

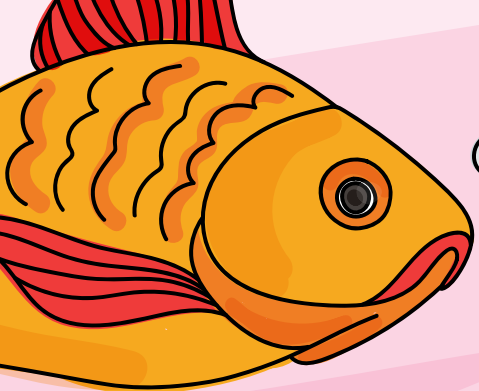
#influencer digital na real

GUIA PARA CRIADORES
DE CONTEÚDO INFANTOJUVENIL



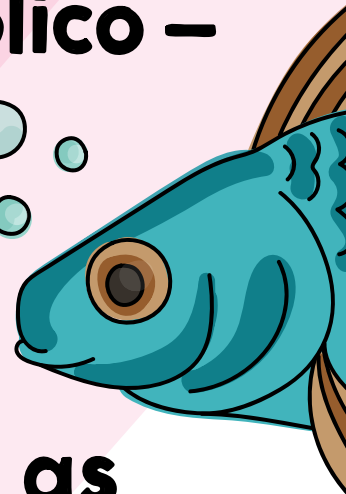
#influencerdigitalnareal
GUIA PARA CRIADORES DE
CONTEÚDO INFANTOJUVENIL





**nós somos
o redes
cordiais** PÁG. 4

**você e o seu público –
relacionamento
transparente** PÁG. 20



**influenciador ou
criador de conteúdo?** PÁG. 6

**o mundo
em que
vivemos** PÁG. 10



**você e as
plataformas
digitais –
recursos** PÁG. 26

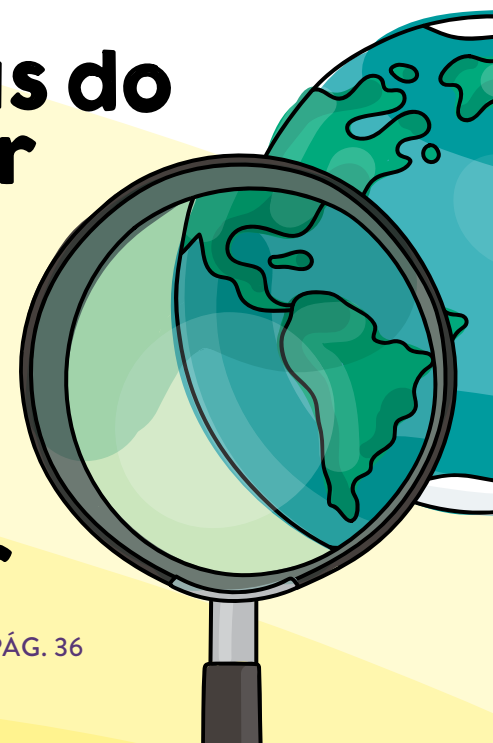


**quem são seus
seguidores?** PÁG. 14

**boas práticas do
influenciador
responsável** PÁG. 32



**para
saber
mais** PÁG. 36



nós somos o redes cordiais

O Redes Cordiais é uma organização de educação midiática que capacita para o enfrentamento da desinformação e do discurso de ódio nas redes sociais, convidando todos a reverem seu papel no universo digital. Usando recursos de diferentes áreas do conhecimento, do jornalismo à Comunicação Não Violenta, o Redes Cordiais promove o diálogo e a informação de qualidade na busca por um ambiente digital mais saudável e de confiança.



O OBJETIVO DESSE GUIA É CONTRIBUIR PARA QUE O SEU PAPEL COMO CRIADOR DE CONTEÚDO E INFLUENCIADOR DIGITAL SEJA MAIS CONSCIENTE, CRÍTICO E RESPONSÁVEL.

Como já dissemos, o Redes Cordiais deseja contribuir para a criação de um ecossistema digital mais harmônico, no qual as pessoas tenham sua voz amplificada de maneira respeitosa e que possam exercer a sua liberdade de expressão com ética, compartilhando valores que favoreçam a construção de um mundo mais sustentável em todos os sentidos.

Acreditamos que cada um de nós tem seu papel na construção desse ambiente e sabemos que, quanto mais diálogo conseguirmos gerar entre o mundo *on* e o *offline*, mais próximos estaremos do grande ideal das redes: ser uma grande praça pública onde todos possam se encontrar, debater, trocar ideias e impressões, de uma maneira respeitosa e construtiva. Vamos juntos?

#influenciadordigitalnareal

influen- ciador ou criador de conteúdo?

“TODOS OS DIAS ESTARÁS
REFAZENDO O TEU DESENHO.
NÃO TE FADIGUES LOGO.
TENS TRABALHO PARA TODA A VIDA.
E NEM PARA O TEU SEPULCRO
TERÁS A MEDIDA CERTA.
SOMOS SEMPRE UM POUCO
MENOS DO QUE PENSÁVAMOS.
RARAMENTE, UM POUCO MAIS.”

CECÍLIA MEIRELLES,
POETISA

Entre os muitos influenciadores que entrevistamos ao longo desses três anos de existência, parece que há uma diferença sutil – mas importante – entre ser um *influencer* e um produtor de conteúdo. A impressão que temos é que produtor de conteúdo qualquer um pode ser, já ser influenciador requer mais responsabilidade.

Afinal de contas, influenciador é alguém que tem o poder de inspirar o outro, trata-se de uma pessoa que detém um certo poder que advém de uma competência e/ou habilidade de convencer os outros a respeito de uma ideia ou opinião que se tem. Portanto, ser influenciador, sem dúvida, requer responsabilidade e consciência do seu poder de persuasão.



SE A GENTE PARAR PRA PENSAR BEM, NOS DIAS DE HOJE, DE UM JEITO OU DE OUTRO, TODOS NÓS SOMOS INFLUENCIADORES DIGITAIS QUANDO POSTAMOS CONTEÚDOS NAS REDES SOCIAIS. A DIFERENÇA ESTÁ NO ALCANCE DAS NOSSAS POSTAGENS E NO NÚMERO DE PESSOAS QUE NOS LEEM, VEEM, COMPARTILHAM, SEGUEM, ENFIM.

Um influenciador de mídia social é alguém que construiu uma reputação por sua experiência em um assunto específico e que posta regularmente sobre esse tópico em plataformas de mídia social. “Um bom influenciador é alguém que está compartilhando bons valores e garantindo que todos se sintam bem depois de terminar de assistir seu conteúdo”, diz a profa. Elisabeth Milovidov, especialista em direitos da criança e do adolescente.

