

Crianças *Digital Influencers* no combate à pandemia do COVID-19

Bianca Serrão¹; Gabriela Trevisan²; Manuel Jacinto Sarmento³

Na generalidade dos países, a crise pandémica, com o encerramento das escolas, levou as crianças para casa. Em alguns casos mesmo (não foi o caso de Portugal, nem do Brasil), elas foram proibidas de sair à rua. O despovoamento dos espaços públicos das cidades tornou-se ainda mais incisivamente flagrante pela ausência dos risos das crianças na sua deslocação para a escola ou nas suas brincadeiras nas praças ou parques infantis. Mas além dos aspetos de maior exterioridade, a “invisibilidade social” das crianças (Sarmiento, 2007) poderá ter aumentado significativamente no período de gestão da crise pandémica. Algumas crianças tornaram-se “invisíveis” para as escolas e os/as professores, distantes das comunicações virtuais em que se transformaram as atividades letivas. Algumas outras deixaram de estar dentro dos radares das estruturas de intervenção face ao risco, confinadas ao espaço doméstico onde ocorrem predominantemente situações de violência doméstica. Genericamente, perante a centralidade da infeção e morte de idosos devido ao Coronavírus, e ao reduzido número de contágio de crianças (Choi et al. 2020), também dos relatórios diários das autoridades e de saúde e das referências mediáticas à doença as crianças tendencialmente “desapareceram”. A exceção ocorre quando a tragicidade da vida quotidiana irrompe com estrondo na generalizada indiferença perante o que as crianças pensam, sentem e vivem, duplamente confinadas pela pandemia e pela invisibilidade social. Assim aconteceu, de facto, com a tragédia da menina Valentina, de 11 anos, às mãos violentas do seu pai, drama que encheu de comoção a sociedade portuguesa no início de maio.

Não obstante, (como se fosse necessário proclamá-lo...) as crianças existem, para além da tragédia e do confinamento social.

Este texto tem por objetivo, precisamente, documentar ações de grande visibilidade e protagonismo infantil no combate à crise pandémica, nomeadamente através do uso da Internet.

A crise pandémica fez sobressair, aqui e ali, algumas crianças que trouxeram mensagens de cautela e de esperança nas redes sociais e no Youtube. Algumas dessas mensagens tornaram-se virais, pela expressividade que se revestiram. Mas algumas outras constituem modos de ação consistentes e muito afirmativos, protagonizados por crianças e configurantes de uma modalidade renovada de ativismo social.

Infância e ativismo social digital

Na verdade, as crianças assumem de forma crescentemente visível formas de ativismo social que as constituem não apenas como destinatários passivos de ações políticas mas como sujeitos políticos ativos. Os temas ambientais são provavelmente o principal campo de expressão direta do ativismo político e social das crianças, como fica demonstrado, sobretudo, pelas greves estudantis contra as alterações climáticas. Podemos mesmo considerar que estas formas de ação se constituem como um movimento social, cuja especificidade tem a ver com a centralidade e o protagonismo de crianças. Nesse sentido, associa-se (e amplia à escala global) outros movimentos sociais de crianças, como são, por exemplo, o movimento dos Sem-Terrinha, no Brasil (Vendramini, 2007), o movimento das crianças trabalhadoras na América Latina (Liebel, 2006), ou o movimento March for Our Lives (Salamon, 2018).

Mas esse ativismo social tem expressão também na WebNet, nas redes sociais e no CyberEspaço. A emergência da pandemia do COVID-19 concitou igualmente uma significativa mobilização de crianças na defesa de ações públicas, através da Net. Em alguns casos, a intervenção de algumas crianças constitui-as como autênticos *digital influencers*, com grande capacidade de mobilização de outras crianças e de adultos na receção às suas comunicações, propostas e ações concretas.

