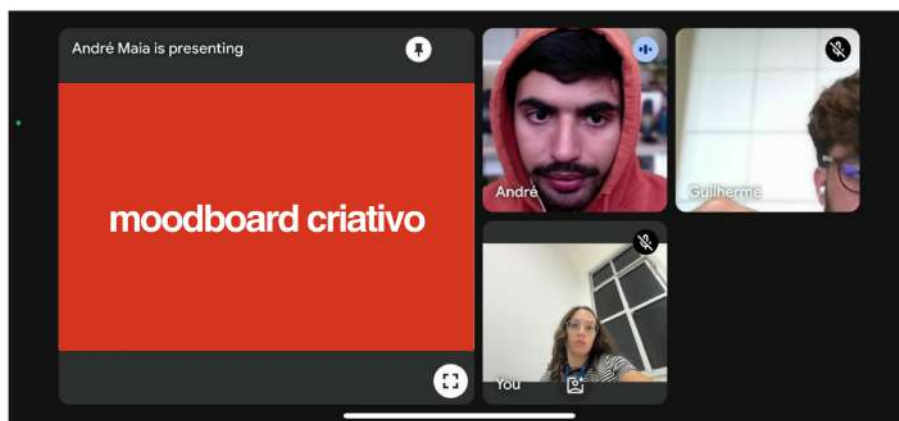
Figura 21 - Moodboard Criativo



(Fonte: Autores, 2025)

A partir disso, para garantir que a identidade visual da campanha estivesse alinhada com nossa proposta, realizamos uma reunião online com Guilherme (Figura 22). Durante o encontro, apresentamos todas as ideias desenvolvidas até então, incluindo o conceito central, o nome da campanha, o moodboard criativo e referências visuais adicionais que ajudassem a traduzir a estética e a mensagem que queríamos transmitir. O objetivo era garantir que ele compreendesse plenamente a essência da campanha antes de iniciar o processo de criação. Após alguns dias, Guilherme nos enviou a primeira versão do KV, exposto na Figura 23, marcando o início da fase de ajustes e refinamentos para chegar à identidade visual final.

Figura 22 - Apresentação Moodboard



(Fonte: Autores, 2025)

Figura 23 - Primeira Versão Identidade Visual



(Fonte: Autores, 2025)

Após a análise da primeira versão do *Key Visual* (KV) desenvolvido pelo designer, a equipe identificou ajustes necessários para aprimorar sua eficácia comunicativa. Observou-se que a composição estava excessivamente carregada de elementos visuais, o que comprometia a clareza da mensagem central. Embora os dados inseridos fossem relevantes, sugeriu-se redistribuí-los em outros materiais da campanha, como fundos ou texturas para futuras publicações, a fim de preservar a harmonia visual do KV principal.

Além disso, recomendou-se um ajuste na representação da criança, substituindo a tarja vermelha sobre o rosto por um efeito de pixelização, reforçando assim a abordagem estética e conceitual da campanha. Também foi sugerida a escolha de uma criança com traços mais característicos da diversidade brasileira, garantindo maior representatividade. Essas

modificações visaram otimizar o impacto visual e a legibilidade da peça, garantindo maior alinhamento com os objetivos estratégicos da campanha.

Após essas considerações, Guilherme apresentou uma nova versão do KV (Figura 24), incorporando as sugestões da equipe e as orientações da professora. O resultado final apresentou uma composição mais equilibrada e visualmente impactante. A proposta revisada foi analisada e aprovada por todos, atendendo plenamente aos objetivos da campanha e à identidade visual desejada.

Figura 24 - Versão Final Identidade Visual



(Fonte: Autores, 2025)

A versão final do *Key Visual* (KV) da campanha "Meu Rosto Exposto" apresenta uma composição visual estrategicamente elaborada para reforçar a mensagem central sobre os riscos da superexposição infantil nas redes sociais. A imagem em preto e branco, combinada à textura digital formada por códigos binários, remete ao ambiente virtual e à perda de privacidade no meio digital.

O rosto da criança, propositalmente pixelizado, simboliza a necessidade de proteger a identidade infantil, enfatizando o impacto da exposição online. A tipografia do título "Meu Rosto Exposto" foi cuidadosamente escolhida para potencializar essa mensagem: o contraste marcante entre branco e vermelho destaca a palavra "rosto", direcionando o olhar do observador para a questão central da campanha. Além disso, a opção por uma fonte sem serifa

confere um impacto visual mais forte e contemporâneo.

A harmonia entre esses elementos visuais cria uma atmosfera reflexiva e crítica, alinhada ao propósito de sensibilização e ao debate proposto pela campanha.

4.2 Etapa 1 - Chocar e comover

Na primeira etapa da campanha, o objetivo principal foi chocar e comover o público, promovendo uma reflexão profunda sobre os riscos da superexposição infantil nas redes sociais. Para isso, foi desenvolvido um vídeo manifesto, que simula uma situação realista e alarmante, explorando a vulnerabilidade das crianças diante do compartilhamento excessivo de informações pessoais. A escolha por uma narrativa sutil, sem revelar rostos ou detalhes explícitos, amplifica o impacto emocional ao permitir que o espectador preencha as lacunas com sua própria interpretação.

O roteiro do vídeo, detalhado no APÊNDICE I, constrói gradualmente uma atmosfera de tensão, partindo de uma cena cotidiana e segura para, em seguida, introduzir um elemento de perigo. A aproximação de um estranho, que conhece o nome e detalhes da vida da criança, evidencia como informações divulgadas online podem ser exploradas de maneira mal-intencionada. Técnicas audiovisuais, como o aumento gradual dos batimentos cardíacos e o corte seco para uma tela com dados estatísticos, intensificam a mensagem e provocam um choque no espectador.

A produção contou com a participação de uma criança da família de um membro da equipe, cuja mãe acompanhou toda a gravação para garantir conforto e segurança. O papel do adulto foi desempenhado por outro integrante do grupo. Além disso, um estudante de Medicina da Universidade Federal de Sergipe (UFS) auxiliou na condução do veículo utilizado na cena e no suporte à produção. A filmagem e os aspectos visuais do projeto contaram com a colaboração de um estudante de Publicidade e Propaganda da UFS. A seguir, apresentam-se imagens ilustrativas do processo de produção.

Figura 25 - Gravação Manifesto



(Fonte: Autores, 2025)

Com as imagens captadas, iniciou-se o processo de edição, no qual foram inseridos elementos sonoros estratégicos, como a trilha musical e efeitos que reforçam a atmosfera da cena. Durante essa etapa, uma nova sequência inicial foi incorporada, enriquecendo a narrativa original. Nessa cena adicional, uma mulher - parente de um membro da equipe - interpreta a mãe da criança, gravando um vídeo para os stories do Instagram. Nele, compartilha detalhes da rotina familiar, mencionando que preparou o filho para a escola, fez o café da manhã e que sua mãe, avó da criança, apresentou uma piora nos sintomas de uma doença. Em seguida, publica uma foto do filho com a legenda "Lá vai ele para mais um dia", acompanhada do horário de saída para a escola.

A narrativa então transita para a sequência principal do vídeo manifesto. Após a postagem, a cena corta para a criança saindo da escola, com planos que destacam seus passos. Em seguida, uma mulher desconhecida se aproxima, chamando-a pelo nome e demonstrando simpatia e naturalidade. A edição intensifica a tensão ao intercalar imagens do deslocamento da criança com gestos sutis da adulta, como acenos e sorrisos estratégicos para ganhar sua confiança. O suspense atinge seu ápice com a chegada de um carro e a introdução de uma trilha sonora impactante.

Na interação entre os personagens, a mulher utiliza informações previamente expostas nos stories para criar um discurso convincente. Ela afirma ter sido enviada pela mãe para

buscar a criança, mencionando a condição de saúde da avó como justificativa. Para reforçar a credibilidade, oferece um chocolate supostamente enviado pela mãe, o que leva a criança a aceitar e demonstrar confiança. O desfecho se dá com um plano focado nas mãos da criança e da adulta, enfatizando o momento em que ela conduz o menino até o carro.

O vídeo é finalizado com a exibição de frases impactantes, extraídas de pesquisas relevantes, que reforçam a gravidade do tema abordado. Esses dados são estrategicamente apresentados para sensibilizar o público e evidenciar a relação entre a superexposição infantil e possíveis consequências perigosas.

O título “Quanto vale o seu storie?” foi escolhido para o vídeo manifesto, refletindo a principal provocação da campanha. Esse título também foi incorporado à capa do vídeo (Figura 26), nas versões para YouTube e Instagram, ampliando seu impacto. A imagem selecionada para a capa—um still da gravação, mostrando uma mulher conduzindo uma criança pela mão até um carro—sintetiza visualmente a mensagem do vídeo, convidando o público a refletir sobre as consequências dessa exposição.

Dessa forma, a campanha encerra sua primeira etapa cumprindo seu objetivo: provocar choque e comoção, sensibilizar o público e estimular uma mudança de comportamento em prol da proteção da privacidade infantil nas redes sociais.

Figura 26 - Capa Manifesto



(Fonte: Autores, 2025)

Figura 27 - Print Manifesto



(Fonte: Autores, 2025)

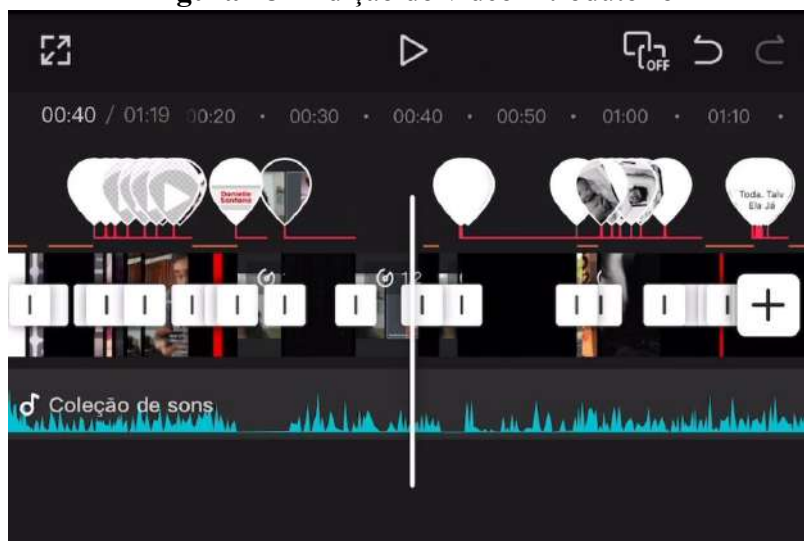
O resultado do vídeo manifesto pode ser visto na figura 27 e ele pode ser conferido na íntegra através do link: <https://youtu.be/9WICgFqzMPw>

4.3 Etapa 2 - Explicar e Contextualizar

Para a segunda etapa da campanha, foi produzido um vídeo introdutório intitulado *Sharenting: Já ouviu falar?*, que tem como objetivo apresentar a campanha e conscientizar o público sobre o conceito. O roteiro do vídeo, disponível no Apêndice J, explica o termo derivado da junção das palavras *parent* (pais) e *share* (compartilhar) e problematiza os impactos dessa prática. A peça audiovisual busca instigar uma reflexão sobre os limites entre compartilhar e expor, além de alertar sobre os riscos da superexposição infantil nas redes sociais, como rastros digitais permanentes, roubo de identidade, cyberbullying e possíveis ameaças à segurança das crianças.

A produção do vídeo foi realizada com uma combinação de técnicas e materiais captados pela equipe (Expostos na figura 28). O material inclui prints de postagens reais de pais nas redes sociais, bem como imagens captadas durante a gravação do vídeo manifesto da campanha. Para aprofundar a abordagem sobre o tema, foram inseridos trechos de entrevistas com duas mães influenciadoras, as quais compartilharam suas percepções sobre a exposição digital dos filhos. Também foram utilizadas edições de imagens de crianças, com *mockups* simulando postagens em redes sociais e efeito de pixelização nos rostos, a fim de enfatizar a questão da privacidade digital. A identidade visual do vídeo foi complementada por uma animação da logo, que surge na tela com um efeito de pixels, remetendo à digitalização e à permanência dos dados na internet.

Figura 28 - Edição do vídeo introdutório



(Fonte: Autores, 2025)

A trilha sonora foi cuidadosamente selecionada para criar uma atmosfera reflexiva, com um tom tecnológico que se alinha à proposta estética e conceitual do vídeo (Figura 28). A narração, realizada por uma jornalista convidada, acrescenta credibilidade ao conteúdo, tornando a mensagem mais acessível e envolvente para o público.

Além disso, foram inseridos prints de comentários reais extraídos do Instagram, evidenciando a ampla disseminação e a naturalização da exposição infantil nas redes sociais. A edição integrou esses elementos de forma dinâmica e visualmente impactante, garantindo que a introdução da campanha promovesse uma reflexão crítica sobre os riscos associados ao sharenting.

Para reforçar a identidade visual do projeto, foi desenvolvida uma capa personalizada alinhada ao conceito da campanha. No fundo da imagem, utilizou-se um print real de uma pesquisa no Google com o termo "crianças no Instagram", destacando a facilidade com que imagens de menores circulam na internet. Para preservar a privacidade das crianças expostas nos resultados da busca, a equipe aplicou edições cobrindo os rostos, ajustando as cores para harmonizar com a estética da campanha.

Figura 29 - Capa vídeo introdutório



(Fonte: Autores, 2025)

O resultado do vídeo pode ser conferido na íntegra através do link: <https://youtube.com/shorts/p2cTAGhNXrA?feature=share>

4.4 Etapa 3 - Explicar e Contextualizar

Nesta etapa da campanha, foram desenvolvidos conteúdos informativos voltados à conscientização sobre os impactos do *Sharenting*, abordando temas como consentimento infantil, rastro digital, manipulação digital e responsabilidade parental e civil. A produção desses materiais seguiu uma abordagem crítica e reflexiva, com o objetivo de estimular o debate sobre a superexposição infantil nas redes sociais. Todos os conteúdos foram adaptados para o formato de carrosséis no Instagram, utilizando referências visuais detalhadas no Apêndice J.

Um dos eixos centrais abordados foi a ressignificação do poder parental no contexto digital. A exposição de crianças nas redes sociais ocorre, muitas vezes, sem a plena compreensão dos riscos envolvidos. Embora o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabeleça que, a partir dos 12 anos, a criança já possui discernimento para expressar seus

desejos, o consentimento infantil no ambiente digital exige uma reflexão mais aprofundada. O poder parental, enquanto dever, impõe aos responsáveis a obrigação de agir no melhor interesse da criança, garantindo sua segurança e privacidade. Dessa forma, questiona-se: qual é o limite do consentimento infantil no universo digital?