Um influenciador digital é um espelho para os seus seguidores, é alguém que os ajuda a fazer escolhas, a pensar sobre o seu cotidiano, sobre quem é e o que quer ser. Por meio do *influencer* – e nesse caso muito mais daquele que fala com as crianças e os jovens – o público vê e compreende o mundo em que vive, seja ele *on* ou *offline*. Não à toa, a maior parte dos influenciadores, cujos seguidores são crianças e adolescentes, também é bastante jovem e encontra

uma maneira de tornar seu conteúdo mais relevante e interessante usando como exemplo a própria vida. Com uma linguagem descolada, coloquial e simples, vocês falam com sua audiência como se estivessem num grupo de amigos, o que gera identificação e empatia. Ao compartilharem sua rotina de alimentação, exercícios físicos, estudos, trabalho, família, viagens e outros interesses tornam-se uma referência para os seus seguidores. Você se reconhece nessa descrição?

Provavelmente sim e já deve ter pensado várias vezes sobre a importância do seu papel como influenciador e o que pode fazer para gerar conteúdos interessantes, criativos, divertidos e, sobretudo, como diz Milovidov, com os quais as pessoas se sintam bem e inspiradas em suas vidas. A tarefa não é nada simples, porém, quanto mais você refletir sobre ela, se informar sobre as diferentes maneiras de se comunicar com seu público e produzir conteúdos relevantes, mais próximo você estará do seu objetivo.

PRA REFLETIR

QUE HISTÓRIA VOCÊ QUER CONTAR?

A melhor pergunta que você pode se fazer quando for elaborar os conteúdos das suas redes sociais é: que história eu quero contar? O que eu quero que meus seguidores saibam sobre mim, sobre o que eu penso, que tipo de mensagem eu quero deixar para eles? O quão autêntico e transparente eu quero ser?

O que você deixa na rede por meio dos seus conteúdos é a sua imagem, é a sua memória. Estamos em permanente transformação e construção da nossa imagem. Onde quer que a gente vá, deixamos nossas marcas e nas redes deixamos nossas pegadas digitais.

As suas pegadas serão seguidas por milhares de crianças e jovens que serão responsáveis por inúmeras decisões no futuro: econômicas, sociais, ambientais. Que pegadas você quer deixar? Que espelho você quer ser?

o mundo em que vivemos

“COM QUANTOS GIGABYTES SE FAZ UMA JANGADA / UM BARCO QUE VELEJE, QUE VELEJE NESSE INFOMAR?”

GILBERTO GIL,
CANTOR E COMPOSITOR
NA MÚSICA PELA INTERNET

Se um influenciador digital é alguém que espelha o mundo em que vivemos, é fundamental que você compreenda que mundo é esse que estamos a navegar. Seja ele *on* ou *offline*, é fato que estamos em um universo bem mais complexo do que os nossos pais e avós, que contavam com menos informação disponível e com isso - para o bem e para o mal - com menos opções para conhecerem e compreenderem o mundo em que viviam. Tal fato, conseqüentemente, lhes trazia desafios mais controlados e menos angústias na hora de fazer suas escolhas.

“Hoje, a cada dois dias, a humanidade cria mais informação do que os 100 mil anos de civilização até 2003.”

Eric Schmidt,
Presidente do Google

UMA EDIÇÃO DO JORNAL “THE NEW YORK TIMES” CONTÉM UMA QUANTIDADE DE INFORMAÇÃO MAIOR DO QUE AQUELA COM QUE UMA PESSOA QUE VIVEU NO SÉCULO 17 SE DEPARARIA EM TODA A VIDA.

Dados a edição 2020 do infográfico *Data Never Sleeps* (“Dados não dormem nunca”, em tradução livre) da Domo, empresa especializada em computação na nuvem revelam que na Internet, a cada minuto...

347 MIL NOVOS STORIES SÃO POSTADOS NO INSTAGRAM

147 MIL FOTOS SÃO PUBLICADAS NO FACEBOOK

41 MILHÕES DE MENSAGENS SÃO TROCADAS NO WHATSAPP

208 MIL PESSOAS PARTICIPAM DE CONFERÊNCIAS NO ZOOM

O TIKTOK É **INSTALADO 2.704 VEZES** EM NOVOS DISPOSITIVOS

O SPOTIFY INCLUI **28 NOVAS MÚSICAS** AO SEU CATÁLOGO

O YOUTUBE GANHA **500 NOVAS HORAS DE VÍDEO** DOS USUÁRIOS

O TWITTER RECEBE **319 NOVOS USUÁRIOS**

69.444 PESSOAS SE CANDIDATAM A ALGUMA VAGA NO LINKEDIN

A AMAZON ENVIA **6.659 ENCOMENDAS**

... e o mundo gasta US\$ 1 milhão por minuto em compras *online*.



São dados assustadores, não é mesmo? Muitos deles sequer conseguimos imaginar concretamente. Mas eles são

retrato fiel, em números, do universo pelo qual transitamos. Esse é o chamado mundo VUCA, que é a abreviatura das seguintes palavras em inglês:

VOLATILITY

VOLATILIDADE

É importante ter em mente que tudo muda e muda rápido demais

UNCERTAINTY

INCERTEZA

Tudo que parece ser estático, não é. A única certeza é que há incertezas que precisam ser consideradas

COMPLEXITY

COMPLEXIDADE

Cada vez mais vamos nos deparar com situações complexas, cuja solução provavelmente está nas entrelinhas ou na relação entre todas as partes que compõem o problema

AMBIGUITY

AMBIGUIDADE

Para cada luz, há uma sombra. Tudo tem dois lados e cada vez eles se tornam mais evidentes em determinadas situações

No mundo VUCA, é fundamental que tenhamos uma excelente bússola para navegar, e a internet tem águas quase sempre desconhecidas e bem turbulentas, não é mesmo? Por isso, faz parte do seu papel como influenciador digital estar bem informado sobre o que acontece ao seu redor – on e off-line – e pesquisar bastante para poder escolher os conteúdos que produz e divulga.

O influenciador deve ter o compromisso de divulgar informações confiáveis e devidamente checadas.

Tal como o jornalista, tudo o que ele posta deve ser factível e comprovável sob o risco de que ele perca a sua credibilidade. Ser confiável é, sem dúvida, uma das características mais valiosas de um influenciador.

PRA REFLETIR

“Um ambiente informacional desorganizado requer que cada pessoa perceba como ela também pode agir como um vetor nas guerras de informação, e desenvolva um conjunto de habilidades para lidar com a comunicação tanto online quanto offline. (...) (portanto,) seria melhor ensinar os usuários on-line a desenvolverem ‘músculos’ cognitivos na forma de ceticismo emocional, e treiná-los a resistir ao ataque de um conteúdo concebido para ativar medos e preconceitos básicos.”

CLAIRE WARDLE

Pesquisadora, diretora a agência de checagem de fatos First Draft

quem são seus seguidores?

“O QUE EU ESTOU DIZENDO É QUE CADA VEZ QUE VOCÊ DÁ UM LIKE, COMPARTILHA ALGUMA COISA OU USA UMA HASHTAG, VOCÊ ESTÁ CONTRIBUINDO PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA MEMÓRIA COLETIVA. ESTA É UMA RESPONSABILIDADE QUE NÓS TEMOS E QUE VOCÊS DEVEM LEVAR A SÉRIO. (...) A MELHOR COISA QUE NÓS PODEMOS FAZER É EDUCAR AS PESSOAS DESDE MUITO JOVENS A SEREM RESPONSÁVEIS INDIVIDUALMENTE NESTA NOVA REDE DE COMUNICAÇÃO E ENSINÁ-LAS A PENSAR CRITICAMENTE.”

