
Mídia em Família: Aspectos das Relações Intergeracionais no Contexto do Consumo Digital¹

Renata Alves de Albuquerque OTHON²
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN.

RESUMO

Tendo em vista a centralidade do consumo digital na construção dos relacionamentos sociais das crianças com diversos públicos, este artigo busca identificar que relações de poder no ambiente doméstico surgiram a partir dos usos das TICs. Com fundamento na abordagem da Economia Moral da Família e do Lar (SILVERSTONE; HIRSCH; MORLEY, 1996) e nas transcrições de grupos focais realizados com 28 crianças entre 10 e 12 anos, pertencentes a distintos contextos socioeconômicos, levanta-se problemáticas relacionadas aos formatos de mediação parental restritivo e ativo; aos distintos pontos de vista de adultos e crianças sobre as competências digitais; e ao fenômeno do compartilhamento de imagens da família. As análises sinalizam a necessidade do diálogo entre pais e filhos e a urgência em se reconhecer a importância do papel da educação midiática para ambos.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo digital; economia moral da família e do lar; geração; crianças; mediação parental.

Introdução

Este artigo parte de pesquisa de doutorado que relaciona os processos comunicacionais das crianças, com ênfase em suas experiências nas redes sociais *online*, à emergência da infância na contemporaneidade. Ao refletir sobre as dinâmicas que povoam o universo de crianças e adolescentes, identifica-se que o consumo das tecnologias de informação e comunicação, especificamente dos *smartphones* e dos *sites* de redes sociais, protagoniza os processos de socialização na infância e ocupa uma categoria central na definição das identidades e na produção da subjetividade desses jovens.

Em vista disso, de modo simplista, alguns discursos midiáticos, científicos e do senso comum têm tratado as crianças como parte de uma “Geração Digital”, enaltecendo suas habilidades enquanto consumidoras digitais e como detentoras de conhecimento e de múltiplas competências no campo da comunicação digital³.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Estudos da Mídia, e-mail: renata.othon@hotmail.com.

³ Conforme visto em Othon e Coelho (no prelo).

Não descartamos a familiaridade que os sujeitos nascidos em meio ao uso recorrente de tecnologias de comunicação desenvolveram com interfaces amigáveis e minuciosamente planejadas em função do consumidor. No entanto, é preciso ter em mente as distintas dimensões do consumo presentes nessas tecnologias, que vão desde as técnicas e operacionais até as discursivas, criativas e críticas.

Nesse sentido, as formas de apropriação e as habilidades de uso das mídias podem ser investigadas a partir dos estudos da literacia. O conceito, traduzido de *literacy*, é utilizado para designar competências em informação, em mídia e em internet. Utilizamos, neste texto, a concepção de Livingstone (2011), que engloba a literacidade na internet em três dimensões.

Primeiro, é uma forma de conhecimento com continuidades relativas às outras formas de comunicação (impresso, audiovisual) e engloba fases, que vão desde as operacionais até as mais complexas e críticas. Segundo, “é uma forma localizada de conhecimento que interliga a habilidade individual e as práticas sociais que são possibilitadas (ou impedidas) por recursos (ou capitais) econômicos, culturais e sociais (distribuídos desigualmente)” (LIVINGSTONE, 2011, p. 20-21). Terceiro, “[...] compreende uma série de competências reguladas socialmente englobando tanto o que é valorizado como norma e o que é desaprovado ou visto como transgressor” (LIVINGSTONE, 2011, p. 21).

Sublinhamos, a partir de então, a complexidade do consumo digital e a necessidade de colocá-lo em perspectiva com os relacionamentos sociais. Em vista disso, este artigo busca identificar que relações de poder, entre crianças e adultos, surgiram no ambiente doméstico a partir dos usos das mídias digitais.

Os resultados apresentados são fundamentados em pesquisa empírica empreendida em setembro e outubro de 2019, na qual realizou-se seis grupos focais com 28 crianças entre 10 e 12 anos, estudantes de uma escola pública municipal e outra privada, localizadas em Natal (RN). As discussões e conversações foram gravadas, posteriormente transcritas e analisadas de acordo com a Análise de Conteúdo Temática (BARDIN, 2011).

Economia Moral da Família e do Lar

O encaminhamento teórico parte da abordagem da domesticação da mídia, que engloba os modos pelos quais o espaço social e cultural da casa e as dinâmicas sociais

dos moradores são reconfigurados pelas TICs (CHAMBERS, 2016a). Essa abordagem foi inicialmente construída em torno dos estudos de David Morley, na década de 80, que investigou as relações e práticas familiares a partir do consumo da televisão.

