

A rede social TikTok e a erotização precoce de crianças e adolescentes: considerações à luz da hipervulnerabilidade do consumidor e da proteção integral à criança¹

Arthur Mosna²

Resumo: Atualmente, sabe-se que o aplicativo TikTok é muito popular entre crianças e adolescentes. Todavia, permitindo o acesso irrestrito ao aplicativo, crianças e adolescentes tornam-se vítimas da erotização precoce, em razão do vasto compartilhamento de conteúdos sexualmente explícitos na plataforma. Dessa maneira, em decorrência do estado agravado de vulnerabilidade na infância e adolescência, tais indivíduos são facilmente persuadidos a consumirem vídeos e criarem conteúdos na plataforma, os quais podem expor, de modo erotizado, o corpo infantil. À vista disso, este trabalho busca posicionar a problemática da erotização precoce em confronto com os direitos e garantias da criança e do adolescente no ordenamento jurídico brasileiro, a fim de expor a violação de direitos desses sujeitos no âmbito cibernético da plataforma e robustecer a discussão relacionada aos direitos de crianças e adolescentes na era digital, utilizando como escopo a perspectiva consumerista da hipervulnerabilidade do consumidor aliada à doutrina da proteção integral à criança.

Palavras-chave: Crianças e adolescentes; Erotização precoce; Hipervulnerabilidade; Proteção integral à criança; TikTok.

Introdução

No cenário digital de rápida evolução, o TikTok emergiu como uma plataforma de mídia social de destaque, caracterizada por vídeos curtos e criativos compartilhados por milhões de usuários em todo o mundo. No entanto, junto com a sua popularidade, surge a preocupação crescente sobre o conteúdo que está sendo consumido por crianças e adolescentes, bem como a forma como são expostos a temas de natureza sensível.

Nesse sentido, o presente estudo acerca da erotização precoce de crianças e adolescentes na rede social TikTok se justifica diante da proteção deficiente desses indivíduos no ambiente virtual do aplicativo. Isso porque, permitindo o acesso irrestrito e desenfreado ao aplicativo, crianças e adolescentes tornam-se vítimas da erotização precoce, em razão do vasto compartilhamento de conteúdos sexualmente explícitos na plataforma.

Dessa maneira, em decorrência do estado agravado de vulnerabilidade na infância e adolescência, bem como da condição peculiar de desenvolvimento desses

¹ Artigo científico apresentado ao curso de Direito, da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais, sob orientação do professor Me. Franco Scortegagna, no ano de 2024.

² Aluno do Curso de Direito da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo. E-mail: 190291@upf.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1090989689059755>.

sujeitos, tais indivíduos são facilmente persuadidos a consumirem as mídias digitais da plataforma, dispondo, inclusive, de ferramentas para a gravação e produção de vídeos, os quais podem expor, de modo erotizado, o corpo infantil.

Outrossim, este estudo pretende lançar luz sobre a questão complexa da erotização precoce, explorando as diferentes dimensões desse fenômeno, examinando como o TikTok, plataforma de ampla difusão, pode influenciar e moldar as percepções, atitudes e comportamentos dos jovens consumidores. Além disso, serão abordadas as consequências relacionadas à exposição de crianças e adolescentes a conteúdos que podem comprometer sua integridade e desenvolvimento saudável.

À vista disso, é fundamental posicionar a problemática da erotização precoce em confronto com os direitos e garantias da criança e do adolescente no ordenamento jurídico brasileiro, a fim de evidenciar a manifesta situação de violação de direitos desses sujeitos no âmbito cibernético da plataforma e robustecer a discussão no tocante aos direitos e garantias de crianças e adolescentes na era digital.

Para tanto, o estudo utilizará, como escopo principal, a perspectiva consumerista da hipervulnerabilidade do consumidor aliada à doutrina jurídica da proteção integral à criança, com o objetivo de estabelecer conexões entre as duas matérias e unificá-las, contribuindo, desse modo, para o fomento do diálogo entre distintas áreas de conhecimento do Direito brasileiro.

1 A criança e o adolescente no ambiente virtual

É inegável que, na sociedade contemporânea pós-moderna vigente, o consumo assume um papel central (Mello; Sodré, 2021, p. 3), sobretudo nas relações sociais, onde o ato de consumir está relacionado a aspectos comportamentais de vida e a uma estratégia existencial de consumo (Bauman, 2008, p. 71), os quais são constantemente empregados como parâmetros de inclusão e exclusão social.

Na infância e juventude, essa situação não é diferente. É sabido que a socialização com o outro compõe etapa fundamental no desenvolvimento saudável desses sujeitos. Para tanto, as crianças e os adolescentes buscam construir a própria identidade por meio do consumo, o que possibilita à criança ou ao adolescente a inclusão em determinado grupo.

Nessa senda, expõe Lipovetsky (2007, p. 119) que “os jovens, em particular, valorizam a dimensão pessoal de seu consumo (roupas, música, lazeres), os signos capazes de distingui-los de seus grupos de pares”.

Nesse sentido, é progressivamente mais notável, no âmbito virtual, a mudança no ato de consumir dos sujeitos infantojuvenis. Isso pois a vasta utilização da internet por esse grupo provocou uma verdadeira revolução nas relações de consumo da era digital, em que as crianças e os adolescentes assumiram maior protagonismo dentro das redes.

