



# Universidade: presente!



## XXXI SIC

21. 25. OUTUBRO • CAMPUS DO VALE



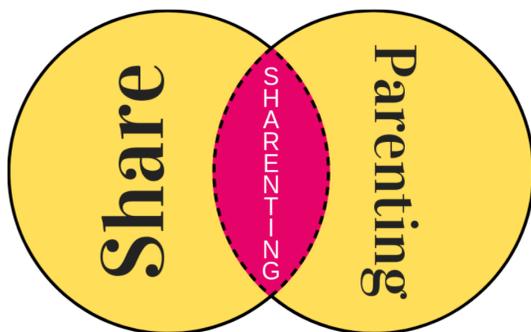
### O direito à imagem e à privacidade da criança e o direito à liberdade de expressão dos pais: os limites do *sharenting*.



**Pesquisadora:** Jeane Gazaro Martello

**Orientadora:** Prof. Dra. Simone Tassinari Cardoso Fleischmann

## 1. Introdução



Compartilhar a criação dos filhos

## 3. Metodologia

Pesquisa descritiva e qualitativa, mediante procedimento bibliográfico e documental, com a observação de contas infantis no *Instagram*.

Pesquisa por dispositivos legais existentes sobre o tema no ordenamento jurídico brasileiro.

## 5. Resultados

Os limites do *sharenting* inserem-se na colisão de princípios entre a liberdade de expressão dos pais e o direito à imagem e à privacidade da criança. Isto é, a liberdade de expressão e de publicação das imagens e informações deve cessar quando se identifica a violação ao direito à imagem e à privacidade.

## 7. Referências

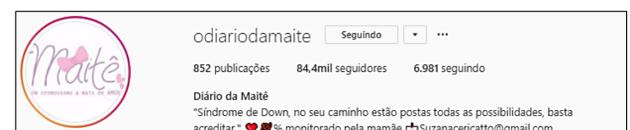
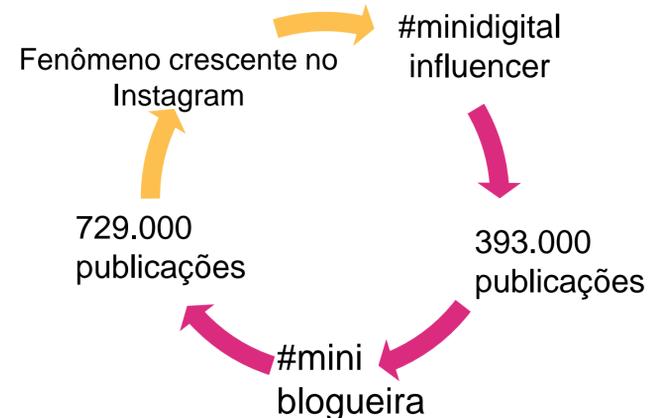
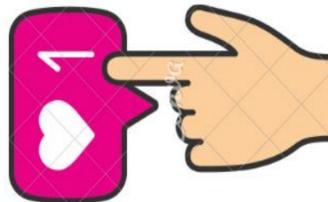
EBERLIN, Fernando Büscher von Teschenhausen. *Sharenting, liberdade de expressão e privacidade de crianças no ambiente digital: o papel dos provedores de aplicação no cenário jurídico brasileiro*. *Revista Brasileira de Políticas Públicas – UniCEUB*, Brasília: v. 7, p. 256-273, dez. 2017. ISSN: 2236-1677.

BARROSO, Luis Roberto. *Colisão entre Liberdade de Expressão e Direitos da Personalidade. Critérios de Ponderação. Interpretação Constitucionalmente Adequada do Código Civil e da Lei de Imprensa*. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 235, p. 1-36, jan. 2004. ISSN 2238-5177

## 2. Objetivos

- Identificar o comportamento social do *sharenting*.
- Descobrir a existência ou não de limites legais à prática do *sharenting*.

## 4. Desenvolvimento



## 6. Conclusão

Entende-se que quando realizado dentro de certos limites ponderados, o *sharenting* constitui maneira legítima do exercício do poder-dever de criação dos pais e de sua liberdade de expressão.

Todavia, é necessário que sejam adotadas medidas que controlem esse comportamento, como adoção de políticas públicas em relação ao uso das redes sociais, pelo Estado e pelas empresas que exploram a atividade.