

Proteção dos menores no contexto digital europeu: um diálogo necessário entre pais, academia, reguladores e indústria

*Protection of minors in the European digital audiovisual context: a necessary
dialogue between parents, academy, regulators and industry*

Aurora Labio-Bernal, Lorena R. Romero-Domínguez e María José García-Orta

Tradutor: STAR Servicios Lingüísticos



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cs/2571>

ISSN: 2183-3575

Editora

Centro de estudos de comunicação e sociedade

Edição impressa

Data de publicação: 29 junho 2020

Paginação: 127-146

ISSN: 1645-2089

Refêrencia eletrónica

Aurora Labio-Bernal, Lorena R. Romero-Domínguez e María José García-Orta, «Proteção dos menores no contexto digital europeu: um diálogo necessário entre pais, academia, reguladores e indústria», *Comunicação e sociedade* [Online], 37 | 2020, posto online no dia 29 junho 2020, consultado o 27 janeiro 2021. URL: <http://journals.openedition.org/cs/2571>



Revista *Comunicação e Sociedade* by CECS is licensed under a Creative Commons Atribuição-Usó Não-Comercial 4.0 International.

PROTEÇÃO DOS MENORES NO CONTEXTO DIGITAL EUROPEU: UM DIÁLOGO NECESSÁRIO ENTRE PAIS, ACADEMIA, REGULADORES E INDÚSTRIA

Aurora Labio-Bernal

Faculdade de Comunicação, Universidade de Sevilha, Espanha

Lorena R. Romero-Domínguez

Faculdade de Comunicação, Universidade de Sevilha, Espanha

María José García-Orta

Faculdade de Comunicação, Universidade de Sevilha, Espanha

RESUMO

Este artigo representa a fase inicial de um projeto mais vasto conduzido pelo grupo de investigação “Media, política de comunicação e democracia na União Europeia” que está atualmente a desenvolver o estudo “Políticas de comunicação, plataformas SVOD e educação de valores para menores no mercado único digital (2020-2022)”. Neste estudo, pretendemos explorar a ideia de que, além das considerações tecnológicas, é necessário alargar o âmbito da proteção infantil, estabelecendo colaboração mútua entre entidades reguladoras, distribuidores e serviços de vídeo *on demand*, bem como organizações de consumidores e de pais, num esforço para melhorar ainda mais a cooperação e o entendimento mútuo (Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de Comunicação Audiovisuais, 2017b, p. 75). Tendo por base este objetivo, consideramos que a esfera académica também pode ser convidada para este abrangente debate sobre proteção infantil, a fim de contribuir para um aspeto fundamental: a educação audiovisual e mediática como um pilar essencial de proteção, além de filtros, limites externos e rotulagem eletrónica. Assim, defendemos uma visão que considera não apenas os aspetos digitais (*digital stuff*), mas também destaca a necessidade de aspetos éticos (*ethos stuff*) (Goggin, 2008, p.89). A esse respeito, é essencial uma revisão da literatura sobre o conceito de literacia mediática. A metodologia qualitativa envolve uma análise das indicações da União Europeia e a sua implementação em Espanha. Nesta fase, realizámos pesquisas de dados secundários com base numa análise narrativa dos documentos e programas de diferentes instituições, a fim de mapear a evolução da questão nos últimos anos, num momento em que o ambiente digital mudou muito rapidamente. Este tipo de análise também é conduzido nas iniciativas de empresas europeias e espanholas, no sentido de determinar se estão a implementar estratégias de proteção à criança.

PALAVRAS-CHAVE

literacia digital; menores; proteção; Europa; reguladores

PROTECTION OF MINORS IN THE EUROPEAN DIGITAL AUDIOVISUAL CONTEXT: A NECESSARY DIALOGUE BETWEEN PARENTS, ACADEMY, REGULATORS AND INDUSTRY

ABSTRACT

This paper represents the initial phase of a larger project being developed by the “Media, communication policy and democracy in the European Union” research group, which is currently working on the study “Communication policies, SVOD platforms and values education for minors in the single digital market (2020-2022)”. We wish to pursue in this study that, beyond technological considerations, it is necessary to expand the scope of child protection by establishing mutual collaboration between regulators, distributors and video on demand services, as well as consumers and parents’ organisations, in an effort to further enhance cooperation and mutual understanding (European Regulators Group for Audiovisual Media Services, 2017b, p. 75). It is for this reason that we believe that the academic sphere can also be invited into this wide-ranging discussion on child protection to contribute reflections on a key aspect: audiovisual and media education, an essential pillar of protection in addition to filters, external limits, and electronic labelling. We thus uphold a vision that not only considers the “digital stuff” but also highlights the need for “ethos stuff” (Goggin, 2008, p.89). In this respect, we have considered it essential a literature review on the concept of media literacy. Secondly, our qualitative methodology involves an analysis of the instructions issued by the European Union and their implementation in Spain. In this stage, we have conducted desk research based on a narrative analysis of the documents and programs of different institutions in order to chart the evolution of the question in recent years, at a time when the digital environment has changed more quickly than ever before. This same type of analysis is also conducted on the initiatives of European and Spanish companies to determine whether they are implementing child protection strategies.

KEYWORDS

digital literacy; minors; protection; Europe; regulators

INTRODUÇÃO

Na introdução ao seu relatório *Protection of minors in the audiovisual media services: trends & practices*, o Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de Comunicação Audiovisuais (ERGA, 2017b) faz especial referência à necessidade da colaboração entre empresas de comunicação e entidades reguladoras, no sentido de fornecer ferramentas e mecanismos que permitam aos pais proteger os seus filhos na era digital, de acordo com as respetivas preferências (p. 4).

Além disso, há alguns meses, na “Provuldig Conference”, apresentámos referências sobre como, na esfera académica, a investigação de Lievens, Livingstone, McLoughlin, O’Neill e Verdoodt (2018), Potter e Steemers (2017), entre outros, evidenciou a necessidade de regular o atual ambiente audiovisual para proteger as crianças. Embora estes estudos tenham mais uma vez demonstrado a complexidade da questão num mundo globalizado, parece existir um consenso entre os académicos sobre questões básicas comuns para garantir a proteção de menores. Tirámos mesmo algumas conclusões interessantes no nosso estudo sobre a proposta apresentada por Livingstone e Third (2017) em relação à utilização do debate tecnológico para exigir dignidade e

proteção para as crianças em contextos de desvantagem. Desta forma, também integramos o debate entre a competência digital e a competência digital informacional, um debate que inevitavelmente nos leva à literacia mediática (Area & Guarro, 2012; Valverde, de Pro-Bueno & González, 2018).

Uma característica notável do relatório produzido pelo ERGA (2017a, p. 68) é a proposta de uma experiência técnica e de um projeto piloto denominado “Miracle”, destinado a desenvolver um modelo eletrónico standardizado para classificação etária no contexto audiovisual, que seria aplicável além fronteiras e em diferentes dispositivos digitais. É importante ter em conta que há alguns anos atrás o consumo de conteúdos audiovisuais por menores de idade podia ser controlado através da classificação e rotulagem com base na idade dos diferentes produtos consumidos fora do contexto eletrónico. No entanto, os novos caminhos de acesso online ao conteúdo audiovisual exigem uma nova forma de pensar sobre as informações que estas classificações fornecem. Foi com isto em mente que o projeto “Miracle” foi lançado, para fornecer um sistema único de classificação e rotulagem com base na idade e nos modelos existentes. Desta forma, a experiência serviu para realçar como o cruzamento de dados sobre estas classificações poderia ser útil para a indústria, as instituições educacionais e os utilizadores. Os consórcios participantes foram o British Board of Film Classification (BBFC), o Netherlands Institute for Classification of Audiovisual Media (NICAM), a autoridade que gere o sistema pan-europeu de autorregulação de jogos de vídeo (PEGI), a Associação Alemã de Autorregulação Voluntária de Prestadores de Serviços de Comunicação Digital (FSM) e o National Safer Internet Centre, na República Checa. Todas estas organizações participaram no “Miracle” num esforço para desenvolver um ecossistema de rotulagem eletrónica e online baseada na idade (infraestruturas, serviços e aplicações) que pudesse ser aplicado ao mesmo conteúdo, independentemente da jurisdição, e aos diferentes membros da UE, mesmo aqueles que têm legislação diferente relacionada com a proteção da criança.

