

Sharenting e engajamento nos perfis de celebridade: o caso @mariaalice

Sharenting and engagement in celebrity profiles: the @mariaalice case

Renata Oliveira Tomaz¹

1 Jornalista com mestrado e doutorado em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ). Pesquisadora de pós-doutorado (PNPD/Capes) no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC/UFF). Colaboradora do projeto Digitalização e Democracia no Brasil, na Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getulio Vargas (FGV DAPP). Cofundadora da Rede de Pesquisas em Comunicação, Infâncias e Adolescências (Recria). Autora do livro "O que você vai ser antes de crescer? Youtubers, infância e celebridade" (EDUFBA). E-mail: renatactomaz@gmail.com.

Resumo

Este trabalho está vinculado a um projeto de pesquisa que investiga a relação entre infâncias, visibilidade e participação na internet. O objetivo é avaliar a repercussão da presença das crianças no contexto da cultura digital. Este artigo aborda o fenômeno do *sharenting*, iniciativa, por parte de pais e mães, de compartilhar imagens e informações de seus filhos. Trata-se de análise quanti-quali do perfil @mariaalice, filha do cantor Zé Felipe e da influenciadora Virgínia Fonseca. O *corpus* do estudo consiste em métricas, postagens, comentários e notícias publicados na semana de 31 de maio a 6 de junho de 2021, em que o perfil teve sua maior adesão de novos seguidores, desde sua criação até a data da coleta. O estudo de caso mostrou que, embora a figura da criança seja o tema das publicações, a produção discursiva está amparada em uma perspectiva adultocêntrica.

Palavras-chave

Sharenting, Instagram, infância, visibilidade, perfil digital de crianças.

Abstract

This work is linked to a research project that investigates the relations between childhoods, visibility and internet participation, which sought to evaluate the repercussion of children engaging in digital culture. The paper addresses the phenomenon of *sharenting*, that is, when parents share images and information on their children. A qualitative and quantitative research of the profile @mariaalice, daughter of singer Zé Felipe and influencer Virgínia Fonseca, was conducted by analyzing metrics, posts, comments and news published from May 31 to June 6, 2021, period in which the profile spiked in the number of new followers since its creation. Results show that, although children are the subject of the publications, the discourse is supported by an adultcentric perspective.

Keywords

Sharenting, Instagram, childhood, visibility, children digital profile.

Introdução

A imersão de crianças nas dinâmicas sociais e culturais engendradas nos espaços conectados, por meio do uso de tecnologias digitais, tem sido cada vez mais problematizada. Não se trata, todavia, de questionar a legitimidade da presença das gerações mais novas em tais ambientes, mas sim de questionar o suposto empoderamento atribuído a meninas e meninos, por serem capazes de manusear tipos diversos de dispositivos ou por terem acesso à internet. Nesse sentido, se, por um lado, houve um grande aumento na circulação de vídeos, fotografias e áudios de bebês, crianças e adolescentes, por outro, essa visibilidade é cada vez mais mobilizada por diferentes atores, servindo à produção de narrativas diversas.

Este trabalho está vinculado à pesquisa de pós-doutorado² que trata da relação complexa entre infância, visibilidade e participação, no âmbito da internet³. O objetivo geral é compreender o desdobramento da ocupação da esfera on-line por crianças, sobretudo nas plataformas de conteúdo gerado pelo usuário (VAN DIJCK, 2013). A intenção é avaliar a repercussão da presença delas, como sujeitos comunicacionais, no contexto digital brasileiro. Que impactos essa visibilidade teria na construção social das infâncias contemporâneas? As crianças passam a ser mais ouvidas? Há algum tipo de fortalecimento na sua condição de sujeito de direitos?

O *sharenting* é a prática de pais e mães publicarem imagens e vídeos de filhas e filhos na internet, principalmente em mídias sociais. Embora abordá-lo não fosse uma intenção do projeto original da pesquisa, sua discussão se impôs, na medida em que essa prática de compartilhamento de imagens e informações de crianças por iniciativa de seus pais e mães se tornou um dos fenômenos comunicativos contemporâneos que conferem visibilidade às crianças. Assim, apresenta-se um estudo de caso da conta @mariaalice, com a intenção de elaborar hipóteses sobre o papel do *sharenting* na construção social da infância no contexto digital.

2 O projeto de pesquisa "Entre a voz e a fala: *youtubers* mirins, celebridade e participação social", realizado no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC/UFF), tem financiamento do Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD/Capes).

3 Agradeço à aluna Lara Barsi, bolsista Pibic do referido projeto, que colaborou com a produção deste estudo de caso, realizando a coleta de dados e participando das discussões provocadas por sua respectiva análise.

Dentre as perguntas que norteiam a discussão, estão as seguintes: que noções de infância contemporânea as práticas de *sharenting* oferecem? Elas dão sustentação à emergência das crianças como sujeitos comunicacionais? Que interlocuções estabelecem?

A conta @mariaalice foi criada em novembro de 2020, antes de a menina nascer, no dia 31 de maio de 2021. Segundo informações da descrição, é um “perfil monitorado pelos papais @zefelipecantor e @virginia”⁴, o cantor Zé Felipe e a influenciadora Virgínia Fonseca. A página foi notícia em muitos veículos on-line, sobretudo nos que fazem cobertura da vida dos famosos, graças ao número de seguidores que reuniu em tão pouco tempo. Ao sair da maternidade, a bebê tinha um perfil com cerca de 3 milhões de seguidores.

A investigação consiste numa análise quanti-quali. Para abordar o aspecto quantitativo, o estudo se baseou em métricas do perfil, disponibilizadas pela plataforma de ranqueamento SocialBlade (MARIA..., 2022), para identificar os picos de engajamento da página e relacioná-los a acontecimentos dentro e fora da plataforma, além de servir de base para a construção do campo e definir *corpus* e amostra. Já o aspecto qualitativo se baseou na produção discursiva oriunda de seis postagens do perfil, centenas de comentários a elas relacionados e cinco notícias on-line, veiculadas na mesma semana em que as publicações foram realizadas, entre 31 de maio e 6 junho de 2021.

O trabalho foi dividido em quatro partes. Na primeira, oferece uma revisão do conceito de *sharenting*. Em seguida, descreve o desenho metodológico do estudo e a construção do campo para, então, elencar os principais indicativos das análises. Por fim, apresenta uma discussão, por meio da qual se sugere, como conclusão, que, mesmo a figura da criança sendo o tema das publicações, a produção discursiva está amparada em uma perspectiva adultocêntrica, ou seja, centralizada nos interesses dos adultos.