Nesse espectro, baseados na antropologia e na investigação histórica, Silverstone, Hirsch e Morley (1996) introduzem o modelo da *economia moral da família e do lar* para compreender o papel das TICs na natureza das relações existentes entre famílias, em suas ambiências privadas, e os âmbitos públicos.

Em outras palavras, os pesquisadores evidenciam que essas tecnologias, assim como outras mercadorias, são incorporadas à economia doméstica e redefinem práticas e significados de acordo com os valores e interesses de cada família, promovendo laços entre os membros familiares e o mundo exterior à casa.

Por serem entendidas como objetos e como meios, as TICs estão duplamente articuladas com a economia e a cultura e com as culturas privadas e públicas. Uma vez que oferecem dimensões funcionais, materiais, simbólicas e estéticas, tornam o processo do consumo e os relacionamentos ainda mais complexos (CHAMBERS, 2016a, 2016b; SILVERSTONE; HADDON, 1996; SILVERSTONE; HIRSCH; MORLEY, 1996).

Dessa maneira, ao apropriar-se de um *smartphone*, *tablet* ou computador, por exemplo, há uma troca entre os significados públicos inscritos nessas mercadorias e os significados que são criados e transformados individualmente, por cada membro, e conjuntamente, pela rotina familiar.

Ressalta-se, ainda, que a abordagem da domesticação também tem como objetivo perceber as disputas de poder entre os moradores envolvidos no uso das mídias em casa, dando enfoque à agência (CHAMBERS, 2016a), uma vez que:

As mídias provocam um conjunto completo de problemas de controle, de regulação e de manutenção dos limites no lar, problemas que geralmente se expressam no ciclo regular de pânico morais que cercam as novas mídias ou os seus conteúdos, mas que no nível cotidiano, nas casas onde os indivíduos habitam, são destacados por decisões que incluem e excluem conteúdos desses mesmos meios e regulam o que se escuta, com quem se joga, o que se utiliza, etc. (SILVERSTONE; HIRSCH; MORLEY, 1996, p. 45, tradução nossa⁴).

⁴ Traduzido de: “Los medios plantean en el hogar un conjunto completo de problemas de control, de regulación y de mantenimiento de los límites, problemas que se expresan generalmente en el ciclo regular de pánicos morales que rodean a los nuevos medios, o a su contenido, pero que en el nivel cotidiano, en los hogares donde habitan los individuos, se ponen de relieve mediante decisiones que incluyen y excluyen contenidos de esos mismos medios, y regulan en su seno lo que se escucha, con qué se juega, qué se utiliza, etc”.

O consumo midiático integra a definição das dinâmicas familiares e da identidade da família como um todo, assim como de seus membros individuais, por meio de quatro fases: apropriação, objetificação, incorporação e conversão.

A forma como esses processos ocorrem e os significados que criam são determinantes para compreendermos como as crianças se apropriam e acessam as TICs e como socializam intergeracionalmente. Desse modo, analisamos, nos próximos tópicos, as relações intergeracionais com fundamento nessas fases, estabelecendo um diálogo entre seus significados e os sentidos identificados nos diálogos das crianças durante os grupos focais.

Apropriação e Compartilhamento

A primeira fase da economia moral da família e do lar é a *apropriação*, quando, pela posse, a tecnologia abandona a economia formal e adentra a esfera da economia moral, deixando de ser um bem mercantilizado e ganhando significado para o indivíduo ou a família.

Levando em consideração o cenário da mobilidade comunicacional, a pesquisa TIC Domicílios 2019⁵ aponta que 93% dos domicílios brasileiros são equipados com telefone celular e 85% dos indivíduos entrevistados afirmaram possuir o aparelho. Todavia, o crescimento do mercado de telefones móveis apresenta peculiaridades relativas a determinadas características demográficas e socioeconômicas, com hiatos digitais entre indivíduos de áreas urbanas e rurais e de distintas regiões, cor ou raça, grau de instrução, classe social e faixa etária.

A análise dos dados por idade introduz a discussão a respeito das relações intergeracionais no contexto do consumo tecnológico: 65% de jovens entre 10 e 15 anos confirmaram possuir o dispositivo, contra 90% dos entrevistados entre 34 e 44 anos, e 87% de 45 a 59 anos. Desse modo, pressupõe-se que, em muitos dos domicílios participantes da pesquisa, são os adultos que possuem o celular.