Além disso, a campanha destaca a necessidade de pressionar as plataformas digitais para que estabeleçam regulamentações mais eficazes e mecanismos de moderação que protejam as crianças da exploração midiática e do uso indevido de suas imagens.

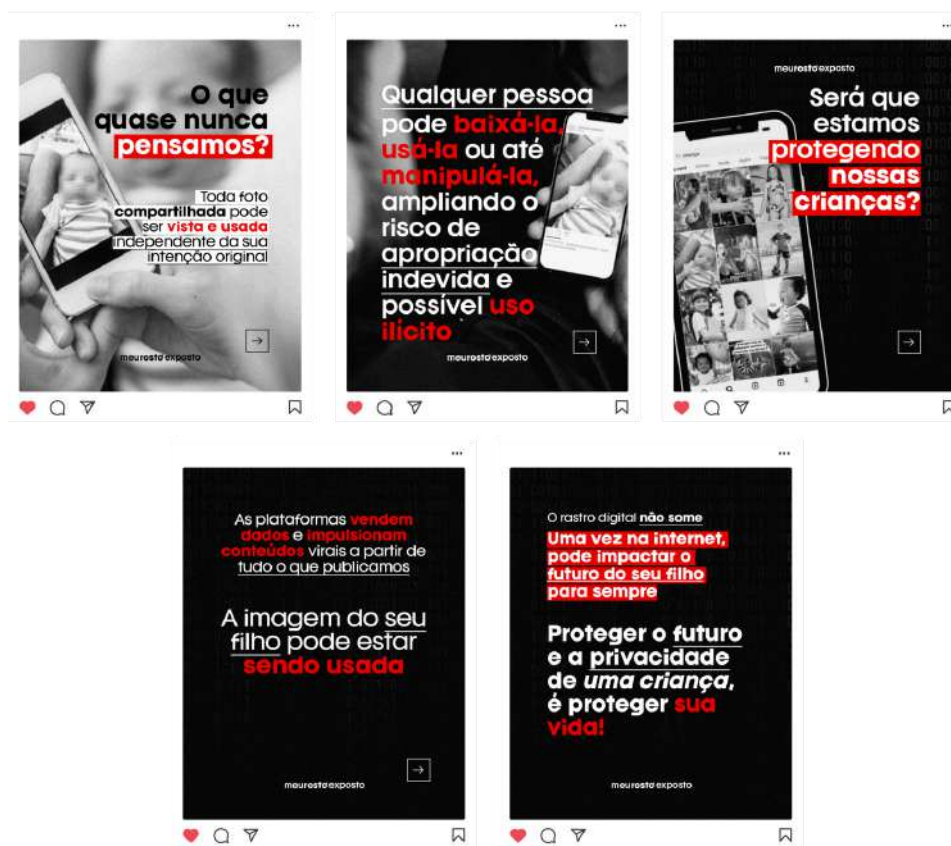
Post 01 – Os Riscos do *Sharenting*: Rastro Digital

O primeiro carrossel aborda os impactos do rastro digital deixado por crianças expostas precocemente nas redes sociais. O conteúdo enfatiza a falta de controle sobre quem acessa essas plataformas e os riscos associados à manipulação e apropriação indevida de imagens infantis.

A narrativa visual do carrossel busca evidenciar que qualquer foto compartilhada pode ser acessada, baixada e reutilizada sem o consentimento dos pais, expondo crianças a riscos como roubo de identidade, *cyberbullying* e exploração digital. Para reforçar essa mensagem, a peça utiliza um *storytelling* em que a imagem de capa retrata alguém tirando uma foto de uma criança; no segundo card, uma outra pessoa acessa essa foto; e, em um terceiro momento, a mesma imagem aparece na seção "explorar" do Instagram, ao pesquisar o termo "criança", juntamente com outras fotos reais retiradas de prints feitos pela equipe. Além disso, destaca-se a comercialização de dados pelas próprias plataformas, que impulsionam conteúdos virais e utilizam imagens sem que os responsáveis tenham plena consciência dessa dinâmica.

A principal reflexão proposta é: as crianças estão sendo protegidas da maneira correta? A noção de que o rastro digital é permanente é reforçada com a seguinte mensagem: "Uma vez na internet, pode impactar o futuro do seu filho para sempre. Proteger sua privacidade é proteger sua vida."

Figura 30 - Carrossel sobre rastro digital



(Fonte: Autores, 2025)

Post 02 – Responsabilidade Civil e Parental

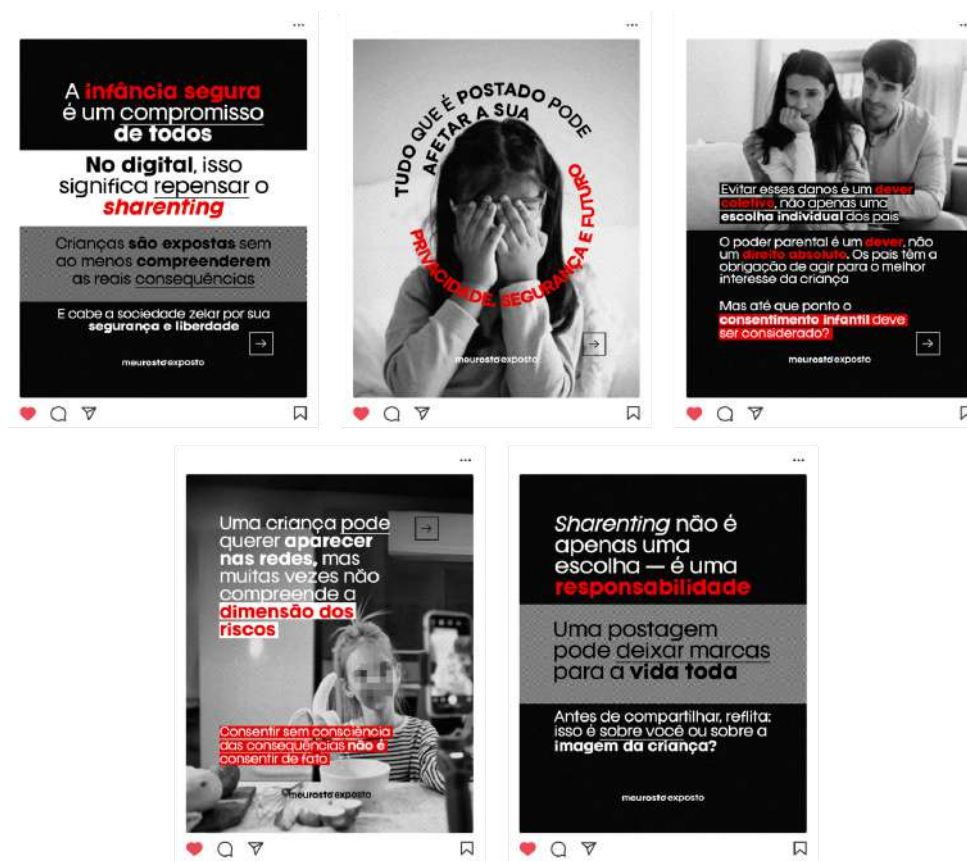
O segundo carrossel aborda a responsabilidade civil e parental na proteção da infância no ambiente digital. O *Sharenting* não deve ser tratado apenas como uma escolha individual, mas sim como uma responsabilidade coletiva, envolvendo pais, sociedade e plataformas digitais.

O conteúdo reforça que o poder parental não é um direito absoluto, mas um dever baseado no melhor interesse da criança. Questiona-se até que ponto o consentimento infantil pode ser considerado válido, uma vez que crianças não compreendem plenamente as consequências da exposição digital.

O carrossel encerra com um chamado à reflexão:

"Antes de compartilhar, pergunte-se: isso é sobre você ou sobre o futuro do seu filho?".

Figura 31 - Carrossel sobre infância e sociedade



(Fonte: Autores, 2025)

Post 03 – Sociedade da Classificação e a Manipulação Digital

O último carrossel explora a construção da identidade digital das crianças antes mesmo de seu nascimento, destacando a Geração Alfa, que cresce conectada desde os primeiros momentos de vida. O compartilhamento de imagens de ultrassons, primeiros passos e momentos íntimos contribui para a formação de uma presença digital precoce, sobre a qual a criança não tem controle. Os elementos visuais do carrossel foram pensados para ilustrar essa

realidade, apresentando *mockups* de postagens no Instagram com crianças no berço e seus rostos pixelados.

A abordagem ressalta como as redes sociais promovem ciclos de comparação e validação, criando "rankings invisíveis" que afetam a autoestima infantil. Crianças passam a ser avaliadas por curtidas, comentários e engajamento, o que pode interferir no seu desenvolvimento emocional e social. Para evidenciar essa problemática, o carrossel inclui prints de comentários reais extraídos do Instagram, onde crianças que têm suas vidas publicamente expostas pelos pais são comparadas e, em alguns casos, menosprezadas.

Além disso, a peça destaca a maneira como a publicidade digital tem explorado essa exposição, muitas vezes sem garantir que os direitos das crianças sejam priorizados. Um dos *cards* apresenta uma criança conhecida no meio digital ao lado da mãe, com os rostos pixelados, promovendo um produto em uma publicação patrocinada no Instagram, exemplificando como essa exposição precoce pode ser utilizada para fins comerciais.

A mensagem final provoca uma reflexão essencial: "Seu filho não pediu para estar online. Até que ponto essa exposição pode afetar sua liberdade de escolha no futuro?"

Figura 32 - Carrossel sobre Geração Alfa



(Fonte: Autores, 2025)

Os carrosséis produzidos para o Instagram desempenham um papel essencial na disseminação da campanha, promovendo um debate urgente sobre os limites da exposição infantil nas redes sociais. A escolha do formato visual e textual visa maximizar o alcance das mensagens, incentivando a reflexão sobre os impactos do *Sharenting* na infância e na sociedade.

4.5 Etapa 4 - Explicar e Contextualizar

A quarta fase da campanha se inicia com a publicação de um *Reels* no Instagram, produzido a partir de um trecho da entrevista realizada com Danielle Santana, mãe por adoção de um menino de 10 anos e outro de 7 anos. O objetivo dessa peça foi trazer uma perspectiva real e impactante sobre a forma como muitos pais enxergam a relação com seus filhos no ambiente digital.

No vídeo, Danielle destaca um ponto essencial sobre a relação entre pais e filhos, argumentando que os pais não possuem direitos sobre os filhos, mas sim deveres. Ela enfatiza que muitas pessoas não enxergam as crianças como indivíduos, mas como uma extensão ou posse dos pais, o que contribui para a falta de reflexão sobre as consequências do compartilhamento excessivo de imagens e informações pessoais dos filhos na internet.

A fala de Danielle reforça um dos pilares centrais da campanha: não se trata de impor um controle sobre a exposição infantil, mas de promover conscientização e educação para que pais e responsáveis compreendam os impactos dessa prática. Dessa forma, o conteúdo produzido a partir da entrevista teve o propósito de instigar uma reflexão crítica e fomentar um debate sobre a necessidade de repensar o uso da imagem infantil no ambiente digital.

Para a capa do vídeo, desenvolvemos um mockup de um notebook exibindo um print da entrevista com Danielle Santana (Figura 33). O título "Criança não é posse dos pais" foi posicionado de forma destacada, reforçando a principal mensagem do conteúdo. A escolha do mockup de notebook seguiu a identidade visual da campanha, remetendo ao ambiente digital e à forma como o conteúdo foi realizado.

Figura 33 - Capa vídeo entrevista 01



(Fonte: Autores, 2025)

O resultado do *Reels* editado pode ser conferido na íntegra através do link: https://youtube.com/shorts/jupe_bFn4IQ?si=YSXBim0wP0uT7jrZ

Para fortalecer a abordagem jurídica da campanha, realizamos uma entrevista com uma mãe advogada, cujo roteiro encontra-se no Apêndice J. A partir desse material, identificamos falas fundamentais que evidenciam os riscos legais da superexposição infantil na internet. Essas reflexões foram utilizadas para a criação de um post informativo, que integra a quarta etapa da campanha, focando na orientação e conscientização sobre as implicações jurídicas do *Sharenting*.

O post desenvolvido enfatiza três pontos essenciais extraídos da entrevista: (1) As consequências jurídicas da exposição digital infantil variam de acordo com o uso da imagem, sendo que os impactos ultrapassam a simples publicação; (2) O uso comercial não autorizado configura violação de direitos, podendo levar a medidas judiciais; e (3) A apropriação de imagens infantis por criminosos para fins de pornografia infantil ou violência sexual representa uma grave infração legal, sujeita a punições severas pelo Código Penal e pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

Além dessas informações, incluímos no post uma citação impactante da entrevistada: “A exposição digital de uma criança nunca é 100% inofensiva. Cada postagem tem a possibilidade de gerar consequências irreversíveis.” Essa frase foi destacada para reforçar a gravidade do tema e sensibilizar pais e responsáveis sobre a necessidade de repensar suas práticas de compartilhamento.

Para a criação do post, desenvolvemos duas versões com variações de fundo (Figura 34), para avaliar qual se adequaria melhor ao feed da campanha no momento da publicação. A primeira versão possui fundo vermelho, escolhida estrategicamente para se destacar no feed e diferenciar-se das demais postagens. Além disso, a cor remete ao âmbito jurídico, reforçando a seriedade do tema abordado. Já a segunda versão apresenta um fundo preto, que mantém a identidade visual da campanha e tem maior probabilidade de harmonizar com as demais peças gráficas.

A decisão de criar ambas as opções foi motivada pela necessidade de testar qual delas garantiria maior impacto visual e engajamento na plataforma. Dessa forma, no momento da

postagem, pudemos analisar qual versão se encaixava melhor na estética do feed da campanha, garantindo que a mensagem fosse transmitida com clareza e impacto.

Figura 34 - Card com fala de advogada



(Fonte: Autores, 2025)

Em seguida, desenvolvemos um post para o Instagram anunciando a realização da mesa redonda virtual intitulada “O que está em jogo na exposição infantil online?”. O objetivo da peça foi comunicar a proposta do evento e destacar a participação de especialistas e pais, promovendo um espaço de diálogo sobre os impactos do *Sharenting* sob diferentes perspectivas, incluindo psicológica, comunicacional, jurídica e social.

A identidade visual do post (Figura 35) seguiu a estética da campanha, garantindo coesão e reforçando a seriedade do tema. Para tornar a divulgação mais atrativa e acessível, optamos por apresentar os participantes por meio de imagens, sem incluir seus nomes. Essa escolha estratégica visava garantir maior destaque ao conteúdo no feed do Instagram, evitando um excesso de informações visuais que poderia comprometer a legibilidade e a atratividade do post. Os nomes dos convidados, assim como suas áreas de atuação, foram inseridos exclusivamente na legenda, proporcionando uma experiência mais fluida para o público.

