



# SHARENTING E BIOÉTICA: DISCURSO MIDIÁTICO E PARENTALIDADE DIGITAL NA CONTEMPORANEIDADE

Isabela Haddad Bolognese<sup>1</sup>, Sophia Ivantes Rodrigues<sup>2</sup>, Larissa Holzmeister de Araujo Bezerra<sup>3</sup>, Lucas França Garcia<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Acadêmica de Medicina. Bolsista do ICETI-Unicesumar. Email: isabolognese@hotmail.com

<sup>2</sup>Acadêmica de Psicologia. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq. Email: sophiaivantes@hotmail.com

<sup>3</sup>Psicóloga. Mestranda em Promoção da Saúde, Unicesumar. Bolsista da CAPES. Email: larihhlz22@gmail.com

<sup>4</sup>Professor do PPG em Promoção da Saúde, Unicesumar. Bolsista de Produtividade do ICETI-Unicesumar e da Fundação Araucária. Email: lucas.garcia@unicesumar.edu.br

## RESUMO

Na era da parentalidade digital, discursos midiáticos, incluindo influenciadores, campanhas institucionais e veículos jornalísticos, desempenham papel central na naturalização do sharenting, reforçando normas e práticas que afetam diretamente a infância e a privacidade infantil. Objetivo: Analisar criticamente como diferentes mídias produzem, legitimam ou problematizam o sharenting, identificando os valores normativos, as ausências éticas e os potenciais efeitos dessas narrativas. Método: Trata-se de um estudo qualitativo, exploratório e interpretativo, guiado pela Análise Crítica do Discurso (ACD), com triangulação de dados entre campanhas públicas, matérias jornalísticas e perfis de influenciadores parentais. Os dados serão organizados no NVivo 15 e interpretados à luz da bioética crítica, da sociologia da infância e dos estudos em comunicação digital. Resultados Esperados: Espera-se identificar como os discursos midiáticos moldam expectativas sociais sobre o cuidado parental, legitimam a exposição infantil e silenciam dilemas bioéticos. Os achados poderão subsidiar a produção de diretrizes éticas e estratégias comunicacionais para a proteção da infância nas redes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Adolescente; Bem-estar infantil; Bioética; Criança; Mídias sociais.

## 1 INTRODUÇÃO

A parentalidade na era digital tem sido moldada não apenas pelas práticas cotidianas de cuidado, mas também por discursos midiáticos que promovem normas, valores e expectativas sobre como criar filhos no ambiente conectado. Influenciadores digitais, campanhas institucionais e conteúdos jornalísticos contribuem para a construção de modelos de “boa parentalidade”, muitas vezes centrados na exibição pública da intimidade familiar e na estetização da infância (Blum-Ross; Livingstone, 2017). Esses discursos naturalizam o sharenting como uma prática legítima de pertencimento e validação social, ao mesmo tempo em que ocultam seus riscos éticos e jurídicos (Lazard, 2022).

Pesquisas indicam que o conteúdo produzido por influenciadores parentais, sobretudo mães, tende a reforçar padrões de classe, gênero e moralidade, promovendo uma parentalidade performática e idealizada. A monetização da exposição infantil por meio de parcerias comerciais e o uso reiterado da imagem de crianças para engajamento levantam preocupações quanto à instrumentalização da infância e à erosão de sua autonomia. Além disso, campanhas institucionais de saúde ou educação, mesmo com boas intenções, podem reproduzir discursos prescritivos, ignorando contextos sociais diversos e reforçando desigualdades digitais e parentais. Na sociedade contemporânea, marcada pela lógica da visibilidade e da performatividade nas redes sociais, o discurso midiático exerce papel central na configuração das práticas parentais. Influenciadores digitais, especialmente aqueles voltados à maternidade e paternidade, constituem-se como referências públicas que moldam o comportamento de milhares de seguidores, difundindo padrões estéticos, morais e comportamentais sobre a infância e a família (Romero-Rodríguez, *et al.* 2022).



Ao mesmo tempo, mídias jornalísticas e campanhas públicas reforçam modelos de parentalidade muitas vezes homogêneos, descolados da diversidade cultural, social e econômica brasileira (Barnes; Potter, 2020). A prática do sharenting, inserida nesse cenário, não ocorre de modo isolado, mas é frequentemente estimulada, legitimada e até monetizada por esses discursos. A exposição de crianças nas redes sociais, sobretudo em contextos de influência digital e marketing familiar, levanta questões bioéticas urgentes sobre o consentimento, a autonomia da criança, a mercantilização da intimidade e os limites da liberdade de expressão parental. Tais práticas, muitas vezes naturalizadas, carecem de problematização crítica no campo da saúde coletiva, da bioética e da comunicação (Cataldo *et al.*, 2022).