Particularmente no universo empírico deste texto, muitas das crianças participantes afirmaram compartilhar dispositivos com os pais/irmãos, sobretudo com as mães. O compartilhamento descrito ocorre por duas razões, que também revelam as diferenças existentes nos contextos socioeconômicos dos estudantes.

⁵ Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/>. Acesso em: 06 out. 2020.

A primeira delas é a falta de recursos socioeconômicos para a aquisição ou manutenção dos aparelhos. Os estudantes da escola pública que compartilham dispositivos relataram, com mais frequência, celulares quebrados, problemas nas telas e jogos e vídeos que “travavam” durante o momento do consumo. Essas situações favorecem o compartilhamento na medida em que as crianças optam por um equipamento com maior qualidade para as suas atividades *on-line*, utilizando os dispositivos de seus pais/responsáveis.

KACCU, 10, E. M.⁶: *Você tem celular?*

RADASSA, 11, E. M.: *Com certeza, e ainda vou ganhar outro. Que o meu tá quebrado. Quer dizer, não tá quebrado não, tá funcionando.*

PESQUISADORA: *Tá com defeito?*

RADASSA, 11, E. M.: *Não.*

RAVENA, 11, E. M.: *Eu não tive essa sorte do meu celular cair e quebrar. Cada vez que ele caía trincava cada vez mais e não prestava metade da tela.*

KACCU, 10, E. M.: *O celular da minha mãe tá com umas manchas pretas na tela.*

O compartilhamento também ocorre devido ao tipo de mediação escolhido pelos pais, que preferem exercer maior controle através da cointerutilização, como nos casos relatados por Júlia e Juliana.

JÚLIA, 11, E. P.: *Eu não tenho celular porque minha mãe não gosta de criança ter celular.*

JULIANA, 10, E. P.: *É, eu também uso o da minha mãe.*

Este é um tipo de mediação específica, na qual ambos realizam atividades no mesmo aparelho, o que garante maior controle sobre as atividades dos filhos – assim como maior espaço para as negociações sobre regras de uso. Tais questões são condizentes com a crescente cobrança da sociedade para que a família assegure que as crianças estejam preparadas para as transformações que estão ocorrendo no trabalho e na educação, ao mesmo tempo em que as protejam de riscos *on-line* (LIVINGSTONE *et al.*, 2017). Nesse caso, o compartilhamento se dá por escolha, e não pela imposição de fatores externos.

⁶ Em conformidade com os aspectos éticos das pesquisas com crianças, os nomes foram substituídos por pseudônimos escolhidos pelos próprios participantes. Ao lado, inserimos a idade da criança e a escola que frequente – Escola Pública Municipal (E. M.) ou Escola Particular (E. P.). Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética e Pesquisa da UFRN.

Assim, dentre os estudantes que relataram compartilhar dispositivos, os da escola pública justificaram, com maior frequência, o uso de telefones celulares de algum membro familiar devido a problemas técnicos com seus próprios aparelhos. Por sua vez, os da escola privada deram mais ênfase ao compartilhamento frente a uma escolha dos pais, o que sinaliza diferentes contextos de consumo digital e diferentes formatos de apropriação.

Objetificação e Privatização do Consumo Digital

A segunda fase da economia moral da família e do lar é expressa através do uso e da forma como os objetos estão dispostos nos entornos espaciais da casa, bem como por meio de como os conteúdos proporcionam uma base para a representação de valores, identidade e autorrepresentação dentro do núcleo familiar. A objetificação, então, proporciona sentido estético e identitário para os membros das famílias e os entornos espaciais do lar.

Sob o ponto de vista material, as tecnologias móveis trouxeram novos significados para a distribuição e disposição dos meios de comunicação em casa. Da televisão na sala, que representa o assistir junto, em família, aos *tablets* e *smartphones* com conexão à internet sem lugar fixo no entorno espacial e em mobilidade junto aos seus usuários.

Sobre esse aspecto, as regras a respeito dos locais em que os telefones celulares são utilizados representam a diferenciação espacial que proporciona as bases para a geografia da casa: adultos podem utilizar esses equipamentos em seus cômodos privados, enquanto as crianças só podem usá-los em cômodos coletivos, por exemplo.

Nesse sentido, 18 dos 28 participantes dos grupos focais afirmaram acessar a internet no quarto, sendo 7 deles estudantes da escola pública municipal (50% dos participantes da instituição) e 11 estudantes da escola privada (78,5%). Essas proporções acompanham os números fornecidos em âmbito nacional pela pesquisa TIC Kids Online 2019⁷, os quais apontam que o uso da internet em ambiente privado (em um lugar onde estejam sozinhos) é maior entre jovens mais velhos e da classe AB.