Os participantes confirmados para o evento foram: Maurício Maia, pai participante da pesquisa; Adriana Carvalho, mãe participante da pesquisa; Camila Serra, pesquisadora de

Letras e intercambista na França; e Josane Lima, psicóloga clínica infantojuvenil, especialista em Terapia Analítico-Comportamental Infantil e em Treino de Habilidades Sociais. Com essa iniciativa, buscamos ampliar o alcance do debate e sensibilizar a sociedade para os riscos e desafios da exposição infantil nas redes sociais.

Renata Malta e Sheylli Caleffi estavam previstas para participar da mesa redonda, mas, infelizmente, não puderam comparecer. Renata Malta é professora da Universidade Federal de Sergipe (UFS), pesquisadora em comunicação, gênero e interseccionalidade, estudos culturais, e representação social na mídia, com pós-doutorado na *Universidad de Sevilla*. Sheylli Caleffi é educadora há mais de 20 anos, especialista em treinamento para comunicação em público e frente às câmeras, e utiliza suas habilidades para atuar intensamente na erradicação da violência sexual e online. Apesar da ausência, suas perspectivas e trabalhos foram referências importantes para a discussão realizada no evento.

Figura 35 - Card anúncio mesa redonda



(Fonte: Autores, 2025)

Como etapa final da quarta fase da campanha "Meu Rosto Exposto", foi realizada a mesa redonda online. O evento ocorreu por meio da plataforma Google Meet e teve uma

estrutura organizada em diferentes momentos, incluindo a abertura e contextualização do tema, perguntas direcionadas aos especialistas e um espaço para questionamentos gerais. Os principais temas abordados foram: Os impactos psicológicos da exposição infantil na internet; A influência das redes sociais e dos algoritmos no *Sharenting*; Os desafios do consentimento infantil e os limites da exposição digital; O papel da legislação na regulação da exposição infantil; Diferenças culturais entre Brasil e outros países na abordagem do *Sharenting*.

Os participantes trouxeram contribuições valiosas, destacando a importância da conscientização sobre os riscos da superexposição infantil e a necessidade de uma abordagem mais cuidadosa por parte dos pais e cuidadores. Os feedbacks recebidos ao final do evento reforçaram sua relevância e impacto:

"Foi uma experiência incrível participar do coletivo 'Meu Rosto Exposto'. O evento foi leve, enriquecedor e trouxe reflexões fundamentais sobre a superexposição infantil nas redes sociais. Me senti muito honrada pelo convite e desejo que esse trabalho abra muitas portas para vocês. Parabéns pela iniciativa!" (Josane Lima, Psicóloga clínica infanto-juvenil).

"Participar dessa mesa redonda foi incrível. Esse debate sobre *Sharenting* precisa acontecer não só dentro das universidades, mas principalmente fora delas. O evento conectou a academia à sociedade, trazendo reflexões importantes para pais e responsáveis. Foi enriquecedor compartilhar minha experiência como brasileira vivendo no exterior e perceber as diferenças culturais entre o Brasil e a França. Enquanto na França há leis mais rigorosas sobre a exposição infantil e maior conscientização sobre os riscos, no Brasil ainda há um longo caminho a percorrer. Esse debate é essencial para promover um uso mais responsável das redes sociais e garantir a proteção das crianças. Que mais campanhas educativas como essa sejam promovidas!" (Camila Serra, Pesquisadora de Letras, redatora criativa e intercambista na França).

"Achei a discussão muito produtiva. Depois do evento, continuei refletindo sobre o tema e até compartilhei com alguns amigos que são pais e mães. É um assunto que precisa ser debatido cada vez mais. Foi um debate muito rico, e aprendi muita coisa!" (Adriana Carvalho, mãe participante da pesquisa).

"A mesa redonda foi uma oportunidade incrível e chegou no momento certo. Minha esposa e eu já estávamos repensando nossos hábitos em relação às postagens, e ouvir os profissionais ajudou a reforçar essa conscientização sobre o *Sharenting*. Sou grato pelo convite, foi um prazer participar e compartilhar nossas experiências." (Maurício Maia, pai participante da pesquisa).

Inicialmente, planejamos postar o conteúdo na íntegra no YouTube, como já havia sido mencionado, mas por se tratar de um protótipo e da primeira mesa redonda, percebemos que a qualidade do material completo não ficou ideal (Figura 36). Dessa forma, optamos por

utilizar apenas cortes para publicação no YouTube e no Instagram, integrando essa estratégia à continuidade da campanha.

Figura 36 - Edição mesa redonda



(Fonte: Autores, 2025)

A realização deste evento serviu de base para os desdobramentos da comunicação da campanha "Meu Rosto Exposto", consolidando a quarta etapa do projeto, fortalecendo o debate público sobre a superexposição infantil e promovendo uma reflexão coletiva sobre o uso consciente e ético das redes sociais. A mesa redonda demonstrou a relevância da campanha e reforçou a necessidade de maior regulamentação e educação digital para garantir a proteção das crianças no ambiente virtual.

4.6 - Etapa 5 - Orientar

Na última etapa da campanha, que busca oferecer suporte e caminhos para a mudança, iniciamos a publicação de trechos selecionados da mesa redonda digital, trazendo falas importantes que reforçam os riscos da superexposição infantil nas redes sociais.

O primeiro corte publicado foi um trecho do depoimento de Maurício Maia, um dos pais entrevistados, que relatou uma experiência alarmante ao perceber que fotos de seu filho, postadas no Instagram, estavam sendo visualizadas por perfis desconhecidos. Ao investigar, ele e sua esposa notaram que muitos desses perfis tinham conteúdos de cunho sexual ou faziam apologia a esse tipo de material. Diante dessa situação preocupante, o casal optou por

tornar as redes sociais privadas e remover seguidores que não conheciam pessoalmente, reforçando a necessidade de um olhar atento e criterioso sobre quem tem acesso às imagens de crianças no ambiente digital.

Para tornar o conteúdo mais atrativo e alinhado à identidade visual da campanha, o corte foi editado e legendado, seguindo o padrão estético previamente estabelecido. Além disso, criamos uma capa para a publicação no Instagram (Figura 37) utilizando um mockup de um computador, mantendo a coerência visual com os outros materiais já divulgados. O título do vídeo, "Eles não têm necessidade de serem inseridos nisso", foi destacado na capa para evidenciar o cerne da discussão, convidando o público a refletir sobre os riscos invisíveis da exposição infantil online.

Figura 37 - Capa Corte 01



(Fonte: Autores, 2025)

Para assistir o conteúdo na íntegra, acesse o link:
<https://youtube.com/shorts/4wqDqzsnv2Q?si=kkgCj1CK6gXskuJq>

Como parte desse processo, desenvolvemos um carrossel para o Instagram, abordando a maternidade na adoção e a relação dessas famílias com a exposição da imagem dos filhos nas redes sociais.

O conteúdo do carrossel foi construído a partir de falas extraídas de entrevistas realizadas em etapas anteriores da campanha. Utilizamos trechos de depoimentos de Danielle, mãe por adoção, que destacou como essa forma de parentalidade já traz consigo uma maior consciência sobre a necessidade de preservar o direito à imagem da criança. Além disso, incluímos reflexões de Adriana, também mãe por adoção, que participou da mesa-redonda digital promovida pela campanha e contribuiu com falas fundamentais para o debate.

A narrativa do carrossel segue uma estrutura que provoca a reflexão do público sobre a exposição infantil, abordando a cobrança social implícita em relação à parentalidade e a necessidade de repensar práticas naturalizadas. A última tela reforça a importância do diálogo, do estudo e da desconstrução de ideias pré-estabelecidas sobre a exposição da infância, reconhecendo a parentalidade como um processo sério e transformador.

O roteiro detalhado do carrossel, incluindo os trechos de falas utilizadas, estará disponível no Apêndice J.

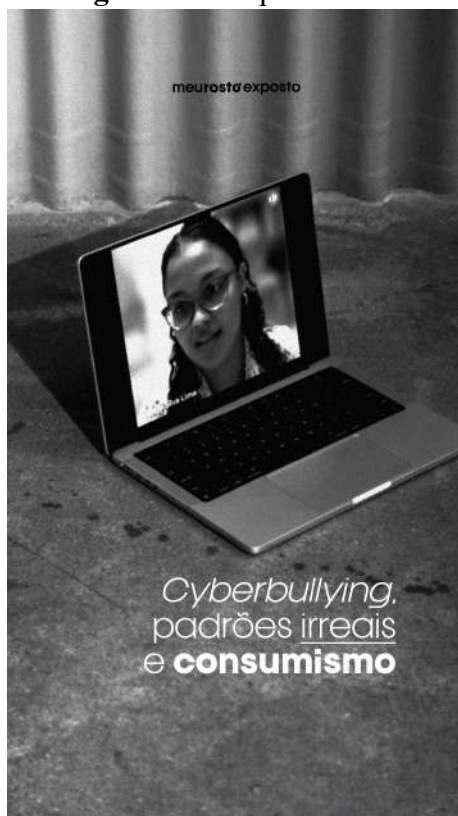
Você pode acessar o conteúdo na íntegra através do link: [📺 CARROSSEL ADOÇÃO](#)

Dando continuidade à divulgação de trechos da mesa redonda digital, produzimos um novo corte com base na fala da psicóloga Josane Lima. Neste momento da conversa, a especialista abordou os riscos do uso excessivo de imagens nas redes sociais para as crianças, destacando como a superexposição pode impactar sua autoestima, levando à comparação constante com padrões irreais de felicidade. Além disso, alertou sobre os perigos do *cyberbullying* e como a exposição digital pode transbordar para o ambiente escolar, tornando-se uma ferramenta de humilhação e *bullying* entre colegas. A psicóloga também pontuou como esse contexto impulsiona o consumismo infantil, criando um ciclo de desejo por validação e comparação com influenciadores e outras crianças na internet.

Para garantir a coerência estética e a identidade visual da campanha, o corte foi editado e legendado, sendo adaptado tanto para o Instagram quanto para o YouTube Shorts. Além disso, desenvolvemos uma capa para o Instagram (Figura 38) utilizando um *mockup* de

notebook, mantendo o padrão visual estabelecido para os materiais anteriores. O título escolhido para este vídeo foi "*Cyberbullying, padrões irreais e consumismo*", sintetizando os principais pontos da fala da psicóloga e convidando o público a refletir sobre os impactos da exposição digital na infância.

Figura 38 - Capa Corte 02



(Fonte: Autores, 2025)

O vídeo pode ser conferido na íntegra através do link: <https://youtube.com/shorts/bF0cAU0EINU?si=5xS3-okxwTbcS9Ja>

Dando continuidade à etapa de Orientação da campanha, desenvolvemos um carrossel no Instagram com trechos e reflexões extraídas da mesa redonda digital. O objetivo dessa peça foi tornar o conteúdo mais dinâmico e interativo, mesclando *cards* de texto com cortes em vídeo das falas dos participantes. Essa estratégia buscou facilitar a compreensão do tema e ampliar o engajamento do público, permitindo que diferentes perspectivas sobre o *Sharenting* fossem evidenciadas.

A primeira parte do carrossel trouxe o depoimento de uma mãe sobre a cobrança social que as redes impõem à maternidade. Ela destacou como a exposição online intensifica o julgamento externo e reforça uma vigilância constante sobre o papel materno. Em seguida, foi incluído um corte da psicóloga Josane Lima, que exemplificou situações vividas por mães diante dessa superexposição e suas consequências psicológicas.

Para aprofundar a discussão, um card textual foi inserido com a reflexão sobre como as redes sociais criam um senso de comunidade digital, levando os pais a compartilharem constantemente sua rotina. Na sequência, a pesquisadora Camila Serra trouxe um contraponto cultural, relatando sua experiência ao conviver com pessoas de diferentes países e observar como a relação com as redes sociais varia entre culturas. Complementando essa perspectiva, um trecho em vídeo abordou a restrição do compartilhamento de imagens de crianças em determinados contextos.

Outro recorte relevante foi o depoimento de um pai sobre a disparidade de cobranças entre homens e mulheres quando se trata da exposição dos filhos. Esse trecho evidenciou como a responsabilidade parental é percebida de maneira diferente dentro do ambiente digital, reforçando padrões sociais que impactam a experiência da maternidade e paternidade online.

Para finalizar, trouxemos uma reflexão sobre a mudança na forma como memórias são armazenadas e compartilhadas. Foi comparada a tradição dos álbuns de fotografia físicos, que garantem maior controle sobre a privacidade, com a realidade das redes sociais, onde o acesso às imagens infantis se torna irrestrito e muitas vezes incontrolável.

Com essa peça, buscamos reforçar a importância da conscientização sobre o *Sharenting*, apresentando argumentos diversos que pudessem estimular a reflexão crítica do público. O formato do carrossel, ao alternar entre texto e vídeo, permitiu uma abordagem mais acessível e envolvente, ampliando o alcance da mensagem e tornando a discussão mais tangível dentro do contexto digital.

O conteúdo pode ser conferido na íntegra através do link:

 [FALAS_MESA_REDONDA](#)

Dando continuidade à etapa de Orientação, realizamos a publicação de mais um corte da psicóloga Josane Lima, extraído da mesa redonda digital. O objetivo desse vídeo foi

fornecer estratégias claras sobre os tipos de conteúdos que não são adequados para serem compartilhados nas redes sociais, trazendo uma perspectiva profissional sobre os impactos dessas postagens na vida das crianças.

No vídeo, a psicóloga abordou a exposição de momentos íntimos e constrangedores, como registros de crianças fazendo necessidades fisiológicas, destacando que tais conteúdos permanecem disponíveis na internet e podem impactar a autoestima, o bem-estar dos pequenos conforme crescem e podem influenciar a percepção que a criança terá de si mesma no futuro, reforçando padrões irreais de imagem.

Para essa peça, desenvolvemos uma capa para o Instagram (Figura 39), seguindo a identidade visual da campanha. O design foi pensado para manter a coesão estética com os demais conteúdos postados, garantindo harmonia no *feed* e facilitando o reconhecimento da campanha pelo público. O título do vídeo, "Quais conteúdos eu posso e não posso postar?", foi destacado na capa para reforçar a proposta do material e atrair a atenção do espectador.