¹ Doutoranda IE, Universidade do Minho, Portugal.
E-mail: bianca.orrigo@gmail.com

² Prochild Colab Against Poverty and Social Exclusion, Portugal.
E-mail: gabriela.trevisan@gmail.com

³ Instituto de Educação, Universidade do Minho, Portugal.
E-mail: sarmento@ie.uminho.pt

No cenário mundial, é possível identificar um aumento da participação e acesso do público infantil à Internet. As crianças estão cada vez mais cedo não só consumindo o que está disponível na rede, mas também produzindo conteúdos que envolvem os seus quotidianos e que possuem relevância para elas e para os seus pares. Estas crianças que produzem conteúdo para Internet são acompanhadas por centenas de seguidores e tornam-se criadoras de conteúdos, sendo nomeadas pela indústria cultural como *digital influencers*, por sua capacidade de inspirar e intervir junto de outras crianças, nos seus modos de comportamento e de consumo. Neste contexto, existe um nicho específico de crianças influenciadoras digitais que são ativistas, produzindo conteúdos e mobilizações através da rede, buscando promover os seus direitos e participar de decisões políticas que consideram relevantes.

Ao compreender que a criança se desenvolve em conjunto com os aspectos sociais que as rodeiam, é fundamental analisar o contexto em que elas se encontram inseridas na sociedade da informação. O presente contexto é marcado pela utilização das redes sociais como forma de interação social, produção de subjetividade e de novos aspectos sociais e culturais. Com o surgimento da Internet, tornam-se necessárias novas compreensões acerca das relações sociais que são promovidas através de uma participação mais ampla, rápida e democrática por indivíduos de diferentes grupos sociais (Turkle, 2007).

Com a evolução das tecnologias, existe uma “sociedade em rede” (Castells, 1999), que possibilita que pessoas de diferentes localidades e culturas possam produzir e se relacionar independente de um espaço físico.

É no quadro, portanto dessa sociedade de rede que se pode compreender o ativismo social das crianças, nomeadamente no âmbito da crise pandémica. De acordo com Sivitanides (2011), o ativismo pode ser concetualizado como uma prática de ação ou envolvimento como um meio com o intuito de atingir um determinado objetivo, seja ele político ou de outra ordem, através de protestos, manifestações, mobilizações, dentre outros. As mobilizações que estão ocorrendo ao redor do mundo através das tecnologias de informação e comunicação (TIC) sobre temas variados, possibilitam a criação de comunidades que atuam a níveis locais e globais, e permitem uma comunicação ampla e ágil, que oportuniza o surgimento de discussões, realização de ações sociais e uma nova estratégia de pensar e promover política. Além disso, as redes sociais têm-se tornado espaços para compartilhar informações que não são mencionadas através da media tradicional, permitindo disseminar dados e informações que algumas vezes são omitidas por diferentes instâncias governamentais (George e Leidner, 2018).

Com isso, percebe-se que as novas formas de participação e mobilizações cívicas que surgem na rede podem trazer mais benefícios para a mobilização e a consciencialização das pessoas para determinadas causas sociais consideradas relevantes para a promoção de direitos não só para comunidades concretas, mas também para questões globais.

Frequentemente, o envolvimento cívico nas produções on-line das crianças tem promovido articulação e mobilização entre pares, discussões sobre temas sociais relevantes como educação, questões relacionadas as alterações climáticas, combate ao racismo, enfrentamento do bullying, empoderamento feminino, controle e alteração das leis envolvendo porte de armas, etc. Em síntese, a comunicação digital se tornou-se uma ferramenta fundamental e estratégica para a mobilização social, já que a capacidade das crianças em comunicar, aprender, colaborar foi ampliada pelas TIC (Mora, 2014), permitindo que atos individuais na rede sejam articulados e integrados e perspetivem de fato uma mudança em diferentes esferas sociais.