O primeiro recorte, por faixa etária, indica o receio que os pais têm em relação às crianças mais novas e sua suposta falta de autonomia para lidar com a exposição aos riscos, caracterizando uma disposição mais estratégica das TICs no interior do lar. O

⁷ Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/kids-online/>. Acesso em: 06 out. 2020.

segundo pontua o fato de os ambientes domésticos com distintas rendas terem “arquiteturas midiáticas” e espaciais também diferentes, com a domesticação tecnológica dos domicílios de classe AB mais propensa à multiplicação de objetos tecnológicos e à individualização do consumo (cada membro familiar em seu próprio cômodo).

Ambos os casos não significam, todavia, que essas crianças não estejam fazendo uso privado da mídia, uma vez que o consumo midiático se tornou cada vez mais individualizado devido às telas menores e a dispositivos como fones de ouvido, que possibilitam uma experiência particular mesmo em ambientes coletivos.

Quando analisados pela perspectiva simbólica, os conteúdos que circulam nas redes são utilizados para reforçar as diferenças geracionais entre as crianças/adolescentes e seus pais e constituir processos de exclusão de indivíduos de distintas gerações e idades a partir do que é considerado como adulto (ou “velho”) e infantil. Assim, as crianças demarcam culturas e identidades próprias também a partir do que consomem em termos midiáticos.

PESQUISADORA: Por que vocês não usam YouTube Kids?

MALU, 10, E. M.: Porque é muito infantil! Eu instalei e depois desinstalei! Só tem Peppa Pig, Mundo Bitá... Eu só tenho o Mundo Bitá no meu telefone porque lá em casa tem o irmão de [...] e meus dois primos, se não eu apagava.

HANNA, 10, E. P.: É porque tem canais que a gente gosta, vamos supor, Mariana Cole, Whinderson Nunes, negócio de estudo... De comédia... Se você for botar no YouTube Kids aí tem mais os canais pra bebê. Tipo Lucas Neto... Eu não gosto tanto porque eu acho meio bobinho

BILLIE, 11, E. M.: Facebook é coisa de velho! É desatualizado!

Incorporação, Competências Geracionais e Mediação Parental

A terceira fase da economia moral da família e do lar, chamada *incorporação*, abrange as decisões a respeito de onde a tecnologia deve ser posicionada na casa, quem pode usá-la, em que momentos do cotidiano e de que forma (CHAMBERS, 2016a; SILVERSTONE; HIRSCH; MORLEY, 1996). Tais definições evidenciam as tensões estabelecidas nas ambiências domésticas e afetam as temporalidades da vida cotidiana familiar.

Esses aspectos têm vínculo direto com as relações de poder construídas a partir de meados do século XX, no contexto da globalização cultural e da expansão dos processos de consumo entre esses jovens. Historicamente excluídos dos interesses do mercado, crianças e adolescentes passaram a ter acesso direto às mercadorias e a interagir com os produtos comerciais, sobretudo através dos meios de comunicação, tornando-se peças centrais nas ações mercadológicas e autoridades no consumo de determinados bens.

Em virtude desse cenário, o compartilhamento, as regras e as deliberações instalam disputas entre os moradores envolvidos no uso do celular em casa, as quais abrangem questões relativas à idade e à autoridade e contrariam a suposta autonomia das crianças enquanto consumidoras e usuárias de tecnologias (OTHON; COELHO, 2020).

Isto é, o perfil de liderança no ambiente doméstico pela maior familiaridade com alguns itens de consumo e a posição mais igualitária diante dos adultos são preteridos e dão lugar ao poder aquisitivo e à hierarquia adultocêntrica, o que causa certa tensão nas relações intergeracionais.

As crianças manifestam e reivindicam a existência dessa posição igualitária na medida em que comparam o seu comportamento com os hábitos dos adultos e verificam semelhanças existentes no consumo midiático, o que legitima o próprio consumo.

LALA, 11, E. P.: *E nem sempre é só as crianças que ficam só no celular... Normalmente os adultos ficam mais do que deviam no celular também.*

PESQUISADORA: *Vocês acham que seus pais sabem suficiente sobre internet?*

RADASSA, 11, E. M.: *Não...*

RAVENA, 11, E. M.: *Não! Meu pai nem posta muito não. Mas agora que ele descobriu Netflix...*

KACCU, 10, E. M.: *E meu padrasto, ele não para mais!*

RAVENA, 11, E. M.: *O GTA, o jogo de frutinha do celular!*

[...]