A título de demonstração dessa realidade, é fundamental mencionar os dados estatísticos da pesquisa Tic Kids Online Brasil 2022, que buscou compreender a maneira como a população de crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos de idade manuseia a internet e como lida com os riscos e as oportunidades decorrentes desse uso. Para tanto, a pesquisa entrevistou um total de 2.604 crianças e adolescentes, bem como 2.604 pais ou responsáveis, divididos entre todas as regiões do Brasil.

Consoante aos dados colhidos, 96% dos usuários da internet, entre 9 e 17 anos de idade, acessaram a internet todos os dias ou quase todos os dias (CETIC.BR, 2023), confirmando, dessa maneira, o cenário da larga escala de utilização da internet por crianças e adolescentes.

Outrossim, o estudo mostrou que, dentre a parcela entrevistada de crianças de 9 a 10 anos de idade, 46% delas acessaram a internet, pela primeira vez, antes dos 6 anos de idade (CETIC.BR, 2023), número esse que quase duplicou desde o ano de 2015, onde a porcentagem foi de 26,1% (CETIC.BR, 2015). Assim, pode-se identificar uma natural, mas preocupante tendência da era digital: a inserção das crianças, cada vez mais em tenra idade, no ambiente virtual.

Nesse prisma, pode-se reconhecer, de maneira cristalina, o acesso precoce de crianças aos aplicativos de reprodução e compartilhamento de vídeos, em especial, ao TikTok. No tocante ao conteúdo veiculado nessa plataforma:

[...] Os vídeos dispostos na plataforma digital TikTok trazem a noção da imagem animada, representada e configurada em vídeos curtos com encenações, no que diz respeito a colocar uma canção ou fala no fundo, para que os seus usuários possam se divertir, criando e editando vídeos deles mesmos. (Meira; Pereira, 2021, p. 5, grifou-se).

Portanto, diante de uma nova geração de crianças que “já nascem inseridas no mundo digital e têm muita facilidade em entender as novas tecnologias” (Franco;

Bieging, 2013, p. 182), não é uma tarefa complexa compreender as razões pelas quais o aplicativo TikTok é uma das mídias mais acessadas por esse grupo.

Isso pois, apresentando conteúdos rápidos, enxutos, de simples compreensão e dotados de um teor divertido ao mesclar elementos audiovisuais, o TikTok instiga o grupo infantojuvenil a identificar-se, facilmente, com as mídias exibidas no aplicativo, as quais manipulam e persuadem o infante a consumir e, inclusive, a replicar o conteúdo através da produção de vídeos, que podem ser disponibilizados, posteriormente, para qualquer outro usuário da rede.

1.1 A criança como consumidora-fornecedora no âmbito virtual do TikTok

Sabe-se que são absolutamente incapazes de exercer pessoalmente os atos da vida civil os menores de 16 (dezesseis) anos, consoante artigo 3º da Lei nº 13.715 (Brasil, 2002). Transportando-se tal afirmação para o contexto de um negócio jurídico, tem-se como conclusão de que não é possível celebrar um negócio jurídico com uma criança, porquanto a validade do negócio jurídico pressupõe seja o agente capaz, conforme preceitua o artigo 104, inciso I, da Lei nº 13.715 (Brasil, 2002).

Todavia, apesar das disposições legais, é comum testemunhar a celebração de negócios com e por crianças sem a devida representação, principalmente na seara consumerista. Exemplificando:

Quando uma criança vai à venda para comprar balas, ao sorveteiro ambulante comprar um picolé na praia, à cantina da escola adquirir um lanche para se alimentar no intervalo da aula, **ela é – sem considerar o plano rígido de validade de um negócio jurídico – uma consumidora direta**. Por vezes, e mais raro, **também vemos crianças na qualidade de fornecedoras**. Cita-se, como exemplo, as crianças que criam suas próprias bijuterias (com missangas, sementes e folhas) e vendem aos colegas de escola ou ciclo de amigos. Sem apegos ao formalismo legal, considerando tão apenas os fatos, as situações narradas são relações de consumo imediatas que têm crianças como consumidoras e fornecedoras diretas. (Miotto, 2023, p. 5, grifou-se).

Ainda que informais, tais aspectos se tornam relevantes ao entendimento da relação de consumo existente entre o TikTok e as crianças e adolescentes. Isso pois, ao passo em que a criança é consumidora direta da plataforma, do mesmo modo poderá ser fornecedora direta do aplicativo, haja vista à possibilidade de criação e compartilhamento do próprio conteúdo produzido, para o consumo de milhões de outros usuários da rede.