PIERRE LÉVY,
FILÓSOFO E PESQUISADOR
EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Os números atestam que o mundo digital já é parte da vida de crianças e jovens do mundo inteiro. Segundo dados do UNICEF, um em cada três usuários da internet no mundo tem entre 0 e 18 anos. Aqui no Brasil, isso não é diferente. A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2019 aponta que 89%

da população de 9 a 17 anos é usuária de Internet, o que equivale a 24,3 milhões de crianças e adolescentes conectados. De acordo com a pesquisa, 91% dos adolescentes entre 15 e 17 anos usam redes sociais e 20% tiveram o primeiro acesso à internet aos 10 anos de idade.



um em cada
três usuários da
internet no
mundo tem entre
0 e 18 anos

CRIANÇAS E ADOLESCENTES ESTÃO NAS REDES E SÃO OS QUE MAIS COMENTAM E INTERAGEM ALI. ISSO PORQUE É NESTA FASE DA VIDA QUE AS RELAÇÕES SOCIAIS SÃO FUNDAMENTAIS PARA MOLDAR SEU COMPORTAMENTO, VALORES E PARA FORMAR SUA VISÃO DE MUNDO.

É na adolescência que se constrói a identidade e uma das maneiras pelas quais descobrimos quem somos é quando nos comparamos uns aos outros. Olhando ao nosso redor, percebemos nossas similaridades e diferenças e vamos fazendo nossas escolhas. Por isso é tão importante que as crianças e os jovens tenham modelos inspiradores e diversos para que possam compor o seu próprio retrato de si e do mundo. É nessa construção que o influenciador digital exerce um papel fundamental.

Você já deve ter se deparado com crianças e/ou adolescentes que mostraram uma grande carência de atenção, desejo de conversar, interagir ou mesmo apenas brincar.

No contexto em que vivemos, é comum que pais e mães trabalhem fora e passem a maior parte do tempo longe de seus filhos, e as crianças, por vezes, se sentem muito sozinhas.

A Sociedade Brasileira de Pediatria possui um manual no qual recomenda a pais e responsáveis que fiquem atentos à substituição das relações pelo uso de apetrechos digitais. De acordo com o manual, crianças e adolescentes procuram nas mídias a solução para questões como distração, falta de apego ou abandono afetivo.

89% da
população
brasileira de
9 a 17 anos
é usuária de
Internet

80% dos pais
diz que conversa
sobre o que as
crianças e
adolescentes
fazem na
internet

Na pesquisa TIC Kids Online Brasil, a maior parte dos pais e responsáveis, 80%, diz que conversa sobre o que as crianças e os adolescentes fazem na internet; 77% dizem que ensinam jeitos de usar a rede social com segurança; e 57% sentam junto com eles enquanto usam a internet, falando ou participando do que estão fazendo. Os jovens, no entanto, dizem saber mais sobre a rede: 77% da população de 15 a 17 anos acredita conhecer mais sobre a internet do que seus pais ou responsáveis.

Esses dados mostram que, em que pese pais e responsáveis estejam se esforçando para auxiliar os seus filhos para um uso mais saudável da internet e das redes sociais, esse esforço pode não estar sendo suficiente, dada a complexidade de todos os fatores que envolvem a vida online. Nesse sentido, é preciso que todo o ecossistema envolvido na produção de conteúdo

77% da população de
15 a 17 anos acredita
conhecer mais sobre
a internet do que
seus pais ou
responsáveis.

para crianças e jovens na internet esteja atento, buscando maneiras de ajudá-las a navegar nesse universo de maneira mais segura. Você faz parte disso, tendo cada seguidor seu como um parceiro nessa jornada.

A questão não é proteger as crianças da internet, mas protegê-las na internet.

Segundo um dos maiores estudiosos de Educação Midiática do Mundo, o prof. David Buckingham, em seu livro “Crescer na era das mídias eletrônicas”: “A tentativa de proteger as crianças restringindo o acesso às mídias está destinada ao fracasso. Ao contrário, precisamos agora prestar muito mais atenção em como preparar as crianças para lidar com essas experiências e, ao fazê-lo, temos de parar de defini-las simplesmente em termos do que lhes falta”. Em outras palavras, precisamos oferecer a elas os instrumentos necessários para serem cidadãos digitais críticos, conscientes e responsáveis. Isso acontece no cotidiano das redes sociais, quando se oferece às crianças e jovens conteúdos e informações de qualidade, o que, aliás, faz parte dos direitos de todos nós.



OS DIREITOS DAS CRIANÇAS E DO ADOLESCENTE NO AMBIENTE DIGITAL

Desde 2014, o Comitê dos Direitos da Criança da Organização das Nações Unidas (ONU) vem trabalhando intensamente para ouvir crianças e jovens sobre os seus direitos na internet. Mais de 709 crianças de 29 países foram entrevistadas, juntamente com especialistas e organizações da sociedade civil, para a construção do Comentário Geral nº 25, um documento que detalha como a Convenção sobre os Direitos da Criança e do Adolescente – tratado de direitos humanos mais ratificado em todo o mundo com mais de 190 Estados signatários – aplica-se ao mundo digital.

Lançado em 2021, dentre as recomendações mais importantes, o novo Comentário Geral reforça o dever dos Estados em aplicar todas as medidas necessárias para prevenir, monitorar, investigar e punir qualquer desrespeito aos direitos da criança por parte das empresas que operam no universo *online*.

No que diz respeito às ações de marketing voltadas para as crianças na internet, o documento é enfático ao recomendar que os Estados proíbam por lei a prática de publicidade direcionada com base em dados desse público, bem como as ações que dependem de neuromarketing, análise emocional, publicidade imersiva e publicidade em ambientes virtuais e de realidade aumentada. Todas elas devem ser proibidas direta ou indiretamente de serem utilizadas com e para as crianças.

você e o seu público – relaciona- mento transpa- rente

“...A ÚLTIMA COISA QUE UM PROFESSOR PRECISA DAR AOS SEUS ALUNOS É INFORMAÇÃO. ELES JÁ TÊM INFORMAÇÃO DE MAIS. EM VEZ DISSO AS PESSOAS PRECISAM DE CAPACIDADE PARA EXTRAIR UM SENTIDO DA INFORMAÇÃO, PERCEBER A DIFERENÇA ENTRE O QUE É IMPORTANTE E O QUE NÃO É, E ACIMA DE TUDO COMBINAR OS MUITOS FRAGMENTOS DE INFORMAÇÃO NUM AMPLO QUADRO DO MUNDO.”

YUVAL HARARI, ESCRITOR E HISTORIADOR
EM 21 LIÇÕES PARA O SÉCULO 21

No universo informacional em que você transita, você é um educador. Todo produtor de conteúdo o é, especialmente se considerarmos que compartilhar informações, ideias, opiniões é também educar. Nesse sentido, lembrando um dos maiores educadores brasileiros, Paulo Freire, quem ensina também aprende e, nesse sentido, você estabelece com seus seguidores uma relação de troca. Portanto, quanto mais honesta e transparente, mais sólida e verdadeira essa conexão será.