RAVENA, 11, E. M.: *Meu pai fica “nossa, essa menina não sabe ficar sem celular”, e eu disse, “e o senhor não sabe ficar sem a Netflix né? Bora fazer o seguinte, você fica dois dias sem o Netflix e eu fico dois dias sem mexer no celular!”.*

PESQUISADORA: *E o que vocês acham quando as pessoas dizem que vocês estão viciadas?*

RAVENA, 11, E. M.: *Que elas também são.*

PESQUISADORA: *Alguém olha o que vocês tão fazendo no celular?*

MALU, 10, E. M.: *Sim, meu pai.*
ESTELA, 10, E. M.: *Sim, minha mãe.*
ROGÉRIO, 12, E. M.: *A espiã da minha mãe.*
PESQUISADORA: *E eles falam o quê?*
MALU, 10, E. M.: *Eles não falam nada, que eles não podem falar nada, que eles têm!*

Além de condenar a hierarquia e a exclusão presentes nas decisões a respeito da utilização das TICs, aspectos que perdem o sentido em vista das práticas estabelecidas no mercado e dos hábitos dos adultos, as crianças também reivindicam seu consumo a partir da percepção sobre suas habilidades digitais. Isto é, sua autoridade enquanto consumidores de tecnologia também se apresenta como um fator de inclusão das crianças nos processos de consumo digital.

PESQUISADORA: *E seus pais sabem mexer na internet?*
HELENA, 10, E. M.: *Mainha sabe mais ou menos. Eu que tenho que ensinar a ela!*
HENRI, 11, E. M.: *Pronto, então somos dois.*
MALU, 10, E. M.: *Somos três!*
HELENA, 10, E. M.: *Ela não sabia mexer em status! Digai! A pessoa não sabe mexer em status!*
HENRI, 11, E. M.: *Não, mas é assim mesmo. A gente também tem que ter um pouco de paciência, eles já nasceram antigamente, não tinha muita coisa. A gente nasceu já na geração da internet, tipo assim, a pessoa bebê já sabe jogar, já sabe fazer tudo. Antigamente não tinha internet, era o quê? Aquele carrinho de mão...*

PESQUISADORA: *Vocês acham que vocês sabem mais que seus pais sobre internet?*
DIEGO, 10, E. P.: *Eu acho que internet sim, sobre outros assuntos não.*
HANNA, 10, E. P.: *Eu não sei, porque tipo... Minha mãe por exemplo não sabia o que era dixa, aí eu expliquei. E, é... Eu acho que minha avó, pelo amor de Deus... Minha bisavó não sabe botar a senha. E aí ela não sabe botar a senha, ela não sabia gravar áudio, na verdade ela não sabia botar no viva voz, aí ensinei ela. Minha avó não sabia mandar áudio, aí tipo, eu e minha irmã a gente ensina pra elas, porque elas não sabem! Porque na época dela era tudo tipo, ao ar livre, essas coisas...*

Nas relações intergeracionais citadas pelas crianças, identifica-se a presença do discurso relativo à ideia da *Geração Digital* e do empoderamento infantil ligado às tecnologias de informação e comunicação. Isto é, há um sentimento de autonomia que perpassa o consumo midiático dos jovens na contemporaneidade e relativiza o conceito

moderno de infância – o qual trata a criança como o aprendiz e o adulto como o professor⁸.

No entanto, ao longo das discussões nos grupos focais, percebemos que a maioria das competências citadas pelas crianças ocupa o escopo das habilidades operacionais e do manuseio das ferramentas e interfaces dos aplicativos. Parte das habilidades críticas, que incluem, dentre outras, análise e interpretação dos conteúdos consumidos na rede e orientações sobre a construção da rede de amigos, são adquiridas através do diálogo com os pais.

Entende-se, a partir disso, que há uma necessidade de troca entre os membros familiares. Por um lado, novas tecnologias e novos mecanismos de uso são frequentemente introduzidos no mercado, e aqueles que convivem com esses dispositivos desde pequenos levam vantagem pela familiaridade com suas interfaces e linguagens. Por outro, os valores e as bases da sociabilidade são mantidos, possibilitando que os pais os coloquem em diálogo com o consumo digital e ocupem um papel relevante nos processos de socialização de seus filhos.