Figura 39 - Capa Corte 03



(Fonte: Autores, 2025)

Essa publicação contribuiu significativamente para a conscientização do público sobre os limites éticos do compartilhamento de imagens infantis, promovendo uma reflexão essencial para a mudança de comportamento e a proteção da infância no ambiente digital e pode ser conferida na íntegra através do link: <https://youtube.com/shorts/vjW253qRPuA?si=l4aTGZuKAcL79wFM>

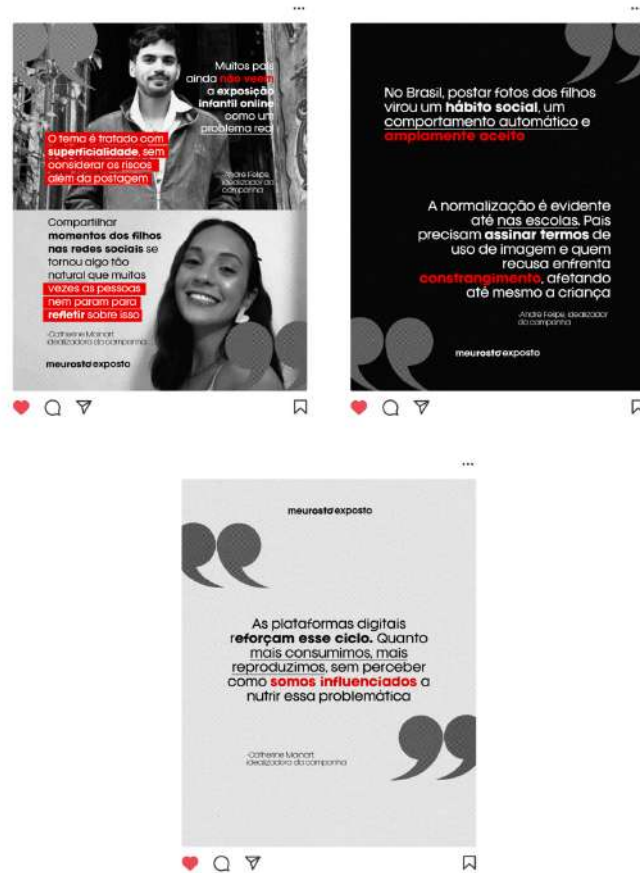
Para concluir a sequência de postagens no Instagram, desenvolvemos um carrossel destacando falas dos mediadores da mesa redonda, que também são os idealizadores da campanha. Nosso objetivo com essa peça foi reforçar a reflexão sobre a naturalização da exposição infantil online e os desafios enfrentados para promover mudanças nesse comportamento.

Cada slide do carrossel trouxe uma frase impactante de nossa equipe, abordando diferentes aspectos do *Sharenting*. André Felipe destacou a falta de percepção dos pais sobre os riscos da superexposição infantil, ressaltando que a prática é frequentemente tratada de maneira superficial. Além disso, pontuamos como o hábito de compartilhar imagens de crianças se tornou um comportamento automático e amplamente aceito na sociedade brasileira, inclusive em instituições de ensino, onde pais que optam por não autorizar o uso da imagem dos filhos muitas vezes enfrentam constrangimentos.

Catherine Mainart trouxe a perspectiva de que o compartilhamento de momentos da vida dos filhos ocorre de maneira tão naturalizada que poucas pessoas refletem sobre as implicações desse ato. Além disso, apontamos como as plataformas digitais reforçam esse ciclo, incentivando o consumo de conteúdos semelhantes e perpetuando a normalização da superexposição infantil sem que os usuários percebam o quanto estão sendo influenciados.

O design do carrossel manteve a identidade visual da campanha, alternando entre imagens e trechos de frases dos mediadores, tornando o conteúdo mais dinâmico e envolvente para o público. Com essa última peça, reforçamos a importância do debate sobre a privacidade infantil no ambiente digital e encerramos as postagens no Instagram com um chamado à reflexão crítica sobre o tema.

Figura 40 - Carrossel fala idealizadores da campanha



(Fonte: Autores, 2025)

Para garantir uma organização visual coerente e estratégica no Instagram, realizamos um mockup do feed (Figura 42), simulando a disposição de todas as postagens planejadas. Essa etapa nos permitiu visualizar a harmonia entre as peças, garantindo que o perfil mantivesse uma estética atrativa e que os conteúdos fossem distribuídos de maneira equilibrada para otimizar o engajamento do público ao longo do tempo.

Além disso, desenvolvemos ícones para os destaques do perfil (Figura 41), criando categorias específicas para facilitar o acesso às informações. Foram criados dois destaques principais: "**Saiba Mais**", destinado às informações principais do projeto e "**Encontros**", onde serão arquivados os conteúdos relacionados à mesa redonda e outros debates promovidos pela campanha. Esses destaques garantem que informações relevantes permaneçam acessíveis ao público mesmo após a expiração dos stories.

Para a imagem do perfil, optamos por utilizar a logo sobreposta no fundo padronizado utilizado em demais materiais da campanha, proporcionando um visual impactante e de fácil reconhecimento, além de criar um contraste visual que atrai a atenção do público.

Figura 41 - Print bio do *Instagram* @meurostoexposto



(Fonte: Autores, 2025)

Figura 42 - Feed do Instagram @meurostoexposto



(Fonte: Autores, 2025)

Para o canal no YouTube, adotou-se a mesma identidade visual utilizada no Instagram, incluindo a descrição da campanha e a logomarca. A capa do canal foi elaborada a partir de uma imagem extraída do still da gravação do vídeo manifesto, reforçando a identidade visual da iniciativa.

Os conteúdos postados no canal englobam todos os materiais audiovisuais desenvolvidos para a campanha, como já foi mencionado anteriormente. Para facilitar a organização e o acesso às informações, os vídeos foram categorizados em duas *playlists*: **"Sobre a Campanha"** e **"Cortes de Entrevistas"**. A primeira reúne conteúdos introdutórios e explicativos sobre a iniciativa, enquanto a segunda apresenta trechos selecionados de entrevistas realizadas com especialistas e pais, oferecendo reflexões aprofundadas sobre a temática.

Figura 43 - Print do Youtube @MeuRostoExposto



(Fonte: Autores, 2025)

Para finalizar a quinta etapa da campanha e consolidar a prototipagem, construímos um site que reúne todos os nossos conteúdos e amplia o alcance da iniciativa.

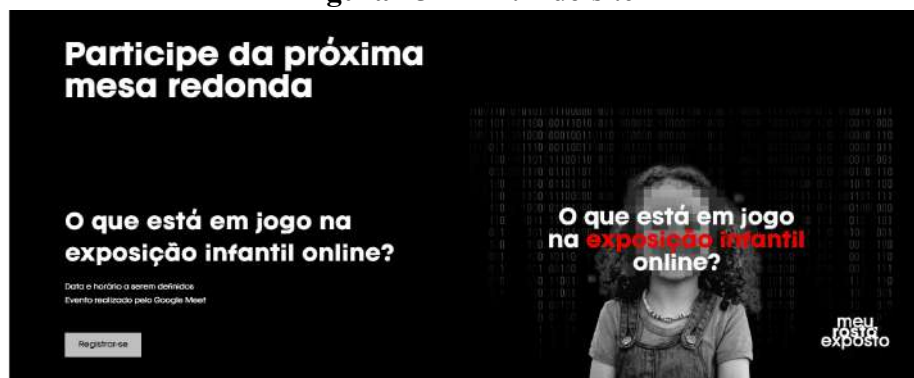
Figura 44 - Print 1 do site



(Fonte: Autores, 2025)

O site foi estruturado para agrupar todas as informações importantes sobre o projeto, permitindo que o público compreenda sua proposta e objetivos. Além disso, disponibilizamos um espaço para inscrições (Figura 45), onde as pessoas interessadas podem demonstrar interesse em participar da próxima mesa redonda online, fortalecendo o diálogo contínuo sobre o tema.

Figura 45 - Print 2 do site



(Fonte: Autores, 2025)

Para tornar o espaço mais interativo e próximo do público, criamos uma seção de depoimentos dos idealizadores da campanha, onde compartilhamos reflexões sobre o tema. Também implementamos um *blog*, um ambiente aberto para que as pessoas possam interagir, comentar e trocar experiências sobre a proteção digital infantil.

Na aba, buscamos aprofundar os temas já discutidos em nossas redes sociais, trazendo reflexões mais detalhadas e embasadas sobre a superexposição infantil na internet. Abordamos desde a necessidade de conscientização dos pais e responsáveis até os impactos do rastro digital deixado pelas crianças, passando por discussões sobre a Geração Alfa e os desafios da proteção da infância no ambiente digital. Com esses conteúdos, proporcionamos um espaço para que o público possa se informar de forma mais completa, refletir sobre a temática e interagir com a campanha, ampliando o debate para além das redes sociais.

Figura 46 - Print 3 do site

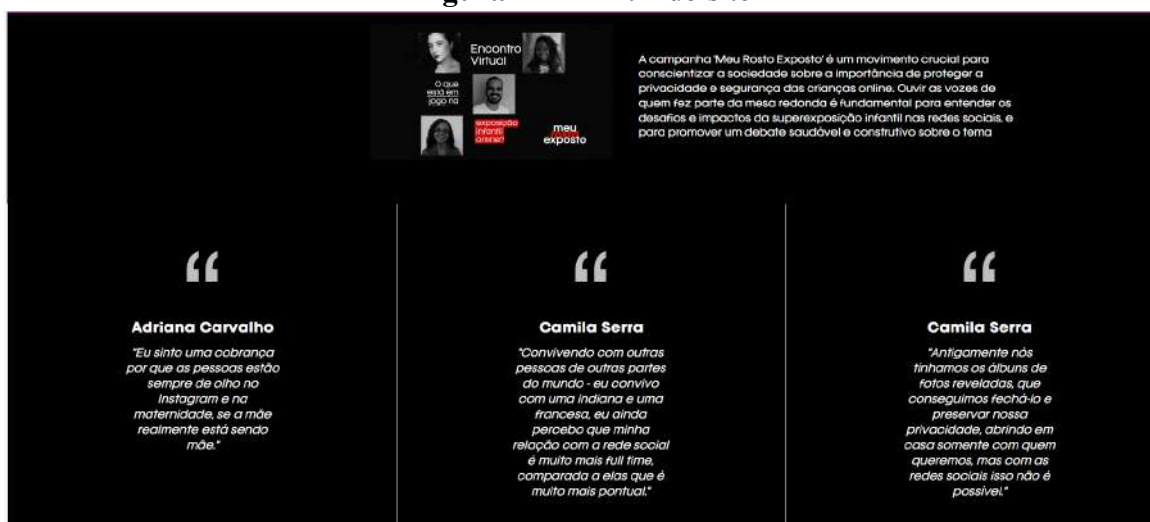
Blog



(Fonte: Autores, 2025)

Além dessas seções, criamos uma aba específica sobre a mesa redonda, onde apresentamos detalhes sobre o evento que realizamos, destacamos falas relevantes surgidas durante as discussões e compartilhamos depoimentos dos participantes sobre a experiência. Esse espaço reforça a importância da mesa redonda como ferramenta para aprofundamento do tema e engajamento da comunidade na campanha.

Figura 47 - Print 4 do site



(Fonte: Autores, 2025)

Com o site, buscamos consolidar um ambiente digital acessível, informativo e participativo, permitindo que o público se envolva ativamente na discussão sobre a superexposição infantil e contribua para a construção de uma internet mais segura para as crianças. Ele pode ser visualizado na íntegra através do link: [Meu Rosto Exposto](#)

5 - Teste

Nesta fase de teste, seguindo os princípios do *Design Thinking*, buscamos validar nosso protótipo no mundo real, coletando feedbacks que nos ajudem a aprimorar a campanha "Meu Rosto Exposto". Diferente de uma venda ou anúncio, o foco aqui não é apenas apresentar nossa solução, mas aprender com a experiência dos participantes e compreender como podemos evoluir para atender melhor às necessidades do público.

A mesa redonda que realizamos serviu como um importante protótipo desse processo, pois contou com a participação direta do nosso público-alvo, representado pela mãe Adriana e pelo pai Maurício. Os feedbacks recebidos foram extremamente positivos e reforçaram a relevância da iniciativa. Adriana destacou que o debate foi produtivo e a fez refletir sobre o tema, levando-a a compartilhar as discussões com outros pais e mães. Já Maurício ressaltou como o evento chegou no momento certo para ele e sua esposa, ajudando-os a repensar seus hábitos em relação à exposição digital dos filhos.

Como a mesa redonda é o eixo central da nossa campanha e se propõe a fortalecer o coletivo "Meu Rosto Exposto", esses retornos foram fundamentais para avaliarmos os impactos da ação e aperfeiçoarmos nossas próximas iniciativas.

6. Considerações finais

Este trabalho teve como objetivo realizar uma análise crítica sobre a prática do *Sharenting*, com foco na superexposição infantil nas redes sociais, explorando suas dimensões legais, éticas e psicológicas. Utilizando a metodologia *Design Thinking*, o projeto permitiu uma abordagem abrangente da problemática, envolvendo diversas perspectivas por meio de entrevistas, formulários e mesa-redonda. Esse processo resultou na construção da campanha **Meu Rosto Exposto**, produto final que almeja sensibilizar a sociedade sobre os riscos da exposição excessiva das imagens de crianças no ambiente digital.

Ao longo do estudo, ficou claro que a prática de compartilhar imagens e dados de crianças de forma indiscriminada apresenta riscos substanciais, como a violação de privacidade, manipulação digital e impactos psicológicos, além de prejudicar o desenvolvimento da criança. A análise também revelou que a legislação brasileira ainda carece de um aparato robusto para a proteção da imagem de menores na internet, o que torna imperativo o fortalecimento de políticas públicas e o desenvolvimento de mecanismos de conscientização voltados a pais, cuidadores e influenciadores digitais.

A campanha **Meu Rosto Exposto**, concebida como parte final deste projeto, utilizou conteúdos educativos e narrativas visuais impactantes para provocar uma reflexão crítica sobre os limites da exposição infantil nas redes sociais. O uso de dados estatísticos relevantes e imagens poderosas se mostrou eficaz, gerando considerável engajamento nas plataformas

digitais e promovendo debates importantes durante as atividades realizadas. A adesão a essas discussões demonstrou a receptividade da sociedade à urgência do tema, refletindo um desejo coletivo de questionar e repensar práticas naturalizadas, como o *Sharenting*.

Dentre as experiências mais marcantes, destaca-se a mesa redonda digital, que reuniu especialistas nas áreas de psicologia, direito digital e comunicação, além de cidadãos engajados no debate. Esse evento foi fundamental para aprofundar a discussão sobre os impactos emocionais, sociais e legais da superexposição infantil, proporcionando uma base teórica e científica sólida que reforçou o entendimento do público. A participação ativa e o entusiasmo dos convidados evidenciaram que a sociedade está disposta a questionar os limites da exposição infantil e a buscar alternativas mais seguras e éticas.

