



INSTITUTO ALANA

CRIANÇA PRIMEIRO. ESSE É O NOSSO PORQUÊ



alana

CRIANÇA e
CONSUMO 



O dever de garantia da
absoluta prioridade de crianças e
adolescentes no ambiente digital
e o trabalho infantil artístico dos
influenciadores mirins

Isabella Henriques e Maria Mello

MÚLTIPLAS INFÂNCIAS

Em 2021, **70,4 milhões** de crianças e adolescentes entre zero-19 anos de idade residiam no **Brasil**

Aproximadamente **1/3** da população do país

44% brancas +
48,3% pardas +
6,2% pretas +
0,9% amarelas +
0,6% indígenas

17,4% com menos de 14 anos vivem em lares com renda domiciliar per capita **até ¼ de salário-mínimo** (7,7 milhões)

27,1% de ¼ até ½ **salário-mínimo** (12 milhões)

44,5% em condição domiciliar de **baixa renda** (19,6 milhões)





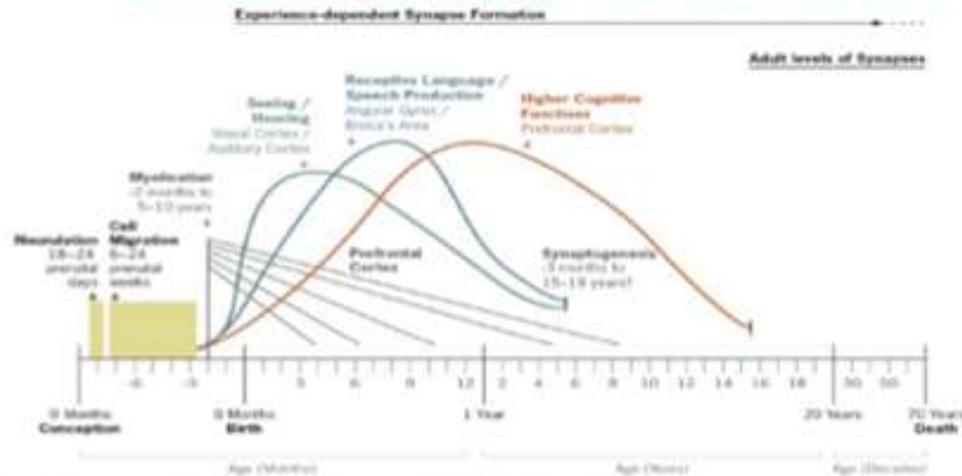
CRIANÇA NÃO É MINIADULTO



HIPERVULNERABILIDADE

Na **primeira infância**, a criança está em uma fase sensível do desenvolvimento humano

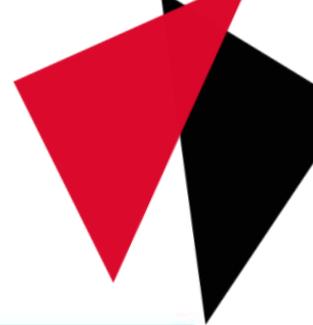
Summary of Brain Development



Source: Thompson and Nelson (2001). Figure provided by Heckman (2013).



A **adolescência** é também um período peculiar de desenvolvimento cerebral



The Adolescent Brain:
A second window
of opportunity

A Compendium



POSITIVE AND NEGATIVE SPIRALS

DURING ADOLESCENT BRAIN DEVELOPMENT

unicef
Office of Research - Innocenti

THE ADOLESCENT BRAIN NEEDS SUPPORT TO CREATE POSITIVE SPIRALS, AVOIDING NEGATIVE TRAJECTORIES

DOWNLOAD
"THE ADOLESCENT BRAIN: A SECOND WINDOW OF OPPORTUNITY"
WWW.UNICEF-IRC.ORG/ADOLESCENT-BRAIN

EXAMPLES OF A POSITIVE SPIRAL:

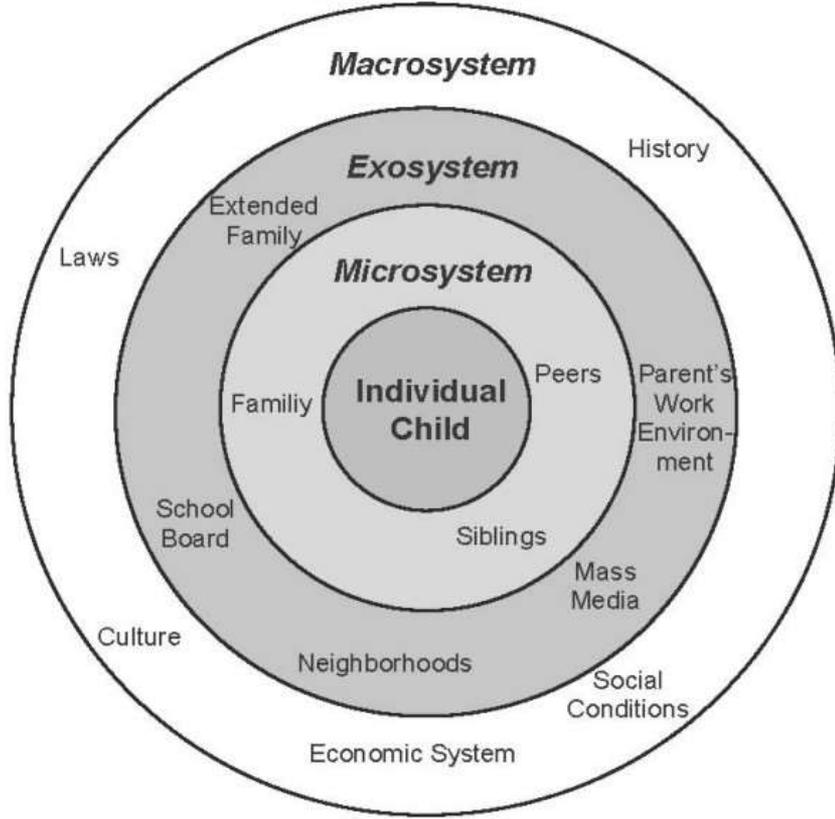
- BIOLOGICAL CHANGES INCREASE TENDENCIES TO EXPLORE, TAKE RISKS. ADOLESCENTS CAN EXPLORE HEALTHY VERSIONS OF RISK-TAKING.
- SUPPORT FROM ADULTS FOR HEALTHY LEARNING OPPORTUNITIES, TAKING ON GUIDED RESPONSIBILITIES.
- IMPROVED SELF-CONFIDENCE, SUPPORTED RISK-TAKING IN LEARNING CONTEXTS.