Revisão

A prática de exibir a imagem dos filhos não é nova, acompanha o cotidiano de pais e mães em diferentes épocas e culturas. No entanto, ganhou novos

4 Disponível em: <https://www.instagram.com/mariaalice/>. Acesso em: 7 jul. 2022.

contornos na medida em que os processos de datificação da vida foram atingindo diferentes camadas das dinâmicas sociais, produzindo modos específicos de sociabilidade. Com isso, ser pai e ser mãe no âmbito da cibercultura compreende novas possibilidades (BATISTA; COSTA, 2021; MASCHERONI; PONTE; JORGE, 2018; STEINBERG, 2017, 2020), como alimentar laços de parentesco entre indivíduos geograficamente distantes, visibilizar o desenvolvimento das crianças para amigos e familiares de perto e de longe, aproximar do dia a dia de seus filhos e filhas pais e mães, por exemplo, divorciados ou distantes por razões de trabalho. Mas, por outro lado, ao digitalizar a rotina infantil no ambiente on-line, as famílias se deparam com desafios inescapáveis.

Desde a época do Orkut e mais recentemente com o crescimento de plataformas como Facebook e Instagram, para citar algumas, além do acesso a smartphones equipados com câmeras de alta resolução e memórias ampliadas, os registros on-line dos primeiros anos das crianças e até de momentos que antecedem seu nascimento se tornaram paulatinamente corriqueiros. Embora a média do “nascimento digital” (*digital birth*) seja por volta dos seis meses de vida, um terço das crianças tem suas informações e fotos disponíveis na internet com semanas de nascimento. Esses dados, referentes aos anos 2000, são do *AVG Digital Diaries*, o primeiro de uma série de estudos realizados em dez países cujo objetivo foi entender o impacto das tecnologias nas infâncias (AVG, 2010). Ainda de acordo com a publicação, 81% das crianças com menos de dois anos de idade já têm algum tipo de dossiê ou “pegada digital” (*digital footprint*). Nos Estados Unidos, esse número chegou a 92%. Além do país norte-americano, as informações foram coletadas na Ásia, na Europa e na Oceania.

Segundo Stacey Steinberg (2020), o termo *sharenting* (*share + parenting*) foi utilizado pela primeira vez em artigo no *Wall Street Journal* para fazer menção à prática crescente de pais e mães publicando em mídias sociais o cotidiano de filhos e filhas. A problemática central reside na potencial violação à privacidade de crianças e adolescentes (EBERLIN, 2018; SAMPAIO; FUJITA, 2019; STEINBERG, 2017). O direito que os menores de 18 anos têm à privacidade é assegurado em países

signatários da Convenção dos Direitos da Criança, caso do Brasil (1990). Sobre isso, Anna Brosch (2016) enfatiza a necessidade de se pensar o quanto esse fenômeno pode alterar a noção de privacidade, levando a um processo de naturalização da publicização de aspectos comumente protegidos pelo ambiente doméstico. Informações como nome completo e data de aniversário ou imagens da intimidade familiar, ao serem liberadas na grande rede, podem produzir efeitos incalculáveis quando apropriadas, fora de seus referidos contextos, por um grande número de indivíduos, empresas ou governos.

Nesse sentido, a perda da privacidade pode expor meninos e meninas a riscos como: exploração comercial (publicidade personalizada); vigilância, inclusive de governos; sequestro digital (*digital kidnapping*), quando imagens de crianças são utilizadas por terceiros para diferentes fins; situações humilhantes e vexatórias no futuro; uso de dados pessoais por criminosos; danos à reputação; *bullying*; e perda do direito ao esquecimento, entre outros males (BLUM-ROSS, 2015; ENRIQUEZ, 2017; LEAVER, 2021; MEDON, 2020; NIETO, 2021). Importa dizer que isso não significa que a prática do *sharenting*, em si mesma, seja danosa (BLUM-ROSS, LIVINGSTONE, 2017; BROSCH, 2016; STEINBERG, 2020). Além da manutenção de vínculos, ela pode propiciar a troca de experiências para lidar com algum desafio. Por exemplo, o cotidiano de uma criança com algum problema de saúde pode tanto atrair famílias que já enfrentaram a situação – e têm algo a dividir – quanto aquelas que talvez estejam precisando de um acolhimento. O compartilhamento pode, ainda, colocar em articulação pais e mães que decidam pleitear algum direito negligenciado.

Intencionando fazer essa diferenciação, alguns pesquisadores preferem utilizar a expressão (*over*)*sharenting* (LEAVER, 2021; MEDON, 2021) para designar compartilhamentos potencialmente danosos às crianças. Alexandra Batista e Rosalina Costa (2021) indicam em seu trabalho, por outro lado, um aumento da preocupação de pais e mães em serem mais reflexivos a respeito da decisão sobre o que postar e como postar sobre seus filhos e filhas. De acordo com as pesquisadoras, desfocar o rosto das crianças ou cobri-lo com emojis, mostrar partes

do corpo como mãos e pés e não dizer nome ou data de aniversário, além de tornar privados perfis que costumavam ser públicos, são algumas das estratégias que têm sido acionadas na proteção da privacidade infantil.

Nesse sentido, muito da discussão sobre *sharenting* ganhou um caráter ético. Steinberg (2020) questiona como esse compartilhamento mudou as responsabilidades dos pais e das mães. Sua pesquisa nasce de uma inquietação em relação aos limites da liberdade dos pais quanto ao que publicar sobre seus filhos. Comparando diferentes gerações, ela afirma que enquanto a maioria dos pais que pratica o *sharenting* teve a chance de desenhar suas próprias identidades on-line, seus filhos, quando crescerem, já terão uma, sem que tenham tido a oportunidade de defini-la. Desse modo, ela pergunta: como os pais devem lidar com a responsabilidade de narrar ao mundo quem são seus filhos?

