

Relatório do painel “@direitosdascrianças: Influência Digital e Defesa de Direitos” no FIB15

Informações sobre a atividade

- Título e tema do workshop: @direitosdascrianças: Influência Digital e Defesa de Direitos.
- Proponente: Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), Organização Internacional, setor governamental.

Palestrantes:

- Camilo Leon - UNICEF Brasil:
Camilo Leon é paraibano, formado em Publicidade e Propaganda pela UFPE e pós-graduado em Marketing pela FGV. Trabalha no UNICEF no Brasil, onde é responsável pela Comunicação Digital, relacionamento com embaixadores, celebridades e influenciadores, além de ter experiência de mais de 20 anos em agências de publicidade na área de Mídia e Atendimento.
- Nirvana Lima - Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências (RECRIA):
Jornalista e Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE). Integrante da Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências (RECRIA) e do Grupo de Pesquisa PHiNC - Publicidade Híbrida e Narrativas do Consumo. Facilitadora do Programa Youth Brasil 2024, uma iniciativa do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br/Nic.br).

Moderação:



- Caroline Magalhães - UNICEF Brasil:
Caroline é comunicóloga graduada pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e pós-graduada em Comunicação Empresarial Transmídia pela ESPM. Atualmente, é Oficial de *Advocacy* no UNICEF Brasil, onde apoia as estratégias de incidência política da instituição. Também é escritora amadora, leitora voraz e aspirante à criativa.

Relatora:

- Beatriz Oliveira - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ):
Graduada em Relações Internacionais pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, com foco em Defesa e Segurança Internacional. Fundadora da primeira Liga Acadêmica de Defesa e Segurança Internacional (LADSI) no Brasil, atuou como voluntária no Comitê Nacional para os Refugiados do Rio de Janeiro. Foi Executiva de Parcerias Estratégicas no G17 University Ambassadors Consortium Brazil. Participou do programa de voluntariado #tmjUNICEF e atualmente integra a equipe de comunicação do UNICEF Brasil como Assistente de Engajamento de Voluntários.

Estruturação do workshop

- Objetivos e resultados (propostos e atingidos):
O painel pretende promover uma conversa com pessoas cuja atuação se dedica a defender e promover direitos humanos nas redes sociais e na Internet sobre os desafios e as oportunidades envolvidos nessa atividade. Particularmente, o workshop vai abordar as possibilidades encontradas por estes atores na transmissão e disseminação de mensagens favoráveis aos direitos humanos na Internet e nas estratégias usadas para o engajamento e a influência de diferentes públicos em prol dos direitos de crianças e de adolescentes. Também abor-



daremos como é essencial amplificar a participação de adolescentes e jovens como esses defensores, fortalecendo sua participação e sua capacidade de influência nas redes sociais. Uma vez que a lógica de produção de conteúdo para redes sociais impõe desafios – e até impasses – à intenção de influenciadores digitais ou de ativistas ao defender direitos humanos, o painel pretende debater e apresentar possibilidades encontradas para utilizar, contornar ou refutar as tendências e a desinformação presentes nessas plataformas ao realizar influência digital pelos direitos da infância e da adolescência. Algumas perguntas balizadoras para o debate deste workshop são: quais são os avanços e os retrocessos que o ativismo por direitos nas redes sociais trouxe para os direitos humanos no Brasil? Quais são as estratégias possíveis para que defensores de direitos humanos consigam levar suas mensagens a diferentes públicos, em vez de “pregar para convertidos”? Como é preciso desenhar o conteúdo para se adequar ao espaço digital? Esse ajuste é positivo para o alcance final da defesa de direitos ou, na verdade, traz outras problemáticas? Como é possível dar mais espaço a defensores de direitos de diferentes contextos e identidades, inclusive dando protagonismo aos próprios adolescentes e jovens na defesa de seus direitos? Como a relação entre produção de conteúdo e de publicidade online afeta a defesa de direitos?