O projeto também trouxe à tona uma questão fundamental: os limites do consentimento infantil na era digital. Foi evidente que o ato de compartilhar imagens de crianças não pode ser decidido exclusivamente pelos responsáveis, mas deve ser orientado pelo direito da criança à privacidade e à autodeterminação informativa. Este estudo também sublinhou a necessidade de uma maior responsabilidade das plataformas digitais na criação de diretrizes que protejam as crianças da exploração midiática e da comercialização indiscriminada de suas imagens.

A receptividade ao tema, percebida em todos os encontros e entrevistas realizados durante o processo de construção do projeto, confirma o potencial de expansão e continuidade deste trabalho, que vai além de uma ação pontual, surgindo como um movimento social com capacidade de evoluir e gerar impactos duradouros. A campanha **Meu Rosto Exposto** tem o potencial de se desdobrar em novas abordagens, alcançando um público ainda maior e promovendo debates em diferentes esferas da sociedade.

Em síntese, espera-se que este trabalho contribua significativamente para a ampliação do debate público sobre os riscos e limites da superexposição infantil nas redes sociais. O projeto tem como objetivo fomentar práticas mais responsáveis e éticas no tratamento da imagem infantil, buscando uma transformação cultural que promova um futuro digital mais consciente e protetivo para as próximas gerações. A mesa redonda digital exemplificou que o diálogo sobre este tema não é apenas possível, mas necessário. A sociedade mostrou estar pronta para construir soluções coletivas que garantam a proteção da infância no ambiente digital.

Portanto, este projeto se consolida como uma iniciativa estratégica de longo alcance, com um potencial e capacidade de evolução contínua. Apresentando-se como um movimento capaz de gerar um impacto, não apenas no cenário social, mas também no campo acadêmico e legislativo, abrindo portas para novos desdobramentos e abordagens que impulsionam mudanças estruturais e culturais no tratamento da imagem infantil no ambiente digital.

Para acessar todos o conteúdos e projetos da campanha na íntegra, acesse o drive:

 **TCC - MEU ROSTO EXPOSTO**

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. ECA 34 anos: proteção digital de crianças é principal desafio. Agência Brasil, 2024. Disponível em: [https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2024-07/eca-34-anos-protecao-digital-de-criancas-e-principal-desafio#:~:text=O%20texto%20dela%20afirmam%20que,intelig%C3%A2ncia%20artificial%20\(IA\)%3B%20rob%C3%B3tica%3B](https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2024-07/eca-34-anos-protecao-digital-de-criancas-e-principal-desafio#:~:text=O%20texto%20dela%20afirmam%20que,intelig%C3%A2ncia%20artificial%20(IA)%3B%20rob%C3%B3tica%3B). Acesso em: 18 set. 2024.

AGÊNCIA BRASIL. Exposição excessiva de crianças em redes sociais pode causar danos. Agência Brasil, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-09/exposicao-excessiva-de-criancas-em-redes-sociais-pode-causar-danos#:~:text=O%20conte%C3%BAdo%20compartilhado%20publicamente%2C%20sem,Digital%20da%20SBP%2C%20Evelyn%20Eisenstein>. Acesso em: 18 set. 2024.

ALANA. Sharenting. Disponível em: <https://alana.org.br/glossario/sharenting/>. Acesso em: 8 set. 2024.

BETT BRASIL. Resolução Conanda nº 245: fortalecendo proteção digital para crianças e adolescentes. Bett Brasil, 2022. Disponível em: <https://brasil.bettshow.com/bett-blog/resolucao-conanda-n%C2%BA-245-fortalecendo-protecao-digital-para-criancas-e-adolescentes#:~:text=A%20Resolu%C3%A7%C3%A3o%20Conanda%20n%C2%BA%20245%20alinhada%20com%20o%20cen%C3%A1rio%20legal,pelo%20Marco%20Civil%20da%20Internet>. Acesso em: 18 set. 2024.

BOZZOLA, E. et al. The use of social media in children and adolescents: scoping review on the potential risks. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 19, n. 16, p. 9960, 12 ago. 2022. DOI: 10.3390/ijerph19169960. Disponível em: <https://www.mdpi.com/1660-4601/19/16/9960>. Acesso em: 17 set. 2024.

BRASIL. Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente. *Diário Oficial da União*: Brasília, DF, 16 jul. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm. Acesso em: 17 set. 2024.

BRASIL. Saiba a quais riscos a criança e o adolescente estão expostos na internet. Ministério dos Direitos Humanos, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/reconecte/saiba-a-quais-riscos-a-crianca-e-a-adolescente-esta-exposta-na-internet>. Acesso em: 16 set. 2024.

BRASIL. Senado discute proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais. Ministério da Justiça e Segurança Pública, 2024. Disponível em:

<https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/senado-discute-protecao-de-criancas-e-adolescentes-em-ambientes-digitais>. Acesso em: 20 set. 2024.

CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE (CONANDA). Resolução n. 245, de 2024. Dispõe sobre os direitos das crianças e adolescentes em ambiente digital. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 09 abr. 2024. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-n-245-de-5-de-abril-de-2024-552695799>. Acesso em: 17 set. 2024.

ECHOS. Toolkit Design Thinking. São Paulo: Echos, 2020.

IBDFAM. Sharenting: especialistas avaliam os riscos da exposição infantil nas redes sociais. Instituto Brasileiro de Direito de Família, 2023. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/noticias/11416/Sharenting%3A+especialistas+avaliam+os+riscos+da+exposi%C3%A7%C3%A3o+infantil+nas+redes+sociais#:~:text=%E2%80%9CA%20restri%C3%A7%C3%A3o%20ou%20apagamento%20da,depress%C3%A3o%2C%20entre%20tantos%20outros.%E2%80%9D>. Acesso em: 18 set. 2024.

LIVRE DE TRABALHO INFANTIL. Conselho Tutelar. Livre de Trabalho Infantil, 2021. Disponível em: [https://livredetrabalho infantil.org.br/conteudos-formativos/glossario/conselho-tutelar/#:~:text=O%20Conselho%20Tutelar%20%C3%A9%20um,e%20do%20Adolescente%20\(ECA\)](https://livredetrabalho infantil.org.br/conteudos-formativos/glossario/conselho-tutelar/#:~:text=O%20Conselho%20Tutelar%20%C3%A9%20um,e%20do%20Adolescente%20(ECA).). Acesso em: 18 set. 2024.

LUNETAS. Mais proteção para crianças e adolescentes no ambiente digital. Lunetas, 2023. Disponível em: <https://lunetas.com.br/mais-protecao-para-criancas-e-adolescentes-no-ambiente-digital/>. Acesso em: 18 set. 2024.

MATIAS, Natalia; MATIAS, Pedro. A Maria tá internada. Ainda não chegamos no diagnóstico, mas assim que chegarmos eu aviso aqui! Instagram: natimatias_; umpedromatias. Instagram, 25 ago. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_Gii_pOQBw/?igsh=MWs4cG12dDIyM3FyMg%3D%3D. Acesso em: 19 dez. 2024.

MORAES, Vitória. Entrevista ao canal Serasa Ensina. YouTube, 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XaVbZHjys8>. Acesso em: 13 jan. 2025.

QG DO POP. Viih Tube fala sobre o valor da filha para publicidades online. Twitter/X, 2024. Disponível em: <https://x.com/qgdopop/status/1878956931773243722?s=46>. Acesso em: 13 jan. 2025.

SAFERNET. Criança e adolescente na internet. Disponível em: <https://new.safernet.org.br/content/crian%C3%A7a-e-adolescente-na-internet>. Acesso em: 8 set. 2024.

SECRETARIA NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. Por uma infância protegida. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/crianca-e-adolescente/publicacoes/por-uma-infancia-protetida.pdf/view>. Acesso em: 20 set. 2024.

SENADO FEDERAL. Projeto de Lei nº 2628, de 2022. Senado Federal, 2022. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/154901#:~:text=Projeto%20de%20Lei%20n%C2%B0%202628%2C%20de%202022>. Acesso em: 18 set. 2024.

SERASA ENSINA. Desvendando a vida financeira de Viih Tube! | PodSê - O Podcast da Serasa | Ep.04, 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XaVbZHjys8&t=68s>. Acesso em: 14 jan. 2025.

SILVA, L. O papel do Ministério Público no contexto do direito da criança e do adolescente. JusBrasil, 2020. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-papel-do-ministerio-publico-no-contexto-do-direito-da-crianca-e-do-adolescente/655495750>. Acesso em: 18 set. 2024.

TORRES, Mirelly Almeida. Pov: Sua filha tem a própria música. Instagram, 15 out. 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DBJrzUcvP8F/?igsh=MWc1dzMxZDVKMjBlcw%3D%3D>. Acesso em: 19 dez. 2024.

VASCO, Eduardo. [Sem título]. @diguinho_cell_applemi IPHONE 16 ou R\$ 5 MIL no PIX! Só R\$ 0,06! Instagram: eusoueduvaco. Instagram, 16 nov. 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DCcm1KwvOAr/?igsh=MWExaHcybDc0aGZ3Yw%3D%3D>. Acesso em: 19 dez. 2024.

APÊNDICE A - Análise de similares

Para fundamentar teoricamente o projeto, realizamos uma análise de iniciativas e campanhas similares, tanto no Brasil quanto no exterior, promovidas por organizações que atuam em temas de proteção e privacidade infantil nas redes sociais. Entre as ONGs analisadas, destacam-se a Safernet e o Instituto Alana, reconhecidas por suas ações de conscientização e políticas voltadas ao uso ético e seguro da imagem de crianças e adolescentes. Cada uma delas contribui com recursos educacionais e campanhas voltadas à orientação de famílias e influenciadores, abordando questões sobre privacidade digital e a superexposição infantil.

Além disso, investigamos a campanha internacional #deinkindauchnicht, liderada em 2019 pela influenciadora alemã Toyah Diebel. A campanha apresenta uma crítica visual poderosa com o slogan: "Uma foto sua assim, você jamais postaria. Seu(sua) filho(a) também não." Outra referência foi a ação "A Message from Ella | Without Consent," promovida pela empresa alemã Deutsche Telekom em 2023, que alerta para os impactos da exposição não consentida de menores nas redes sociais. Complementamos essa análise com leituras de artigos acadêmicos sobre privacidade e direito digital, aprofundando a compreensão dos aspectos legais e psicológicos que envolvem o tema e ampliando nossa base teórica para a pesquisa.

1. Toyah Diebel em 2019 lançou o projeto “#deinkindauchnicht” (“seu filho também não”, em alemão). O projeto enfatiza: "Uma foto sua assim, você jamais postaria. Seu(sua) filho(a) também não."



Figura 1 - Projeto #deinkindauchnicht

2. “A Message from Ella | Without Consent” realizada em 2023 pela empresa Alemã Deutsche Telekom trouxe, com a ajuda da inteligência artificial, o passar dos anos de uma menina que foi exposta nas redes sociais pelos pais, deixando eles totalmente emotivos.



Figura 2 - Print da campanha A Message from Ella | Without Consent



Figura 3 - Print da campanha A Message from Ella | Without Consent

Tradução: Eu não quero me tornar um meme humilhada por todos na escola

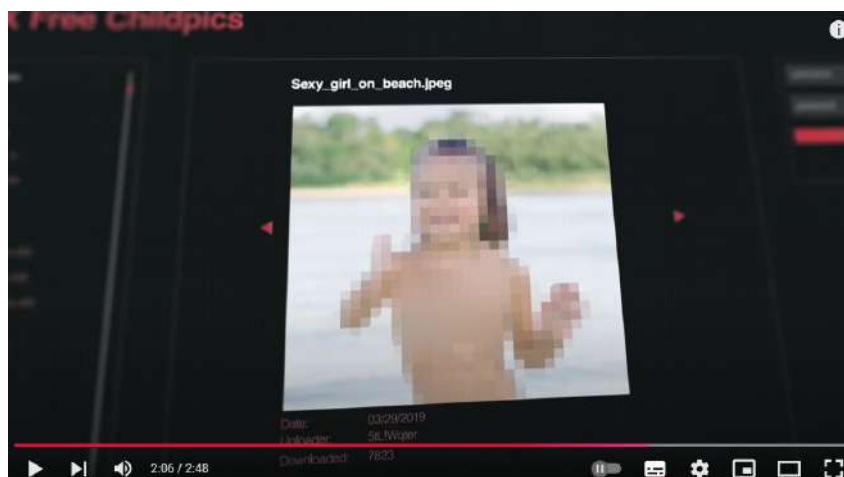


Figura 4 - Print da campanha A Message from Ella | Without Consent
Tradução: Garota sexy na praia



Figura 5 - Print da campanha A Message from Ella | Without Consent
Tradução: Então por favor mãe por favor pai proteja minha privacidade virtual

A campanha mostra que com apenas uma foto a inteligência artificial pode transformar uma criança em uma pessoa mais velha, e essa menina se chama Ella, ela na versão mais velha mostra as consequências de ter sido exposta virtualmente pelos pais e assim, sensibilizando eles do perigo da falta de privacidade e segurança que pode existir com tamanha exposição.

3. Cartilha “Criança e adolescente na internet” - Disponível no Safernet



Figura 6 - Print da cartilha “Criança e adolescente na internet”

A cartilha traz orientações para a proteção dos direitos da criança e do adolescente na internet, focando mais na utilização dessa rede pelas crianças. Ademais, a cartilha traz informações importantes sobre pornografia infantil, cyberbullying, tráfico de pessoas, crimes virtuais, orientações para pais, responsáveis, educadores, crianças e adolescentes e etc.

4. “Sharenting: a plataformização das famílias e a exploração comercial infantil” - Instituto Alana

Em julho de 2021, o programa Criança e Consumo, do Instituto Alana, realizou uma mesa de debate intitulada *Sharenting: a plataformização das famílias e a exploração comercial infantil* no Fórum da Internet no Brasil (FIB), evento organizado pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Nic.br) e pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Esse debate visou discutir os impactos do *sharenting* (o ato dos pais compartilharem a imagem dos filhos digitalmente) na vida das crianças. Já em 2020, para alertar sobre os riscos da

datificação e da privacidade infantil, o programa, em parceria com o Internet Lab, lançou o relatório O direito das crianças à privacidade. Esse estudo destaca que a coleta e o processamento em larga escala de dados pessoais de crianças e adolescentes representam riscos não apenas à sua segurança física, mas também ao seu bem-estar psicológico, considerando a possibilidade de vazamento ou exposição inadequada dessas informações.