Além de um dilema ético, o *sharenting* também pode ser pensado como um fenômeno comunicativo, na medida em que se constitui uma linguagem para expressar não apenas o cotidiano infantojuvenil, mas também para forjar e narrar identidades. Ana Jorge, Lídia Marôpo e Filipa Neto (2021), ao analisarem as representações dos filhos de Cristiano Ronaldo no Instagram, mostram como as postagens da família constroem uma identidade digital, particularmente, para o filho mais velho do jogador de futebol. A relação entre *sharenting* e fama tem alimentado uma parcela dos trabalhos dedicados ao fenômeno, que revela não só os bebês virais, mas também o “trabalho” das famílias blogueiras (ABIDIN, 2017; BLUM-ROSS, 2015; JORGE; MARÔPO; NETO, 2021).

Segundo Alicia Blum-Ross e Sonia Livingstone (2017, tradução nossa), ao realizarem a prática do *sharenting*, pais e mães também estão operando um compartilhamento de si, considerando que a visibilidade de crianças e adolescentes está atrelada à produção identitária parental: “[...] representar a própria identidade como pai ou mãe significa tornar públicos aspectos da (potencialmente vulnerável) vida da criança [...]”⁵. Isso significa que narrar-se como pai ou como mãe pressupõe

5 Tradução livre de: “[...] to represent one’s own identity as a parent means making public aspects of a (potentially vulnerable) child’s life [...]”

a exposição de quem é o filho ou a filha. Assim, é possível dizer que a prática do *sharenting*, embora visibilize crianças e adolescentes, também serve à produção identitária de pais e mães.

O propósito dessa breve revisão foi: 1) identificar algumas das problemáticas que emergem juntamente com o *sharenting*; 2) enquadrar o fenômeno no âmbito de processos comunicativos; e 3) oferecer a premissa de que, embora totalmente centrada na experiência de filhos e filhas, a prática também comunica a vida de pais e mães.

Metodologia

Considerando que este trabalho se origina de uma pesquisa que investiga a relação entre infância, visibilidade e participação, o critério para escolher o objeto de análise foi numérico. A conta @mariaalice, no momento da coleta de dados, outubro de 2021, destacava-se por manter uma rede de quase 6 milhões de seguidores no Instagram, quando a criança tinha cerca de cinco meses de idade. Em função disso, o estudo de caso foi inserido na agenda do referido projeto de pesquisa com a seguinte pergunta: de que maneira as publicações do perfil @mariaalice visibilizam a infância? Essa pergunta importa, uma vez que a investigação procura pistas sobre como as práticas do ambiente on-line permitem, ampliam ou restringem os processos de socialização de crianças. Para responder à questão, a investigação foi dividida em duas etapas, uma quantitativa e outra qualitativa.

A construção do campo se deu a partir de uma pré-análise realizada na plataforma SocialBlade, cuja versão gratuita oferece métricas relativas a plataformas digitais. Após "Instagram" ter sido marcado na caixa de seleção, o termo @mariaalice foi inserido na busca, o que levou a uma página que sumariza dados e indicadores referentes ao perfil, desde sua criação até o momento da coleta (Figura 1). O sumário permite a visualização de três gráficos: um com a curva de seguidores atingidos, outro com a curva de perfis seguidos, e um terceiro com a curva de publicações. Passando o cursor pela linha de

evolução de cada gráfico, é possível visualizar as quantidades relativas a cada um desses indicadores (Figura 1).

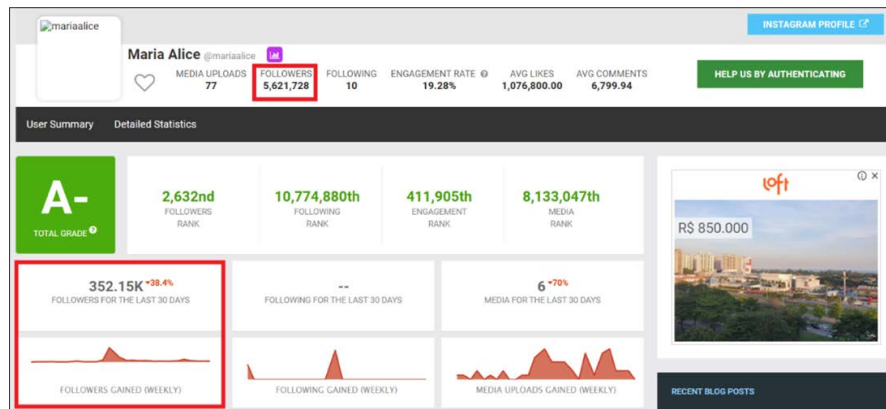


Figura 1: Resumo das métricas do perfil @mariaalice em outubro de 2021

Fonte: SocialBlade | Reprodução.

Analisando os picos de cada gráfico, chamou atenção o fato de o perfil ter atingido, na semana entre 31 de maio e 6 de junho de 2021, mais de 1 milhão e 300 mil seguidores (Figura 2). Esse gráfico foi comparado com o de publicações para tentar estabelecer alguma relação entre o volume ou o tipo de postagens e o aumento no número de novos seguidores. O volume de publicações, no entanto, não justificava o alto crescimento. Os picos de publicação semanal, até o momento da coleta, aconteceram em semanas posteriores ao pico de novos seguidores (Figura 3).



Figura 2: Pico da evolução do número de seguidores do perfil @mariaalice, desde sua criação até outubro de 2021

Fonte: SocialBlade | Reprodução.

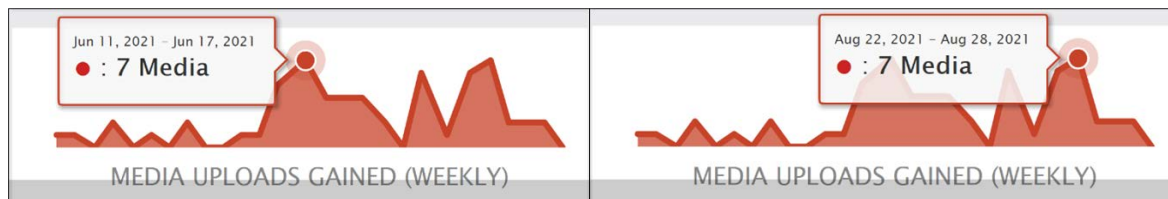


Figura 3: Picos do volume de publicações no perfil @mariaalice, desde sua criação até outubro de 2021

Fonte: SocialBlade | Reprodução.