- Justificativa em relação à governança da Internet:

Este painel terá como enfoque uma problemática relacionada ao uso sociocultural da Internet. Reivindicações de direitos existem desde o princípio da organização da sociedade humana, mas a modernidade e, posteriormente, o desenvolvimento e crescimento da Internet impuseram mudanças, conflitos e aprendizados às pessoas e organizações que o fazem em redes e plataformas online. Trata-se de um debate, portanto, sobre como esse cenário transformou uma atividade relevante e com impacto direto na capacidade social de promover e



conquistar direitos. A lógica de produção de conteúdo adotada por empresas que controlam redes sociais e plataformas de entretenimento é a base para as estratégias que defensores de direitos precisam adotar para alcançar e convencer as pessoas sobre os direitos humanos, inclusive os direitos da infância e da adolescência. Ainda assim, nosso objetivo não é de se concentrar na chamada “camada lógica” deste tema, abordando como construções algorítmicas levam a estas estruturas digitais. Mas, sim, de manter o debate ao nível das ações adotadas pelos usuários - onde se encaixam, para conceito deste painel, tanto os defensores de direitos humanos quanto as pessoas que consomem e interagem com eles -, debatendo de que forma as estratégias usadas diante ou dentro dessas plataformas realmente os auxiliam no alcance de seus objetivos de defesa de direitos.

- Metodologia e formas de participação desenvolvidas durante a atividade:
O painel será composto por 3 blocos de conteúdo. No primeiro, será realizada a introdução ao tema e o convite à participação da audiência. Também serão apresentados os painelistas e participantes do painel. Já a partir do segundo bloco, iniciaremos o debate com uma pergunta direcionada a cada um dos painelistas, que terão até 8 minutos para darem suas contribuições iniciais. Após este momento, daremos início ao terceiro bloco, quando iremos priorizar a participação da audiência. Neste momento, iremos convidar os presentes, e a audiência online, a responder à pergunta colocada no primeiro momento do painel, e os painelistas e moderador terão a oportunidade de dialogar, respondendo ou comentando sobre o que foi colocado pela audiência. O terceiro bloco terá a duração de aproximadamente 30 minutos. O painel será, então, encerrado com apresentação de um resumo das estratégias e consensos obtidos pela moderação.



FORMAS DE ENGAJAMENTO DA AUDIÊNCIA PRESENCIAL E REMOTA

O painel irá incentivar a participação da audiência desde o primeiro bloco do painel, a partir da pergunta “o que você faria para defender direitos na rede social, se fosse (...)?”, que será introduzida pelo mediador desde o primeiro bloco, e será complementada por quatro grupos, que representam os setores/perfis dos quatro painelistas do workshop: se fosse... a) uma grande organização de direitos humanos, b) uma jovem ativista indígena, c) chefe em uma agência de influência digital e d) uma pesquisadora. Iremos disponibilizar *post-its* de quatro cores diferentes, que serão posicionados anteriormente, e de forma aleatória, nas cadeiras do evento. O objetivo é que esta pergunta guie a interação com a audiência online e presencial no terceiro bloco, quando a resposta a essa pergunta poderia ser compartilhada pelos presentes e dialogada em conjunto com os painelistas. Também haverá formulário online para aqueles que queiram enviar suas sugestões de forma remota.

Síntese dos debates

TIPO DE MANIFESTAÇÃO (POSICIONAMENTO OU PROPOSTA)	CONTEÚDO	CONSENSO OU DISSENSO	PONTOS A APROFUNDAR
Nirvana – Infância e ciberativismo	Infância historicamente silenciada; redes como espaço de expressão e risco; ativismo digital como ato político	Crianças são sujeitos de direitos; redes sociais não são neutras; é preciso garantir segurança digital. Acesso desigual à internet; tensão en-	Exemplos de ciberativismo infantil; regulação das plataformas; educação digital crítica



		tre expressão e exposição	
Camilo Leon – Comunicação institucional e juventude	Comunicação estratégica com diferentes públicos; escuta ativa; integração entre mídias	Comunicação precisa de propósito; linguagem deve ser adequada ao público; TV ainda é influente	Redes sociais nem sempre alcançam o público desejado; dificuldade de furar bolhas
Instagram e lógica de consumo	Algoritmos favorecem entretenimento; risco de cooptamento de causas; <i>greenwashing</i>	Publicidade não deve dominar o ativismo; fidelidade ao propósito é essencial. Parcerias com marcas podem diluir causas; visibilidade vs. autenticidade	Educação crítica para criadores; modelos alternativos de redes; critérios para identificar <i>greenwashing</i>
Direito à imagem e ao esquecimento	Riscos da exposição infantil; memes e figurinhas; legislação francesa e brasileira	Imagem de criança deve ser protegida; leis precisam ser aplicadas no digital. “Se está na internet, é de todo mundo” é uma ideia perigosa; liberdade de expressão vs. privacidade	Aplicação efetiva da legislação; mecanismos de denúncia; cultura de respeito à privacidade