Outro aspeto que consideramos ser muito relevante para o nosso estudo é o reconhecimento do uso indiscriminado de diferentes dispositivos pelas crianças para consumir conteúdo, como mostra a figura seguinte.

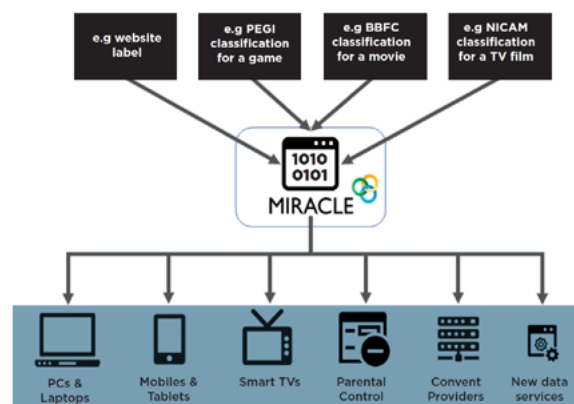


Figura 1: Interoperabilidade (projeto “Miracle”)

Fonte: ERGA, 2017a, p. 7

Em Espanha, por exemplo, os dispositivos mais utilizados por menores para aceder à internet são os telemóveis (76%), seguidos das televisões inteligentes (72%), consolas de videojogos (29%), computadores (28%) e tablets (26%), de acordo com o relatório *Actividades, mediación, oportunidades y riesgos online de los menores en la era de la convergencia mediática* (Garmendia et al., 2019, p. 17). De acordo com a figura acima, o sistema de classificação único proposto pelo projeto “Miracle” também se destina a ser aplicável a todos os dispositivos e a coexistir com outros filtros, como o controlo parental, ao mesmo tempo que pode ter utilidade para os fornecedores de conteúdo e ser aplicado a novos serviços de dados.

No entanto, apesar das interessantes contribuições oferecidas pelo projeto “Miracle”, temos de salientar que, à semelhança de outras iniciativas da UE, não é um projeto obrigatório e, por isso, cabe aos estados-membros optarem voluntariamente pela sua adoção.

Mas além desta consideração tecnológica, o relatório do ERGA (2017b, p. 75) conclui que é necessário alargar o âmbito da proteção infantil, estabelecendo uma colaboração mútua entre entidades reguladoras, distribuidores e serviços de vídeo *on demand* (VOD), bem como organizações de consumidores e de pais, num esforço para melhorar ainda mais a cooperação e o entendimento mútuo. O relatório aponta inclusive para a possibilidade de estabelecer um documento para um público mais vasto, sob a forma de um guia de boas práticas.

HIPÓTESES E OBJETIVOS

Esta é precisamente a linha de investigação que pretendemos seguir neste estudo, indo além de um modelo meramente tecnológico. É por este motivo que acreditamos que a esfera académica também pode ser convidada para este amplo debate sobre a proteção da criança, a fim de contribuir para um aspeto-chave: a educação audiovisual e mediática, um pilar essencial de proteção, além de filtros, limites externos e rotulagem eletrónica. Assim, defendemos uma visão que tem em consideração não apenas os aspetos digitais, *digital stuff*, mas também destaca a necessidade de aspetos éticos, *ethos stuff* (Goggin, 2008, p. 89).

Com base nestas considerações, para esta investigação colocámos as seguintes hipóteses:

1. as ferramentas tecnológicas (controlo parental, rotulagem baseada na idade e sistemas de filtragem) não são suficientes para proteger os menores no ambiente digital;
2. os mecanismos para prevenir danos e riscos para os menores têm de basear-se numa nova forma de olhar para a literacia mediática como uma tarefa partilhada entre reguladores, pais, educadores e produtores de conteúdos.

Para testar estas hipóteses, propusemos uma série de objetivos. O primeiro envolve uma revisão da definição do conceito “literacia mediática”, num esforço para compreender como as novas formas de consumo exigem que reavaliemos o que é a literacia

mediática e quem é responsável pelo seu ensino. É também essencial examinar as ordens e indicações difundidas pela União Europeia ao longo dos anos para analisar a evolução do discurso, desde as primeiras abordagens baseadas no uso de ferramentas tecnológicas, de qualidade, ao papel dos menores no desenvolvimento da consciência crítica para fazer uma utilização segura dos espaços online enquanto criadores e consumidores. Finalmente, estamos interessados em determinar como estes programas foram implementados em Espanha e também em estudar o papel da indústria neste país na promoção de iniciativas que reconheçam a responsabilidade do setor na proteção de crianças e jovens.

METODOLOGIA

Para este estudo, adotámos uma metodologia qualitativa com uma dimensão crítica. Neste sentido, consideramos essencial na investigação a adoção de uma metodologia que inclua, antes de mais, uma revisão da literatura em torno do conceito de literacia mediática. Acreditamos que qualquer análise da proteção dos menores no ambiente digital deve começar com um enquadramento teórico que possa ajudar a identificar as diferentes abordagens e perspetivas sobre a educação relativamente aos meios de comunicação. Isto permitirá então determinar as questões colocadas pelas diferentes abordagens e também confirmar a postura intelectual sobre a qual devemos basear o estudo. A justificação para esta fase heurística da metodologia reside no facto de envolver a caracterização do problema como um debate académico e a identificação de teorias que possam servir para o descrever e contribuir para uma redefinição da literacia mediática.

A metodologia qualitativa envolve uma análise das indicações estabelecidas e difundidas pela União Europeia e a sua implementação em Espanha. Nesta fase, realizámos uma pesquisa de dados baseada na análise de diferentes tipos de documentos (relatórios, diretivas, documentos estratégicos, resumos, acordos comerciais entre operadores móveis, código de conduta e ética das empresas de telecomunicações, documentos de trabalho, etc.) das instituições europeias e organizações da indústria (Conselho da Europa, Parlamento Europeu, Comissão Europeia, Observatório Europeu do Audiovisual, Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de Comunicação Audiovisuais, GSMA, ICT Coalition), a fim de mapear a evolução da questão desde 1996 até ao presente, um período em que o ambiente digital mudou mais rapidamente do que nunca. Este mesmo tipo de análise também é realizado sobre as iniciativas das empresas espanholas (Comissão Nacional de Mercados e Concorrência [CNMC], Mediaset, Telefónica, Vodafone, Filmin), para determinar se estão a implementar estratégias de proteção a menores. Esta revisão, em ambos os níveis, envolveu os seguintes passos: identificação do tema de investigação (menores, online, proteção) e identificação de fontes documentais (oficiais/não oficiais; governativas/não governativas; públicas/privadas ou comerciais); comparação entre as recomendações institucionais e as aplicações práticas das organizações industriais e conclusões finais.

