



EUCPN Toolbox Series

Nº 15

Prevenção da vitimização de menores na era digital

Aumento de conscientização e modificações nos comportamentos

Parte do projeto "Continuação da implementação do MAS da EUCPN e da Rede Informal sobre a Abordagem Administrativa" -
Secretaria da EUCPN, setembro de 2019, Bruxelas



Com o apoio financeiro do Fundo de Segurança Interna da União Europeia - Polícia

Aviso legal

Os conteúdos desta publicação não refletem necessariamente a opinião oficial de qualquer dos Estados-Membros da UE ou de qualquer agência ou instituição da União Europeia ou das Comunidades Europeias.

Autores/editores

Stijn Aerts, Oficial de pesquisa, Secretaria EUCPN.

Sumário executivo

Esta toolbox lida com a prevenção online da vitimização de menores. Isto não deve ser confundido com a prevenção de crimes de pedofilia na internet. Esta abordagem observa a internet como espaço para a prevenção do crime, em vez de espaço para a execução do crime.

Desde a descoberta da internet que o uso da mesma por menores, bem como as infraestruturas online têm vindo a mudar drasticamente. O advento da Web 2.0 em 2005 marcou uma mudança para experiências online centradas no utilizador, conteúdo criado pelo utilizador, e partilha de conteúdos. Tudo isto culminou nas redes sociais e sites de networking. Além disso, a chegada dos dispositivos portáteis economicamente acessíveis e das ligações móveis causou uma revolução móvel.

As crianças e adolescentes de hoje estão online, durante muito tempo, e em grandes números. Uma grande maioria dos adolescentes europeus tem acesso diário à internet e desfruta das suas conexões online por telemóvel. As atividades online mais populares entre menores são o networking social, ouvir música e ver vídeos, e o envio de mensagens instantâneas. Estudos recentes revelaram que as crianças estão online muito mais cedo, a partir dos três anos de idade. Os requisitos de idade das redes sociais não impediram o fato de que o uso das mesmas por menores é generalizado e continua a crescer.

A vitimização é o processo de se tornar uma vítima, aqui entendida como uma pessoa que sofre danos físicos, mentais ou emocionais ou perda económica devido às ações de outra pessoa. Estas ações podem ser de natureza criminosa ou podem incluir comportamentos nocivos não criminosos.

O termo "menores" refere-se a todas as pessoas com menos de 18 anos, considerada como a idade da maioridade. Pode ser efetuada uma diferenciação entre as crianças (idades entre os 0 e os 10 anos) e os adolescentes (11 - 17 anos). As crianças que não tenham as competências motoras necessárias ou a alfabetização básica para estar online não são consideradas neste estudo.

Os crimes contra menores incluem o tráfico humano, a exploração sexual de crianças e o cibercrime. Mais de metade das vítimas de tráfico humano são raparigas, principalmente com 16 - 17 anos. Os grupos mais jovens são cada vez menos vulneráveis. A exploração sexual de crianças refere-se tanto ao abuso sexual de menores como à produção e divulgação de imagens de tais abusos. Esta divulgação é feita através da internet, o que tem aumentado fenómenos como a coerção sexual online e a extorsão de menores.

Os menores também podem ser vítimas de comportamentos nocivos mas não criminosos. Especialmente a internet apresenta vários riscos de contacto e conteúdo para crianças, o que pode ser prejudicial. O cyberbullying é predominante, mas a lista também inclui o uso indevido de dados pessoais, recebimento de conteúdo indesejado (para adultos) etc. Ao mesmo tempo, a internet apresenta muitas oportunidades para menores, e alguma exposição aos riscos pode ser benéfica para a resiliência. Prevenir danos deve, portanto, ter prioridade sobre evitar riscos.

Esta toolbox oferece uma série de boas práticas relacionadas à prevenção da vitimização de menores no mundo digital. Elas são derivadas do campo do marketing social, um campo com um registo impressionante de realizações, especialmente para a prevenção de doenças. A toolbox também analisa as melhores práticas em campanhas das redes sociais, incluindo campanhas de influenciadores e jogos sérios. Finalmente, na toolbox discute-se a forma como as tecnologias de informação podem melhorar o desempenho dos canais de ajuda às crianças ou a acessibilidade dos serviços de polícia para as crianças.