Voltando à página no Instagram e buscando algumas notícias, verificou-se que o pico de novos seguidores representava a semana do nascimento da bebê Maria Alice, que aconteceu no dia 31 de maio de 2021. O perfil, no entanto, foi criado em novembro de 2020, quando os pais publicaram imagens e vídeos de um chá de revelação (Figura 4). Pareceu, então, produtivo eleger a semana do nascimento da criança como período de análise para o estudo de caso, sendo a referência para a coleta de dados. Após essa definição, passou-se às etapas de análise quantitativa e qualitativa.



Figura 4: Primeira publicação do perfil @mariaalice

Fonte: Instagram | Reprodução.

A análise quantitativa se baseou em três indicadores: métricas do perfil, volume de publicações e engajamento dos seguidores. As métricas estabelecidas dizem respeito ao número de seguidores do perfil @mariaalice; o volume de publicações foi o total de postagens no recorte temporal estabelecido; e o engajamento foi definido para esta pesquisa como o conjunto de comentários

em cada postagem do período analisado. O período de análise, de 31 de maio a 6 de junho de 2021, como explicado acima, corresponde à semana de pico de inscrições no perfil @mariaalice, até o momento da extração dos dados, dia 5 de outubro de 2021 (Figura 2).

Já a investigação qualitativa se baseou em uma análise de conteúdo (MORAES, 1999) das publicações no Instagram, dos comentários relativos a essas publicações e de notícias veiculadas sobre o nascimento de Maria Alice. O conteúdo das publicações refere-se a cada postagem da conta, no período analisado, perfazendo um total de seis postagens (Tabela 1).

Tabela 1: Publicações da conta @mariaalice de 31 de maio a 6 de junho de 2021

Link da publicação	Data	Comentários	Legenda
https://tinyurl.com/5xm55wrj	31/05/2021	+68 mil	Oi gente, eu cheguei 🥰💕
https://tinyurl.com/3hamxfx4	01/06/2021	+28,5 mil	Ti soninho gostoso no colinho do papai 💕
https://tinyurl.com/ydyfnhj4	03/06/2021	+13,5 mil	Carta aberta da mamãe pra Maria Alice: vc é o amor da minha vida, é um amor q chega doer 💕
https://tinyurl.com/5f5ua23w	05/06/2021	+10 mil	Hoje é dia do meu Newborn e eu to deixando todo mundo morrendo de amor antes das fotos ficarem prontas 🥰
https://tinyurl.com/2p964w7f	06/06/2021	+27 mil	Oi pessual, hoje eu completo 1 semana de vida!!!! DOMINGOUUU 🙌 na posição sapinho 🥰
https://tinyurl.com/44z7frdw	06/06/2021	+16,5 mil	Por aqui muito sono e risos, primeiro domingo em casa 💕

Fonte: Instagram | Elaboração própria.

O conteúdo dos comentários foi formado por uma amostra de 100 comentários relativos a cada publicação analisada, extraídos da plataforma com auxílio da versão gratuita da ferramenta IGCommentExport – Export Instagram Comments⁶. Por fim, o conteúdo das notícias veiculadas em páginas on-line consiste nos textos encontrados em pesquisa no buscador do Google Notícia, com o termo “maria alice instagram”. O resultado foi refinado com a inserção do intervalo temporal (31 de maio a 6 de junho de 2021), classificando-o por data, e não por

⁶ A versão paga permite a extração de até 10 mil comentários. Essa ferramenta é usada como uma extensão do navegador Google Chrome e pode ser instalada através do Chrome Web Store.

relevância. Em seguida, foram descartadas todas as notícias que não tivessem no título menção à bebê e/ou ao seu perfil no Instagram⁷. Desse modo, a amostra chegou a cinco notícias⁸ (Tabela 2).

Tabela 2: Notícias sobre a conta @mariaalice de 31 de maio a 6 de junho de 2021

Link	Título	Página	Data
https://tinyurl.com/5n7ajxzp	Maria Alice, filha de Virgínia e Zé Felipe, conquista 3 milhões de seguidores	Marie Claire	01/06/2021
https://tinyurl.com/3b7awres	Filha de Zé Felipe e Virginia Fonseca já é fenômeno no Instagram	SBT	01/06/2021
https://tinyurl.com/bdd9pptc	Filha de Virginia Fonseca já tem milhões de fãs e mimos de luxo	R7	02/06/2021
https://tinyurl.com/3sk2eme2	Zé Felipe posa com a filha recém-nascida e internautas apontam semelhança	Mais Goiás	04/06/2021
https://tinyurl.com/2p9f397t	Virgínia e Zé Felipe se derretem por ensaio newborn de Maria Alice	Quem	06/06/2021

Fonte: Elaboração própria.

Análise

Na data da coleta, 5 de outubro de 2021, o perfil @mariaalice possuía 77 publicações e totalizava 5 milhões, 621 mil e 728 seguidores, dos quais 1 milhão, 306 mil e 286 tinham ingressado na página na semana de nascimento da criança (Figura 2). Já neste momento, a página possuía o símbolo de verificação, uma espécie de selo azul concedido pelas plataformas, mediante solicitação, a contas de personalidades, celebridades ou mesmo empresas de ampla repercussão (Figura 5). São contas obrigatoriamente públicas, com o mínimo de uma publicação, que justifiquem algum tipo de interesse público – comprovado, por exemplo, por meio do número de seguidores, pela menção de seu proprietário em conteúdo noticioso ou por sua relevância para grupos minorizados. A verificação garante, nesse sentido, que não se trata de um perfil falso, de fãs ou de apoiadores,

7 Em alguns casos, o algoritmo do buscador entregou páginas que traziam, por exemplo, hiperlink para uma notícia sobre o perfil @mariaalice e não necessariamente a matéria sobre o caso pesquisado.

8 Vale dizer que os buscadores possuem uma lógica algorítmica que incorpora os rastros do perfil que está logado, no caso, a pesquisadora. Nesse sentido, é possível que o montante de notícias entregues possa apresentar diferenças em relação a uma busca feita por outro usuário, cujos interesses sejam diferentes. Isso acontece porque o trajeto de navegação dos usuários interfere no resultado de busca.

mas sim de um perfil verificado pela plataforma. O selo enquadra a página de @mariaalice entre aquelas de figuras públicas, ao lado de políticos, personalidades, celebridades e marcas famosas.

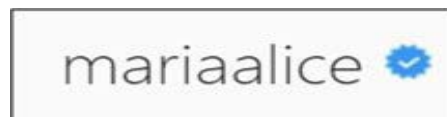


Figura 5: Símbolo de verificação do perfil @mariaalice

Fonte: Instagram | Reprodução.