Nessa senda, é oportuno destacar a plena possibilidade da caracterização da relação de consumo entre a rede social e o usuário conforme decidido na seguinte ementa:

CONFLITO NEGATIVO DE COMPETÊNCIA SUSCITADO POR CÂMARA CÍVEL ESPECIALIZADA. PROVEDOR DE CONTEÚDO. FACEBOOK. MENSAGENS OFENSIVAS. **RELAÇÃO CONSUMERISTA**. O Facebook é um site que presta o serviço de rede social, permitindo que os usuários conversem entre si e compartilhem mensagens, links, vídeos e fotografias. Neste sentido, como bem observado pelo Ministério Público, **a relação jurídica firmada entre o prestador do serviço e o usuário pode ser qualificada como de consumo, já que preenchidos os requisitos previstos nos artigos 2º e 3º, do Código de Defesa do Consumidor. Frisa-se que há claro posicionamento do Superior Tribunal de Justiça de que a legislação consumerista é aplicável aos serviços prestados em sítio eletrônico**. Ao oferecer um serviço por meio do qual se possibilita que os usuários externem livremente sua opinião, deve o provedor de conteúdo ter o cuidado de propiciar meios para que, após notificado sobre os acontecimentos, não mais ocorram lesões aos usuários ou a terceiros, que poderão ser equiparados aos consumidores que se utilizam diretamente do serviço. Resolve-se o conflito para declarar a competência da Câmara Suscitante, 25ª Câmara Cível, para julgar o referido agravo de instrumento. (TJRJ, 2014, on-line, grifou-se).

Para mais, veja-se o disposto no artigo 7º, inciso XIII, da Lei nº 12.965, conhecida como Marco Civil da Internet:

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:
[...]
XIII - aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet. (Brasil, 2014).

Além do mais, no escopo da proteção de crianças e adolescentes frente à publicidade veiculada em meios digitais, destaca-se a atuação do CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), porquanto “A entidade possui um código de ética, cuja seção sobre crianças e jovens possui regras de inegável valor” (Martins, 2015, p. 4).

No mesmo viés, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) oferece ampla proteção às crianças e adolescentes, garantindo que seus direitos sejam preservados em todas as relações de consumo. O CDC proíbe, por exemplo, a publicidade enganosa e abusiva que possa tirar proveito da inexperiência e vulnerabilidade dos jovens, consoante o disposto no artigo 37, parágrafo 2º, do CDC:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

[...]

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança (Brasil, 1990).

À vista dessas explanações, mostra-se completamente plausível a definição da criança, dentro do limite virtual do aplicativo TikTok, como consumidora-fornecedora, assim como é evidente a existência de uma relação de consumo entre a plataforma virtual e o usuário da rede, porquanto disposta a possibilidade, no próprio ordenamento jurídico, de valer-se o consumidor das proteções elencadas no Marco Civil da Internet, da entidade do CONAR, bem como das normas do Código de Defesa do Consumidor.

2 A erotização precoce de crianças e adolescentes no TikTok

De acordo com os termos de serviço do TikTok, o aplicativo destina-se ao uso de pessoas com treze anos ou mais (TIKTOK, 2023). Caso houver a suspeita de manuseio da plataforma por pessoa abaixo da faixa etária indicada, o aplicativo detém o poder de encerrá-la, sem a necessidade de apresentar justificativas.

Todavia, sabe-se que a disposição da idade mínima para o manuseio do TikTok não é respeitada, bem como não há fiscalização eficiente da empresa detentora da rede, pois, do total de usuários de Internet entre 9 a 17 anos de idade, 60% afirmaram que possuem perfil cadastrado na rede TikTok (CETIC.BR, 2023, p. 18), demonstrando, assim, os inúmeros acessos indevidos de crianças e adolescentes à rede.

Outrossim, veja-se que a porcentagem supracitada corresponde, tão somente, às crianças e adolescentes que possuem conta de usuário cadastrada, não sendo apresentada a porcentagem das crianças e adolescentes que acessam o aplicativo por meio de contas de terceiros. Nesse sentido, cabe ressaltar que a criança ou o adolescente sequer necessita de uma conta cadastrada, uma vez que é possível acessar os conteúdos do aplicativo através do site do TikTok, como também por meio do aplicativo no celular, sendo dispensado o registro de conta para começar a visualizar os vídeos.

Em outros termos, pode-se inferir que, acaso fossem considerados, em sua totalidade, os acessos por crianças e adolescentes ao TikTok, mediante conta de usuário própria, de terceiros, bem como sem a conta, a porcentagem de acesso, presumivelmente, seria superior à apresentada.

2.1 O fenômeno da erotização precoce no aplicativo

É notório que a sociedade vigente acredita, profundamente, que “ser e estar visível é desejável, agradável, valorizado” (Tomaz, 2017, p. 41). Nesse diapasão, a rede social, desde o seu advento tecnológico, firmou-se rigidamente em solo social, apresentando-se como um principal meio para a construção de subjetividades, utilizando-se, sobretudo, da imagem.

Transportando esse aspecto para o contexto do infante, com muito brilhantismo explica-se a diferença entre uma criança que lê e outra que tão somente assiste à televisão:

A criança que lê vai criando e imaginando em sua mente os personagens do texto: ela cria a figura da Chapeuzinho Vermelho, do lobo, do lenhador, do caçador; já a criança que vê TV recebe todos estes personagens prontos: determinada imagem, tal tamanho, cor, som, movimento. Ela não precisa se preocupar com nada, apenas em ver. (Biz; Guareschi, 2005, p. 45).