RUMO A UM NOVO TIPO DE LITERACIA MEDIÁTICA

É claramente um facto demonstrável que as novas tecnologias, a utilização de dispositivos móveis e as possibilidades da internet mudaram não só a forma como produzimos e consumimos conteúdos, mas até a forma como participamos em atividades culturais e nos relacionamos uns com os outros. Foi apenas há alguns anos que a União Europeia começou a dar atenção especial aos riscos, mas também às oportunidades, que a internet oferece aos menores. Um ponto fundamental consiste em saber quais as ferramentas que podem ser usadas para oferecer educação mediática às crianças, para que possam sentir-se protegidas no ambiente digital. Uma questão importante que pode surgir está relacionada com o desenvolvimento de competências, pois parece existir um pressuposto de que quanto mais as crianças conhecerem as competências digitais, estruturais (de utilização) e estratégicas (aplicáveis), menos vulneráveis serão aos riscos de interação online, como o *cyberbullying*, o aliciamento (assédio sexual) ou a invasão de privacidade. No entanto, autores como Sonck e de Haan (2014) descobriram que a aquisição de tais competências nem sempre garante a proteção contra os riscos. Na verdade, os estudos realizados sobre esta questão (Livingstone & Helsper, 2010; Sonck, Kuiper & de Haan, 2012) produziram “resultados inconclusivos no que diz respeito à eficácia das competências digitais em manter os jovens seguros na internet. Concluiu-se que a existência de mais competências coincide com um aumento dos riscos e não tem efeito significativo na prevenção de experiências indesejadas” (Sonck & de Haan, 2014, p. 97). Estes investigadores também apontam para uma consideração interessante para o nosso trabalho, ao proporem uma exploração mais aprofundada destas competências digitais, associando-as à literacia mediática (Sonck & de Haan, 2014, p. 90).

Ao longo dos anos, a perspetiva da literacia mediática adotou uma posição ética individualizada em relação ao consumo e seleção de conteúdos audiovisuais (O’Neill, 2010, p. 323). No entanto, num contexto de possibilidades crescentes na escolha de conteúdos em múltiplos dispositivos em tempo real e *on demand*, a questão da educação mediática torna-se um assunto complexo por várias razões.

A primeira delas é a necessidade de esclarecer o que entendemos por literacia mediática, uma vez que se enquadram neste termo outros conceitos como literacia informativa, audiovisual e digital. É por isso que Koltay (2011, p. 212) define a educação mediática como “um conceito guarda-chuva” que pode ser abordado a partir de diferentes perspetivas. Simultaneamente, Cordes (2009, p. 3) apresenta a visão de uma forma multimodal de literacia como “a síntese de múltiplos modos de comunicação (...) O objeto multimodal pode exigir uma série de ferramentas, competências e sensibilidades e muitas vezes reflete tanto o esforço cooperativo quanto o individual”. Na mesma linha, Tyner (2003, p. 373) fala de diferentes formas de multiliteracia como uma forma de abordar as necessidades dos meios de comunicação, digitais, visuais ou da literacia informática. No nosso estudo, importa sublinhar que utilizaremos o termo “literacia

mediática” com uma definição que se estende aos contextos audiovisual e digital. De acordo com os investigadores Thoman e Jolls (2004, pp. 23-24), as características deste tipo de educação mediática são as seguintes:

1. a literacia mediática está mais focada no processo do que no conteúdo. Neste sentido, o que importa não é tanto o aspeto tecnológico, mas a capacidade de identificar problemas, aprender conceitos e gerar ligações e ideias baseadas numa mensagem mediática (em papel ou eletrónica);
2. a literacia mediática amplia o conceito de texto, pois os textos não são apenas escritos, mas também verbais ou audiovisuais, multimédia e digitais;
3. a literacia mediática caracteriza-se pelo princípio do questionamento e da crítica dos aspetos importantes que emergem do ecossistema mediático.

A literacia mediática tem, portanto, o objetivo de promover uma perspetiva crítica e de expandir as capacidades intelectuais para criar cidadãos e não meros consumidores, capazes de exercer a sua responsabilidade cívica nas sociedades democráticas.

A segunda razão para a complexidade da literacia mediática reside na questão de quem deve ser responsável pelo seu ensino. A este respeito, concordamos novamente com Sonck e de Haan (2014) quando referem um processo educacional partilhado pela família, pela escola, pelo governo e pela indústria. Também referem a cooperação mútua entre os próprios menores no desenvolvimento do seu uso responsável da internet. Assim, argumentaríamos que a literacia mediática tem de ser assumida como uma tarefa partilhada pelos pais, pelas instituições educacionais, pelos órgãos reguladores e pelos fornecedores de conteúdo. É uma tarefa que visa desenvolver uma atitude crítica nas crianças para que sejam capazes de discernir quais os conteúdos que podem ser prejudiciais.

Esta visão integrativa da literacia mediática também foi apresentada recentemente no relatório intitulado *Looking forward: technological and social change in the lives of European children and young people* (Blum-Ross et al., 2018). Este relatório teve a abordagem inovadora de recolher opiniões através de entrevistas realizadas com a indústria e através de grupos de análise que incluíam pais, jovens e educadores de cinco estados-membros da UE: Bélgica, Bulgária, Alemanha, Irlanda e Itália. Os representantes da indústria incluíam a Altice Portugal, o Facebook, a Google, a Telia, a Vodafone e a Orange.

Uma das considerações mais interessantes deste relatório, por exemplo, é a ideia de que os pais podem agir como “mentores dos *media*”, “não só ajudando as crianças a encontrar recursos, mas também agindo eles próprios como modelos de bons comportamentos” (Blum-Ross et al., 2018, p. 19). Concordamos que a tarefa dos pais deve ser não só a de estabelecer orientações, mas também a de encorajar a capacitação dos seus filhos através de uma educação rica em valores, que deve ser entendida como outro aspeto dos cuidados parentais. Sonck e de Haan (2014, p. 98), por exemplo, descrevem diferentes estratégias como a mediação ativa, a aplicação de restrições técnicas, o estabelecimento de normas para as restrições e a monitorização do uso da internet. Um ponto que consideramos importante a este respeito está relacionado com a necessidade de sensibilizar os pais para a introdução do consumo online como uma realidade na educação dos seus filhos.

Obviamente, este trabalho parental estende-se até à escola. No relatório supra mencionado, por exemplo, os investigadores argumentam que todos os intervenientes na educação têm de trabalhar em conjunto, desde os pais aos professores e às autoridades escolares. Os investigadores estão, assim, claramente conscientes de que a “proteção da criança” é uma “questão muito vasta que só pode ser abordada quando a responsabilidade é partilhada e quando toda a comunidade escolar está ativamente envolvida” (Blum-Ross et al., 2018, p. 25).

O PAPEL DA EUROPA

A União Europeia também respondeu ativamente à necessidade de proteger os menores, especialmente no novo ambiente digital. Já em 1996, a Comissão Europeia tinha publicado o *Green Paper: protection of minors and human dignity in audiovisual and information services* (Comissão Europeia, 1996a), que reconheceu a importância desta questão, sobretudo porque as novas plataformas de comunicação social poderiam contribuir de forma mais visível e relativamente rápida do que os meios tradicionais para tornar este tipo de conteúdos mais acessíveis aos menores. Embora o *Livro Verde* fosse um ponto de partida, seria a *Communication on illegal and harmful content on the internet* (Comissão Europeia, 1996b) a propor as primeiras medidas de controlo específicas para a proteção de menores, não através da sensibilização para a censura, mas através da criação de uma abordagem crítica à utilização de conteúdos online. Para tal, a Comissão adotou um ponto de partida bastante ingénuo, centrado apenas nos padrões tecnológicos, abrangendo software de controlo parental, sistemas de filtragem de conteúdos e um sistema de rotulagem baseado na idade.