O alto número de novos seguidores do perfil analisado precisa ser contextualizado pelo fato de a criança ser filha da influenciadora digital Virgínia Fonseca e do cantor Zé Felipe, que, por sua vez, é filho do cantor sertanejo Leonardo. É necessário, nesse sentido, considerar certa transferência de seguidores. No entanto, analisando o histórico dos perfis no Instagram da mãe e do pai da bebê, ficou claro que eles também ganharam novos seguidores (Figura 6; Figura 7). Desde a criação de seus perfis, até a data da coleta, a semana de nascimento da filha também foi o momento em que ambas as contas atingiram o pico de novos seguidores.



Figura 6: Pico na evolução do número de seguidores do perfil @virginia, desde a criação até outubro de 2021

Fonte: SocialBlade | Reprodução.



Figura 7: Pico na evolução do número de seguidores do perfil @zefelipecantor, desde a criação até outubro de 2021

Fonte: SocialBlade | Reprodução.

Os números indicam que o nascimento de Maria Alice publicizado no Instagram produziu engajamento não só na conta @mariaalice, mas também nas contas das quais seus pais são titulares, impulsionando, como em nenhum outro momento, as redes dos dois. No caso de Virgínia Fonseca, houve ganho superior ao da conta em nome da filha: 1 milhão, 506 mil e 25 novos seguidores em apenas uma semana, duas vezes mais do que o segundo pico⁹ (Figura 6), na evolução histórica da conta.

A primeira semana de vida de Maria Alice produziu seis publicações em sua conta no Instagram, quase uma por dia (Tabela 1). Das seis fotos postadas, uma traz o registro do nascimento, no hospital; duas em casa, com a menina enrolada em uma manta; e três relacionadas a um ensaio fotográfico, o chamado ensaio *newborn*. Os textos que acompanham as imagens são breves, de duas a cinco linhas, sempre com emojis de coração ou carinhas sorridentes e felizes, fazendo constantemente referência a sentimentos positivos. Ainda sobre o texto, é escrito comumente em primeira pessoa, como se fosse a própria Maria Alice falando: “Oi gente, eu cheguei”; “Hoje é dia do meu newborn”; “Oi, pessual”. A grafia incorreta das palavras reforça a intenção de atribuir a autoria dos textos

9 Cf. em www.socialblade.com. O segundo pico de novos seguidores na conta @virginia atingiu a marca de 708 mil e 212 novos seguidores, na segunda semana de julho de 2020, mesma época do segundo maior pico da conta @zefelipecantor, 715 mil e 613 novos seguidores. O período coincide com o momento em que o casal assumiu publicamente, nas mídias sociais, seu relacionamento. Mais informações sobre a história do casal disponíveis em: <https://tinyurl.com/35sbsuje>. Acesso em: 28 mar. 2022.

à recém-nascida, conferindo a ela um certo tipo de voz. Ao lado das imagens, os textos das publicações inserem a bebê em uma família nuclear, ao fazer referência à “mamãe” e ao “papai”, sem, contudo, indicar a estrutura e a rede de cuidados a que a criança tem acesso, o que pode ser visto no perfil dos pais, no Instagram, e em outras mídias sociais, como o YouTube, onde a mãe mostra com detalhes a rotina doméstica com babás, quartos extras, apoio dos avós etc.

Cada uma das publicações, no período analisado, gerou milhares de comentários (Tabela 1). A quase totalidade desses comentários incorpora emojis, quando não são completamente compostos por eles. Os mais utilizados são os corações vermelhos, os *smiles* com olhos de coração e os aplausos, indicando positividade. As palavras que os acompanham indicam profundo apreço pela bebê, em alguns casos simulando uma interlocução com a própria criança – “Oi boneca 😍😍”¹⁰; “Oi amiga Maria Alice [...] eu amo muito vc eu tenho 7 anos”¹¹ –, ou mesmo usando uma linguagem que supostamente aproximaria os comentadores de Maria Alice – “Aii modeuzoo 😍😍”, “izi meu deus 😍😍”.

Os comentários foram organizados em três categorias. A primeira e mais volumosa é a que concentra os elogios à Maria Alice e, eventualmente, aos seus pais e demais familiares: “gracinha”, “linda demais”, “anjo”, “perfeita”, “rainha”, “princesa”, “gatinha”, “fofura”, “maravilhosa”, “modelo”, “plena”, “igual ao avô”, “o nariz do pai”; “a Virginia todinha”. Em número bem menor, mas com presença em quase todas as publicações, estão os comentários de autopromoção. O alto engajamento na página pode torná-la um espaço de divulgação: “[...] eu tenho 10 anos, meu sonho é ser influenciador, e conhecer a @virginia, mas não tenho parcerias para mim tornar influenciador, e eu queria pedir vcs pra mim ajudarem, mim seguindo, etc...”¹²; “Sou Fotógrafa [...] se alguém puder ajudar na minha página...obrigada”¹³. Por fim, há comentários

10 Disponível em: <https://tinyurl.com/2p964w7f>. Acesso em: 1 abr. 2022.

11 Disponível em: <https://tinyurl.com/2p8b2up3>. Acesso em: 1 abr. 2022.

12 Disponível em: <https://tinyurl.com/2p8b2up3>. Acesso em: 1 abr. 2022.

13 Disponível em: <https://tinyurl.com/yeeukvyz>. Acesso em: 1 abr. 2022.

críticos aos pais da criança, acusados de usarem a página em benefício próprio: “[...] a menina não tinha nem 3 dias de vida só faz isso por dinheiro além é metida @virginia”¹⁴; “N bastasse o q a Vírginia ganha com o insta dela”¹⁵.

Completando esse ecossistema de interações a partir da conta @mariaalice, estão as notícias on-line publicadas no período analisado por veículos voltados, sobretudo, para a cobertura da vida dos famosos. Três dos cinco títulos que formam esse *corpus* fazem referência à popularidade do perfil da bebê no Instagram: “3 milhões de seguidores” (MARIA..., 2021), “fenômeno no Instagram” (FILHA..., 2021a), “milhões de fãs” (FILHA..., 2021b) (Tabela 2). Alguns dos textos a denominam como “influenciadora” (MARIA..., 2021), “famosa” (MARIA..., 2021), “milionária” (FILHA..., 2021b). Nenhuma notícia aborda questões relacionadas à infância ou à vida das crianças, privilegiando, em vez disso, a temática do sucesso e da fama, notadamente valores de caráter individualista. E apenas uma expôs as críticas ao fato de a recém-nascida possuir uma conta em um site de rede social: “Web tem criticado o fato de Maria Alice já possuir um perfil no Instagram: ‘Vi que tem até email para publicidade’” (MORETTI, 2021).