Quer dizer, hoje a imagem é um recurso indispensável ao fomento cultural do consumo, sendo esse meio utilizado pelos usuários, na rede social, para a idealização de uma imagem perfeita de si, que muitas vezes se distancia da realidade e autenticidade de sua própria subjetividade, tudo tencionando à perpétua e incansável busca por aceitação social.

Nessa perspectiva, arrisca-se dizer que, hoje, possuir um perfil na rede social está próximo de se tornar uma determinante para afirmar ou não a existência de um sujeito, assim como uma certidão de nascimento. Nota-se que a sociedade está cada vez mais presente no mundo digital, exigindo e forçando, ainda que indireta e inconscientemente, a presença de outros sujeitos que, porventura, ainda não “existam” no virtual.

Em detrimento do mundo físico e palpável, verifica-se que as redes sociais assumiram um papel central na construção de uma imagem ideal de si, dado que:

[...] A exposição da aparência pelos usuários acaba se tornando mais comum em relação à realidade vivida pelos mesmos; **viver de aparência é, então, uma normalidade para a sociedade que hoje vive de imagens nas redes sociais.** Tornamos público certos aspectos das nossas vidas por meio de aplicativos que servem para **expor as nossas individualidades em formatos de vídeos, fotos, transmissões ao vivo.** (Almeida et al., 2021, p. 12, grifou-se).

Por conseguinte, as crianças e os adolescentes, já inseridos nessa conjuntura, ainda que estejam em um peculiar processo de desenvolvimento, sabem, desejam e buscam garantir essa visibilidade e aceitação social, evidentemente, através das ferramentas que lhe são disponibilizadas e fornecidas. Nessa senda, destaca-se a preocupante gravação de vídeos por meio do TikTok, porquanto

[...] As crianças são expostas de forma voraz nas redes sociais pelos próprios familiares, ou até mesmo pelo fato de terem livre acesso à internet, sem o acompanhamento de um responsável, levando-as ao desejo de se tornarem adultas precocemente. (Ferreira; Ribeiro, 2022, p. 2).

É explícita a problemática na questão, pois, No TikTok, basta “arrastar para cima” para comumente encontrar conteúdos de teor sexual, como músicas de temática sexual e criminosa, danças simbolizando atos libidinosos e jovens, em sua maioria do sexo feminino, expondo o corpo de forma erotizada e sexualmente explícita. Esse aspecto torna-se agravado ao realizar-se a análise do próprio funcionamento do aplicativo TikTok, haja vista que o

[...] Seu algoritmo (filtro de seleção) costuma ser diferente das outras redes sociais já que este não leva em consideração apenas o engajamento em cada post como número de curtidas, de comentários, de compartilhamentos e de salvamentos, mas sim o número de fixação na tela, ou seja, o tempo que a pessoa gasta assistindo aquele vídeo: se ela assiste ao vídeo até o final ou se logo passa para o próximo. (Costa, 2022, p. 42).

Assim, partindo do pressuposto de que a sexualidade é uma temática inerente ao indivíduo, devendo ser abordada de maneira zelosa, informativa e responsável, os conteúdos dispostos no TikTok aparentam se direcionar ao caminho contrário, revelando enorme prejudicialidade às crianças que utilizam a rede.

Isso pois, considerando que as crianças são, por natureza, curiosas acerca da sexualidade, os conteúdos que versam sobre esse tema, quando apresentados à criança pelo aplicativo, despertam no infante o interesse de saber e consumir mais vídeos sobre o assunto. Desse modo, visto que o aplicativo consegue classificar e

identificar as preferências de conteúdo do usuário, o TikTok dá início ao bombardeamento de conteúdos similares às de sua preferência, sem quaisquer responsabilidades acerca da prejudicialidade das mídias.

Por consequência, ao inserir temas sobre a sexualidade que sejam inadequados para a atual capacidade de entendimento e compreensão da criança, constata-se uma verdadeira violação à infância e ao indivíduo em desenvolvimento. Isso porque a fase infantil é roubada do infante e abreviada, dando espaço para a inserção desajustada e indevida de matérias adultas no período mais vital de seu crescimento.

Além do mais, observa-se que “o comportamento infantil assume a imagem e semelhança do adulto no momento em que a criança é livremente admitida no mundo das informações irrestritas” (Ferreira; Ribeiro, 2022, p. 6). Demonstra-se, assim, que o acesso irrestrito ao TikTok está relacionado a uma superexposição da criança a assuntos sobre a sexualidade, os quais podem prejudicar o crescimento pleno e saudável do indivíduo.

Isso vem manifestamente corroborado mediante uma breve visita ao aplicativo, o qual sequer necessita de cadastro para acesso. Pode-se notar, de modo recorrente, a presença de crianças e adolescentes nos vídeos da plataforma, participando de *trends* e dançando, frequentemente, com vestimentas e músicas inadequadas, sexualizadas e degradantes para a faixa etária, além de consumirem os demais conteúdos da plataforma, nos quais o corpo, sobretudo o feminino, é intensamente sexualizado, objetificado e mercantilizado, criando nítidos obstáculos ao desenvolvimento do senso crítico do infante.