Embora não se tratasse de uma proposta monolítica, e tenha diferido em todos os casos para o princípio de subsidiariedade, a Comissão lançou as bases de uma série de programas para a proteção de menores no ambiente digital, com uma consciencialização, como afirma o Observatório Europeu do Audiovisual (EAO, 2012) nos seus relatórios *Protection of minors and audiovisual content on-demand (2012-6)*, da necessidade de avaliar e repensar o enquadramento regulatório e jurídico que protege os menores no ambiente audiovisual, de acordo com o dinamismo e a natureza mutável do panorama dos media: um panorama para o qual o modelo definido na Diretiva Audiovisual da UE (Diretiva [UE] 2018/1808) já não era relevante. Reconhecendo que o modelo de proteção de menores no ambiente audiovisual estava em transição para o mundo online, as novas circunstâncias precipitadas pela internet tornaram impossível a aplicação das normas tradicionais de proteção.

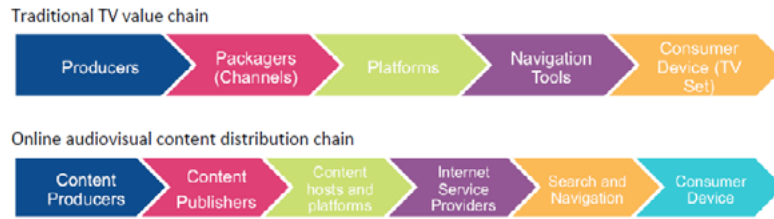


Figura 2: Cadeia audiovisual comparativa no ecossistema tradicional e online

Fonte: ERGA, 2015, p.47

Estes parâmetros foram aplicados ao desenvolvimento das diferentes etapas do “Plano de ação para uma internet mais segura”, criado em 1999 para promover um ambiente favorável ao desenvolvimento da indústria relacionada com a internet, encorajando a utilização segura da web e combatendo os conteúdos ilegais e nocivos. Os pilares básicos de ação (segurança através de uma rede europeia de linhas telefónicas para a denúncia de conteúdos ilegais, desenvolvimento de sistemas de classificação e filtragem de conteúdos, iniciativas de sensibilização e educação através de programas de literacia mediática e desenvolvimento de iniciativas de autorregulação) foram mantidos nas sucessivas fases de implementação do plano, embora em todas estas áreas tenha havido uma maior consciencialização da importância das questões relacionadas com a proteção dos menores, da sua dignidade e privacidade, com o papel cada vez maior desempenhado pela tecnologia na sua vida quotidiana (segundo dados da Comissão, um em cada três utilizadores da internet na UE é uma criança¹).

Assim, a segunda etapa do programa (“Para uma internet mais segura plus”, 2005-2008) destacou a necessidade de ampliar as estratégias de ação face às mudanças que estão a ocorrer no mundo das comunicações.

Em 2009, foi lançada a terceira etapa, no contexto de um ambiente online consolidado e utilizado cada vez mais ativamente pelas crianças, embora elas também sejam especialmente vulneráveis.

A intensa atividade das instituições europeias nesta área, desde a implementação do primeiro projeto (EAO, 2015), resultou numa série de iniciativas: o programa “dot-SAFE”; o fórum “Para uma internet mais segura” (desde 2004) com representantes da indústria, autoridades legais, instituições legislativas e organizações civis (associações de pais e professores, grupos de consumidores, grupos de proteção da criança, etc.); Insafe e INHOPE (rede global de linhas de apoio para a denúncia de conteúdos ilegais online e com o compromisso de eliminar o abuso sexual de crianças online); “EU kids online” (mapeamento de experiências de crianças online, para avaliar riscos e segurança em sites); “Mediappro” (projeto de literacia mediática); a criação do programa “SIP-Bench” (estratégias de controlo parental); a celebração do Dia da Internet Mais Segura; a criação do “Fórum sobre a governação da internet”; o estabelecimento de pontos de contacto em que as crianças possam obter respostas às suas perguntas sobre como navegar na internet em segurança e combater o *cyberbullying* e o abuso sexual online, graças ao trabalho dos Centros de Internet Mais Segura (SICs); a Rede Poscon (Positive

¹ Retirado de <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/content/creating-better-internet-kids-o>

Online Content and Services for Children in Europe); a Aliança Europeia de ONG para a Segurança Infantil Online; Net Children Go Mobile; SPIRTO (Self-Produced Images Risk Taking Online), etc.

A etapa final começou em 2014 e ainda hoje está em curso, focada em quatro áreas principais de ação:

- encorajar a produção de conteúdos online criativos e educativos para crianças e promover experiências online positivas para crianças pequenas;
- aumentar a sensibilização e a capacitação, incluindo o ensino da literacia digital e da segurança online em todas as escolas da UE;
- criar um ambiente seguro para as crianças através de configurações de privacidade adequadas à idade, de uma utilização mais alargada do controlo parental e da classificação baseada na idade e no conteúdo;
- combater o material de abuso sexual infantil online e a exploração sexual de crianças.

O ponto de partida para esta etapa foi a *Estratégia Europeia para uma Internet Melhor para as Crianças* da Comissão para o Parlamento Europeu, o Conselho, o Comité Económico e Social Europeu e o Comité das Regiões. Esta estratégia, publicada pela Comissão Europeia (2012), analisa os maiores desafios para o setor online em matéria de proteção infantil. Foi concluída com o lançamento das conclusões do Conselho sobre a estratégia europeia para uma internet melhor para as crianças (Conselho da União Europeia, 2012), que introduziu uma nova linha de ação dedicada à promoção de conteúdos de qualidade para menores, concebida para completar as linhas de ação das três primeiras etapas.

Este trabalho reflete um reconhecimento do importante papel que o conteúdo de qualidade para crianças no ambiente online desempenha no combate ao conteúdo ilegal e nocivo: o termo “conteúdo online de qualidade para crianças” deve ser entendido como o conteúdo que de alguma forma beneficia as crianças – por exemplo, aumentando os seus conhecimentos, as suas aptidões e competências, com especial ênfase na criatividade – além de ser atraente e utilizável por elas, fiável e seguro e, se relevante, um conteúdo que torne a publicidade ou a comunicação comercial claramente reconhecível como tal (Conselho da União Europeia, 2012, p. 4).

O Conselho também reconheceu que a disponibilidade deste tipo de conteúdo poderia incentivar uma melhor utilização da web, especialmente se as crianças também estivessem envolvidas na criação do mesmo. O reconhecimento desta atitude ativa dos menores representa uma diferença notável em relação às fases anteriores, uma vez que a UE sempre salientou o importante papel que os pais, os educadores e a sociedade civil devem desempenhar para tornar o ambiente online seguro, deixando a criação, a produção e a distribuição de conteúdos online nas mãos da indústria. Com a nova campanha (POCC: “Positive Online Content Campaign”), o objetivo é alertar consciências para a importância deste tipo de material, incentivando o envolvimento de crianças e jovens, que têm de desenvolver uma consciencialização de que é possível participar num ambiente online seguro sem o risco de danos.

A campanha é reforçada pelo apoio decisivo às competências de literacia digital que as crianças têm de desenvolver desde cedo para que possam avaliar criticamente o conteúdo que encontram online, ao mesmo tempo que as protege contra futuros riscos online, como o aliciamento, o *cyberbullying*, a chantagem sexual ou a pornografia de vingança, ou simplesmente caso encontrem conteúdo inadequado enquanto navegam na web. A lógica do programa é a de que, expondo as crianças pequenas a conteúdos online de elevada qualidade nas suas primeiras experiências online, elas serão capazes de aprender a reconhecer os componentes básicos de conteúdos e serviços apropriados e positivos.