Influência digital vs. ciberativismo	Termo “influenciador” está em disputa; jovens do #tm-jUNICEF não são produtores de conteúdo comercial.	Ciberativismo é distinto da influência mercadológica; jovens têm voz e propósito. Influência digital pode ser confundida com ativismo; monetização vs. engajamento social	Novos termos para jovens ativistas; formação ética de criadores; regulação do trabalho infantil digital.
--------------------------------------	--	---	--

Falas por blocos

Bloco 1

Quais são os desafios e as oportunidades de falar de direitos das crianças e adolescentes na Internet?

Nirvana: O primeiro desafio é o próprio termo infância. A etimologia vem do latim “*infantia*”, onde o prefixo “in” (uma negação) e pelo particípio do verbo “*faris*” (“falar”), que significa “aquele que ainda não é capaz de falar. Isso demonstra o quanto existe impresso na própria linguagem “infância” a indiferença à agenda das crianças e adolescentes. Dentro do ambiente político e dentro do seio familiar. Isso de mostra que há muito tempo e até hoje, destinasse o lugar da infância à uma subalternidade e invisibilidade a narrativa e a olhares de adultos. Há aproximados 30 anos a Sociologia da Infância vem a questionar e tencionar essa lógica, reconhecendo crianças e adolescente como sujeitos de direitos, saber e vivências legítimas. No Brasil, esse questionamento vem crescendo desde os anos 200 por estudiosos do campo infância e mídia. É importante deixar demarcado que as expressões e denúncias feita dor crianças e adolescentes nas redes digitais não é só um fenômeno comunicacional, é um ato po-



lítico. É uma reivindicação que foi historicamente negada. Isso se torna parcialmente possível com a chegada da web 2.0, quando a internet deixou de ser apenas um lugar de recepção de informações e passa ser um lugar de produção, compartilhamento, construção coletiva, com a liberação do polo de emissão e com pessoas com acesso a internet e dispositivos. É importante destacar que nem todas as pessoas têm acesso a conectividade significativa e a dispositivos que tenham armazenamentos que suportam número significativo de aplicativos e a produção de conteúdo. Mas as que possuem, passam ser grandes produtoras de conteúdo em potencial.

Ao mesmo tempo que novo espaço se abre para a manifestação de expressão, circulação criatividade, as redes sociais não é um espaço seguro. E, ser um ciberativista, é estar em um ambiente disputa por narrativa, por bem viver, por terra, por vida. Então, o território digital, a internet e as redes sociais não são neutras.

Cada um desses pontos produz e intensifica violências estruturais. Isso se agrava quando a própria lógica de arquitetura de vigilância e coleta de dados. As grandes plataformas pertencem big tech que estão localizadas em sua maioria nos estados Unidos, no norte global, onde estão sendo armazenadas as informações de usuário, como crianças e adolescentes ativistas. As redes sociais estão pautadas em um modelo de negócio estruturado no lucro, tempo de tela. É um terreno fértil para desordem informacional, discurso de ódio e perseguição a ativistas e defensores. Então, é preciso entender que há essas séries de obstáculos, mas que também é necessário que crianças e adolescentes ocupam esses espaços, pois suas vozes importam. Além disso, é garantir o direito de expressão, à opinião e participação ativa na vida comunitária e familiar, que já é ratificado no Estatuto da Criança e Adolescentes, e na vida política.



Logo, aqui entra o lugar do direito, comunicadores sociais e das instituições que atuam ao lado de ciberativistas que são crianças e adolescentes para pensar em espaço de internet seguro e estratégias de mitigação de danos, como discurso de ódio, cyberbullying, cyber vigilância. Então, nos bastidores é preciso ter uma gama de profissionais para cuidar dessas crianças a nível físico, psicológica. A luta é por internet, com softwares livre e plataformas descentralizadas entram como grande instrumentos e aliados para pensar novas possibilidades. Dentro e fora das telas.