No entanto, não há falar que a erotização precoce é consequência tão somente da curiosidade infantil a respeito da sexualidade. Isso porque a erotização precoce deriva de um processo antinatural imposto por terceiros, seja proposital ou acidentalmente, através da inserção ou exposição da criança a determinado ambiente, situação, ou, especialmente, a conteúdos e mídias digitais que versam sobre temas sexuais de modo deteriorante e prejudicial à formação sadia da sexualidade do menor, que deve ser abordada de maneira gradual, adequando-se à sua idade e capacidade de compreensão.

2.2 Implicações da erotização precoce no desenvolvimento saudável do infante

Diante do exposto nos itens acima, inviável crer que a criança ou o adolescente, vítima da erotização precoce, não apresente carências em seu desenvolvimento durante a infância ou a juventude. Em primeiro plano, pode-se discutir a questão da rede TikTok e a exposição da própria imagem. Nessa senda, “quando falamos sobre transtornos mentais ligados à saúde mental, o comportamento de tornar a imagem em um espetáculo pode gerar impactos para quem consome, como também para quem cria” (Almeida et al., 2021, p. 12).

Quer dizer, a espetacularização da imagem pressupõe uma certa irrealidade acerca da própria individualidade, a qual é mascarada ou transformada na rede. Por existir, nas mídias digitais, a busca por atenção e telespectadores, os usuários replicam o comportamento daqueles que já alcançaram a fama, podendo o usuário comum reproduzir certos comportamentos que ultrapassam o conceito de uma conduta saudável.

Dessa maneira, considerando que essa categoria de conteúdos que cultuam a imagem e o corpo, por si só, são prejudiciais aos adultos, julga-se que tais mídias são ainda mais nefastas acaso apresentadas ao público infantil, porquanto a criança ou o adolescente ainda se encontra no processo de lapidação psíquica a respeito de si, bem como ao mundo exterior circundante.

Crê-se, portanto, que a criança ou o adolescente consumidor desse padrão de conteúdo, pelo “simples fato de não filtrar o conteúdo consumido, ou de consumir conteúdos de forma inconsciente, pode desencadear gatilhos ou até mesmo problemas com a própria saúde mental, como ansiedade e abalos na autoestima” (Almeida et al., 2021, p. 12).

De outra banda, o consumo de vídeos com teor sexual na plataforma TikTok também afeta e distorce a visão da criança no tocante à sexualidade. Nesse sentido, nota-se que

Na sociedade pós-moderna, é notório que o sexo e os sentimentos relacionados a ele estão banalizados. Em diversos tipos de espaços sociais, é possível identificar um forte apelo sexual, seja na mídia [...] ou até mesmo em conversas com amigos na escola, na rua e em outros espaços. (Carvalho, 2009, p. 88).

À vista disso, é notável que os assuntos que circundam a sexualidade também estão presentes na Internet e, inclusive, no TikTok, onde as crianças e adolescentes ocupam uma grande parcela de espaço. Portanto, é possível inferir que o consumo de conteúdos que abordam a sexualidade interfere, diretamente, no desenvolvimento da sexualidade e na erotização desses sujeitos.

Por conseguinte, ao passo em que o TikTok fornece, fomenta e estimula o teor sexual vinculado nos vídeos, o aplicativo desvirtua o infantojuvenil do amadurecimento saudável e consciente de sua própria sexualidade, incluindo no imaginário da criança e do adolescente os estereótipos, preconceitos e tabus que permeiam a temática sexual.

Outrossim, tendo em vista a vulnerabilidade agravada na fase da infância, esse sujeito pode ser vítima da objetificação sexual por parte de outros indivíduos mal-intencionados, principalmente ao se tratar de uma plataforma digital, como o TikTok. Quer dizer, qualquer criança vitimada pela erotização precoce na plataforma, pode se tornar vítima novamente por criminosos que utilizam das redes sociais para o abuso e exploração sexual infantil, causando traumas e problemas psicológicos irreparáveis às vítimas e seus familiares.

Logo, o que antes era apenas um aplicativo, torna-se um enorme risco para o desenvolvimento saudável das crianças e adolescentes, pois, se “nossas crianças vivem cercadas de objetos e mensagens publicitárias que as incitam a viver num mundo onde toda forma de querer é voltada à satisfação imediata. Por que não a sexual?” (Del Priore, 2011, p. 156).

4.3.1 A hipervulnerabilidade do consumidor criança e a doutrina da proteção integral

No âmago da abordagem jurídica consumerista, o conceito da vulnerabilidade do consumidor ocupa um papel central. Nesse cenário, “A opção do legislador brasileiro, como já referimos, foi pelo estabelecimento de uma presunção de vulnerabilidade do consumidor, de modo que todos os consumidores sejam considerados vulneráveis [...]” (Miragem, 2024, local. 95).

Todavia, é certo que determinados consumidores, por apresentarem características peculiares, possuem uma espécie de vulnerabilidade agravada, merecendo maior proteção frente aos fornecedores. Nessa perspectiva, a seguinte lição enfatiza que

[...] certas qualidades pessoais do consumidor podem dar causa a uma soma de fatores de reconhecimento da vulnerabilidade, razão pela qual se pode falar em situação de vulnerabilidade agravada, ou, como também vem denominando a doutrina, **hipervulnerabilidade do consumidor**. A utilidade do reconhecimento de causas que acentuem a vulnerabilidade do consumidor, agravando sua condição, se estabelece como um critério de interpretação e aplicação das normas de proteção – ou, como sugere a doutrina, originando um dever de cuidado especial – atendendo a essa situação peculiar de certos consumidores. (Miragem, 2024, local. 98, grifou-se).