Essa interlocução é, de certo modo, analisada a partir dos tipos de mediação parental presentes nas rotinas familiares, que vão desde as mais restritivas até as mais ativas. Além da cointilização de mídias, citada anteriormente como uma alternativa escolhida pelos pais ou aplicada em vista da falta de recursos socioeconômicos, identificamos outros dois tipos de mediação, que podem ou não ocorrer conjuntamente com a primeira.

Os casos relatados abaixo por Helena e Lala ilustram um tipo de mediação restritiva, uma vez que há restrições mais rígidas sobre o que pode ser acessado. As regras e normas que proíbem ou limitam hora e local de uso e os *softwares* e ferramentas de controle e monitoramento também são característicos desse tipo de mediação.

HELENA, 10, E. M.: *Mainha proibiu...*

HENRI, 10, E. M.: *De tu usar Instagram?*

PESQUISADORA: *Por que ela proibiu?*

HELENA, 10, E. M.: *Ela não deixa... Não falou por quê.*

⁸ Embora haja relatos das diferenças de conhecimento entre filhos e pais, observamos que os avós foram os mais citados como “incompetentes digitais” nas histórias das crianças, o que indica a possibilidade de aproximação entre as culturas midiáticas de adultos e crianças e de gerações mais próximas e uma expectativa mais otimista em relação aos tipos de mediação que podem ser praticados.

STELLA, 11, E. P.: *Foi uma luta pra meus pais deixarem eu entrar no Instagram! Uma luta!!*

PESQUISADORA: *Foi? O que você disse pra convencê-los?*

STELLA, 11, E. P.: *Ah, eu falei lá que eu poderia ter uma conta privada, tal, aí...*

DIEGO, 10, E. P.: *É, minha mãe só deixou eu entrar com uma conta privada.*

LALA, 11, E. P.: *Minha mãe não deixa eu ter Instagram.*

Por outro lado, o estabelecimento de diálogos sobre maneiras de utilizar as ferramentas e manter-se seguro nas plataformas *on-line* caracteriza a mediação ativa, como nos exemplos abaixo, de Júlia e Dedé. Para tanto, é necessário que os adultos tenham um mínimo de conhecimento sobre o funcionamento das redes – o que pode ser concretizado através da troca constante com os jovens.

JÚLIA, 11, E. P.: *Minha mãe criou a minha conta. Eu tenho uma conta, só que é privada no celular da minha mãe. Aí quando eu vou citar as pessoas eu pergunto “mãe você conhece essas pessoas?”. Porque minha mãe conhece o mundo inteiro se brincar.*

DEDÉ, 10, E. P.: *Minha conta é aberta né? Mas no final de semana mamãe olha o meu Instagram, ela entra em quem tá me seguindo e quem eu estou seguindo. Aí ela “bora tirar essa pessoa do seu Instagram? Ela tá meio estranha...” aí eu tiro. Ou “você precisa mesmo seguir essa pessoa?”, entendeu? Aí ela vai conversando comigo, a gente troca ideias, ela faz tipo uma limpo no meu Instagram.*

Constatamos, ainda, diferenças relativas aos tipos de mediação empregados entre os grupos de estudantes, mais um hiato que reflete as desigualdades socioeconômicas do país. Embora tenham demonstrado a constante prática da cutilização, os estudantes da escola privada também relataram, com mais frequência do que os alunos da rede pública, aprender com os pais/responsáveis e receber orientações a respeito de alguns aspectos dos *sites* de redes sociais – como a privacidade de perfis nas redes; a importância de se filtrar seguidores/amigos; regras de publicação relativas à da criança e à exposição da localização; e tipos de conteúdo considerados adequados. De certo modo, quando demonstram certo domínio sobre o assunto, os adultos reconquistam a autoridade e o poder de fala no processo da mediação, tendo seus discursos aprovados pelas próprias crianças.

Ilustra-se, assim, a abrangência do conceito de literacidade na internet, visto no início do texto, e entende-se que recursos como grau de escolaridade e renda familiar

influenciam o desenvolvimento de competências digitais e conseqüentemente são determinantes na definição dos formatos de mediação parental e nas dinâmicas intergeracionais.

Conversão e Práticas de Sharenting

A quarta e última fase apontada por Silverstone, Hirsch e Morley (1996), a *conversão*, representa o momento em que significados produzidos internamente são expostos e aceitos fora do lar, ou seja, o limite da economia moral se estende e se transforma na economia pública (SILVERSTONE; HIRSCH; MORLEY, 1996). Em outras palavras, ela reflete sobre as formas como a família sinaliza aos outros que faz parte do processo de consumo daquela mídia.