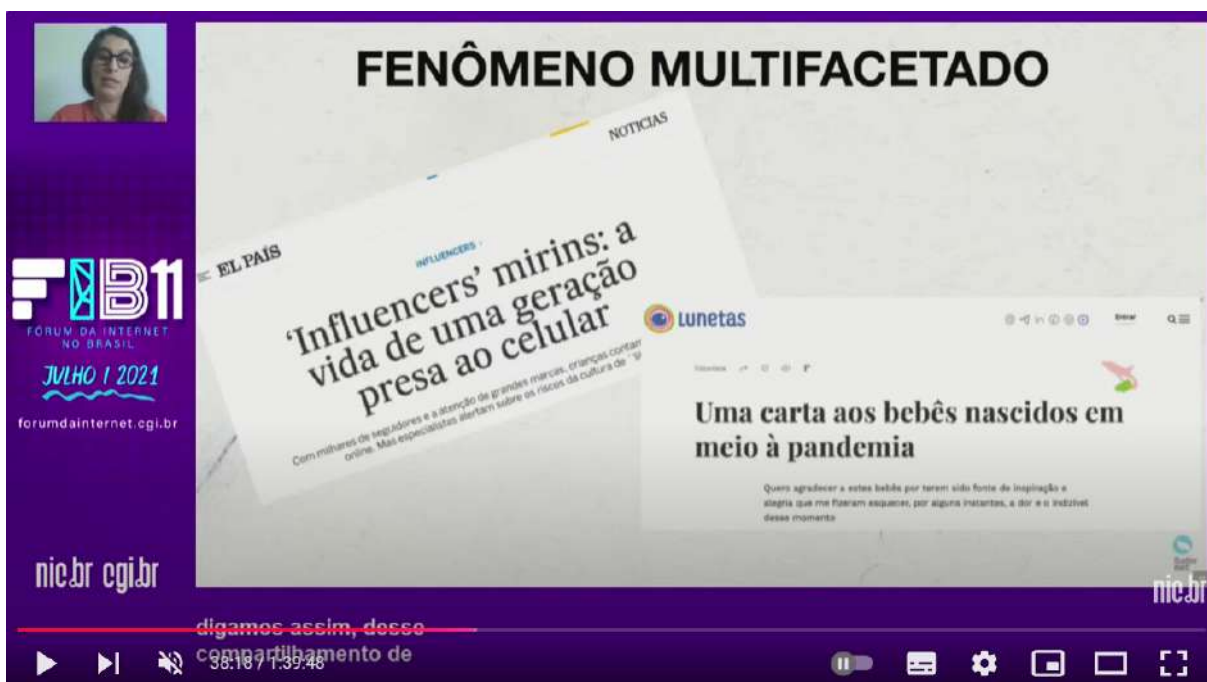


Figura 7 - Print da mesa redonda “Sharenting: a plataformização das famílias e a exploração comercial infantil”

APÊNDICE B - Perguntas formulários

1. Pesquisa formulário com usuários (sem filhos)

- **Você tem filhos?**

() Sim

() Não

- **Qual a sua faixa etária?**

☐ Menos de 18 anos

☐ 18 a 24 anos

☐ 25 a 34 anos

☐ 35 a 44 anos

☐ 45 anos ou mais

• **Com que frequência você vê postagens de crianças nas redes sociais?**

☐ Diariamente

☐ Algumas vezes por semana

☐ Raramente

☐ Nunca

• **Qual plataforma você mais utiliza para consumir esse tipo de conteúdo?**

☐ Instagram

☐ Facebook

☐ TikTok

☐ YouTube

☐ Outra: _____

• **Qual sua opinião sobre pais que postam fotos ou vídeos frequentes de seus filhos nas redes sociais?**

☐ Totalmente a favor

☐ Parcialmente a favor

☐ Indiferente

☐ Parcialmente contra

☐ Totalmente contra

- **Você acredita que pais expõem seus filhos de forma segura nas redes sociais?**

- ☐ Sim, sempre
- ☐ Sim, na maioria das vezes
- ☐ Não, raramente
- ☐ Não, nunca

- **Você já se preocupou com a privacidade de crianças ao ver postagens nas redes sociais?**

- ☐ Sim, frequentemente
- ☐ Às vezes
- ☐ Nunca

- **Você acha que a exposição constante de crianças nas redes sociais pode afetar o desenvolvimento emocional delas?**

- ☐ Sim
- ☐ Talvez
- ☐ Não

- **Na sua opinião, qual pode ser o principal impacto negativo para crianças que são expostas com frequência nas redes sociais?**

- ☐ Exposição à críticas
- ☐ Falta de segurança
- ☐ Perda de privacidade
- ☐ Desenvolvimento de uma autoimagem distorcida
- ☐ Nenhum impacto negativo
- ☐ Outro: _____

- **Você já seguiu ou consumiu conteúdo de influenciadores digitais que frequentemente postam sobre seus filhos?**

☐ Sim

☐ Não

- **Você já viu nas redes sociais algum momento constrangedor ou vulnerável de crianças, como chorando, fazendo birra ou durante situações íntimas (como trocando fralda ou fazendo necessidades)?**

☐ Sim, várias vezes

☐ Sim, algumas vezes

☐ Não, nunca

☐ Não tenho certeza

- **Você acha que marcas e influenciadores que utilizam crianças em campanhas publicitárias estão cientes das implicações éticas?**

☐ Sim, estão cientes e agem de forma ética

☐ Sim, mas ignoram as questões éticas

☐ Não, não estão cientes

☐ Não tenho opinião

- **Se você tivesse filhos, você postaria fotos ou vídeos deles nas redes sociais?**

☐ Sim, sem restrições

☐ Sim, mas com limitações de privacidade

☐ Não

☐ Não sei

- **Qual seria sua maior preocupação ao postar sobre seus filhos nas redes sociais?**

- ☐ Privacidade
- ☐ Segurança
- ☐ Julgamento de outros
- ☐ Nenhuma preocupação
- ☐ Outro: _____

- **Você acredita que deveria haver regulamentações mais rígidas sobre o compartilhamento de conteúdo de crianças nas redes sociais?**

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não tenho opinião

2. Pesquisa formulário com pais/mães

- **Você tem filhos?**

- ☐ Sim
- ☐ Não

- **Quantos filhos você tem?**

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 ou mais

- **Qual o gênero do(a) seu(a) filho(a)?**

- ☐ Feminino

☐ Masculino

• **Qual a idade do seu(s) filho(s)? (Selecione todas as opções que se aplicam)**

☐ 0 a 2 anos

☐ 3 a 5 anos

☐ 6 a 10 anos

☐ 11 a 15 anos

☐ 16 anos ou mais

• **Com que frequência você posta fotos ou vídeos do seu(s) filho(s) nas redes sociais?**

☐ Diariamente

☐ Semanalmente

☐ Mensalmente

☐ Raramente

☐ Nunca

• **Que tipo de conteúdo você costuma compartilhar sobre seus filhos? (Selecione todas as opções que se aplicam)**

☐ Momentos do dia a dia (brincadeiras, refeições, etc.)

☐ Conquistas ou marcos importantes (aniversários, formaturas, etc.)

☐ Viagens e passeios

☐ Participação em eventos ou atividades escolares

☐ Look / Arrume-se comigo

☐ Outro: _____

• **Por que você compartilha fotos ou vídeos do seu(s) filho(s) nas redes**

sociais? (Selecione até três opções)

- ☐ Para manter amigos e familiares atualizados
- ☐ Para guardar memórias
- ☐ Para mostrar as conquistas do meu filho
- ☐ Porque meu(s) filho(s) gosta(m)
- ☐ Influência de outras pessoas (amigos, influenciadores, etc.)
- ☐ Outro: _____

- **Você já compartilhou nas redes sociais algum momento constrangedor ou vulnerável do seu filho, como chorando, fazendo birra ou durante situações íntimas (como trocando fralda ou fazendo necessidades)?**

- ☐ Sim, várias vezes
- ☐ Sim, algumas vezes
- ☐ Não, nunca
- ☐ Não tenho certeza

- **Você se preocupa com a privacidade e segurança ao postar fotos ou vídeos de seu(s) filho(s) nas redes sociais?**

- ☐ Sim, sempre
- ☐ Sim, às vezes
- ☐ Não, raramente
- ☐ Não, nunca

- **Você utiliza medidas de privacidade (como limitar quem pode ver suas postagens) ao compartilhar conteúdos de seu(s) filho(s)?**

- ☐ Sim, sempre
- ☐ Sim, às vezes

☐ Não, raramente

☐ Não, nunca

- **Você acha que a exposição de crianças nas redes sociais pode afetar o desenvolvimento emocional delas?**

☐ Sim, de forma negativa

☐ Sim, de forma positiva

☐ Não, acredito que não afeta

☐ Não tenho opinião formada

- **Na sua opinião, qual seria o principal impacto negativo da superexposição de crianças nas redes sociais?**

☐ Problemas de privacidade

☐ Exposição a julgamentos ou críticas

☐ Aumento da pressão social sobre a criança

☐ Impactos na autoestima e imagem pessoal

☐ Não vejo impactos negativos

☐ Outro: _____

- **Você já reconsiderou ou mudou seus hábitos de postagem sobre seus filhos por conta de preocupações com privacidade ou segurança?**

☐ Sim

☐ Não

☐ Não tenho certeza

- **Você segue influenciadores digitais ou perfis que frequentemente compartilham conteúdo de seus filhos?**

☐ Sim, sigo muitos

☐ Sim, sigo alguns

☐ Não, não sigo

- **Se sim, quais? (Resposta aberta)**
- **Você acha que deveria haver regulamentações mais rígidas sobre o uso de imagens de crianças nas redes sociais por parte dos pais e influenciadores?**

☐ Sim

☐ Não

☐ Não sei / Não tenho opinião

- **Você já havia refletido sobre o impacto da exposição infantil nas redes sociais antes de responder a esta pesquisa?**

☐ Sim, penso sobre isso frequentemente

☐ Sim, mas raramente

☐ Não, nunca havia pensado

☐ Não tenho certeza

- **Qual sua opinião sobre a ideia de participar de um encontro com outros pais para discutir os limites da exposição infantil nas redes sociais, com apoio de especialistas (psicólogos, comunicólogos)?**

☐ Acho muito importante e participaria

☐ Acho importante, mas não sei se participaria

☐ Não tenho interesse em participar

☐ Outro: _____

- **Você aceitaria conversar conosco sobre essa temática?**

☐ Sim

() Não

- **Por favor, compartilhe suas considerações sobre o impacto das redes sociais na vida de crianças e adolescentes. (Resposta aberta)**

APÊNDICE C - Questionário para influencers digitais (mensagem)

1. Existe algum tipo de conteúdo que você evita postar sobre seus filhos? Quais são os seus critérios para isso?
2. Você sente que a exposição constante impacta o comportamento ou a privacidade deles no dia a dia?
3. Quais são os principais benefícios que você vê ao compartilhar a vida de seus filhos nas redes sociais?
4. Que tipo de feedback você recebe dos seus seguidores em relação à participação dos seus filhos?
5. Você tem preocupações com o impacto da exposição nas redes sobre o futuro deles?

APÊNDICE D - Mesa redonda com adolescentes

1. Introdução ao Tema:

- Explicar de forma simples e direta o que é monetização de conteúdos nas redes sociais.
- Mostrar exemplos (neutros e sem julgamento) de casos populares de famílias que utilizam a imagem dos filhos para gerar receita. - Virginia, Tata, Viih Tube
- Reflexão inicial: "Vocês já viram perfis de crianças ou bebês famosos nas redes? O que acham disso?"

2. Reflexão sobre Exposição e Privacidade:

- Explorar a diferença entre compartilhar um momento genuíno e fazer isso com fins lucrativos.
- Tópico: Privacidade digital e a ideia do “rastros digital”. Explicar que tudo o que é postado online fica registrado e pode ser acessado no futuro.
- Pergunta: Como vocês se sentiriam se seus pais tivessem postado muitas fotos e vídeos de vocês quando eram menores, sem que vocês soubessem ou concordassem?

3. Roteiro de Perguntas:

- O que vocês pensam sobre seus pais postarem fotos ou vídeos de vocês nas redes sociais?
- Vocês já pediram para que seus pais não postassem algo sobre vocês? Se sim, como foi?
- Vocês acham que há uma diferença entre postar para compartilhar com a família e amigos e postar para ganhar likes ou seguidores? Por quê?
- Como vocês acham que isso pode afetar a vida de uma criança no futuro, quando ela crescer e olhar para trás?
- Como acham que o fato de estar sempre sendo filmado ou fotografado pode afetar o comportamento ou a autoestima de uma criança?
- Vocês acham que as crianças deveriam ter o direito de dizer se querem ou não aparecer nas redes sociais, mesmo quando são muito pequenas?
- Se fosse com vocês, como gostariam que seus pais tratassem essa questão?

4. Dinâmica:

Dinâmica de “Cenários Futuros”

- Apresentar cenários hipotéticos e pedir que os alunos discutam como lidariam com cada um deles:
 - "Imagine que seus pais postaram vídeos seus desde pequeno e agora você cresceu e não gosta do conteúdo. O que você faria?"

- "E se você fosse uma pessoa famosa hoje por conta dos vídeos que seus pais postaram quando era criança? Como se sentiria?"

APÊNDICE E - Perguntas destinada a psicóloga infantil

- Quais são os possíveis impactos psicológicos a curto prazo para crianças que são constantemente expostas nas redes sociais desde cedo?
- Como a falta de controle sobre a própria imagem nas redes sociais pode impactar a autoimagem e a autoestima dessas crianças?
- Quais são as implicações da superexposição digital no processo de construção da identidade de uma criança? Existe o risco de que essa criança se sinta pressionada a manter uma imagem pública que seus pais criaram?
- Como essa exposição pode influenciar o desenvolvimento da autonomia e a sensação de controle sobre a própria vida?
- Qual a importância de respeitar o consentimento das crianças em relação à exposição de suas imagens, mesmo que elas sejam pequenas e não entendam completamente as implicações disso?
- Que tipo de impacto essa prática pode ter na dinâmica familiar, especialmente na relação entre pais e filhos, no futuro? Pode haver ressentimento ou conflitos quando essas crianças crescerem?
- Você acredita que a superexposição nas redes pode afetar a confiança das crianças nos pais, ao perceberem que suas vidas foram divulgadas sem seu consentimento?
- Como a constante exposição pública e a validação externa (likes, comentários) podem influenciar o comportamento e o bem-estar psicológico de crianças e adolescentes que foram expostos desde pequenos?
- Existe o risco de essas crianças desenvolverem uma dependência por validação externa? Isso poderia levar a problemas como ansiedade, estresse ou depressão?