Ou seja, o conceito de hipervulnerabilidade do consumidor descreve uma situação em que certos indivíduos apresentam uma vulnerabilidade acentuada nas relações de consumo devido a fatores específicos que amplificam a sua desvantagem natural frente aos fornecedores. Esses fatores podem incluir idade avançada, deficiência física ou mental, baixo nível educacional, extrema pobreza, entre outros.

Nesse rumo, levando em consideração o fenômeno da erotização precoce no âmbito digital do TikTok, mostra-se necessária a análise desse assunto perante o ordenamento jurídico brasileiro. Para tanto, invoca-se, neste trabalho, as lentes da já citada teoria consumerista da hipervulnerabilidade do consumidor e a doutrina da proteção integral à criança.

Sabe-se que a hipervulnerabilidade do consumidor, no que diz respeito à criança e ao adolescente, é derivada do texto constitucional, o qual dispõe em seu artigo 227, *caput*, que

É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão (Brasil, 1988).

Assim sendo, mediante análise da etimologia da palavra hipervulnerável, denota-se que “o prefixo hiper (do grego *hypér*), designativo de alto grau ou aquilo que excede a medida normal, acrescido da palavra vulnerável, quer significar que alguns consumidores possuem vulnerabilidade maior do que a medida normal [...]” (Densa; Nishiyama, 2010, p. 4). Isso porque, conforme a seguinte lição:

[...] A identificação de diferenças de grau/intensidade debilidade ou fraqueza do consumidor em situações específicas, por conta de determinada qualidade subjetiva pessoal ou ligada a grupos de consumidores, fundamentou o

reconhecimento da vulnerabilidade agravada (ou hipervulnerabilidade). (Marques; Miragem, 2014, p. 200).

Ou seja, o reconhecimento da hipervulnerabilidade, particularmente no caso de crianças e adolescentes, contribui para a justificação de uma ação mais enérgica do Estado no combate às violações de direitos desses indivíduos, bem como na proteção desses sujeitos no ordenamento jurídico. Nessa senda, o Superior Tribunal de Justiça reconhece a vulnerabilidade agravada em vários julgados. Cita-se, aqui, trecho do voto do Ministro Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin:

O Código de Defesa do Consumidor, é desnecessário explicar, protege todos os consumidores, mas não é insensível à realidade da vida e do mercado, vale dizer, não desconhece que há consumidores e consumidores, que existem aqueles que, no vocabulário da disciplina, são denominados hipervulneráveis, como as crianças, os idosos, os portadores de deficiência, os analfabetos e, como não poderia deixar de ser, aqueles que, por razão genética ou não, apresentam enfermidades que possam ser manifestadas ou agravadas pelo consumo de produtos ou serviços livremente comercializados e inofensivos à maioria das pessoas. (STJ, 2003, on-line).

Isso posto, colocando em pauta a erotização precoce de crianças e adolescentes no TikTok, constata-se que o aplicativo explora severamente a hipervulnerabilidade desse grupo, uma vez que a criança é exposta, constantemente, a conteúdos que são danosos ao desenvolvimento do menor.

Dessa maneira, ainda que a legislação dê atenção especial a esses sujeitos, verifica-se, na prática, uma grande dificuldade para proteger e garantir os direitos desses indivíduos, porquanto há uma união de fatores que corroboram para uma deficiência na proteção do hipervulnerável.

Acredita-se que elementos como o desenvolvimento acelerado da tecnologia, a morosidade do legislador em acompanhar as evoluções do mundo digital e o desconhecimento dos pais acerca das ferramentas digitais, contribuem para o abandono da criança hipervulnerável frente ao ambiente digital. Desse modo, pode-se concluir que:

O jovem da era digital tem se mostrado extremamente hábil no manejo da tecnologia, mas, por outro lado, é muito inocente frente a situações em que deveria enxergar risco e ter comportamento mais cauteloso. Isso pode ser reflexo de uma vida com menos responsabilidades, crescendo em grandes centros urbanos onde a criação tem sido com uma redoma de superproteção da família. Apesar de estar longe da rua tradicional, o mesmo não ocorre com a rua digital, na qual ele está cada vez mais exposto e por vezes com desconhecimento dos responsáveis. (Pinheiro, 2017, on-line).

Por outro lado, como é sabido, o Brasil passou por intenso processo de amadurecimento quanto aos direitos da criança. Na década de 1980, por exemplo, era vigente o Código de Menores de 1979, possuindo como fundamento central “a própria ideia de incapacidade da criança, que era percebida como objeto de proteção, e não como sujeito de direitos. Ressalta-se que tal doutrina enquadrava em uma única categoria as crianças abandonadas, maltratadas e infratoras.” (Boaventura et al., 2019, p. 5).