ESTAMOS ASSISTINDO UM FENÔMENO ASSUSTADOR: A DISSEMINAÇÃO EM LARGA ESCALA DA DESINFORMAÇÃO. A CADA DIA É MAIS DIFÍCIL PERCEBER QUAIS AS INFORMAÇÕES SÃO VERDADEIRAS E QUAIS SÃO FALSAS, E TAL FATO TEM GERADO DANOS ENORMES, QUE VÃO DA CRENÇA QUE AS VACINAS FAZEM MAL À SAÚDE ATÉ A TEORIA DE QUE A TERRA É PLANA.

O último Relatório de Mídia Digital do Instituto Reuters da Universidade de Oxford, ao analisar o TikTok, rede acessada pelo público mais jovem atualmente, descobriu que influenciadores e celebridades são a principal fonte de informação de 36% dos usuários, enquanto grandes publicações e jornalistas são referência apenas para 14%. Para esse público (abaixo de 45 anos), os influenciadores e celebridades estão assumindo o papel de jornalistas. Quanto mais “jovem” é a rede social, maior é o número de usuários que busca informação ali.

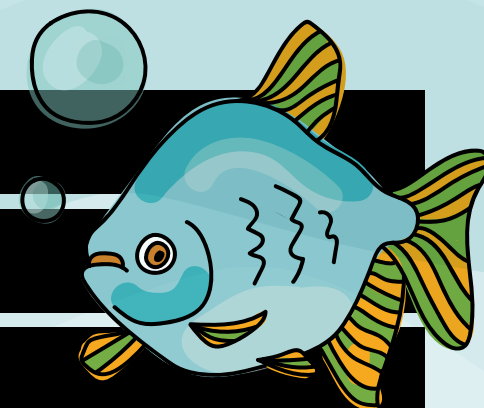
Um estudo produzido pela empresa de marketing de influência Spark, em parceria com o Instituto QualiBest, de pesquisas, apontou que 76% dos consumidores já compraram algum produto ou serviço por meio de recomendações feitas por um influenciador digital.



O que essas pesquisas demonstram é que o poder dos influencers é inquestionável. Seja comercializando produtos ou ditando moda e estabelecendo padrões de beleza ou comportamento, fato é que cada vez que você for compartilhar algum tipo de conteúdo, é bom que pense se ele fortalecerá a confiança dos seus seguidores. Por conta do fenômeno da desinformação, essa nova geração está crescendo sob o efeito das mentiras e informações distorcidas.

Portanto, se há esse número expressivo de jovens que confia nas postagens dos influencers tanto para comprar algo quanto para informar-se, é preciso que os eles tenham como meta fortalecer essa confiança com base na transparência e no cuidado com as informações produzidas e/ou compartilhadas. O Instituto Alana, entidade dedicada às questões que envolvem a infância e a adolescência usa cinco perguntas do livro “Tela com Cautela” de Roberta Ferec e Rafaela Carvalho, que você pode responder, antes de compartilhar seus conteúdos:

v	É VERDADE?
a	VAI AJUDAR?
i	É LEGAL?
o	É ALGO QUE EU GOSTARIA DE OUVIR?
r	É RESPEITOSO?



Como mostra o acróstico (poesia em que as primeiras letras de cada verso formam, em sentido vertical, um ou mais nomes ou um conceito, máxima etc.), são valores fundamentais para a criação de conteúdos honestos, éticos e inspiradores.

Você deve estar acompanhando as discussões em torno do quanto as redes sociais influenciam o estado de ânimo e a autoestima dos usuários, em especial do público infantojuvenil. Várias pesquisas, inclusive realizadas pelas próprias plataformas, atestam essa influência do mundo das telas no mundo real (veja boxes abaixo). Nesse sentido, é interessante que, ao elaborar os conteúdos para as suas redes, você possa enfatizar a importância do seu público equilibrar

a sua vida *on* e *offline*. Sherry Turkle, psicóloga social e professora no Massachusetts Institute of Technology, reviu estudos envolvendo 300 crianças e 150 adultos em seu livro “Alone Together” (sem tradução para o português) e constatou que pessoas que dedicam muito tempo para a conexão *online* se sentem mais solitárias e isoladas, estão mais desconectadas emocionalmente, mais ansiosas e mentalmente estafadas.

O tempo excessivo nas redes sociais reduz o tempo disponível para experiências reais. O Instituto Alana reforça a importância do equilíbrio entre o tempo de tela e o chamado “tempo verde” (fora dela) porque ele proporciona a autorregulação, o que leva a um uso benéfico do mundo digital.

CINCO PONTOS POSITIVOS DA INFLUÊNCIA DO USO DAS REDES EM CRIANÇAS E ADOLESCENTES

1. Pode ser uma fonte de inspiração, especialmente se o conteúdo trazer histórias reais que contenham valores éticos e sustentáveis
2. Pode ser uma maneira de entretenimento e autoexpressão, pois favorece conhecer outras pessoas e modos de ser e pensar
3. Ajuda a desenvolver habilidades sociais, senso social e político, pois faz com que eles se percebam como parte de uma comunidade global, com interesses e objetivos comuns e que a comunicação entre todos é uma poderosa ferramenta de transformação social
4. Torna-os cientes da importância da saúde e do bem-estar quando acessam informações devidamente checadas e compreendem a importância do autocuidado e da autopreservação
5. Auxilia no desenvolvimento de uma identidade, especialmente com relação às minorias raciais, de gênero ou economicamente desfavorecidas.