Estes novos desafios estão hoje encapsulados no programa “Internet melhor para as crianças” (BIK), que foi estabelecido como um centro de práticas, investigação, redes de cooperação e uma ampla gama de iniciativas de literacia mediática, como a “Semana global de literacia mediática e de informação”, a rede universitária de Literacia Mediática e Informação e Diálogo Intercultural (MILID), o Centro Internacional de Intercâmbio de Informações sobre a LMI, a Aliança Global para Parcerias em Literacia Mediática e Informação (GAPMIL) e o movimento “MIL CLICKS”.

A Espanha tem abordado o BIK no contexto de iniciativas políticas mais alargadas. O enquadramento político geral mais relevante é a *Agenda digital para Espanha*, publicada em 2013, que serve como um programa global para ações governamentais relacionadas com a sociedade da informação e a agenda digital². A *Estratégia nacional de segurança cibernética espanhola*, lançada em 2014, também é importante, pois abrange áreas como a promoção de uma cultura de segurança cibernética para todos os cidadãos e o aumento dos níveis de proteção online (EAO, 2016).

O projeto “Internet segura para as crianças” foi lançado em fevereiro de 2017 com o apoio do Centro de Internet mais segura – Espanha e a colaboração da rede europeia Insafe para jovens, e tem o objetivo de reduzir a quantidade de conteúdos ilegais que circulam na web e os comportamentos online nocivos. Um dos seus pilares consiste em incentivar a utilização positiva da internet por crianças e adolescentes e inclui recursos para pais e consumidores, a fim de promover o consumo de conteúdo positivo. Embora não existam acordos específicos para a participação de menores e jovens no desenvolvimento de políticas do programa BIK, em Espanha temos a plataforma *La Infancia Opina*, um fórum para todas as organizações não-governamentais e outros intervenientes envolvidos na promoção do bem-estar infantil, onde são recolhidas e classificadas as preocupações dos menores relacionadas com diferentes temas.

INICIATIVAS DE AUTORREGULAÇÃO

Embora tenhamos identificado uma mudança de política com a inclusão da criação de conteúdos criativos e de qualidade pelas próprias crianças, a UE tem tradicionalmente mostrado uma preferência pela autorregulação que tem sido expressa em várias iniciativas desde 2007.

² Ver <https://www.plantl.gob.es/digital-agenda/Paginas/digital-agenda-spain.aspx>

O *Quadro europeu para uma utilização móvel mais segura pelos jovens adolescentes e crianças* (Comissão Europeia, 2007) foi o resultado do trabalho do Grupo de Alto Nível sobre Proteção da Criança criado pela Comissária Viviane Reding em Novembro de 2006. Os membros do grupo eram a GSMA Europa, operadores móveis, fornecedores de conteúdos, organizações de proteção infantil e a Comissão Europeia. Os operadores móveis e fornecedores de conteúdos assinaram o Acordo sobre o Dia da Internet Mais Segura, 6 de Fevereiro de 2007, em Bruxelas (Comissão Europeia, 2007). Desde então, a GSMA Europa e os operadores móveis que assinaram o acordo-quadro têm trabalhado para a sua implementação, especialmente incentivando a participação de mais operadores móveis e assegurando o desenvolvimento de códigos de conduta nacionais de autorregulação que facilitarão a sua implementação.

Em janeiro de 2012, vários membros da GSMA Europa aderiram à Coligação das TIC para a utilização mais segura de dispositivos conectados e serviços online por crianças e jovens (Coligação CEO para tornar a internet um lugar melhor para as crianças). O objetivo desta coligação industrial era o de ajudar os utilizadores mais jovens da internet em toda a Europa a tirar o máximo partido do mundo online e a lidar com os potenciais desafios e riscos. As empresas que aderiram à Coligação foram: Apple, BskyB, BT, Dailymotion, Deutsche Telekom, Facebook, France Telecom–Orange, Google, Hyves, KPN, Liberty Global, LG Electronics, Mediaset, Microsoft, Netlog, Nintendo, Nokia, Opera Software, Research in Motion, RTL Group, Samsung, Skyrock, Stardoll, Sulake, Telefonica, TeliaSonera, Telecom Italia, Telenor Group, Tuenti, Vivendi e Vodafone.

A iniciativa mudou o nome em 2016 para “Aliança para melhor proteger os menores online”. As empresas associadas foram ASKfm, BT Group, Deutsche Telekom, Disney, Facebook, Google, KPN, the Lego Group, Liberty Global, Microsoft, Orange, Rovio, Samsung Electronics, Sky, Spotify, Sulake, Super RTL, TIM (Telecom Italia), Telefónica, Telenor, Telia Company, Twitter, Vivendi e Vodafone. Também participaram as associações: BBFC, Child Helpline International, Coface, Enacso, EUN Partnership, FFTelecoms, FOSI, FSM, GSMA, ICT Coalition, NICAM, Toy Industries of Europe e Unicef.

A Aliança emergiu do reconhecimento dos riscos em constante mudança associados aos serviços online. Tendo em conta estes riscos, propõe identificar potenciais áreas onde a segurança e os direitos dos menores possam ser comprometidos. Ao mesmo tempo, a Aliança reconhece a necessidade de uma abordagem global que combine os esforços de pais e famílias, educadores, sociedade civil, organizações nacionais e internacionais, e autoridades públicas, bem como a necessidade de aumentar a consciencialização através de iniciativas de literacia mediática.

ESTRATÉGIA DOS FORNECEDORES DE SERVIÇOS DE MULTIMÉDIA DIGITAL EM ESPANHA

As principais empresas espanholas de telecomunicações, em conjunto com fornecedores internacionais de conteúdos online com presença no país, definiram uma estratégia clara para proteger as crianças e/ou contribuir para uma internet melhor. Esta estratégia é baseada nos seguintes pilares: autorregulação e bloqueio de conteúdos

nocivos; parcerias com intervenientes chave; produtos multimédia e campanhas de sensibilização específicas; e promoção e apoio das iniciativas educacionais.

No que diz respeito à autorregulação e ao bloqueio de conteúdos nocivos, estas empresas concentraram-se principalmente na aplicação do sistema de classificação com base na idade dos produtos audiovisuais, assinado pelos operadores em 2015 sob os auspícios da Comissão Nacional de Mercados e Concorrência (CNMC, 2015), que estabelece os critérios aplicáveis a todos os fornecedores de serviços de comunicação, lineares e não lineares, afetando assim as plataformas VOD. Com efeito, até ao momento o sistema foi implementado por plataformas como Wuaki.TV, Vodafone One TV, MiteleKids (Mediaset), LOVEStv (uma plataforma operada pela Atresmedia, Mediaset e RTVE sob o padrão HbbTV), Movistar Plus e Netflix.

O novo sistema de classificação estabelece sete categorias de conteúdos potencialmente nocivos para as crianças: violência, medo ou ansiedade, sexo, drogas e substâncias tóxicas, discriminação, comportamento imitável e linguagem. Fatores como a intensidade e frequência de tal conteúdo, o quão realista é ou a sua presença verbal ou visual, determinarão a idade mínima recomendada para visualização.

Além disso, a *Resolución por la que aprueban los criterios orientadores para la calificación de contenidos audiovisuales* (CNMC, 2015), estabeleceu as seguintes categorias etárias para proporcionar ao público informação adequada sobre conteúdos potencialmente nocivos: especialmente recomendado para crianças; adequado para todas as idades; não recomendado para crianças com menos de sete anos; não recomendado para crianças com menos de 12 anos; não recomendado para crianças e jovens com menos de 16 anos; não recomendado para crianças e jovens com menos de 18 anos; e conteúdo X. É um modelo muito semelhante aos “Amazon maturity ratings”, utilizado por muitos países europeus.