A externalização do consumo digital da família tem sido frequentemente observada através do compartilhamento de imagens em *sites* de redes sociais. Temos assistido, nos últimos anos, à multiplicação de perfis que, ainda que administrados pelos pais, publicizam a rotina de crianças, além de fotografias em família compartilhadas nos perfis dos adultos.

Tais práticas trazem uma importante e crescente reflexão no campo dos Estudos da Infância: a vida digital e a construção da identidade das crianças têm começado antes mesmo de elas nascerem (PONTE; BATISTA, 2019), principalmente através do compartilhamento de aspectos da maternidade no perfil da mãe - compra de enxoval, organização do quarto do bebê e atualizações sobre a gravidez em si.

Apesar de as fotografias e os álbuns de família não serem um fenômeno novo, tendo sido adaptadas em conformidade com a digitalização dos processos, os *sites* de redes sociais, as câmeras fotográficas ubíquas e as lógicas de exposição e visibilidade contemporâneas ampliaram a frequência do compartilhamento dessas imagens, que passaram a retratar as atividades corriqueiras e a vida privada familiar, bem como possibilitaram sua visualização por um público potencialmente mais vasto.

Conhecida como *sharenting*⁹, a prática pode ser marcada, dentre outras questões, pela contínua projeção e autorrepresentação do adulto como boa mãe ou bom pai e da boa família; pela constante busca de aprovação social através desse compartilhamento;

⁹ Neologismo a partir dos vocábulos *share* (compartilhar) e *parenting* (prática da parentalidade). Recentemente vem ganhando destaque nos Estudos da Infância e problematizam os direitos de privacidade das crianças, a obrigatoriedade de publicidade e visibilidade como sinônimo de bom pai ou boa mãe, e a reprodução de padrões e normatizações de gênero e etnia. Ver Choi e Lewallen (2017) e Damkjaer (2018).

pela construção de uma identidade para a criança, especialmente nos casos em que os pais criam perfis e publicam conteúdos em seus nomes; e pela consequente violação da sua privacidade.

Nos trechos abaixo, Stela e Lala opinam sobre o fenômeno e apresentam um ponto de vista crítico, uma vez que apontam problemas relativos à preservação da imagem da criança e ao *sharenting orientado aos pares* (DAMKJAER, 2018), cujo conceito remete ao compartilhamento das imagens voltado para a reação e opinião da rede.

STELLA, 11, E. P.: *Algumas vezes eu não gosto de adultos que tem filhos bonitos ou algo do tipo, e postam no Instagram dele, tipo uma mãe chamada [...].*

LALA, 11, E. P.: *Se aproveita da criança...*

STELLA, 11, E. P.: *Aí ela tem uma filha chamada [...], aí ela vai lá e tudo que ela posta é da menina, e mais ninguém. Não é dela, é só da menina...*

Contudo, o ato de compartilhar também pode ser benéfico, principalmente quando realizado como uma demonstração de afeto e nos casos em que aproxima as culturas digitais de distintas gerações através do diálogo e de práticas consentidas, como no caso de Estela e Hana.

PESQUISADORA: *Seus pais compartilham fotos de vocês nas redes deles?*

ESTELA, 10, E. M.: *Sim, gosto porque dá pra ver que eles gostam de nós. E porque a gente gosta de se amostrar.*

HANA, 11, E. M.: *Minha mãe não posta muita coisa, quem posta por ela sou eu, porque se depender dela ela não posta. Aí eu posto fotos minhas e delas... Mas antes eu peço permissão porque eu não sei se posso postar.*

Para propor um equilíbrio entre o compartilhamento das imagens e os direitos infantis, alguns esforços já têm sido realizados, como a inclusão do fenômeno em pesquisas quantitativas (PONTE; BATISTA, 2019), a identificação de práticas que reduzem o foco na criança e dão ênfase aos contextos espaciais e fotográficos das imagens e o desenvolvimento de guias para a prática de compartilhamento de fotos das famílias (AUTENRIETH, 2018). Em vista disso, o *sharenting* pode representar uma forma de aproximação cultural entre distintas gerações, principalmente quando há uma troca pela qual ambas as partes se interessam.