CINCO PONTOS NEGATIVOS DA INFLUÊNCIA DO USO DAS REDES EM CRIANÇAS E ADOLESCENTES

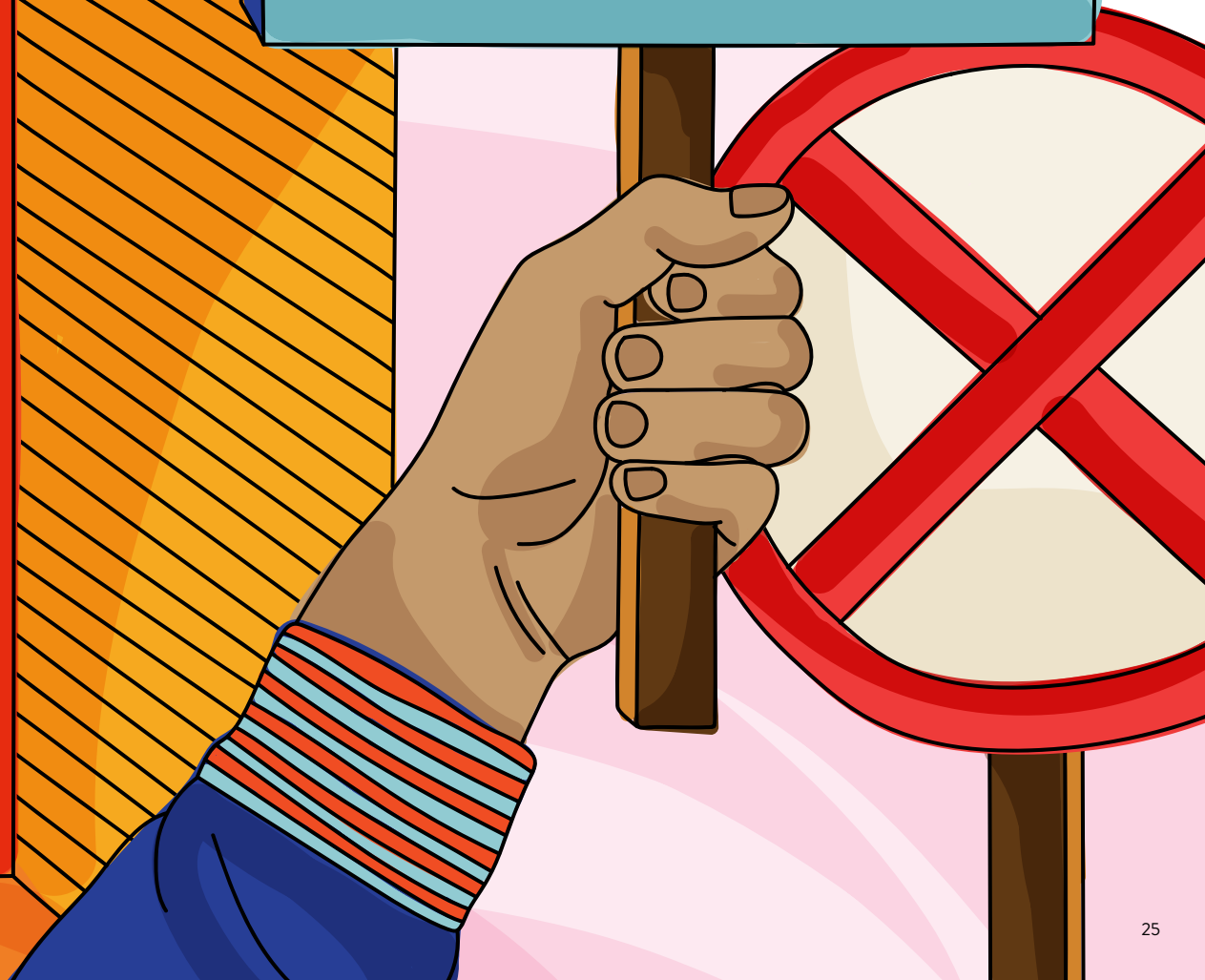
1. Pode levar a problemas de saúde e de desenvolvimento como sedentarismo, obesidade, distúrbios cognitivos e de atenção, de sono e alteração no relógio biológico
2. Pode estimular uma imagem corporal irreal, especialmente se comparada aos modelos inatingíveis que aparecem nas redes
3. Pode favorecer percepções erradas e desenvolver crenças errôneas, reforçando estereótipos de gênero, raça ou condição sociocultural
4. Desenvolver problemas de saúde mental como depressão, solidão, estresse e ansiedade, além de causar dependência, dado que as redes foram estruturadas para que passemos o maior tempo possível conectados a elas
5. Incentivar comportamentos agressivos como *bullying* digital ou o uso do discurso de ódio, dada a possibilidade de postar anonimamente nas redes sociais.

PRA REFLETIR

“A desilusão com as estruturas institucionais levou a um ponto em que as pessoas já não acreditam nos fatos. Se você não confia em ninguém, por que tem de confiar nos fatos? Se ninguém faz nada por mim, por que tenho de acreditar em alguém?”

NOAM CHOMSKY

escritor e professor da Universidade do Arizona



você e as plataformas digitais – recursos

“UM GALO SOZINHO NÃO TECE UMA MANHÃ: ELE PRECISARÁ SEMPRE DE OUTROS GALOS. DE UM QUE APANHE ESSE GRITO QUE ELE / E O LANCE A OUTRO; / DE UM OUTRO GALO QUE APANHE O GRITO QUE UM GALO ANTES / E O LANCE A OUTRO; E DE OUTROS GALOS QUE COM MUITOS OUTROS GALOS SE CRUZEM / OS FIOS DE SOL DE SEUS GRITOS DE GALO, / PARA QUE A MANHÃ, DESDE UMA TEIA / TÊNUE, SE VÁ TECENDO, ENTRE TODOS OS GALOS.”

JOÃO CABRAL DE MELO NETO,
POETA

Quando falamos do ecossistema informacional do qual você faz parte, é claro que também temos de incluir as plataformas sociais. Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, todas elas são a ponte que conecta você à sua comunidade de seguidores.

Como já dissemos, essas redes já se deram conta da sua responsabilidade e da necessidade de regular o seu uso. Obviamente que não é tarefa simples e nem será tão rápida quanto desejaríamos, mas uma série de medidas já está em curso para regulamentar essas atividades e os conteúdos ali compartilhados.

RECENTEMENTE VIMOS QUE O TIKTOK DESATIVOU AS NOTIFICAÇÕES PARA CRIANÇAS APÓS A HORA DE DORMIR, O INSTAGRAM REMOVEU TOTALMENTE OS ANÚNCIOS DIRECIONADOS PARA MENORES DE 18 ANOS E O YOUTUBE, A REPRODUÇÃO AUTOMÁTICA PARA USUÁRIOS ADOLESCENTES.

Essas ações, aparentemente desencadeadas pela Grã-Bretanha, que introduziu um novo conjunto de regulamentações destinadas a proteger as crianças *online*, foram bem-vindas também no mundo inteiro.

Como usuário frequente dessas redes, talvez você já tenha se dado conta de que as plataformas, preocupadas com as polêmicas causadas em torno do uso que as crianças e jovens têm feito delas, têm buscado apoiá-lo para que sua experiência e a de seus seguidores seja fonte de bem-estar, seja por meio de ferramentas que podem auxiliá-lo a se proteger, a comunicar melhor seus conteúdos ou ainda trazendo à tona discussões sobre o impacto das redes na sua saúde mental e na de seus seguidores.

É interessante conhecer melhor esses recursos, por isso disponibilizamos alguns *links* na sequência para que possa acessá-los e avaliá-los.

Além das próprias plataformas, há outras instituições que produzem materiais de apoio para os influenciadores. Uma delas é a SaferNet Brasil, que possui uma página do Dia da Internet segura, disponível *online*, contendo guias, aplicativos, vídeos, etc..



<https://www.safernet.org.br/site/sid2021/recursos>

Além desse, há outros canais de ajuda disponíveis também pela SaferNet Brasil como: <https://www.canaldeajuda.org.br/helpline>, que oferece um serviço de orientação sobre crimes e violações dos Direitos Humanos na internet, de forma anônima e sigilosa. A equipe é composta por profissionais especializados para orientar sobre como prevenir algumas violências *online*, o que fazer para denunciar e, quando possível, facilitar a identificação de instituições de saúde e/ou assistenciais que realizam um atendimento presencial o mais próximo possível da sua cidade/região.