Por questões de escopo e espaço, não será possível o aprofundamento em cada um desses tópicos identificados na análise. Considerando as questões e os objetivos deste trabalho, alguns aspectos serão retomados na discussão a seguir.

Discussão

A proposta deste artigo é buscar hipóteses sobre que papel a prática do *sharenting* desempenha na construção social das infâncias, razão pela qual se realiza um estudo de caso da conta @mariaalice. A interrogação feita ao objeto em análise é como esse perfil visibiliza a infância. Em razão disso, dois aspectos oriundos das análises quantitativa e qualitativa serão discutidos neste tópico: a fama infantil no contexto do *sharenting* e o caráter adultocêntrico da prática.

14 Disponível em: <https://tinyurl.com/yeeukvyz>. Acesso em: 1 abr. 2022.

15 Disponível em: <https://tinyurl.com/5xm55wrj>. Acesso em: 1 abr. 2022.

Considerando que as infâncias são múltiplas, na medida em que as experiências nos primeiros anos da vida são diversas, é possível dizer que ser uma criança famosa é um modo de ser criança que produz, por sua vez, uma infância específica (O'CONNOR; MERCER, 2017; TOMAZ, 2019). Independentemente da idade, a fama é uma construção social, cujo estatuto vem passando por mudanças, notadamente, no âmbito de uma cultura de massa (FRANÇA; FREIRE-FILHO; LANA; SIMÕES, 2014; FRANÇA; SIMÕES; PRADO, 2020). A bebê Maria Alice, por exemplo, nasceu famosa não porque isso lhe seja inerente, mas em função de um conjunto de possibilidades e de práticas que constituíram sua celebridade. Em primeiro lugar, trata-se de neta e filha de famosos, o que Chris Rojek (2008) chama de celebridade conferida, aquela oriunda dos laços de sangue. Para além disso, existe uma indústria (as mídias sociais, os fotógrafos, os assessores, para citar alguns) a serviço da produção de narrativas que a tornam uma figura pública (MARSHALL, 1997; MOLE, 2007; MORIN, 1989), o que se materializa no selo de verificação concedido pelo Instagram.

O universo informacional em torno de Maria Alice – publicações gerenciadas por seus pais na conta dela e nas deles, engajamento dos seguidores ampliando a visibilidade da criança como figura pública e as notícias que alimentam e são alimentadas por tal repercussão – insere seu caso no fenômeno das microcelebridades (ROJEK, 2008; SENFT, 2008), caracterizadas sobretudo como indivíduos conhecidos em um nicho ou segmento, por exemplo o Instagram. Mas também sinaliza um resultado das práticas de *sharenting*: o surgimento dos bebês microcelebridades (ABIDIN, 2015, 2021). O quadro suscita discussões recorrentes no âmbito da fama infantil sobre atividades econômicas a que crianças e adolescentes – e agora bebês – podem estar expostos (JORGE; MARÔPO; COELHO; NOVELLO, 2021). Comentários e notícias sobre o perfil @marialice fazem referência, por exemplo, à possibilidade de ganho dos pais e da própria criança.

Embora a importância da representatividade das crianças e das infâncias nos aparatos midiáticos seja cada vez mais reconhecida (SAND, 2003), a presença dos mais jovens em um ambiente que não foi elaborado considerando suas

vulnerabilidades provoca continuamente discursos críticos a essa participação (O'CONNOR, 2008, 2009). Na análise em questão, isso apareceu tanto em comentários das postagens do perfil @marialice quanto em notícia veiculada, por meio de registros contrários à sua exposição. A fama infantil, nesse sentido, é um tipo de fama que está sempre em avaliação, uma vez que coloca em questão até que ponto ela expressa o exercício de um direito – o de participação ou de liberdade de expressão, por exemplo – e em que medida fere outro, como o de proteção (MARÔPO; JORGE, 2014).

Outra característica do *sharenting* diz respeito à produção do conteúdo publicizado ser assinada por pais e mães. O assunto toca o direito dos responsáveis à liberdade de compartilhar determinados momentos do dia a dia de seus filhos. Quanto a isso, Steinberg (2017) afirma que a problemática está centrada em um conflito gerado pelo exercício do referido direito em oposição ao direito de crianças e adolescentes à privacidade, uma vez que não foi escolha deles estarem visíveis do modo como estão. Ao realizar um estudo com base em ordenamentos jurídicos estadunidenses, a pesquisadora propõe a criação de modelos de produção de conteúdo que coloquem em articulação – e não em oposição – o melhor interesse da criança e o exercício da livre expressão do papel parental na internet. Fazendo o mesmo exercício, porém na Argentina, Bibiana Nieto (2021) defende que crianças e adolescentes com certo grau de discernimento e maturidade devem ser ouvidos quanto ao desejo de terem imagens e informações a seu respeito divulgadas em perfis na internet.

Por um lado, a produção de conteúdo parental confere um novo aspecto à fama infantil no digital e atribui a filhos e filhas narrativas identitárias das quais nem sempre terão facilidade de se desvencilharem (LEAVER, 2021). Por outro, ao fazer uma curadoria sobre o que mostrar ou não, pais e mães como Zé Felipe e Virginia Fonseca estão não só definindo como filhos e filhas serão conhecidos, mas como eles, enquanto responsáveis, serão identificados, considerando que esse compartilhamento também expressa autoidentidades parentais (BLUM-ROSS; LIVINGSTONE, 2017). Essa possibilidade contribui para o surgimento de fenômenos

como as mães influenciadoras ou as famílias blogueiras (BLUM-ROSS, 2015; JORGE; MARÔPO; COELHO; NOVELLO, 2021; JORGE; MARÔPO; NETO, 2021), onde a prática do *sharenting* dá suporte para uma produção de conteúdo mais ampla.