Crianças Digital Influencers face à pandemia

Na Europa, um exemplo que pode ser apresentado sobre se tornar influenciador/a digital é a ativista Greta Thunberg, que iniciou o movimento *#fridaysforfuture* nas redes sociais. De acordo com o site do movimento⁴ em agosto de 2018, a adolescente sentou-se em frente ao parlamento sueco todos os dias durante três semanas para protestar contra a falta de ação sobre a crise climática. Ela postou o que estava fazendo no Instagram e no Twitter e se tornou viral. Até o presente momento, ela possui 04 milhões de seguidores no Twitter e mais de 10 milhões de seguidores no Instagram. Através dessas plataformas, ela promove mobilizações ao redor do mundo sobre os protestos sobre a crise climática e publica informações sobre o que tem acontecido em diferentes países, bem como seus discursos sobre a importância da mobilização política e social para providenciar ações efetivas contra as mudanças climáticas. Atualmente, tem realizado mobilizações em parceria com a UNICEF para promover uma campanha para salvar e proteger as crianças mais vulneráveis afetadas pelo coronavírus⁵. Em 2019, a revista norte-americana Time elegeu a ativista climática como personalidade do ano A escolha por Greta foi apontada pelos editores da revista pela atuação da ativista, sendo afirmado na publicação que “mudanças significativas raramente acontecem sem a força catalisadora de pessoas influentes”.⁶ Além disso, a adolescente recebeu o prêmio de Embaixadores da Consciência, realizado pela Amnistia Internacional⁷. Isso demonstra a força que a mobilização promovida por digital influencers como Greta Thunberg promovem em diferentes âmbitos sociais.

Uma criança do Brasil que tem sido bastante acompanhada pelos vídeos que produz na rede é o Kaique Brito, de 15 anos, residente de Salvador/BA. Em 2019, ele começou a compartilhar no TikTok, vídeos curtos e bem-humora-

⁴ Disponível em: <https://fridaysforfuture.org/>

⁵ Disponível em: <https://news.un.org/en/story/2020/04/1062942>

⁶ Disponível em: <https://time.com/person-of-the-year-2019-greta-thunberg/>

⁷ Disponível em: <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2019/06/greta-thunberg-and-fridays-for-future-win-ambassador-of-conscience-2019-award/>

dos fazendo dobragens de falas de representantes políticos ou de situações de racismo. Atualmente, com o governo federal brasileiro sendo contra o isolamento social indicado como estratégia de prevenção do COVID-19, Kaique tem publicado vídeos criticando o posicionamento do Presidente da República. O objetivo é promover uma reflexão sobre temas atuais com a sua geração, que tem acessado de forma crescente a essa plataforma, sendo este aplicativo, de acordo com a consultoria SensorTower, o 3º no ranking dos que mais *download* foram realizados no ano de 2019, ultrapassando o Facebook na lista.⁸ Atualmente, Kaique tem mais de 102 mil seguidores no Tiktok e 182 mil seguidores no Twitter.

Vinicius Oliveira Santos, de 12 anos, também residente de Salvador/BA, tem utilizado sua plataforma para produzir vídeos com humor sobre o COVID-19. Ao criar um vídeo ligando para o coronavírus e dizendo para ele “ir embora” e deixar as pessoas em paz, de um jeito bem-humorado, teve seu conteúdo visualizado por mais de 700 mil pessoas apenas pelo Instagram (ele é acompanhado por mais de 760 mil seguidores nessa rede social). Inclusive, a empresa Google vai utilizar o conteúdo elaborado por Vinicius para conscientizar as pessoas a ficarem em casa.

Eric, de 06 anos, de São Leopoldo/RS, possui um canal no Youtube sobre poemas, meditação e espiritualidade. Com a pandemia, desenvolveu um quadro em seu canal intitulado “Jornalzinho da Quarentena”, onde apresenta imagens engraçadas de como as pessoas estão procurando proteger-se do vírus e indicando sua opinião ao visualizar as estratégias utilizadas pela população. Eric possui mais de 31 mil seguidores no Instagram e seu canal no Youtube tem mais de 65 mil inscritos.

Nos Estados Unidos, Charli D’Amelio, 16 anos, que ficou mundialmente conhecida por ser a pessoa mais seguida através do aplicativo Tik Tok, tem sido uma digital influencer que tem utilizado sua visibilidade para promover ações de prevenção ao coronavírus. Com uma audiência de mais de 56 milhões de seguidores no Tik Tok e 18 milhões de usuários que a acompanham pelo Instagram, a *influencer* realizou uma parceria com a UNICEF e a Organização Mundial de Saúde ensinando a como lavar as mãos utilizando a hashtag #safehands. Este vídeo teve um alcance de mais de 3 milhões de visualizações e 65 mil comentários, onde crianças a redor do mundo compartilham seus relatos sobre quais medidas estão sendo tomadas em suas casas para se protegerem do COVID-19.