Considerações Finais

A comunicação em rede, o acesso a conteúdos digitais e a mobilidade e privatização das tecnologias de informação e comunicação têm provocado rearranjos sociais que abrangem práticas e significações desde a esfera da macropolítica (em especial da economia política das TICs) até a dimensão micropolítica, em ambiências locais e individuais (como nos espaços escolares e nos entornos domésticos).

Por conseguinte, o consumo digital tem sido bastante problematizado na disciplina dos Estudos da Infância e da Família por impulsionar novas configurações nos processos de socialização dos indivíduos e suscitar desafios no campo da educação e das relações intergeracionais. Destarte, compreender como esses dispositivos se articulam à vida familiar e estabelecem pontes entre a vida pública e a privada auxilia no entendimento das organizações sociais e das passagens geracionais que marcam determinado tempo, bem como sugerem cenários que oferecem oportunidades para o consumo crítico e responsável das mídias digitais.

As análises feitas ao longo deste texto evidenciam a necessidade do diálogo entre pais e filhos e a urgência em se reconhecer a importância do papel da educação midiática não só para as crianças, mas também para os adultos – enfoque que geralmente é negligenciado. Elas ainda revelam uma questão que pode e deve ser pensada a partir de esforços científicos e sociais: como as políticas públicas, as escolas, a sociedade civil e as próprias empresas de tecnologia e informação podem contribuir para a promoção da educação midiática na sociedade?

Referências

AUTENRIETH, U. Family photography in a networked age. Anti-sharenting as a reaction to risk assessment and behaviour adaption. *In*: MASCHERONI, G.; PONTE, C.; JORGE, A. (ed.) **Digital Parenting**. The Challenges for Families in the Digital Age. Göteborg: Nordicom, 2018. p. 219- 231.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CHAMBERS, D. The domestication of media technology. *In*: CHAMBERS, D. **Changing media, homes and households**: cultures, Technologies and meanings. New York: Routledge, 2016a. p. 44-64.

CHAMBERS, D. Mediatized childhoods and media parenting. *In*: CHAMBERS, D. **Changing media, homes and households: cultures, Technologies and meanings**. New York: Routledge, 2016b. p. 65-87.

CHOI, G.; LEWALLEN, J. “Say Instagram, Kids”: Examining sharenting and children’s digital representations in Instagram. **Howard Journal of Communication**, vol. 29, n. 02, p. 144-164, 2018.

DAMKJAER, M. S. Sharenting = Good Parenting? Four Parental Approaches to Sharenting on Facebook. *In*: MASCHERONI, G.; PONTE, C.; JORGE, A. (ed.) **Digital Parenting. The Challenges for Families in the Digital Age**. Göteborg: Nordicom, 2018. p. 209- 218.

LIVINGSTONE, S. Internet Literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades *on-line*. **Matrizes**, São Paulo, ano 4, n. 2, p. 11-42, jan./jun. 2011.

LIVINGSTONE, S; ÓLAFSSON, K.; HELSPER, E.; LUPIÁÑEZ-VILLANUEVA, F.; VELTRI, G.; FOLKVORD, F. Maximizing Opportunities and Minimizing Risks for Children Online: The Role of Digital Skills in Emerging Strategies of Parental Mediation. **Journal of Communication**, vol. 67, p. 82-105, 2017.

OTHON, R. A. A.; COELHO, M. G. P. Infância capitalizada nos processos comunicacionais em rede: Estudo exploratório sobre o consumo midiático de crianças entre 10 e 12 anos. **Revista Mídia e Cotidiano**, vol. 14, n. 01, p. 74-95, jan./abril. 2020.

OTHON, R. A. A.; COELHO, M. G. P. Retratos da “Geração Digital”: Um Estudo Exploratório Sobre o Consumo Midiático e a Sociabilidade em Rede na Infância. **Comunicação & Sociedade**. No prelo.

PONTE, C.; BATISTA, S. **EU Kids Online Portugal**. Usos, competências, riscos e mediações da internet reportados por crianças e jovens (09-17 anos). EU Kids Online e NOVA FCSH, 2019.

SILVERSTONE, R.; HADDON, L. Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life. *In*: SILVERSTONE, R.; MANSELL, R. (ed). **Communication by Design**. The Politics of Information and Communication Technologies. Oxford: Oxford University Press, 1996, p. 44-74.

SILVERSTONE, R.; HIRSCH, E.; MORLEY, D. Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia. *In*: SILVERSTONE, R.; HIRSCH, E. (org.). **Los efectos de la nueva comunicación: El consumo de la moderna tecnología en el hogar y em la familia**. Barcelona: Bosch, 1996. p. 39- 57.