- Quais são os potenciais impactos a longo prazo para crianças que cresceram com suas vidas documentadas publicamente nas redes sociais? Como isso pode afetar suas relações sociais, sua vida profissional e sua saúde mental?
- Do ponto de vista psicológico, como você vê a monetização da imagem infantil nas redes? Existe um limite ético que deve ser respeitado?
- Como a comercialização da infância pode impactar a percepção que essas crianças terão sobre valores e dinheiro no futuro?
- Quais práticas ou medidas preventivas os pais podem adotar para proteger a saúde mental e emocional de seus filhos ao postar sobre eles nas redes sociais?
- Como os profissionais de saúde mental podem orientar os pais a respeito dos limites da exposição online e a importância de respeitar o espaço pessoal das crianças?
- Que orientações você daria para profissionais que lidam com essas questões, seja em escolas ou clínicas, ao ajudarem crianças e pais a lidar com essa nova realidade digital?
- Você acredita que a legislação e a ética atual em relação à exposição infantil nas redes sociais estão adequadas? O que poderia ser melhorado para proteger o bem-estar psicológico das crianças?

APÊNDICE F - Perguntas para marcas (mensagem)

- Qual a visão da sua empresa sobre a exposição de crianças em conteúdos patrocinados?
 - Vocês consideram os possíveis impactos psicológicos nas crianças ao decidirem patrocinar esse tipo de conteúdo?
- Quais critérios sua marca utiliza ao escolher influenciadores que envolvem crianças em suas postagens?
 - Existe alguma política interna ou diretriz específica sobre a participação de menores em campanhas patrocinadas?

- Vocês já refletiram sobre o papel da marca na discussão sobre a ética da superexposição infantil?
 - Acreditam que as marcas deveriam adotar uma postura mais cuidadosa ao se associar a esse tipo de conteúdo?
- Sua marca estaria disposta a participar de uma campanha de conscientização que promova a proteção das crianças nas redes sociais?
 - Quais seriam as possíveis ações que vocês considerariam adotar para incentivar práticas mais responsáveis nesse sentido?

APÊNDICE G - BRAINSTORM

SUGESTÃO DE NOMES:

Postar ou Proteger?

Identidade Roubada

Rostos roubados

Rostos vendidos

Liberdade vendida

Futuro vendido

Venderam Meu Futuro

Exposição - Expor

Privacidade

Infância

Criança

Imagem

Exposição

Meu rosto exposto

Exposição hereditária

Exposição herdada

De berço

Ideia de nascimento

Inconsciente

Usar imagens em contextos familiares, etc, onde o rosto da criança estaria roubado, recortado. Poderíamos usar a inteligência artificial para construir essa criança no futuro, em contextos já de adulta, porém com o rosto recordado. Que representaria sua identidade, individualidade, suas escolhas, sua privacidade “roubada”. Sem ter o direito de escolha.

Fazer pesquisa de média de crianças influencers, algo nessa linha. Base para texto de impacto.

“Segundo pesquisa realizada em 2022 pela TIC Kids On-line Brasil, do Comitê Gestor da Internet no Brasil, 93% das crianças e dos adolescentes de 9 a 17 anos de idade, estão conectados no país, o que significa que a internet tem 22,3 milhões de usuários mirins em solo brasileiro”, lembra a especialista.”

Podemos usar eufemismo, como: milhares de crianças, inúmeras, etc...

FONTES:

HELVETICA

ARIAL ARABIC

HELVETICA NEUE

BROWALLIA NEW

- Conceito
- Planejamento e estratégia
- Digital

Conceito:

Os homens que fazem maldade-pornografia- com fotos de crianças diz que faz com a justificativa que as fotos estavam no instagram

> o site pode ser um lugar para relatos e desabafos <

A ressignificação do poder parental.

**#instakids #kidsidentity #digitalfootprint #shareting #privacidadedigital
#identidadedigital #sequestrodigital #privacidadeé poder**

Não existe uma comprovação de fato que comprove o limite de idade nas redes sociais

Nossa cultura de comportamento dá espaço para predadores. Lá fora as escolas perguntam se os pais autorizam ou não a divulgação dos filhos. As plataformas vendem dados. Como controlar esse sistema?

Essa é a primeira geração que tem toda a vida documenta digitalmente

Até os 5 anos uma criança tem em média 1500 fotos online dela -

Uma foto pode mudar o futuro do seu filho

Uma foto podacabar com o futuro do seu filho

Privacidade é liberdade

Privacidade é poder

Proteja minha identidade virtual

Tudo que você compartilhar online ficará registrado para o resto da vida

A foto que você postou pode ser usada por qualquer um

Podcast - já tem lei que protege a identidade de todas as pessoas

Art. 1718 do ECA - Todos tem a função de cuidar das crianças

A ressignificação do poder parental. O poder parental é um dever, você é obrigado a fazer o que é melhor para a criança.

Dimensão coletiva dos dados

Sociedade da classificação. A criança já nasce no ambiente digital, sendo comparada e classificada.

Manipulação digital - fazer publicidade com crianças

Direito ao esquecimento - não existe pois tudo na internet gera registros/rastros. tem a privacidade roubada

PL4776/2023 - para dispor sobre o compartilhamento de crianças online.

Não conseguimos pela legislação mudar um comportamento cultural.

Responsabilidade civil pode ser um mecanismo interessante.

Qual o limite do consentimento da criança? Segundo o ECA 12 anos-pressionar as plataformas para regulamento e meios de moderação.

Comportamento cultural- mostrar as consequências pq quanto mais informações sobre a problemática as pessoas sabem, menos elas vão fazer

Uma criança não deveria ser filmada com o intuito de você ganhar dinheiro

Sempre existiu na sociedade o interesse de se acompanhar a vida das crianças na comunicação, podendo fazer conexão com crianças atrizes e programas da MTV

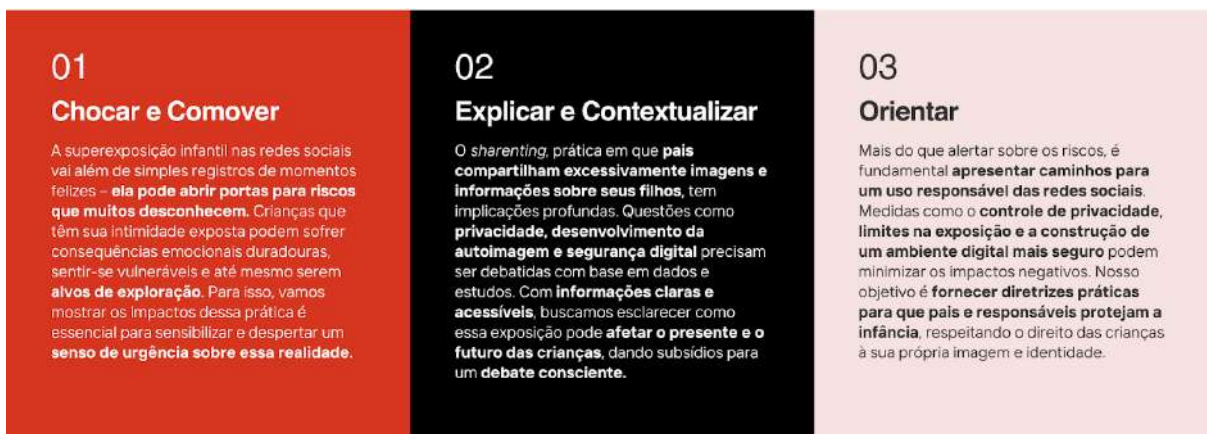
Linha de comunicação

1. chocar e comover
2. explicar e contextualizar
3. orientar

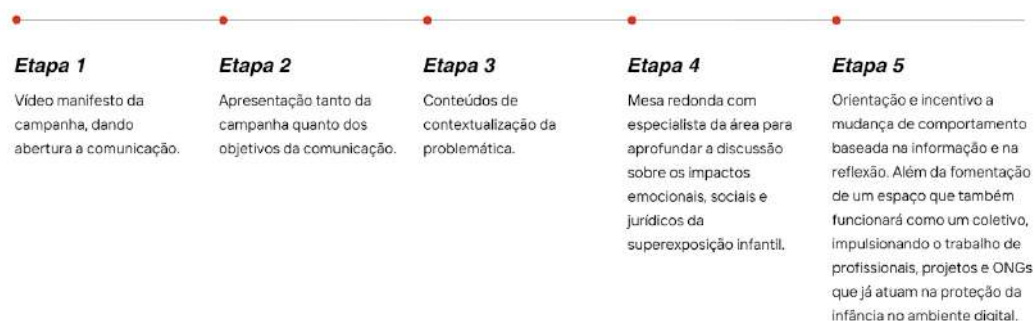
Meu rosto exposto

Vídeo manifesto: em nenhum momento mostrar o rosto da criança

APÊNDICE H - Planejamento de Comunicação



Timeline da Comunicação



● Etapa 01:

01. Vídeo manifesto - Introdução a campanha

▶ A Message from Ella | Without Consent

- **Etapa 02:**

02. Vídeo introdução da campanha (apresentação da campanha e seus objetivos).
Conscientização Sharenting: Já ouviu falar? (com take de entrevista com pais influencers e pessoa física), prints de aniversários.

Uma criança não deveria ser filmada com o intuito de ganhar dinheiro —sempre existiu na sociedade o interesse de se acompanhar a vida das crianças na comunicação, podendo fazer conexão com crianças atrizes e programas da MTV.

REFERÊNCIA

▶ The Sharenting Reckoning: How Things Are Changing for Family Influencers | Cosmo...

<https://br.pinterest.com/pin/70437489699806/>

- **Etapa 03:**

Conteúdos de conscientização:

3. A resignificação do poder parental
4. Liberdade roubada / rastro digital
5. Sociedade da classificação - manipulação digital
6. Responsabilidade civil x parental

<https://www.instagram.com/p/DG8rOGrRhuQ/>

<https://www.instagram.com/p/DDweqdlujvC/>

<https://www.instagram.com/p/DHGEDBhtPMs/>

- **Etapa 04:**

7. Entrevista com mãe
8. Entrevista com advogada e mãe

9. Anúncio da mesa redonda

- **Etapa 05:**

10. Corte Mesa Redonda - Pai
11. Carrossel Maternidade por Adoção
12. Corte Mesa Redonda - Psicóloga 01
13. Carrossel fala de convidados
14. Corte Mesa Redonda - Psicóloga 02
15. Carrossel Comunicólogos

Planejamento de Mídia:

Mídia OFF:

VT Oficial - Vídeo manifesto

Digital:

Instagram (principal canal de comunicação)

Youtube (Canal de suporte)

Site (fomentação do coletivo)

CALENDÁRIO INSTAGRAM

CARD DE - FALA COMUNICÓLOGOS	CORTE 3 - PSICÓLOGA - AÇÕES E ATITUDES PREVENTIVAS	CARROSSEL FALAS - MESA REDONDA
CORTE 2 - PSICÓLOGA -	CARROSSEL SOBRE MATERNIDADE POR	

SÉRIE DE RISCOS	ADOÇÃO - DIREITO DE IMAGEM	CORTE 1 - PAI - RELATO PERFIS ESTRANHOS
CARD ANÚNCIO MESA REDONDA2	CARD FALA ADVOGADA	REELS CORTE DANI
CARROSSEL 3	CARROSSEL 2	CARROSSEL 1
CARD DE APOIO - QUESTIONAMENTO INICIAL	REELS INTRODUÇÃO DO COLETIVO	VT MANIFESTO

CRONOGRAMA YOUTUBE

VT MANIFESTO

SHORTS - INTRODUÇÃO DO COLETIVO

SHORTS - CORTE DANI

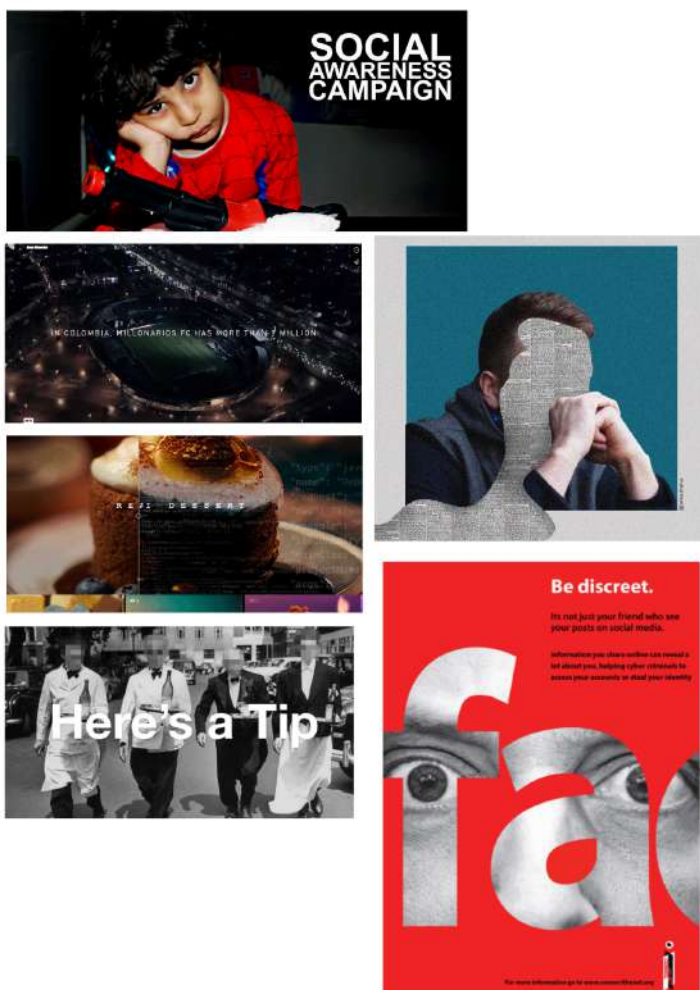
SHORTS CORTE 1 - PAI - RELATO PERFIS ESTRANHOS

SHORTS CORTE 2 - PSICÓLOGA - SÉRIE DE RISCOS

SHORTS CORTE 3 - PSICÓLOGA - AÇÕES E ATITUDES PREVENTIVAS

SHORTS CORTE 4 - ,MÃE - BULLYING E CYBERBULLYING

APÊNDICE I - REFERÊNCIAS VISUAIS



APÊNDICE J - ROTEIRO - VÍDEO MANIFESTO

#CENA 1 - ABERTURA: A ROTINA

(Local: Praça pública, perto de uma escola. O sol bate de leve nas folhas das árvores. Risos de crianças ecoam. Sons de buzinas e vozes ao fundo. O clima é de um dia comum)

- A câmera passeia pelo ambiente: os pés da criança saindo da escola - andando.
- Enquadramento em uma criança específica (SEMPRE SEM EXPOR O ROSTO): ela ajeita a mochila, mexe no cadarço do tênis, com um brinquedo nas mãos (reforça a inocência e a infância).