Camilo Leon: ele fala de a necessidade manter o contato, vínculo com quem a gente está defendendo e de não tirar o pé da realidade. Pois, temos uma grade *gap* entre as gerações. Outro ponto crucial é necessidade de furar a bolha. O principal desafio é saber falar com aqueles que não vive nesse mundo, não tem em sua rotina, para quem precisa “canetar” uma lei/aprovar uma lei. Falo agora como Organismo Internacional, o UNICEF, que está presente em mais de 190 países e é um “adolescente” de 75 anos. A gente tenta bastante se comunicar tanto com os nossos jovens inseridos em diversos contextos quanto como o político, como o judiciário, e outros atores. Hoje, toda organização tem uma rede social, mas apesar de fazer o post e publicar, temos que saber quem nos segue, que no caso do UNICEF Brasil o perfil são de mulheres de 25 a 45 anos. Se eu quero publicar um post para impactar jovens e adolescentes, um post no meu Instagram vai funcionar? Não obrigatoriamente. Então, eu tenho que saber com quem eu quero falar, onde esta pessoa está e com que linguagem eu vou falar. Linguagem, acesso e o público-alvo. Também é preciso enxergar quais são as outras ferramentas de comunicação que a gente tem. E, a Nirvana trouxe um fato que é superimportante para realidade do Brasil, tanto a questão geográfica quanto a socioeconômica, ter um celular com internet não é uma realidade em todo o Brasil. E, a gente ver o poder que a televisão ainda tem, como o jornal e novela que ainda é um grande influenciador. Um exemplo foi que a simples cena na novela recentemente fez crescer 250 mil novos pedidos de pensão aos ex-maridos. O grande desafio que a gente tem é como juntar a mídia tradicional com as redes sociais e escutar as crianças



e adolescentes. Em tão, qual é o meu grande objetivo e com que eu quero falar. Pois, se só falar o que se falar sem o propósito é chegar ao outro lado, isso não é comunicação. Às vezes, é usado termos, que afastam as pessoas e não convida. Logo, temos que conseguir falar com quem é diferente da gente, sem usar termos que afugentem, sensibilizar quem precisa ser sensibilizado e assim realizar de fato uma comunicação.

Bloco 2

Com é possível falar com aqueles que nos seguem e com aqueles que entram nas redes sociais para outros fins e não espera recebe os conteúdos sobre os direitos das crianças e adolescentes?

Nirvana: se remetendo ao Instagram, os algoritmos favorecem um conteúdo que é entretenimento, então fazer que múltiplas causas sociais significam fazer também algumas concessões, o que é perigoso e deve ser feito com muita cautela. Pois é fácil que o discurso ativista pela causa possa ser cooptado pela lógica neoliberal de consumo, um desejo de marca. Acredito que o UNICEF se coloca em m lugar de trazer crianças e adolescentes para favorecer a sua liberdade de expressão, mas há muitos discursos de marcas presentes em redes sociais como o Instagram, que falam falando a favor do meio ambiente e acabam se misturando em narrativas de *Greenwashing* . O consumo está presente na estrutura do Instagram. No fim, é necessária uma grande conscientização de toda a sociedade, mas também direcionada para criadores de conteúdos digitais para as redes digitais, que e a nossa causa de ativismo se distancie um pouco da publicidade. É preciso entender o propósito e ser muito fiel a ele para que não se misture ao modelo de negócio usado d Instagram, por exemplo, que usamos como case aqui. Sabemos que não é uma rota fácil. Por isso temos que repensar o que é internet e que redes sociais queremos, como citei em minha fala inicial. Isso implica um compromisso compartilhado que envolve muitas pessoas e entender que a



publicidade não é um centro de tudo e que nem tudo é negócio, muito menos as causas ativistas.