Você não está sozinho, pode também contar conosco do Redes Cordiais

em nosso site www.redescordiais.com.br

e na nossa página do Instagram

www.instagram.com/redescordiais/. Você

terá acesso a dicas, reportagens, guias e informações que poderão ajudá-lo a navegar pelas redes de uma maneira segura e confortável.



CAIXA DE FERRAMENTAS PARA O INFLUENCIADOR INFANTOJUVENIL



É INTERESSANTE QUE VOCÊ CONHEÇA BEM AS PLATAFORMAS NAS QUAIS COSTUMA PUBLICAR SEUS CONTEÚDOS, AFINAL DE CONTAS, ELAS SÃO O MEIO DE COMUNICAÇÃO COM SEUS SEGUIDORES. COMO TUDO NESSE UNIVERSO, AS ATUALIZAÇÕES SÃO CONSTANTES, PORTANTO, É IMPORTANTE QUE VOCÊ ESTEJA ATUALIZADO SOBRE AS NOVAS FUNCIONALIDADES DAS REDES SOCIAIS.

O **Instagram** disponibilizou novas ferramentas que poderão ajudar no gerenciamento dos influencers, como por exemplo a ferramenta “restringir”, em que os comentários feitos nas publicações de uma conta selecionada serão visíveis apenas para ela e as mensagens diretas dessa pessoa irão automaticamente para uma caixa de solicitação de mensagem. A ferramenta “limites” ajuda as pessoas a gerenciar um grande volume de interações indesejadas de uma só vez. Na página do Instagram “[Central de ajuda](#)” você também encontra as diretrizes da comunidade e ferramentas disponíveis para que você possa fazer um uso seguro de todos os recursos da plataforma.



O **YouTube** tem uma [página dedicada](#) a apresentar suas ferramentas de [proteção digital](#) para os menores de 18 anos intitulada “Novas opções de segurança e bem-estar digital para jovens no YouTube e YouTube Kids”.



Na Central de Ajuda do próprio YouTube, há uma série de [links](#) que poderão ajudá-lo a discriminar se o seu conteúdo é infantojuvenil ou não e como produzi-lo e publicá-lo de forma responsável, de modo a proteger você, seus dados e os do seu público-alvo.



<https://support.google.com/youtube/answer/9528076?hl=pt-BR>



https://support.google.com/youtube/answer/10774223?hl=pt-BR&ref_topic=9689353

O **TikTok** disponibiliza em sua plataforma diversos Guias, cujo objetivo é, além de apresentar as ferramentas disponíveis nas redes, oferecer dicas de como produzir conteúdos “que inspiram e educam”. Há o [Guia de bem-estar](#), o [Guia para pais e responsáveis](#), o [Guia para novos usuários...](#) além de informações detalhadas sobre o [controle da privacidade e segurança](#) na rede.



boas práticas do influenciador responsável

“NÃO HÁ COMO CONCEBER A SOCIEDADE DO FUTURO SEM TECNOLOGIA. ENTÃO, SE NÃO PODE VENCÊ-LA, UNA-SE A ELA. TENDE CONTRABALANÇEAR O IMPACTO NEGATIVO, COMO A CRISE DA ATENÇÃO, DA PERSISTÊNCIA E DE PACIÊNCIA. É PRECISO TER DETERMINADAS QUALIDADES SE VOCÊ DESEJA CONSTRUIR CONHECIMENTO E NÃO SÓ AGREGÁ-LO: PACIÊNCIA, ATENÇÃO E A HABILIDADE DE OCUPAR ESSE LOCAL ESTÁVEL, SÓLIDO, NO MUNDO QUE ESTÁ EM CONSTANTE MOVIMENTO. É PRECISO TRABALHAR A CAPACIDADE DE SE MANTER FOCADO.”

ZYGMUNT BAUMAN,
SOCIÓLOGO E FILÓSOFO

O mercado se amplia conforme o consumo das redes sociais. Já foi o tempo em que ser influenciador não era considerado uma profissão. A Federação Americana de TV e Rádio anunciou a criação de um sindicato próprio para influenciadores digitais. Vocês são profissionais das redes sociais e impactam centenas e até milhões de seguidores com suas postagens.



Atentando para isso, o CONAR (Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária) possui uma publicação específica com as regras em relação à produção de conteúdo comercial nas redes sociais.

Dentre elas, destacamos que vocês devem deixar claro quando o *post* for um anúncio publicitário, explicitando qual a sua relação com os anunciantes

e/ou agências. Isso porque a ausência da informação de que o conteúdo é um anúncio e também da explicação de qual é a sua relação com a marca faz com que sua mensagem seja parcial, o que pode levar o consumidor a impossibilidade de fazer uma avaliação correta para embasar a sua compra.

Por isso, esteja atento às boas práticas que vão torná-lo um influenciador responsável!



SEJA AUTÊNTICO E TRANSPARENTE!

COMPARTILHE SEUS CONTEÚDOS COM CRIATIVIDADE SEM, NO ENTANTO, EXIBIR UMA VIDA FICTÍCIA QUE NÃO TEM A VER COM A SUA REALIDADE, LEVANDO OS SEUS SEGUIDORES A IDEALIZAREM UM MUNDO QUE NÃO EXISTE. VOCÊ É ÚNICO E, COMO TAL, PODE EXERCER SUA INFLUÊNCIA DE FORMA ORIGINAL

SEJA PESQUISADOR!

ANTES DE PUBLICAR QUALQUER CONTEÚDO CHEQUE, VERIFIQUE, IDENTIFIQUE FONTES CONFIÁVEIS, CERTIFIQUE-SE DE QUE SUAS INFORMAÇÕES SÃO VERDADEIRAS E PODEM CONTRIBUIR PARA A MELHORIA DO AMBIENTE ON E OFFLINE

SEJA UMA PONTE NA SUA COMUNIDADE!

CRIE CONEXÕES SEGURAS E CONSTRUTIVAS, FAÇA DO SEU GRUPO DE SEGUIDORES UMA COLETIVIDADE PREOCUPADA COM O BEM-ESTAR COMUM E A SUSTENTABILIDADE NOS DIVERSOS NÍVEIS. USE SUA VOZ PARA CRIAR REGRAS QUE GEREM JUSTIÇA E EQUIDADE, PROMOVEDO O CRESCIMENTO DE TODOS

SEJA CUIDADOSO E RESPONSÁVEL QUANDO COMPARTILHAR INFORMAÇÕES E CONTEÚDOS NAS MAIS DIVERSAS LINGUAGENS: VÍDEOS, ÁUDIOS, IMAGENS, TEXTOS.