O marketing social é a aplicação de conceitos e técnicas de marketing para o bem social. O seu objetivo principal é a mudança de comportamentos, ou seja, um impacto mensurável. Além disso, está fortemente enraizada na teoria e nas evidências sobre o comportamento humano e as mudanças comportamentais. Ambos os aspectos também são particularmente relevantes para a prevenção do crime. Outros aspectos-chave do marketing social incluem a segmentação do grupo-alvo, a

adaptação de ações para diferentes segmentos e a conceitualização da mudança de comportamento como um intercâmbio: a ideia de que algo deve ser oferecido em troca.

As campanhas nas redes sociais já não são novidade. Para alcançar os menores, devemos ir onde eles se encontram: online. A pergunta é: como fazê-lo de forma eficiente? Isto pode requerer suporte profissional, mas, mais importante ainda, pode necessitar muita preparação. Que plataforma das redes sociais é selecionada, a aparência das imagens ou materiais de vídeo, o idioma usado, as referências culturais, o uso (ou a falta de uso) da segmentação das opções de publicidade e a composição da mensagem determinam se uma campanha nas redes sociais produz os resultados esperados. Mais uma vez, a avaliação é importante, pois permite que as campanhas sejam adaptadas à medida.

O marketing de influenciadores mobiliza os influenciadores em vez de visar o mercado alvo como um todo. A ideia subjacente é que a maior parte dos indivíduos são influenciados por um conjunto muito menor de indivíduos, dos quais eles procuram orientação ou inspiração. Isto pode ser transferido para campanhas de prevenção do crime: faça com que um influenciador divulgue a mensagem ao grupo alvo através dos seus canais. Se for bem feita, esta iniciativa poupa custos e o influenciador torna a mensagem ainda mais convincente. No entanto, é importante selecionar o(s) influenciador(es) correto(s), ser sensível às tendências na cultura popular, considerar os influenciadores locais (como oposto das pessoas famosas) e incluir histórias pessoais.

Os jogos sérios são jogos projetados com o objetivo primário e "sério" de transmitir uma mensagem educacional, informativa ou persuasiva ou formação física ou mental. Estes jogos não deverão ser confundidos com a ludificação, que consiste na aplicação de elementos de jogo em ambientes não lúdicos. A pesquisa de aprendizagem baseada em jogos demonstrou que os jogos sérios são eficazes, especialmente entre crianças e adolescentes, se atenderem a alguns critérios. O design e a narrativa do jogo devem ser precisos e proporcionais aos objetivos de aprendizagem, o conteúdo da aprendizagem deve ser integrado à jogabilidade, e os jogos devem fazer parte de intervenções maiores, por exemplo, através do uso no contexto escolar e como base para discussões em grupo.

Finalmente, as novas tecnologias podem ser usadas não só para alcançar as crianças e adolescentes, mas também para lhes fornecer opções de acesso às informações e obtenção de ajuda. As linhas de ajuda telefónicas agora são acompanhadas por aplicações, chat, recursos online e presença nas redes sociais. É melhor, no entanto, vincular organicamente diferentes plataformas, para garantir que sejam complementares, manter a qualidade do serviço e concentrar-se no conteúdo positivo, e não nos avisos. O sucesso da presença online dos agentes da lei depende da confiança na polícia. Os agentes online deverão também ter consciência do seu papel duplo como agentes da lei e confidentes online, especialmente quando lidam com menores.

Uma nota crítica é que existem limites para a prevenção online e digital da vitimização de menores. Apesar da eficácia das novas tecnologias no alcance de crianças e adolescentes, pode haver situações em que os menores deverão de preferência ser abordados por outros meios. É, por exemplo, o caso das crianças demasiado jovens para estarem online ou demasiado jovens para compreenderem mensagens complexas. Adicionalmente, o sistema escolar continua a ser uma forma óbvia e eficiente de alcançar os menores.