Felizmente, essa ideia foi superada com o advento da Constituição Federal de 1988. Nesse diapasão, destaca-se que:

[...] A Constituição Federal de 1988, ao consolidar a doutrina da proteção integral, bem como ao reconhecer a criança como sujeito de direitos, demonstrou um entendimento uníssono com os instrumentos internacionais até então vigentes no tocante ao direito da infância, razão pela qual, com o advento da Convenção de 1989, o ordenamento jurídico brasileiro já se demonstrava convencional, em relação ao entendimento estabelecido na seara internacional. (Boaventura et al., 2019, p. 6).

Logo depois, no ano de 1990, surgiu no ordenamento jurídico pátrio a Lei n.º 8.069, importantíssima ferramenta de proteção apelidada de Estatuto da Criança e do Adolescente, a qual “superou a doutrina da situação irregular do Código de Menores de 1979, consolidando o reconhecimento da criança como sujeito de direitos.” (Boaventura et al., 2019, p. 6).

Isso posto, trazendo à baila a erotização precoce de crianças e adolescentes no aplicativo TikTok, tem-se que a plataforma também viola os direitos assegurados no Estatuto da Criança e do Adolescente. Isso porque:

[...] Há a previsão do direito ao respeito que consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo sua imagem, identidade, autonomia, valores, ideias e crenças, espaços e objetos pessoais. (Freire, 2022, p. 29).

Na mesma linha do autor, “a imagem de crianças e adolescentes é protegida. A sua veiculação e associação em meios de comunicação é vedada [...]” (Freire, 2022, p. 29). Logo, mediante apenas uma análise superficial do tema, é possível constatar a situação de violação de direitos das crianças e adolescentes na rede TikTok, porquanto esses sujeitos, quando erotizados precocemente no aplicativo, têm a

própria imagem maculada, sem que possam cessar tal violação, porquanto inconscientes da prejudicialidade do fato.

Considerações finais

Ao término desta análise sobre a interseção complexa entre a rede social TikTok, a erotização precoce de crianças e adolescentes, e os princípios fundamentais da hipervulnerabilidade do consumidor e da proteção integral à criança, é imperativo refletir sobre os desafios enfrentados e as perspectivas para o futuro.

É inegável que as redes sociais, especialmente o TikTok, desempenham um papel significativo na vida cotidiana de crianças e adolescentes, influenciando diretamente suas percepções, valores e comportamentos. Nesse contexto, a questão da erotização precoce emerge como uma preocupação premente, exigindo uma abordagem proativa e multifacetada.

Uma das principais conclusões que podemos extrair desta análise é a necessidade urgente de colaboração entre os desenvolvedores de plataformas digitais, legisladores, pais e educadores. A responsabilidade compartilhada na criação de um ambiente online seguro e protetor é crucial para mitigar os riscos associados à exposição inadequada de crianças e adolescentes a conteúdos sensíveis.

A hipervulnerabilidade do consumidor jovem requer estratégias específicas, desde ferramentas de controle parental mais eficazes até políticas de privacidade mais robustas. Além disso, a educação digital deve ser integrada ao currículo escolar, capacitando jovens a desenvolverem uma consciência crítica sobre o que consomem nas plataformas digitais.

No âmbito legal, é necessário um aprimoramento das regulamentações existentes para abordar adequadamente os desafios emergentes. As leis devem ser adaptáveis e abrangentes, levando em consideração a rápida evolução do cenário digital e os novos desafios que surgem constantemente.

Por fim, é fundamental manter um diálogo aberto e contínuo entre todas as partes interessadas, promovendo uma conscientização global sobre os impactos potenciais do conteúdo online na saúde mental e no desenvolvimento saudável das crianças e adolescentes.

Ao nos comprometermos com a criação de um ambiente digital mais seguro e protetor da infância, estaremos investindo no bem-estar das gerações futuras e

fortalecendo os alicerces de uma sociedade que valoriza e protege a integridade de seus membros mais jovens. Que esta análise sirva como um convite à ação, inspirando esforços coletivos para garantir um futuro digital mais seguro e saudável para todos.

Referências

ALMEIDA, Leonardo. FERREIRA, Luís Eduardo. GALVÃO, Rodrigo Arthur. GOECKING, Dandara. PEREIRA, Lilian. SANTOS, Lorena dos. **A Compulsão do TikTok e a Exibição de Transtornos Psicológicos**. 2021. Trabalho apresentado no IJ02 – Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo, 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOAVENTURA, Igor Davi da Silva; RIBEIRO, Cristina Figueiredo Terezo; VERBICARO, Dennis. **A proteção integral e o melhor interesse da criança no contexto das relações de consumo**. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 122, p. 89-111, Mar-Abr. 2019. Disponível

em: <<https://www.revistadoatribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&sruid=i0ad6dc600000188e1949bdb3600a7e4&docguid=l8eaf9600554f11e9bd7401000000000&hitguid=l8eaf9600554f11e9bd74010000000000&spos=1&epos=1&td=527&context=86&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>>. Acesso em: 20.06.2023.