OBSERVE SE ELES POSSUEM DIREITOS AUTORAIS ANTES DE PUBLICAR E, AO COMPARTILHÁ-LOS, SEMPRE COLOQUE OS CRÉDITOS E AS FONTES. COM ISSO, VOCÊ ESTARÁ FORMANDO O REPERTÓRIO INFORMACIONAL DO SEU PÚBLICO DE MANEIRA ÉTICA E INTELIGENTE

SEJA HONESTO, REVELANDO AS FERRAMENTAS E OS PRODUTOS QUE UTILIZA EM SUAS POSTAGENS. O USO DE FILTROS E OUTROS ARTEFATOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL DEVEM SER USADOS COM MODERAÇÃO E CONTER SINALIZAÇÃO DE QUE AQUELAS IMAGENS ESTÃO SENDO MANIPULADAS. SE VOCÊ ESTÁ REPRESENTANDO UMA MARCA OU PRODUTO, SEJA SINCERO, NÃO HÁ PROBLEMA EM ANUNCIÁ-LOS, DESDE QUE O SEU PÚBLICO SEJA COMUNICADO CLARAMENTE DISSO

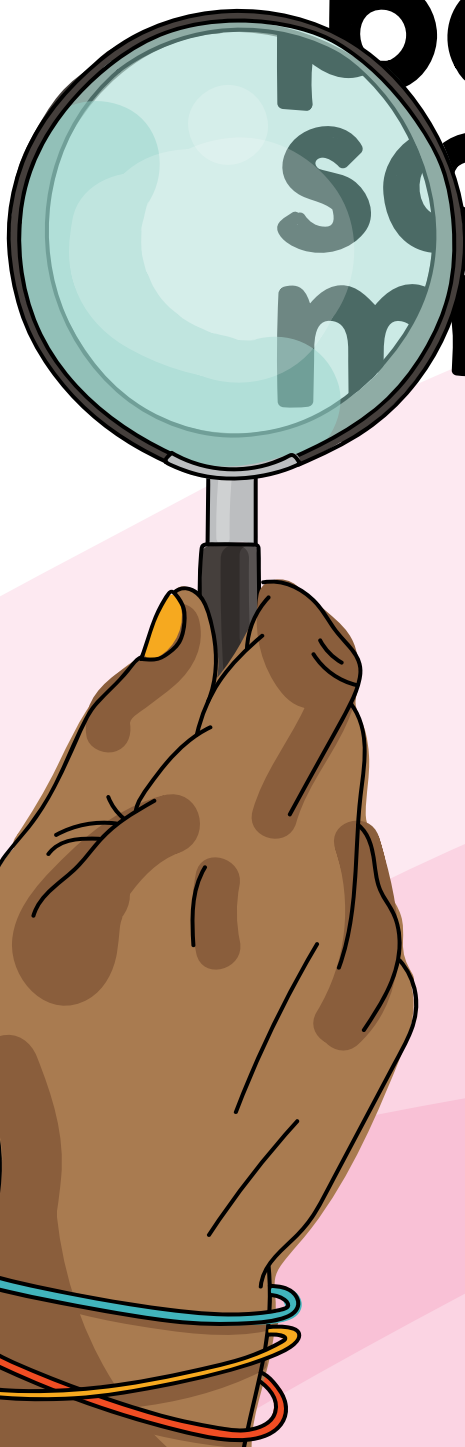
SEJA UM CIDADÃO DIGITAL CRÍTICO E CONSCIENTE!

FORMULE OPINIÕES, TROQUE IDEIAS, SE EXPRESSE! MAS TUDO ISSO DENTRO DOS LIMITES ÉTICOS, O QUE NÃO SE FAZ OFFLINE, TAMBÉM NÃO CABE ONLINE. SER UMA CELEBRIDADE NÃO PROTEGE NINGUÉM DE SER “CANCELADO”, PORTANTO OBSERVE COM MUITA ATENÇÃO OS SEUS LIMITES DE EXPRESSÃO

DENUNCIE CONTEÚDOS AGRESSIVOS E TÓXICOS!

PROTEJA-SE BUSCANDO ORIENTAÇÕES NAS PRÓPRIAS PLATAFORMAS SOCIAIS E PEDINDO AJUDA PSICOLÓGICA A ESPECIALISTAS CONFIÁVEIS. NÃO TENHA TENTE RESOLVER SOZINHO QUESTÕES COMPLEXAS QUE ENVOLVAM VIOLÊNCIA, ASSÉDIO OU ABUSOS DE QUALQUER NATUREZA!

para saber mais



http://new.netica.org.br/files/Handbook_WWW_PT_Web_2015.pdf

The Web We Want - A web que queremos – é uma publicação da European Schoolnet, como apoio de diversas instituições como a Safernet Brasil. É um manual educativo para adolescentes dos 13 aos 16 anos, criado com e por jovens.



<https://www.unicef.org/globalinsight/>

Site do **Office of Global Insight and Policy** que atua como o grupo de reflexão interno do UNICEF, abordando questões de fronteira e práticas emergentes que afetam crianças em sete áreas de política - tecnologia digital, capital humano, governança, meio ambiente, sociedade, finanças e mercados.



<https://www.unicef.pt/?altTemplate=Start-View&mid=18101111,18101111&>

Plataforma de Recursos da UNICEF sobre os Direitos das Crianças



https://www.ftc.gov/system/files/documents/plain-language/1001a-influencer-guide-508_1.pdf

Guia para influenciadores digitais da Federal Trade Commission, entidade protetora do consumidor americano.



<https://criancaeconsumo.org.br>

O site tem como objetivo divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas à publicidade de produtos e serviços dirigida às crianças, bem como apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes dessa comunicação mercadológica.



<https://www.nic.br>

O Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR - NIC.br foi criado para implementar as decisões e os projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br, responsável por coordenar e integrar as iniciativas e serviços da Internet no país.



https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2021/06/guia_trolls_paginasimples_12062021_ok.pdf

Guia do Redes Cordiais e do Internetlab para jornalistas e criadores de conteúdo com ferramentas para identificar, responder e reportar ataques *online*.



PRA REFLETIR

“Quem controla a mídia, controla a mente.”

JIM MORRISON
cantor e compositor



ESTE RELATÓRIO ESTÁ LICENCIADO
SOB UMA LICENÇA CREATIVE
COMMONS CC BY-SA 4.0.

Essa licença permite copiar e redistribuir
o material em qualquer suporte ou
formato, remixar, transformar e criar
a partir do material para qualquer fim,
mesmo que comercial.

TEXTO DA LICENÇA

[https://creativecommons.org/licenses/
by-sa/4.0/deed.pt_BR](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.pt_BR)