Camilo: Temos que partir do princípio do que é inegociável. Pois qualquer coisa que fale tem que ir de encontro com a defesa dos direitos das crianças e adolescentes. No UNICEF, não podemos nunca criar uma peça publicidade e de comunicação que exponha a criança ao ridículo. O que eu trago um pouco disso não é da essência da comunicação, mas muitas vezes do formato que se utiliza. Então, temos dois pontos importantes aqui. O primeiro é repensar a estrutura, como é a lógica feita, como o mecanismo de vício das redes sociais. Segundo, por outro lado, temos nesse lugar a presença de jovens e adolescentes, o que é desafio. Então, precisamos ter um mecanismo que chame atenção para o conteúdo, e no meio dele entregue a mensagem sobre os direitos. Para que possamos estar ali dialogando com eles no meio do “*skincare*”, como gosto de falar muito é um “M&M” sabor “brócolis”. Tem os “brócolis”, mas por fora tem uma camada de “chocolate”. Pois, o chocolate é o conteúdo com que você está competindo atenção nas redes.

O #tmjUNICEF é um programa de voluntariado digital criado pelo UNICEF Brasil há cinco anos, fruto de um workshop interno, onde surgiu o desejo de criar um grande grupo de pessoas que pudessemos treinar e passar conhecimento sobre os Direitos Humanos, Direito das Crianças, para produzirem conteúdo em uma escala maior na divulgação desses conteúdos. Pois só um perfil, não adianta. Então, temos que ganhar outros territórios. E, desde quando o programa foi criado, 2020 para cá, tivemos mais de 20mil pessoas que participaram. Hoje, estamos mais focados em produção de conteúdo em cerca de 150 a 200 jovens e adolescentes que têm de 16 a 24 anos, que fazem parte. Temos reunião de pauta semanal, onde é levado o conteúdo que o UNICEF irá trabalhar naquele mês e semana, discute o tema principal e os jovens pensam no roteiro e criam os conteúdos. Isso que tentamos fazer. Causar um espanto, desconfor-



to inicial. Transformar uma coisa séria em algo palatável. Não adianta produzir conteúdo maravilhosos se não chega na ponta, o que é crucial. E isso que tentamos fazer com o #tmjUNICEF hoje. Então, hoje, podemos falar que temos 20 mil pessoas que foram sensibilizadas por esse tema e que certamente estão trabalhando em diversas áreas com essa consciência. Então essa é um dos ferramentais que estamos tentando usar: escutar jovens, produzir com jovens para jovens.

Bloco

3

Como podemos impulsionar e fortalecer as vozes de crianças e adolescentes, os empoderando em seus direitos nas redes sociais sem cair em um lugar de exposição negativa, ampliando os riscos que podem estar expostos?

Nirvana:

acredito que é uma perspectiva de amplificar as vozes dessas crianças dentro dos seus territórios reconhecem a necessidade da fala E possam se posicionarem por si e pôr os seus pares. Dito isso, quando vejo crianças fazendo conteúdo para as redes digitais com causa acho muito incrível, mas fico pensativa em relação aos riscos, cyberbullying, discurso de ódio que podem estar sujeitos, até aos riscos com a própria imagem. Como as figurinhas do whatsapp com imagens de crianças, como os memes também, que ganham uma grande repercussão por anos. Isso é um grande exemplo de como devemos repensar o uso dessa imagem vulnerável. Existem políticas desenvolvida na França sobre o direito ao esquecimento, que devem serem consideradas pelo ordenamento brasileiro quando se fala sobre imagem de criança nas redes sociais, porque quando a imagem dela está ali ela vira um dado, e é quase impossível apagar uma meta dado. Porém na França, existem essa remoção para que a imagem de algum adolescente ou criança que tenha passa por algum tipo de situação vexatória, tem o direito resguardado para pedir que a sua foto não circule e que a rede social re-



movia. E, não é porque uma imagem seja pública, ele possa ser usado de modo inconsequente. Dito isso, precisamos pensar as políticas que acompanhem o desenvolvimento das tecnologias.

Camilo:

Esta ideia de que se está na internet é de todo mundo é cruel. Então, é preciso ter esse direito de esquecimento. E, nós temos que pensar muito o que a gente pode utilizar, qual é o limite para que não fira os direitos de cada pessoa, das crianças especialmente. E, criança que quer falar de alguma coisa, ser ativista e defender algo, sofre um revés bem grande. Como os conteúdos de vacinas e histórias de vidas postados em nossas redes que acabam recebendo muito comentários negativos. E, como a Nirvana já disse, temos legislação que já existem, mas não são aplicadas no mundo digital, o que é um grande problema que temos, e, nos leva a repensar a parte de baixo “iceberg”.