#CENA 2 - A APROXIMAÇÃO

- Uma pessoa se aproxima lentamente. Passos firmes. Olhar calmo e expressão amigável.
- Ele se abaixa um pouco, colocando-se no nível da criança. **Ele chama a criança pelo nome**, sempre sorrindo gentilmente.

ESTRANHO:

- **Bernardo! Bernardo!**
- “Oi, Bernardo! Tudo bem? Sua mãe me pediu para vir te buscar. Ela precisou ir ajudar sua avó e não conseguiu vir. Ela tá doentinha, lembra? Mas não se preocupe, ela me mandou vir buscar você. Vamos? Vou ligar para ela falar com você, certo?”
- A pessoa sorri com naturalidade. Oferece algo e aponta para um carro parado na esquina.
- A criança, com pouca certeza, decide ir. O adulto oferece a mão e a criança segura na mão dele.
- **(Som de batimentos cardíacos começando a aumentar de leve.)**
- Cena final Bernardo e Estranho de mãos dadas de costas indo em direção ao carro. Foco nas mãos e na gestalt, para ficar claro nos sinais o que irá acontecer.

Corte seco.

Tela com texto:

“Até os 5 anos de idade, uma criança tem, em média, 1.500 fotos compartilhadas nas redes sociais.” *(Fonte: Priory Group, Reino Unido)*

“60% das fotos em sites de pedofilia foram extraídas das redes sociais.” *(Fonte: Australian eSafety Commissioner)*

- **Última frase impactante na tela:**

“Quanto vale seu story?”

- **Texto final:**

“Proteger a privacidade do seu filho, é proteger o seu o futuro!”

www.meurostoexposto.com

Saiba mais.

APÊNDICE K - ROTEIROS E REDAÇÕES

VÍDEO APRESENTAÇÃO CAMPANHA:

Já ouviu falar no que é Sharenting?

Palavra difícil, né?

Do inglês, *parent* (pais) + *share* (compartilhar).

Mas tenho certeza que já viu cenas como essas na sua timeline.

Com a expansão das redes sociais, tornou-se comum que pais compartilhem a rotina dos filhos online. Mas... será que estamos compartilhando ou expondo? Ou melhor, até onde isso é seguro?

Sharenting não é só sobre likes. É sobre privacidade, segurança e um rastro digital que nunca desaparece.

O que parece inofensivo pode ter consequências irreversíveis. Cada postagem pode abrir portas para perigos invisíveis: rastros digitais, roubo de identidade, cyberbullying e até mesmo... predadores sexuais.

E o pior? Essas crianças não escolhem ser expostas. Elas apenas são postadas.

É assim que nasce o coletivo: *Meu Rosto Exposto*.

Nosso objetivo? **Conscientizar, debater e proteger a infância no ambiente digital.**

Queremos sensibilizar pais, responsáveis e a sociedade sobre os riscos dessa superexposição. Promover um debate responsável, explorar os impactos psicológicos, jurídicos e sociais.

A infância precisa de proteção – dentro e fora das telas.

A infância não foi feita para engajamento. **Crianças não são conteúdo.**

Sua postagem de 15 segundos pode durar para sempre. Pense antes de expor.

ROTEIRO ENTREVISTAS INDIVIDUAIS:

Perguntas introdutórias para todas:

01. Você já ouviu falar no termo *sharenting*? O que esse conceito significa para você?
02. Qual a sua relação com as redes sociais? Você costuma consumir conteúdos sobre maternidade e infância online?
03. O que te chama mais atenção quando vê crianças sendo expostas nas redes sociais por seus pais?
04. Você acha que os pais têm total direito de postar sobre seus filhos ou deveria existir um maior controle sobre isso?
05. Em sua opinião, há um limite entre compartilhar momentos especiais e expor excessivamente a vida dos filhos? Onde esse limite deveria estar?
06. Como você se sentiria se descobrisse que fotos ou vídeos do seu filho foram usados de forma indevida na internet?

Entrevista 01 - Mãe Educadora

01. Como mãe e educadora, qual sua visão sobre a exposição infantil nas redes sociais?
02. Em sala de aula, você já percebeu comportamentos de crianças ou adolescentes que podem estar relacionados à superexposição digital?
03. Em sua opinião, há um limite entre compartilhar marcos importantes e expor excessivamente a vida dos filhos?
04. Como os pais podem equilibrar o desejo de compartilhar momentos especiais sem comprometer a privacidade e segurança dos filhos?
05. Você acredita que o ambiente escolar deveria abordar essa temática com alunos e responsáveis? Como?

06. Como você enxerga a exposição das crianças no ambiente escolar? Pais que filmam o local de ensino da criança e até mesmo as escolas que postam os alunos.
07. Qual conselho você daria para os pais que compartilham a rotina dos filhos sem pensar nas consequências futuras?

Entrevista 02 - Mãe direito

01. Do ponto de vista jurídico, quais são os principais riscos do sharenting?
02. O direito ao consentimento da criança deve ser respeitado pelos pais? Como equilibrar isso na prática?
03. Se uma criança exposta nas redes sociais desde pequena se sentir prejudicada no futuro, ela pode recorrer legalmente contra os pais?
04. Como as marcas e influenciadores podem ser responsabilizados pelo uso da imagem de crianças para publicidade?
05. Acredita que regulamentações mais rígidas poderiam reduzir essa exposição? Que tipo de regulamentação seria eficaz?
06. Como mãe e profissional da área jurídica, qual sua orientação para pais que expõem seus filhos online sem considerar os riscos legais?

Entrevista 03 - Mãe tradicional

1. Você costuma postar fotos ou vídeos dos seus filhos nas redes sociais? Por quê?
2. Já parou para pensar nos riscos que isso pode trazer para o futuro deles? Quais?
3. Você acredita que a internet pode ser um ambiente perigoso para crianças? O que mais te preocupa?
4. Se alguém usasse uma foto do seu filho para outro fim sem seu consentimento, como você reagiria?
5. Acha que as redes sociais incentivam os pais a compartilharem mais do que deveriam? De que forma?
6. Você já viu situações em que crianças foram expostas de forma constrangedora por seus próprios pais? O que achou disso?
7. Se seu filho crescesse e dissesse que não queria ter sido exposto, como você lidaria com isso?

8. O que te faria repensar sobre postar imagens dos seus filhos na internet?

REDAÇÕES POSTS CONSCIENTIZAÇÃO:

REFERÊNCIAS GRÁFICAS:

Principal: <https://www.instagram.com/p/DG8rOGrRhuQ/>

2. <https://www.instagram.com/p/DHGEDBhtPMs/>

3. <https://www.instagram.com/p/DDweqdlujvC/>

POST 01 - Os Riscos do Sharenting: Rastro Digital

T1 - O RISCO SILENCIOSO: RASTRO DIGITAL.

Não existe um controle efetivo sobre a idade de quem acessa as redes sociais - isso já sabemos.

Crianças são expostas precocemente, deixando rastros digitais que podem acompanhá-las por toda a vida.

T2 - O que nem sempre nos damos conta? Toda foto compartilhada pode ser vista e usada independente da sua intenção original.

T3 - Qualquer pessoa pode baixá-la, usá-la ou até manipulá-la, ampliando o risco de apropriação indevida, muitas vezes para fins ilícitos.

T3 - Será que estamos protegendo nossas crianças da maneira correta?

T4 - As plataformas vendem dados e impulsionam conteúdos virais a partir de tudo o que publicamos. A imagem do seu filho pode estar sendo usada, mesmo que não tenha plena consciência dessa dinâmica.

T5 - O rastro digital não some. Uma vez na internet, pode impactar o futuro do seu filho para sempre. **Proteger seu futuro e privacidade, é proteger sua vida!**

POST 02 - Sociedade da classificação e a manipulação digital (LIBERADO)

T1 - Geração Alfa: Conectados Desde o Berço

T2 - Antes mesmo de nascer, a identidade digital dessa geração já é construída. Fotos de ultrassom, primeiros passos e momentos íntimos são compartilhados sem controle sobre seu futuro uso.

T3 - As redes sociais criam um ciclo de comparação e validação constante, moldando sua autoestima e definindo a identidade das crianças desde cedo. Desde bebês, são colocadas em rankings invisíveis: quem tem mais curtidas, quem é mais bonito, mais talentoso...

T4 - Crianças estão cada vez mais presentes no mercado publicitário digital, muitas vezes sem que seus direitos e bem-estar sejam prioridade. E essa exposição excessiva pode interferir no seu desenvolvimento natural, reduzindo-a em um produto de entretenimento.

T5 - Até que ponto a exposição pode interferir na sua futura liberdade de escolha? Seu filho não pediu para estar online.

POST 03 - Responsabilidade civil e Responsabilidade parental (LIBERADO)

T1 - Infância segura: um compromisso de todos.

No digital, isso significa questionar o sharenting.

Crianças são expostas sem ao menos compreender as reais consequências,

E cabe a sociedade zelar por sua segurança e liberdade.

T2 - Tudo que é postado pode afetar sua privacidade, segurança e futuro. Evitar esses danos é um dever coletivo, não apenas uma escolha individual dos pais.

T3 - O poder parental é um dever, não um direito absoluto. Os pais têm a obrigação de agir para o melhor interesse da criança. Mas até que ponto o consentimento infantil deve ser considerado?

T4 - Uma criança pode querer aparecer nas redes, mas não compreende a dimensão dos riscos. **Consentir sem consciência das consequências não é consentir de fato.**

T5 - Sharenting não é apenas uma escolha — é uma responsabilidade. Uma postagem pode deixar marcas para a vida toda. Antes de compartilhar, reflita: isso é sobre você ou sobre o futuro do seu filho?

Referências:

<https://br.pinterest.com/pin/422281211394659/>

POST 4 - APOIO (LIBERADO)

Se a criança não pode escolher por sua exposição, os pais deveriam impor essa decisão sem medir as consequências para o futuro?

Referências:

<https://br.pinterest.com/pin/2603712281167919/>

<https://br.pinterest.com/pin/608830443410790782>

CONTEÚDOS:

Card falas advogada:

As consequências jurídicas da superexposição infantil dependem do uso da imagem. O impacto vai além da postagem.

O uso comercial não autorizado configura violação de direito de imagem e pode levar a ação judicial.

Se apropriada por criminosos para pornografia infantil ou violência sexual, a imagem se torna prova de crimes graves, punidos com rigor pelo Código Penal e pelo ECA.

"A exposição digital de uma criança nunca é 100% inofensiva. Cada postagem tem a possibilidade de gerar consequências irreversíveis."

Card anúncio mesa redonda:

<https://br.pinterest.com/pin/351912465974664/>

<https://br.pinterest.com/pin/80713018311060061/>

<https://br.pinterest.com/pin/10344274145982960/>

<https://br.pinterest.com/pin/2674081023965784/>

Encontro Virtual: O que está em jogo na exposição infantil online?

usar na legenda: Vamos criar um espaço de diálogo entre especialistas e sociedade civil sobre os impactos do *sharenting*, explorando perspectivas psicológicas, comunicacionais, jurídicas e sociais.

Convidados (Não precisar ter o nome “convidados” - pode usar apenas as fotos, com nome e legenda)

- Maurícia Maia - Pai participante da pesquisa
- Adriana Carvalho - Mãe participante da pesquisa;
- Camila Serra - Pesquisadora de Letras e intercambista na França
- Josane Lima - Psicóloga clínica infanto-juvenil, especialista em Terapia analítico comportamental infantil, com formação em treino de Habilidades sociais;

Carrossel sobre maternidade por adoção:

Tela 01: É possível exercer a parentalidade entendendo que a imagem do seu filho é um direito que precisa ser reservado?

02: Corte vídeo - Dani: Como a nossa parentalidade é formada por adoção, então essa consciência que a imagem da criança é um direito dela que precisa ser preservado, já é trabalhada na nossa formação enquanto família.

03: Corte vídeo - Adriana eu percebo sutilmente q tem uma cobrança maior

Tela 04: Precisamos falar sobre coisas que não são faladas, estudar e entender mais, conversar sobre isso e desmistificar a parentalidade, que embora seja algo lindo, é algo muito sério e transformador.

Carrossel falas da mesa redonda:

Referências já definidas.

Tela 01 - Mãe: Eu vejo essa cobrança por que as pessoas estão sempre de olho no instagram e sempre tão de olho na maternidade, se a mãe realmente está sendo mãe.

02: Corte Psicóloga - Exemplo de situação com mãe

Tela 03 - Somente frase: Então a gente acaba criando esse senso de comunidade na rede social, querendo levar o que está acontecendo no dia-a-dia para as redes sociais.

Tela 04- Camila: Convivendo com outras pessoas de outras partes do mundo - eu convivo com uma indiana e uma francesa, eu ainda percebo que minha relação com a rede social é muito mais full time, comparada a elas que é muito mais pontual.

05: Corte Camila - Proibição de registro de fotos

06: Corte Pai - Cobrança Pai X Mãe

Tela 07 - Somente frase: Antigamente nós tínhamos os álbuns de fotos reveladas, que conseguimos fechá-lo e preservar nossa privacidade, abrindo em casa somente com quem queremos, mas com as redes sociais isso não é possível.

Card fala comunicólogos:

<https://br.pinterest.com/pin/10414642882655564/>

<https://br.pinterest.com/pin/20195898325765108/>

<https://br.pinterest.com/pin/563018698302053/>

<https://br.pinterest.com/pin/1014646991082091002/>

<https://br.pinterest.com/pin/23151385577490628/>

<https://br.pinterest.com/pin/1266706139821128/>

A ideia é que seja um conteúdo mais “leve”. Fundo e texto ou no máximo foto única + texto.

01: Muitos pais ainda não veem a exposição infantil online como um problema real. O tema é tratado com superficialidade, sem considerar os riscos além da postagem. - André

KT - Compartilhar momentos dos filhos se tornou algo tão natural que as pessoas nem param para refletir sobre isso.

02: André: No Brasil, postar fotos dos filhos virou um hábito social, um comportamento automático e amplamente aceito.

A normalização é evidente até nas escolas. Pais precisam assinar termos de uso de imagem e quem recusa enfrenta constrangimento, afetando até mesmo a criança.

03: KT: As plataformas digitais reforçam esse ciclo. Quanto mais consumimos, mais reproduzimos, sem perceber como somos influenciados a nutrir essa problemática.

Cortes individuais:

Corte Psicóloga - Série de Riscos

Corte Pai - Depoimento de perfis de cunho sexual

Depoimento Mãe - Bullying X Cyberbullying

Corte Psicóloga 02 - Ações e planos de contenção