Tais dinâmicas sinalizam que o fato de as publicações serem centradas na criança não garante que as infâncias sejam a temática da produção discursiva que emerge do *sharenting*. O estudo de caso do perfil @mariaalice, quanto a isso, mostrou que nem as publicações, nem os comentários e nem as notícias avançam em tópicos voltados a demandas e urgências geracionais. Ou seja, o caráter individualista das postagens da conta persiste nos comentários e nas notícias a elas relacionados. Mesmo as trocas de mensagens impulsionadas pela crítica feita aos pais em função da exposição da bebê se desdobram em argumentos de defesa ou acusação sobre o casal.

A: N bastasse o q a Virginia ganha com o insta dela

B: @A deixa ela q tá ganhado e ela siow lagar de julgar as pessoas

C: @A se fosse vc ia fazer do mesmo jeito, cuida da sua vida que vc ganha mais

A: @C gente qto odio... E eu nem falei mal... So comentei... então ta deixa ela...exclui o post...ela n deixa a gente comentar.... Ridícula.¹⁶

Nesse sentido, a ampla visibilidade da conta @mariaalice, conquanto a torne muito conhecida, não amplifica as vozes da infância, ainda que os usuários se refiram à criança de múltiplas formas. São adultos simulando sua fala e simulando sua escuta. As postagens não são capazes de pautar as infâncias em seu amplo alcance, não geram discussões ou debates sobre direitos, segurança, alimentação, bem-estar, educação, lazer ou cuidados relativos às crianças. Nem mobilizam atores diversos no interesse pela vida das crianças ou pelas necessidades que atravessam as infâncias. As notícias, do mesmo modo, restringem-se a celebrar o sucesso da conta, os milhões de seguidores e o potencial financeiro da página,

16 Embora seja possível verificar as referidas contas acessando a publicação e os respectivos comentários, a utilização das letras do alfabeto em lugar das identificações reais visa reforçar a atenção sobre o conteúdo e não suas autoras. Disponível em: <https://tinyurl.com/5xm55wrj>. Acesso em: 1 abr. 2022.

como mostra a informação, em mais de um veículo, da existência de um e-mail disponível para trabalhos publicitários.

A visibilidade da criança, portanto, não se reverte em uma conversação pública que jogue luz sobre as infâncias, mas funciona como um capital de visibilidade (FREIRE FILHO; LANA, 2014) não só para a própria conta, mas para os que dela se valem, a serviço de estratégias de *self-branding* (KHAMIS; ANG; WELLING, 2016). Como a análise evidenciou, o compartilhamento de imagens relativas aos primeiros dias de vida de Maria Alice produziu inscrições nas contas de seus pais como em nenhum outro momento, desde a abertura delas no Instagram. Desse modo, a análise do perfil @mariaalice aponta para elementos que levam à hipótese de que o *sharenting* confere certo tipo de visibilidade às crianças e audibilidade aos adultos.

Considerações finais

O estudo de caso aqui apresentado integra projeto de pesquisa que investiga em que medida a visibilidade de crianças na internet pode conferir a elas audibilidade, ou seja, qualificá-las como sujeitos comunicacionais capazes de interpelar os diferentes atores (TOMAZ, 2019). Embora não fizesse parte do projeto inicialmente, a observação sobre o fenômeno do *sharenting* mostrou-se oportuna, em respeito à intenção de verificar as repercussões da visibilidade infantil no ambiente digital. Desse modo, a proposta da análise do perfil @mariaalice foi identificar como a crescente projeção da imagem da criança se manifesta nesses compartilhamentos e que noções de infância eles apresentam. O objetivo geral consistiu em formular hipóteses sobre o papel do *sharenting* na construção das infâncias no contexto on-line.

Por meio de uma breve revisão, o trabalho problematizou a prática do *sharenting*, a partir de suas questões éticas; enquadrou suas dinâmicas no âmbito dos processos comunicativos; e indicou a premissa de que a publicização do cotidiano de filhos por pais produz narrativas identitárias parentais. Com base nesses apontamentos, o estudo de caso se amparou em uma análise quali-quantitativa

que partiu das publicações realizadas no perfil @marialice. Além das postagens, o *corpus* foi composto pelos comentários referentes a cada uma delas e às notícias on-line relativas à bebê, no período analisado.

O pertencimento a uma família de pessoas famosas e as práticas de *sharenting* constituem as condições de possibilidade para a construção da bebê Maria Alice como figura pública. O alto índice de engajamento em seu perfil, na semana de seu nascimento, repercutiu nas contas de seu pai @zefelipecantor e de sua mãe @virginia, que também tiveram um número recorde de novos seguidores no mesmo período. Embora as imagens e os textos façam referência constante à Maria Alice, os usos de sua figura sustentam uma produção de conteúdo adultocêntrica, que não visibiliza a infância, mas a toma como temática para a promoção de valores individualistas, como riqueza, fama e beleza. Nesse sentido, por meio da análise aqui realizada, o trabalho aponta para a hipótese de que o *sharenting*, mesmo centrado no compartilhamento da rotina infantil, mesmo dando visibilidade crescente às crianças, constitui uma produção de conteúdo e discursiva que privilegia a perspectiva adulta.

Referências

ABIDIN, C. #familygoals: family influencers, calibrated amateurism, and justifying young digital labor. *Social Media+ Society*, Chicago, v. 3, n. 2, p. 1-15, 2017.

ABIDIN, C. Micromicrocelebrity: branding babies on the internet. *M/C Journal*, [s. l.], v. 18, n. 5, 2015.

ABIDIN, C. Pre-school stars on YouTube: child microcelebrities, commercially viable biographies, and interactions with technology. In: GREEN, L. et al. (ed.). *The Routledge companion to digital media and children*. New York: Routledge, 2021. p. 226-234.

AVG Digital Diaries: digital birth. *AVG Digital Diaries: a look at how technology affects us from birth onwards*. Brno: AVG Digital Technologies, 2010. Disponível em: <https://tinyurl.com/yt54vf5h>. Acesso em: 17 nov. 2021.

BATISTA, A.; COSTA, R. P. Parentalidade digital: reflexões em torno da privacidade das crianças online. *Desenvolvimento e Sociedade*, Évora, n. 9, 2021.

BLUM-ROSS, A. 'Sharenting': parent bloggers and managing children's digital footprints. *Parenting for a Digital Future*, London, 17 jun. 2015. Disponível em: <https://tinyurl.com/5n8w325d>. Acesso em: 2 abr. 2022

BLUM-ROSS, A.; LIVINGSTONE, S. Sharenting: parent blogging and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, London, v. 15, n. 2, p. 110-125, 2017.