BRASIL. **Código Civil Brasileiro (2002)**. Disponível em:

<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm>. Acesso em: 20.06.2023

BRASIL. **Código do Consumidor (1990)**. Disponível em:

< https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 20.06.2023

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil (1988)**. Disponível em:

<http://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/CON1988_05.10.1988/ind.asp>. Acesso em: 20.06.2023

BRASIL. **Marco Civil da Internet (2014)**. Disponível em:

<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>. Acesso em: 20.06.2023

CETIC.BR – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **Tic kids online brasil 2022**. São Paulo: 2023. Disponível em:

<https://cetic.br/media/analises/tic_kids_online_brasil_2022_principais_resultados.pdf> Acesso em: 20.06.2023.

- CARVALHO, Michele. **Tv, estímulo precoce à sexualidade e adolescência.** *Infância e Consumo: estudos no campo da comunicação*, p. 88-103. Brasília: Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) e Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana, 2009.
- COSTA, Júlia Verdade. **Videos para o tiktok: implicações da cultura digital nas produções de crianças e adolescentes.** 2022. 82 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Pedagogia) — Universidade de Brasília, Brasília, 2022.
- FERREIRA, Bruna Milene; RIBEIRO, Patrícia Ellmer de Carvalho. **A erotização infantil nas mídias eletrônicas: uma discussão necessária para pais e mestres.** *Revista Acadêmica Educação e Cultura em Debate*, ano 8, n. 1. Goiânia: 2022. Disponível em: <<http://revistas.unifan.edu.br/index.php/RevistaISE/article/view/830>> Acesso em: 20.06.2023.
- FRANCO, S. M; BIEGING, P. **Criança e Rede Social: Tecnologias e Novas Mídia: da educação às práticas culturais de consumo.** São Paulo: Pimenta Cultural, 2013.
- GUARESCHI, P. A; BIZ, O. **Mídia, educação e cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal.** São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.
- MARTINS, Guilherme Magalhães. **A Regulamentação da Publicidade Infantil no Brasil. A Proteção do Consumidor e da Infância.** *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 102, p. 297-320, Nov-Dez. 2015. Disponível em:<<https://www.revistadotribunais.com.br/maf/app/widgetshomepage/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad82d9b0000018fe55d8b8e76c07e1f&docguid=lb99b3ca0c19311e587f3010000000000&hitguid=lb99b3ca0c19311e587f3010000000000&spos=18&epos=18&td=925&context=22&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=false&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>> Acesso em: 20.06.2023.
- MEIRA, Guianezza Mescherichia de Góis Saraiva; PEREIRA, Vitória Ranner Pinheiro. **A normalização da cultura de crimes contra a dignidade feminina na canção “sabotaram o meu copo” e a exaltação da sexualização de crianças na plataforma tiktok.** *Revista Philologus*, ano 27, n. 81 Suplemento. Rio de Janeiro: CiFEFiL, setembro/dezembro 2021 anais da XVI JNLFLP. Disponível em: <<https://www.revistaphilologus.org.br/index.php/rph/article/view/883/950>> Acesso em: 20.06.2023
- MELLO, Leonardo Tozarini; SODRÉ, Marcelo Gomes. **O consumo no mundo infantojuvenil e a publicidade indireta nos meios digitais.** *Revista de Direito do Consumidor*. vol. 136. ano 30. p. 145-163. São Paulo: Ed. RT, jul./ago. 2021. Disponível em:

<<https://www.revistadoatribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0a6adc500000188e150fdd56ee549b9&docguid=I87705fd0f1b711eb95dec59f0bc99bb7&hitguid=I87705fd0f1b711eb95dec59f0bc99bb7&spos=1&epos=1&td=9&context=5&crumbaction=append&crumblabel=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>>. Acesso em: 20.06.2023.

MIOTTO, Carolina Cristina. **A criança como consumidora hipervulnerável: uma análise da proteção deficiente contra a publicidade na internet.** *Revista de Direito do Consumidor*. vol. 146. ano 32. p. 37-52. São Paulo: Ed. RT, mar./abr. 2023. Disponível em: <<http://revistadoatribunais.com.br/maf/app/document?stid=st-rl&marg=DTR-2023-3302>>. Acesso em: 20.06.2023.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor.** [Rio de Janeiro]: Grupo GEN, 2024. E-book. ISBN 9786559648856. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559648856/>. Acesso em: 04.06.2024.

STJ – Superior Tribunal de Justiça. **RECURSO ESPECIAL Nº 586.316 – MG (2003/0161208-5).** 2003. Disponível em: <<https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ATC?seq=2893505&tipo=51&nreg=200301612085&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=20090319&formato=PDF&salvar=false>>. Acesso em: 20.06.2023.

TIKTOK. **Termos de Serviço.** 2023. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/pt-BR>>. Acesso em: 20.06.2023.

TJRJ – Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. **Conflito de Competência nº 0043027-43.2014.8.19.0000.** Rio de Janeiro: 2014. Disponível em: <https://www.omci.org.br/m/jurisprudencias/arquivos/2015/tjrj_00430274320148190000_27102014.pdf>. Acesso em: 20.06.2023.

TOMAZ, Renata. **A sociabilidade automatizada das crianças brasileiras nas redes sociais.**

Entrevista concedida a Amanda Antunes. *Revista DESidades*, Rio de Janeiro, número 17, ano 5, p. 35-46, outubro-dezembro, 2017.