Nirvana:

Convida a todos presentes no painel a repensar o termo influencia digital, quando se direciona a crianças e adolescentes fazendo ciberativismo. Pois o termo ainda está em construção. Aqui no Brasil começa a tomar corpo em 2014. Tem uma pesquisadora brasileira chamada Issaaf Karhawi que desenvolve estudos a respeito disso que me inspiro muito em seu trabalho. Nele, vemos que influenciadores digitais mirins e celebridades da internet são termos diferentes. O termo influenciador digital está muito vinculado a um conteúdo mercadológico, que prioriza em sua narrativa a publicidade. E, quando vejo o conteúdo do #tmjUNICEF, esses jovens não estão vinculados necessariamente a uma publicidade, no sentido de produto. Eles estão ali defendendo causas também, defendendo a si e aos seus. Então, é interessante somar forças e entender que o fenômeno de influenciadores digitais no Brasil está sendo modelado a cada



ano e se aproxima muito de um discurso que o ciberativismo não necessariamente corrobora.

Camilo:

Faz parte do nosso papel aqui fazer treinamento para influenciadores. Pois faz parte da estória da história da comunicação. Independentemente de serem influenciadores, produtores de conteúdo, *creator*, eles têm as suas plateias, tem as suas audiências, e muitos influenciam, até para coisas que não são legais, e eles têm voz. E, a gente tem que estar junto dessas pessoas para mostrar como a gente deve trabalhar e deve tratar os direitos das crianças. Então, ao invés de sermos contar eles, temos que fazer uma espécie de advocacy com esses multiplicadores.

Perguntas:

Ivan Moraes: a regulamentação de plataforma que está sendo debatida no mundo inteiro e está preocupando pais, governo sociedade e empresas. Entendo que não é o tema específico sendo debatido pela empresa, mas não poderia de perguntar ao UNICEF: Como está a discursão interna institucional dentro do UNICEF Global e no UNICEF Brasil sobre a regulamentação da plataforma? Existem princípios que o UNICEF já tem defendido? Existem algo pensado ou já aplicado no UNICEF que aja sobre o tema da regulamentação das plataformas para proteger ou incentivar uso adequado e crianças e adolescentes? Fica a sugestão de um tema que seria fantástico para o #tmjUNICEF, pôr esses jovens e adolescentes que estão vivendo isso para debater e demandar esse direito de regulamentação que é inevitável e urgente.

Como o UNICEF tem se aporfiado do desafio em relação a infância e IA? Quais são os outros problemas vocês conhecem, como você vêm enfrentando-os? Diante das Bet,



que produzem propagandas em *deep fakes*, qual é o papel dos influenciadores na proteção de criança e adolescente?

Gabriela de Almeida Pereira, jornalista que trabalha na comunicação do Fundo da População das Nações Unidas (UNFPA), e entrou na primeira turma do #tmjUNICEF perguntou:

Como conseguir alcançar os jovens que estão com expectativas de estar em um lugar que é tão perigoso e nocivo como a internet enquanto a protegemos desse ambiente, enquanto criamos um lugar melhor para elas? Como criar estratégias de defesa para que ciber. ativistas possam usufruir desse espaço sem adoecer e sem se perderem?

Camilo: o UNICEF trabalha com todo tipo de governo para proteger o interesse máximo da criança. Essa ideia de trabalhar junto com o #tmjUNICEF para escutar o que os jovens têm a dizer, é superimportante para que no momento que a gente precisar de inputs, precisar debater com os atores que estão envolvidos (jovens, crianças, pais e professores) em inúmeras camadas. Ainda não há resposta sobre o posicionamento do UNICEF acerca da regulamentação de plataformas. Sobre Inteligência Artificial o uso dentro do UNICEF para criação de imagens de crianças é terminantemente proibido e temos pensado mais o uso dela de alavancar e otimizar a forma de proteger as crianças. Que isso possa ser utilizado para melhorar a forma de comunicação, o lado positivo, descartando o que é superperigoso como *deepfake*, *deep nude* e toda essa parte de mentira, especialmente para audiência infantil. Sobre influenciadores, temos trabalhado para sensibilizar embaixadores, celebridades para que a gente possa estar juntos deles para sensibilizá-los para produzirem conteúdos de modo mais responsável.