Conclusão

Com se pode reconhecer, a Internet tem possibilitado dar visibilidade a algumas crianças, potenciando uma ampliação das suas lutas de forma mais acessível para pessoas de diferentes lugares. A partir de diferentes movimentos organizados por elas através das plataformas on-line, as crianças assumem novos papéis de protagonismo e ação política, que pode ser fundamental para a organização e participação coletiva da categoria social da infância nas políticas públicas.

Apesar de serem ambivalentes os efeitos do uso da internet pelas crianças (e.g. Kardefelt-Winther, 2017; Livingstone, 2013), a par de ameaças, riscos, desinformação, fake-news e indução a práticas consumistas que são partilhadas na rede, tem sido possível, alternativamente, encontrar formas de ação política que se julgariam insuspeitadas, para as gerações mais novas. O caso do COVID-19 é particularmente notório. Importa a esse respeito, sublinhar como (também) as crianças juntam a sua voz às políticas genocidas protagonizadas pela extrema-direita no poder no Brasil.

A comunicação digital, em suma, permite afirmar as crianças como sujeitos políticos singulares, nomeadamente face a duas das questões mais ingentes do mundo contemporâneo –o ambiente e a saúde– com uma efetiva ação influente na polis, apesar de elas estarem excluídas das formas representacionais das democracias liberais.

Referências bibliográficas

- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Choi, Soo-Han; Han Wool Kim, Ji-Man Kang, Dong Hyun Kim, Eun Young Cho (2020). Epidemiology and clinical features of coronavirus disease 2019 in children. *CEP*, Vol. 63, No. 4, 125-132. <https://doi.org/10.3345/cep.2020.00535>
- George, J., Leidner, D. (2018). *Digital Activism: a Hierarchy of Political Commitment*. *51st Hawaii International Conference on System Sciences* (en línea). <http://hdl.handle.net/10125/50176>
- Kardefelt-Winther, D. (2017) *How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? An evidence-focused literature review*. Innocenti Discussion Paper 2017-02, UNICEF Office of Research – Innocenti, Florence.
- Liebel, M (2006). Los movimientos de los niños y niñas trabajadores. Un enfoque desde la sociología. *Política y Sociedad*, 2006, Vol. 43 Núm. 1, 105-123.
- Livingstone, S. (2013) Children’s internet culture: Power, change and vulnerability in twenty-first century childhood. In D. Lemish (Ed.), *Routledge Handbook on Children, Adolescents and Media* (pp.111-119). London: Routledge.
- Mora, F.(2014). Emergent digital activism: the generational/technological connection. *The Journal of Community Informatics*. Vol 10, N° 1, 01-13.

⁸ Disponível em: <https://sensortower.com/blog/tiktok-revenue-downloads-2019>

- Salamon, Errol (2018). March for Our Lives Awakens the Spirit of Student and Media Activism from the 1960s. *The Conversation*, March 23, 2018 (en línea). <https://theconversation.com/march-for-our-lives-awakens-the-spirit-of-student-and-media-activism-of-the-1960s-93713>
- Sarmiento, M. J. (2007). Visibilidade Social e Estudo da Infância. In V. M. R. Vasconcellos, Vera M. R., M. J. Sarmiento (org.), *Infância (in)Visível* (p. 25-49). Araraquara: Junqueira & Marin.
- Sivitanides, M. (2011). *The Era of Digital Activism. Conference for Information Systems Applied Research*. Wilmington North Carolina, USA, v4 n1842, 01-08.
- Turkle, S. (1997). *A vida no ecrã. A identidade na era da internet*. Lisboa: Relógio D'água.
- Vendramini, C. (2007). Educação e trabalho: reflexões em torno dos movimentos sociais do cam. *Cadernos Cedes*, vol. 27, n. 72, 121-135.