BRASIL. Decreto n. 99.710, de 21 de novembro de 1990. Promulga a Convenção sobre os Direitos das Crianças. Disponível em: <https://tinyurl.com/y3raklnx>. Acesso em: 18 set. 2021.

BROSCH, A. When the Child is Born into the Internet: sharenting as a growing trend among parents on Facebook. *The New Educational Review*, Torún, v. 43, n. 1, p. 225-235, 2016.

EBERLIN, F. B. von T. Sharenting, liberdade de expressão e privacidade de crianças no ambiente digital: o papel dos provedores de aplicação no cenário jurídico brasileiro. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, Brasília, DF, v. 7, n. 3, p. 256-274, 2018.

ENRIQUEZ, J. Are you tattooed... yet? In: UNICEF. *The State of the world's children 2017*. Children in a Digital World. New York: UNICEF, 2017. p. 94-95.

FERNANDES, E.; MEDON, F. Proteção de crianças e adolescentes na LGPD: desafios interpretativos. *Revista eletrônica da PGC RJ*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, 2021.

FILHA de Virginia Fonseca já tem milhões de fãs e mimos de luxo. *R7*, São Paulo, 2 jun. 2021b. Disponível em: <https://tinyurl.com/bdd9pptc>. Acesso em: 7 jul. 2022.

FILHA de Zé Felipe e Virginia Fonseca já é fenômeno no Instagram. *SBT*, Osasco, 1 jun. 2021a. Fofocalizando. Disponível em: <https://tinyurl.com/3b7awres>. Acesso em: 7 jul. 2022.

FRANÇA, V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P. *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

FRANÇA, V.; SIMÕES, P.; PRADO, D. *Celebridades no século XXI, volume. 2: diversos perfis, diferentes apelos*. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2020.

FREIRE FILHO, J.; LANA, L. Pacto de visibilidade: mídia, celebridades e humilhação. *Contracampo*, Niterói, n. 30, p. 4-23, 2014.

JORGE, A.; MARÔPO, L.; COELHO, A. M.; NOVELLO, L. Mummy influencers and professional sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, Thousand Oaks, v. 25, n. 1, p. 166-182, 2021.

JORGE, A.; MARÔPO, L.; NETO, F. 'When you realise your dad is Cristiano Ronaldo': celebrity sharenting and children's digital identities. *Information, Communication and Society*, London, v. 25, n. 4, p. 516-535, 2021.

KHAMIS, S.; ANG, L.; WELLING, R. Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, London, v. 8, n. 2, p. 191-208, 2016.

LEAVER, T. Balancing privacy: sharenting, intimate surveillance, and the right to be forgotten. In: GREEN, L.; HOLLOWAY, D.; STEVENSON, K. *The Routledge companion to digital media and children*. New York: Routledge, 2021. p. 235-244.

MARIA Alice, filha de Virgínia e Zé Felipe, conquista 3 milhões de seguidores. *Marie Claire*, Porto Alegre, 1 jun. 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/5n7ajxzp>. Acesso em: 7 jul. 2022.

MARIA Alice. Raleigh, NC: Social Blade, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3P8OTBM>. Acesso em: 7 jul. 2022.

MARÔPO, L.; JORGE, A. At the heart of celebrity: celebrities' children and their rights in the media. *Communication & Society*, Pamplona, v. 27, n. 4, p. 17-32, 2014.

MARSHALL, D. Television's construction of the celebrity. In: MARSHALL, D. *Celebrity and power: fame in contemporary culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997. p. 119-149.

MASCHERONI, G.; PONTE, C.; JORGE, A. (ed.). *Digital parenting: the challenges for families in the digital age*. Göteborg: Nordicom, 2018. p. 209-218.

MEDON, F. (Over)sharenting: a superexposição da imagem e dos dados de crianças e adolescentes na internet e os instrumentos de tutela preventiva e repressiva. In: LATERÇA, P.; FERNANDES, E.; TEFFÉ, C.; BRANCO, S. (coord.). *Privacidade e proteção de dados de crianças e adolescentes*. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro, 2021. p. 29-59.

MEDON, F. Big Little Brother Brasil: pais quarentenados, filhos expostos e vigiados. *JOTA*, São Paulo, 14 abr. 2020. Disponível em: <https://tinyurl.com/ywrxp589>. Acesso em: 2 abr. 2022.

MOLE, T. *Byron's romantic celebrity: industrial culture and the hermeneutic of intimacy*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

MORAES, R. Análise de conteúdo. *Revista Educação*, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MORETTI, F. Zé Felipe posa com a filha recém-nascida e internautas apontam semelhança. *Mais Goiás*, Goiânia, 4 jun. 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/c4b32t3x>. Acesso em: 7 jul. 2022.

MORIN, E. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

NIETO, M. B. El sharenting y los derechos personalísimos del niño en Argentina. *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*, La Pampa, v. 11, n. 2, p. 17-32, 2021.

O'CONNOR, J. C. Beyond social constructionism: a structural analysis of the cultural significance of the child star. *Children and Society*, London, v. 23, p. 214-225, 2009.

O'CONNOR, J. C. *The cultural significance of the child star*. New York: Routledge, 2008.

O'CONNOR, J. C.; MERCER, J. (ed.). *Childhood and celebrity*. New York: Routledge, 2017.

ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SAMPAIO, V.; FUJITA, J. A privacidade da criança na internet: sharenting, responsabilidade parental e tratamento de dados pessoais. In: CONGRESSO INTERNACIONAL INFORMATION SOCIETY AND LAW, 2, 2019, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: FMU, 2019. p. 492-493.

SAND, K. *Child performers working in the entertainment industry around the world: an analysis of the problems faced*. Geneva: International Labour Office, 2003.

SENFT, T. *Camgirls: celebrity and community in the age of social networks*. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

STEINBERG, S. *Growing up shared: how parents can share smarter on social media-and what you can do to keep your family safe in a no-privacy world*. Naperville: Sourcebooks, 2020.

STEINBERG, S. Sharenting: children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal*, Atlanta, v. 66, n. 4, p. 839-884, 2017.

TOMAZ, R. O que você vai ser antes de crescer? Youtubers, infância e celebridade. Salvador: EDUFBA, 2019.

VAN DIJCK, J. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013.

submetido em: 2 abr. 2022 | aprovado em: 5 maio 2022