Este subprojeto busca analisar criticamente os discursos sobre parentalidade e infância circulantes em mídias digitais e institucionais, com ênfase nas narrativas que legitimam o sharenting e seus efeitos normativos. Ao mapear e interpretar esses discursos, pretende-se identificar os valores que os sustentam, os silêncios que produzem e os dilemas bioéticos que emergem, contribuindo para o debate público sobre os limites da exposição infantil na cultura da visibilidade.

## **2 MATERIAIS E MÉTODOS**

Trata-se de um estudo qualitativo, de natureza exploratória e interpretativa, orientado pela análise crítica do discurso (ACD), conforme proposta de Fairclough (2001) e Wodak (2004), com aporte teórico complementar da bioética crítica e da sociologia da infância. O objetivo é compreender como os discursos midiáticos constroem sentidos sobre a parentalidade digital e o sharenting, naturalizam práticas e silenciam conflitos éticos.

Os dados serão coletados a partir de três tipos de material discursivo: Perfis de influenciadores parentais (especialmente mães e pais com atuação ativa no Instagram, YouTube e TikTok, com pelo menos 50 mil seguidores, cujos conteúdos envolvam exposição recorrente de filhos/as); Campanhas institucionais (de órgãos de saúde, educação ou proteção da infância que tratem direta ou indiretamente do uso de redes sociais por pais); Matérias jornalísticas publicadas em portais nacionais de grande circulação (ex.: G1, Folha, UOL, Estadão, BBC Brasil), entre 2020 e 2024, que abordem temas como infância digital, parentalidade nas redes e privacidade de crianças.

A amostra será teórica e intencional, com seleção baseada na recorrência de temas, visibilidade dos conteúdos e potencial de problematização discursiva. O corpus será delimitado até a saturação temática e diversificado quanto à fonte, linguagem e orientação editorial.

Os textos e conteúdos selecionados serão organizados no software NVivo 15 para fins de codificação e sistematização. A análise seguirá as etapas da análise crítica do discurso: 1. Descrição textual (elementos linguísticos, vocabulário, estrutura retórica); 2. Interpretação contextual (produção, circulação e consumo do discurso, atores envolvidos); 3. Explicação crítica (valores implícitos, normas naturalizadas, relações de poder e omissões relevantes).

Por tratar-se de análise de materiais públicos e já divulgados, o estudo não requer submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa, conforme diretrizes da Resolução CNS nº 510/16.

## **3 RESULTADOS ESPERADOS**

Espera-se que este subprojeto revele como os discursos midiáticos, produzidos por influenciadores, veículos de imprensa e campanhas institucionais, contribuem para naturalizar e normatizar práticas de sharenting no cotidiano da parentalidade digital. A



análise crítica do discurso permitirá identificar os valores, silêncios e tensões bioéticas presentes nessas narrativas, especialmente no que se refere à privacidade, autonomia e dignidade das crianças.

Também se espera evidenciar como a exposição infantil nas redes sociais tem sido instrumentalizada por dinâmicas de capital simbólico e mercantilização da intimidade, reforçando padrões de gênero, classe e moralidade. Além disso, pretende-se compreender como esses discursos são apresentados como conselhos parentais, orientações educativas ou práticas de autocuidado, muitas vezes sem considerar os riscos éticos e jurídicos implicados.

## REFERÊNCIAS

BARNES, Renee; POTTER, Anna. Sharenting and parents' digital literacy: an agenda for future research. **Communication research and practice**, v. 7, n. 1, p. 6-20, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/22041451.2020.1847819>

BLUM-ROSS, Alicia; LIVINGSTONE, Sonia. "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. In: **Self-(re) presentation now**. Routledge, 2020. p. 70-85. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/306282338>

CATALDO, Ilaria et al. From the cradle to the web: The growth of "sharenting"—A scientometric perspective. **Human Behavior and Emerging Technologies**, v. 2022, n. 1, p. 5607422, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1155/2022/5607422>

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. UnB, 2001. Disponível em: <https://sabinemendesmoura.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/08/discurso-e-mudanc3a7a-social-norman-fairclough.pdf>

FOX, Alexa K.; HOY, Mariea Grubbs. Smart devices, smart decisions? Implications of parents' sharenting for children's online privacy: An investigation of mothers. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 38, n. 4, p. 414-432, 2019. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/334393702>

LAZARD, Lisa. Digital mothering: Sharenting, family selfies and online affective-discursive practices. **Feminism & Psychology**, v. 32, n. 4, p. 540-558, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/09593535221083840>

LIPU, Merike; SIIBAK, Andra. 'Take it down!': Estonian parents' and pre-teens' opinions and experiences with sharenting. **Media International Australia**, v. 170, n. 1, p. 57-67, 2019. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/331411236>

ROMERO-RODRÍGUEZ, José-M. et al. Sharing images or videos of minors online: Validation of the Sharenting Evaluation Scale (SES). **Children and Youth Services Review**, v. 136, p. 106396, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10481/72672>

WODAK, Ruth. Critical discourse analysis. **Qualitative research practice**, v. 185, p. 185-204, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.4135/9781848608191.d17>