Nirvana: Sobre o *Instagram under thirteen*, houve um grande investimento publicitário para sua divulgação, que deveria ser impulsionada dentro do próprio Instagram para



mostrar quais são os benefícios pensados pelo Instagram para os adolescentes. Não seria interessa trazer essa informação para o centro do debate, até em tópicos, com política de uso acessível, de fato lida e compreendida. Pois hoje enquanto pesquisadora digo que é muito cansativo a política de uso das redes sociais. Demanda muito tempo para fazer leitura, que não é acessível para ler e compreender. Sobre *deepfakes*, *deep nudes* e IA, está na educação midiática e desde uma educação básica até a superior paute o quanto a nossa sociedade está diante de uma desordem informacional. E que, nós todos, independentemente da idade, precisamos desenvolver competências midiáticas para acompanhar os avanços da tecnologia e assim também ser alinhado das infâncias e das adolescências.

Gabriela, que faz parte da delegação do *Youth*, perguntou à Nirvana sobre a PL 2628, voltada para o tópico de perfilamento das crianças e adolescentes. Como vislumbrar um programa kids sobre governança da internet sem ser perfilado constantemente e só cair na lógica do consumo?

Nirvana: acredito que as crianças e adolescente deveriam estar aqui no FIB também, pois o multissetoralismo indica a necessidade de trazer outros corpos para dentro do debate. Pois elas trazem vivências, experiências e culturas que, às vezes, não são traduzidas com tanta facilidade por nós adultos. Então, pensar o movimento de governança na internet que incorpore não só os olhares da infância e adolescentes, mas também a preparação para que eles consigam compreender o quanto eles são sujeitos de direitos do digital é mais do que necessários.

Resultado da dinâmica feita com o público:

Como você defenderia – ou defende – os direitos das crianças e adolescentes na internet **se...**



Post it rosa: o contexto em que você trabalhasse em uma grande organização internacional?

Post it azul: em um contexto em que você produz material científico?

Post it amarelo: em um contexto em que você é um jovem ativista que está nas redes sociais defendendo esse tema?

Respostas coletadas:

- “Peguei rosa. Incidindo junto a coletivos, organizações e governo para desenvolvimento de políticas e com órgãos vinculados para sua execução de forma a proteger direitos e acolher”;
- “Peguei azul. Como pesquisador, eu focaria em pesquisa de campo e coleta de evidências. Na proteção de crianças e adolescentes, eu tentaria trazer maior relevância ao meu trabalho.”;
- “Exigindo uma postura mais diligente das plataformas digitais.”;
- “na voadora”;
- “Promovendo o letramento midiático e digital dos meus filhos.”;
- “Sendo um jovem ativista, eu defenderia os direitos das crianças e adolescentes reivindicando o direito de proteção à imagem desse público e combatendo o bullying nessa faixa etária”;
- “Promovendo o letramento midiático e digital dos meus filhos.”;
- “Jamais calar”;
- “Difundir o conhecimento por meio de palestras nas escolas, tanto com as crianças e adolescentes, como com os professores”;
- “Denunciando posts que ferem a imagem e os direitos das crianças e adolescentes, engajando instituições que lutam na causa...”;
- “Me articulando a organizações da sociedade civil, produzindo materiais de divulgação científica sobre o tema e escutando as crianças e adolescentes”;
- “Nós fazemos na minha instituição promovemos campanhas de conscientização.”;
- “Iniciativas de advocacy e conscientização através da própria Internet e fazendo parcerias com organizações atuantes no tema”;
- “Construir uma internet mais segura para a participação de crianças e adolescentes.”;
- “Trazendo as crianças para ocupar os espaços que ocupo”;
- “Dando voz e fala a esse público, escutando suas necessidades” ;
- “Fazendo esforços pela regulação das plataformas. Inclusive era um bom tema para o Tamo Junto”;
- “Denunciando.”, e



- “De todo jeito.