Entretanto, outras plataformas online como a Netflix e o Google Play aplicam a classificação de conteúdo para ficção do Instituto de Cinematografia e Artes Audiovisuais (ICAA).

Um caso especial notado no relatório do ERGA (2017b) é o da plataforma Filmin, que, com a ajuda do “Yeep! Kid’s media”, desenvolveu um sistema de categorias especiais (Natal, amigos, espaço, histórias, etc.) para classificar conteúdos dirigidos às crianças no seu ambiente FilminKIDS. O Yeep! oferece aos canais de televisão e plataformas multimédia um serviço de classificação de conteúdo audiovisual (guia de conteúdo audiovisual para crianças dos dois aos 13 anos) desenvolvido por especialistas internacionais em educação, assim como a produção de conteúdo audiovisual para crianças e comunicação. O conteúdo é classificado com base no seu contributo para o bem-estar e desenvolvimento das crianças.

No interesse de garantir um ambiente de navegação seguro para as crianças, as empresas com um código de ética avaliam se o conteúdo cumpre as suas diretrizes antes de ser transmitido. Em muitos casos, as referências a crianças nestes códigos são mínimas. Por exemplo, o *Código ético Mediaset España* (Mediaset, 2016) inclui apenas duas medidas relacionadas com as crianças, ambas aparentemente destinadas a programas de televisão linear. Estas medidas são: “ninguém deve comportar-se de forma a

induzir, promover, favorecer, permitir ou tolerar atos ou atitudes que possam ser classificados como prostituição ou aliciamento de menores” (Mediaset, 2016, p. 10); e “a difusão de expressões ou imagens que possam ser prejudiciais à sensibilidade do espetador deve ser evitada sempre que possível, especialmente em momentos do dia em que as crianças possam estar a ver televisão” (Mediaset, 2016, p. 14).

No caso da Telefónica, com a sua marca Movistar Plus, o seu código de ética não faz qualquer referência específica à proteção das crianças, embora tal proteção esteja presente nos seus padrões de comunicação responsável e nos seus princípios de negócios responsáveis. Nestes princípios, a empresa afirma que “dedicamos um esforço especial à promoção do uso responsável da tecnologia, (...). Estamos especialmente comprometidos com a proteção de crianças e jovens online” (Telefónica, n.d., p. 16).

Este é um compromisso que mantém há mais de dez anos. Já em 2007, a Telefónica, juntamente com a Orange, a Vodafone e a Yoigo, assinou um código de conduta para as operadoras móveis, destinado a incentivar o uso responsável por menores de idade dos serviços de conteúdo eletrónico fornecidos nas redes de telefonia móvel. Os compromissos assumidos e ainda em vigor incluem:

1. colaboração proativa com instituições educativas, associações ou agências de proteção infantil e autoridades oficiais na distribuição de informação e na organização de campanhas destinadas a incentivar o uso responsável dos telemóveis nas escolas;
2. colaboração com as autoridades policiais em relação a conteúdos proibidos pelo direito penal, bem como assistência às autoridades e entidades dedicadas ao combate a tais conteúdos ilegais;
3. disponibilização de informações sobre como utilizar os serviços móveis de forma responsável, detalhando as medidas que podem ser adotadas pelos pais e educadores para garantir tal uso responsável. (GSMA, 2007, pp. 3-4)

Para garantir este tipo de ambiente de navegação seguro, as empresas de telecomunicações disponibilizam controlo parental aos pais e tutores legais, com funções de bloqueio de canais e PIN de compra. Algumas empresas fornecem recursos informativos sobre o que fazer para evitar conteúdos ilegais, enfatizando a supervisão parental, uma vez que o controlo parental por si só não é totalmente eficaz. Em qualquer dos casos, as empresas reconhecem que seguem os padrões de bloqueio de tais conteúdos estabelecidos pela Internet Watch Foundation, uma organização sem fins lucrativos que pesquisa conteúdos de pedofilia na Web para os denunciar às autoridades.

Apesar das preocupações com este tipo de conteúdo, os pais não estão a tomar as medidas adequadas. De acordo com dados do inquérito às famílias do CNMC em novembro de 2018, embora 68% das famílias espanholas afirmem ter conhecimento do software que lhes permite bloquear conteúdos impróprios, apenas 11,4% dos pais ativaram a função de controlo parental (Mediaset, 2018).

Outra das medidas adotadas pelos fornecedores ou plataformas de conteúdos e serviços audiovisuais online que têm publicidade é a segmentação da sua publicidade para evitar a promoção de produtos ou serviços impróprios para crianças.

Em relação ao segundo pilar que identificámos acima nas estratégias das grandes empresas, as parcerias com os principais intervenientes, muitos destes acordos têm-se focado sobretudo na produção de conteúdos específicos para crianças e jovens, bem como na participação em atividades educativas e campanhas de sensibilização.

Isto significa que o nosso debate sobre estas parcerias fornecerá também exemplos dos outros pilares mencionados no início desta secção.

As principais empresas de telecomunicações pertencem à “Aliança para melhor proteger os menores online”, à Coligação TIC, à Coligação CEO para uma internet melhor para crianças, ou ao programa europeu ENABLE, cujo objetivo é combater o *bullying* nas escolas (a Vodafone é um dos seus parceiros fundadores).

No entanto, os operadores telefónicos espanhóis e internacionais também têm parcerias estratégicas com organizações sociais, como a rede Insafe/INHOPE, Safernet, Unicef, Fundación Ideas para la Infancia ou Pantallas Amigas. A organização Pantallas Amigas colaborou com a Movistar (com quem lançou o jogo SmartPRIVIAL), a Vodafone e a Orange, assim como com empresas globais da internet, como o Facebook e a Google.

A operadora mais ativa é a Telefónica, que realiza ações conjuntas com grupos de interesse envolvidos na proteção de menores, como a Rcpí (Rede Peruana contra a Pornografia Infantil), Conna (Conselho Nacional da Criança e do Adolescente de El Salvador), Red de Aliados por la Niñez, Zentrum für Kinderschutz im Internet e Capital Humano Social.

Para oferecer um ambiente que estimule o uso seguro e responsável dos serviços digitais por parte dos jovens, foram lançadas iniciativas como o “Dialogando” (um projeto online para promover a educação digital patrocinado pela Telefónica com serviços disponíveis em 15 países, concebido como uma evolução do site da Família Digital); “Movistar junior” (uma aplicação para crianças até 12 anos, com nível pré-escolar, infantil e juvenil), e “Digital parenting”, da Fundação Vodafone (Vodafone, 2018).

O mais impactante e abrangente projeto de literacia mediática online em Espanha atualmente é o “(In)fórmate”, anunciado em abril de 2019, que visa “fomentar a capacidade e o desejo dos adolescentes de aceder a informação oferecida pelos meios tradicionais e conteúdos online, analisá-la, contextualizá-la e avaliá-la, desenvolvendo assim as suas competências de pensamento crítico”³. Segundo o seu site, o projeto será lançado em setembro e tem como objetivo garantir que os jovens “sejam capazes de distinguir informações úteis e precisas de informações falsas, não verificadas ou irrelevantes (...), e que tenham interesse em produzir conteúdos precisos e úteis de forma diligente para que se possam tornar utilizadores ativos”⁴.