REALIZAÇÃO



AUTORA

JANUÁRIA CRISTINA ALVES

PESQUISA

CLARA BECKER

JANUÁRIA CRISTINA ALVES

REVISÃO DE TEXTO

VERÔNICA FERREIRA

COORDENAÇÃO DE PROJETO

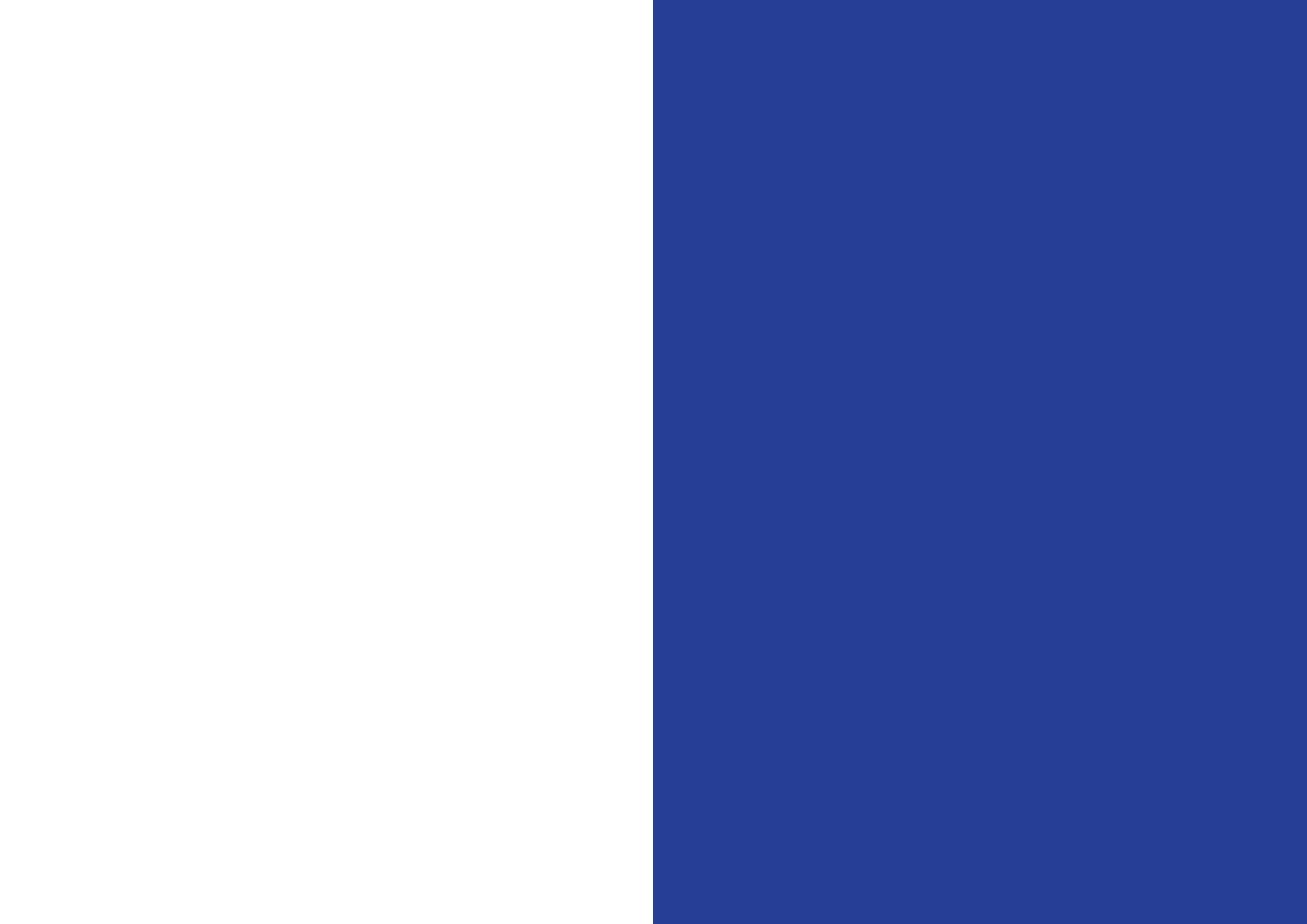
LUCAS CORTEZ

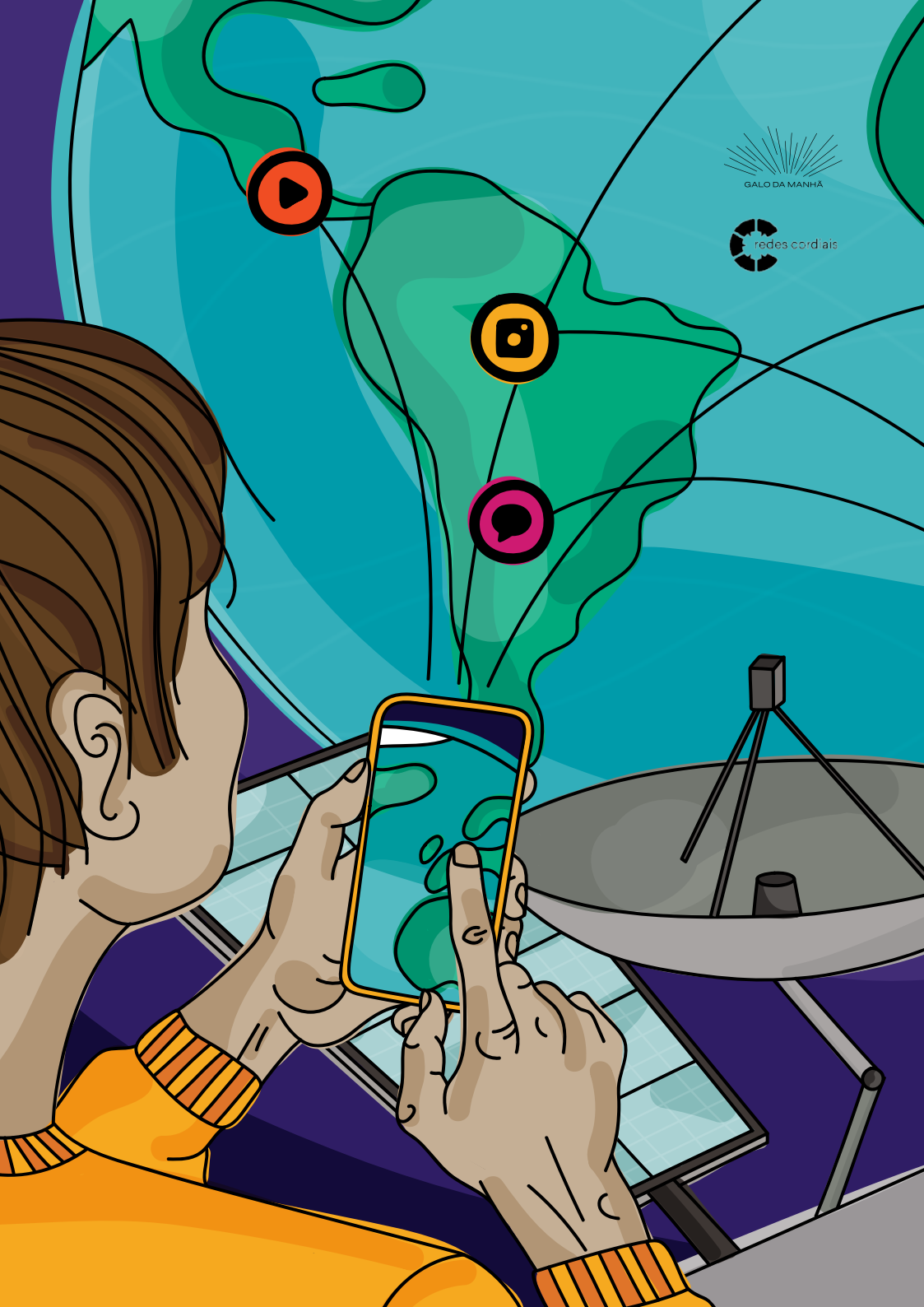
APOIO

INSTITUTO GALO DA MANHÃ

PROJETO GRÁFICO E ILUSTRAÇÕES

GABRIELA ROCHA





GALO DA MANHÃ

redes cordiais