Esta é uma iniciativa da Google e da organização Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), com o apoio do governo espanhol e de um grande número de organizações multimédia: Atresmedia, Mediaset, Movistar, Prisa, Unidad Editorial, Grupo Vocento, Efe, Europa Press, Forta, Grupo Godó, Grupo Joly, Grupo Zeta, Henneo, Ilunion, La Razón, Onda Cero, Prensa Ibérica, Promecal e RTVE. Tem também o apoio do Twitter e dos projetos de verificação de factos Maldita.es e Newtral (que também lançou um projeto próprio de literacia mediática).

O público-alvo do “(In)fórmate” são os jovens entre os 14 e os 16 anos que estão no terceiro ou quarto ano do ensino secundário. De acordo com o site do projeto, os

³ Ver <https://informate.campusfad.org/proyecto/>

⁴ Ver <https://informate.campusfad.org/proyecto/>

professores podem associar conteúdos “(In)fórmate” a competências chave no currículo educacional espanhol: comunicação linguística, competências digitais, aprender a aprender, competências sociais e cívicas e consciência e expressão cultural.

O projeto também proporciona contacto direto com os *media* e com os profissionais da informação. Para isso, oferece vídeos experimentais que apresentam uma visão interna de como funciona uma organização multimédia e de como a informação é selecionada, analisada, verificada, preparada e publicada.

Além disso, para avaliar a aquisição de competências e o uso do pensamento crítico, propõe um concurso de criação de conteúdos informativos, seja em forma escrita ou audiovisual, com o apoio de profissionais da comunicação social como mentores.

Para facilitar o processo de ensino-aprendizagem, o “(In)fórmate” fornece aos professores um guia com recursos audiovisuais e atividades para realizar na sala de aula.

Em suma, a grande maioria dos fornecedores de serviços audiovisuais e/ou conteúdos online tomou medidas destinadas a proteger as crianças. Com base nas diretrizes da Unicef para a indústria sobre proteção das crianças online (Unicef, 2015), as medidas adotadas pela indústria envolvem principalmente a integração de considerações relacionadas com os direitos da criança na política da empresa, a promoção e/ou colaboração com outras organizações para criar um ambiente online mais seguro para as crianças e a implementação de atividades ou projetos digitais para educar crianças e jovens, bem como os seus pais e professores, na utilização responsável da internet e das TIC.

CONCLUSÕES

Há alguns meses atrás, através de um grupo de fórum organizado com representantes da indústria dos *media* (Movistar, RTVE, A3Media), o nosso grupo de investigação da Universidade de Sevilha pôde confirmar que o *feedback* entre os sectores empresarial e académico serviu para articular oportunidades de colaboração, ao mesmo tempo que chamou a atenção de entidades reguladoras, como o Observatório Europeu do Audiovisual.

Assim, acreditamos ser essencial explorar o desafio que os novos hábitos audiovisuais das crianças no contexto online representam para os diferentes agentes envolvidos. Neste sentido, os fornecedores de conteúdos não podem fugir à sua responsabilidade de garantir a proteção de grupos vulneráveis, incluindo crianças, que são nativos digitais nesta realidade. Por outro lado, as entidades reguladoras têm de estabelecer limites que não constituam um substituto para o controlo parental ou uma sobrecarga excessiva para os fornecedores de conteúdos. Além disso, os pais também têm de assumir a responsabilidade pelo tipo de conteúdo que os seus filhos consomem, tendo em conta as capacidades discriminatórias dos menores. E sobre esta questão, as pesquisas académicas realizadas devem incluir estudos de literacia mediática, já que a proteção das crianças envolve também a educação para o consumo dos meios de comunicação.

Como acabámos de sugerir, esta não é uma tarefa fácil, pois estamos a lidar com uma questão que requer diálogo entre educadores, órgãos reguladores, fornecedores de conteúdos e pais. Neste sentido, acreditamos que tanto a regulação do setor como a

literacia mediática são importantes, uma vez que ambas são identificadas como necessárias para a proteção de menores no contexto digital. Além disso, embora esteja fora do âmbito deste estudo, gostaríamos ainda de destacar o papel das próprias crianças na aquisição de competências que lhes permitam criar conteúdos como parte da sua educação audiovisual no ambiente digital, um tema importante para investigação futura.

Finalmente, oferecemos uma série de conclusões que confirmam as hipóteses iniciais e apontam para possibilidades de investigação futuras:

1. os pais desempenham um papel essencial na proteção dos menores no ambiente digital, mas este papel não se pode limitar aos controlos tecnológicos. A família tem de compreender que a educação de valores é uma parte necessária dos cuidados parentais e da literacia mediática;
2. a tarefa da educação para a literacia mediática tem de ser partilhada pelos pais e pelas instituições educativas, mas também pelos organismos reguladores europeus e pelos fornecedores de conteúdos. Não é uma responsabilidade exclusiva das escolas, mas uma obrigação que deve ser assumida pela sociedade como um todo;
3. o objetivo final desta colaboração mútua entre a indústria, reguladores, pais e educadores é ajudar as crianças a desenvolver capacidades e competências que lhes permitam pensar criticamente e criar conteúdos de qualidade como parte da sua educação digital.

Neste estudo, tivemos interesse em realizar um debate teórico e uma análise da investigação e das experiências realizadas por académicos, entidades reguladoras e empresas, como parte das atuais circunstâncias europeias. Por conseguinte, não consideramos necessário mencionar as conclusões a que chegou o Fórum, uma vez que a sua investigação se baseou num caso local. Por este motivo, na próxima fase da investigação propomos incluir estas conclusões como parte de uma análise mais regional que estenda o estudo ao papel ativo dos próprios menores no ambiente digital. Desta forma, e seguindo estudos como *The class: living and learning in the digital age* (Livingstone & Sefton-Green, 2016), a nossa intenção é a de realizar uma análise no terreno que inclua as crianças espanholas. Com base nas ideias do Fórum, planeamos realizar uma experiência semelhante em institutos da Andaluzia, com o objetivo de promover as melhores capacidades e o pensamento crítico entre os menores, os quais lhes permitam criar conteúdos como parte da sua própria educação digital.

Tradução: STAR Servicios Lingüísticos

REFERÊNCIAS

- Area, M. & Guarro, A. (2012). La alfabetización informacional y digital: fundamentos pedagógicos para la enseñanza y el aprendizaje competente. *Revista Española de Documentación Científica*, 46-74. <https://doi.org/10.3989/redc.2012.mono.977>
- Blum-Ross, A., Donoso, V., Dinh, T., Mascheroni, G., O'Neill, B., Riesmeyer, C. & Stoilova, M. (2018). *Looking forward: technological and social change in the lives of European children and young people. Report for the ICT Coalition for Children Online*. Bruxelas: ICT Coalition.
- CNMC, Comissão Nacional de Mercados e Concorrência. (2015). *Resolución por la que aprueban los criterios orientadores para la calificación de contenidos audiovisuales*. Madrid: CNMC.

- Comissão Europeia. (1996a). *Green Paper: protection of minors and human dignity in audiovisual and information services*. Retirado de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8593679e-0099-4616-9fdo-c3b4fe67c8b4/language-en>
- Comissão Europeia. (2007, 6 de fevereiro). *European framework for safer mobile use by teenagers and children*. Retirado de <https://www.gsma.com/gsmaeurope/wp-content/uploads/2012/04/saferchildren.pdf>
- Comissão Europeia. (2012). *European strategy for a better internet for children*. Retirado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52012DC0196&from=EN>
- Comissão Europeia. (1996b). *Communication on illegal and harmful content on the internet*. Retirado de <http://aei.pitt.edu/5895/1/5895.pdf>
- Conselho da União Europeia. (2012). *Council conclusions on the European strategy for a better internet for children*. Bruxelas: Conselho da União Europeia.
- Cordes, S. (2009). *Broad horizons: the role of multimodal literacy in 21st-century library instruction*. Comunicação apresentada no 75th IFLA World Library and Information Congress General Conference and Assembly, Milão.
- Diretiva (UE) 2018/1808, de 14 de novembro, União Europeia.
- EAO, Observatório Europeu do Audiovisual. (2012). *Protection of minors and audiovisual content on-demand (2012-6)*. Estrasburgo: EAO.
- EAO, Observatório Europeu do Audiovisual. (2015). *The protection of minors in a converged media environment*. Estrasburgo: EAO.
- EAO, Observatório Europeu do Audiovisual. (2016). *Mapping of media literacy practices and actions in EU-28*. Estrasburgo: EAO.
- ERGA, Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de Comunicação Audiovisuais. (2017a). *Protecting children in audiovisual media services-current and future measures*. Retirado de <http://erga-online.eu/wp-content/uploads/2018/02/Protecting-Children-in-Audiovisual-Media-Services-Current-and-Future-Measures.pdf>
- ERGA, Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de Comunicação Audiovisuais. (2017b). *Protection of minors in the audiovisual media services: trends & practices*. Retirado de <http://erga-online.eu/wp-content/uploads/2016/10/ERGA-PoM-Report-2017-wordpress.pdf>
- Garmendia, M., Jiménez, E., Karrera, I., Larrañaga, N., Casado, M.A., Martínez, G. & Garitaonandia, C. (2019). *Actividades, mediación, oportunidades y riesgos online de los menores en la era de la convergencia mediática*. León: Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE).
- Goggin, G. (2008). Opening up literacy with the digital tuns: ideas from mobiles. *Media International Australia*, 128, 88-94. Retirado de https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1035&context=literacyorg_articles
- GSMA. (2007). *Code of conduct for mobile operators designed to encourage responsible use by underage persons of electronic content services supplied via mobile telephone networks in Spain*. Madrid: GSMA. Retirado de <https://www.gsma.com/gsmaeurope/wp-content/uploads/2012/04/spaincoco308.pdf>
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>
- Lievens, E., Livingstone, S., McLaughlin, S., O'Neill, B. & Verdoodt, V. (2018). *Children's rights and digital technologies*. Singapore: Springer Nature.

- Livingstone, S. & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy. *New media & society*, 12(2). 309-329. <https://doi.org/10.1177/1461444809342697>
- Livingstone, S. & Sefton-Green, J. (2016). *The class: living and learning in the digital age*. Nova Iorque: NYU Press.
- Livingstone, S. & Third, A. (2017). Children and young people's rights in the digital age: an emerging agenda. *New Media & Society*, 19(5), 657-670. <https://doi.org/10.1177/1461444816686318>
- Mediaset. (2016). *Código ético Mediaset España*. Madrid: Mediaset España. Retirado de https://album.mediaset.es/file/10002/2017/09/22/thearchive_cd34.pdf
- Mediaset. (2018). Solo el 11,4% de los hogares activa el control parental de la televisión. *Telemania.es*. Retirado de https://www.mediaset.es/telemania/audiencias/control-parental-television-internet_o_2663850030.html
- O'Neill, B. (2010). Media literacy and communication rights. *The International Communication Gazette*, 72(4-5), 323-338. <https://doi.org/10.1177/1748048510362445>
- Potter, A. & Steemers, J. (2017). Children's television in transition: policies, platforms and production. *Media International Australia*, 163(1), 6-12. <https://doi.org/10.1177/1329878X17693936>
- Sonck, N. & de Haan, J. (2014). Safety by literacy? Rethinking the role of digital skills in improving online safety. In S. Van der Hof, B. Van den Berg & B. Schermer (Eds.), *Minding minors wandering the web: regulating online child safety* (pp.89-104). The Hague: Springer.
- Sonck, N., Kuiper, E. & de Haan, J. (2012). Digital skills in the context of media literacy. In S. Livingstone, L. Haddon & A. Görzig (Eds.), *Children, risk and safety online: research and policy challenges in comparative perspective* (pp. 87-98). Bristol: Polity Press.
- Telefónica. (n.d.). *El código ético de Telefónica. Nuestros principios de actuación*. Madrid: Telefónica.
- Thoman, E. & Jolls, T. (2004). Media literacy. A national priority for a changing world. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 18-29. Retirado de <https://www.medialit.org/reading-room/media-literacy-national-priority-changing-world>
- Tyner, K. (2003). Beyond boxes and wires: literacy in transition. *Television & New media*, 4(4), 371-388. <https://doi.org/10.1177/1527476403255812>
- Unicef. (2015). *Guidelines for industry on child online protection*. Retirado de https://www.unicef.org/csr/files/COP_Guidelines_English.pdf
- Valverde, D., De Pro-Bueno, A. & González, J. (2018). La competencia informacional-digital en la enseñanza y aprendizaje de las ciencias en la educación secundaria obligatoria actual: una revisión teórica. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 15(2), 2105-1-2105-15. https://doi.org/10.25267/Rev_Eureka_ensen_divulg_cienc.2018.v15.i2.2105
- Vodafone. (2018). *Informe integrado Vodafone España (2017-18)*. Madrid: Vodafone.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Aurora Labio-Bernal é Professora Titular de Jornalismo na Universidade de Sevilha. Doutorada e licenciada em jornalismo, é diretora do grupo de investigação “Meios,

Políticas de Comunicação e Democracia na União Europeia” (DEMOC-MEDIA). A sua atividade de investigação centra-se na Economia Política da Comunicação e Estrutura da Informação. Professora convidada da Universidade de Westminster (Londres) e da Universidade Autónoma de Barcelona, publicou, também o livro *Comunicación, periodismo y control informativo*.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5195-0012>

Email: auroalabio@us.es

Morada: School of Communication, Journalism II Section, Universidad de Sevilla, Avda. Americo Vespucio s/n Cartuja Scientific and Technological Park, 41092 – Sevilla, Spain

Lorena R. Romero-Domínguez é Professora Titular de Jornalismo na Universidade de Sevilha. Doutorada e licenciada em jornalismo, faz parte do grupo de investigação “Meios, Políticas de Comunicação e Democracia na União Europeia” (DEMOC-MEDIA). Especializada na situação mediática da Alemanha, colaborou com a Academia Austríaca da Ciência no livro *Medienstrukturen und Medienperformanz*. Colaborou, como docente e investigadora, nas seguintes universidades: Humboldt Universität zu Berlin, Konstanz Universität, Cardiff University, Johannes-Gutenberg Mainz Universität e Ostfalia Universität.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6942-0183>

Email: lorenaromero@us.es

Morada: School of Communication, Journalism II Section, Universidad de Sevilla, Avda. Americo Vespucio s/n Cartuja Scientific and Technological Park, 41092 – Sevilla, Espanha

María José García-Orta. Licenciada e doutorada em Jornalismo pela Universidade de Sevilha. É professora associada na Faculdade de Comunicação de Sevilha e docente do Mestrado em Comunicação Institucional e Política da dita Universidade. Além disso, faz parte do grupo de investigação “Meios, Políticas de Comunicação e Democracia na União Europeia”. Desenvolveu a sua atividade científica, tanto no âmbito da propaganda, como em outras áreas de conhecimento, entre as quais se destacam a comunicação politico-eleitoral, a estrutura da informação, a indústria audiovisual e as novas tecnologias da informação, com especial atenção para as redes sociais.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3284-2005>

Email: mjorta@us.es

Morada: School of Communication, Journalism II Section, Universidad de Sevilla, Avda. Americo Vespucio s/n Cartuja Scientific and Technological Park, 41092 – Sevilla, Espanha

* **Submissão:** 04/11/2019

* **Aceitação:** 21/04/2020