EXAMPLES OF A NEGATIVE SPIRAL:

- BIOLOGICAL CHANGES AT PUBERTY LEAD TO A TENDENCY TO PREFER STAYING UP LATER.
- INTENSIFIED THROUGH SOCIAL INTERACTION AND TECHNOLOGY USE, BECOMES A ERRATIC SLEEP PATTERN, SOCIAL RE-LAG.
- PROBLEMATIC PATTERNING OF BEHAVIOR CAN AFFECT EMOTIONAL ATTENTION AND HEALTH.

WILDCY
GO
AGE 9-14
ENVIRONMENT





Para cuidar das crianças e dos adolescentes, também precisamos cuidar do ambiente, [inclusive das mídias] onde estão





1/3

dos **usuários de Internet**
no mundo são
crianças e adolescentes

Fonte: Unicef. The State of the World's Children 2017

92%

de **crianças e adolescentes**
entre **9 e 17 anos**
usam Internet no **Brasil**

Fonte: Cetic.br, NIC.br e CGI.br. TIC Kids Online Brasil 2022

PRESENÇA DE CRIANÇAS NAS PLATAFORMAS

86% das crianças de 9 a 17 anos possuem perfil em redes sociais

80% WhatsApp
62% Instagram
58% TikTok

51% Facebook
12% Snapchat
17% Twitter

Fonte: TIC Kids Online 2022 / 21

Entre os **100 canais** de maior audiência no YouTube Brasil, em 2016, **48** abordavam conteúdo direcionado ou consumido por crianças de **0 a 12 anos** - mais de **52 bilhões** de views

Fonte: Luciana Corrêa. Geração YouTube: Um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças. 0-12 anos - Brasil - 2005/2016. São Paulo: ESPM, 2016



OPORTU- NIDADES



Ações praticadas por crianças e adolescentes na Internet

- Vídeos, filmes, séries, jogos conectados;
- Envio de mensagens
- Uso de redes sociais;
- Trabalhos escolares e pesquisas;
- Postagem e compartilhamento de conteúdos;
- Busca de informações;
- Conversas sobre política ou problemas da sua cidade ou seu país.



● **Conteúdo**

● **Contato**

● **Conduta**

● **Contrato/Consumo**

● **Transversais**

(violações à privacidade, riscos para saúde física e mental, desigualdades e discriminações)

RISCOS

Fontes:

Sonia Livingstone e Mariya Stoilova. The 4Cs: Classifying Online Risk to Children (CO:RE Short Report Series on Key Topics). Hamburgo: Leibniz-Institut für Medienforschung, 2021.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). Children in the digital environment: Revised typology of risks. OECD Digital Economy Papers, 2021.



- **Exploração comercial**
- **Imagem**
- **Segurança**
- **Autodeterminação informativa**
- **Privacidade e proteção de dados**
- **Rastro digital**

RISCOS

Trabalho infantil
artístico e
sharenting

No Brasil, a proporção de pessoas de **25 anos** ou mais que finalizaram a educação básica obrigatória, ou seja, concluíram, no mínimo, o ensino médio, passou de **47,4%**, em 2018, para **48,8%**, em 2019.

Também em 2019, **46,6%** da população de **25 anos** ou mais de idade estava concentrada nos níveis de instrução até o ensino fundamental completo ou equivalente; **27,4%** tinham o ensino médio completo ou equivalente; e **17,4%**, o superior completo.

Em 2020, **41,2%** dos jovens de 19 anos pertencentes a **famílias com faixa de renda mais baixa** não concluíram o Ensino Médio.





MODELO DE NEGÓCIOS



A atenção dos usuários das plataformas tornou-se fortemente disputada pelos agentes da economia digital porque, **quanto mais tempo as pessoas passam em determinadas plataformas, mais intensamente são submetidas** à publicidade e à coleta de seus dados, assim como mais suscetíveis estarão a estratégias que visam influenciar e alterar suas preferências e visões de mundo.

Fonte: Tim Wu. The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads. 2016.

THE ATTENTION MERCHANTS

THE EPIC SCRAMBLE TO GET INSIDE OUR HEADS

TIM WU

AUTHOR OF THE MASTER SWITCH



parecer

Ana Frazão
Dever geral de cuidado das
plataformas diante de crianças
e adolescentes

Encaminhado por:

alana 

CRIANÇA e
CONSUMO 

"Essa mesma lógica se aplica em relação às crianças. Em muitos casos, a **manutenção de conteúdo funciona como um chamariz para que as crianças acessem**, cada vez mais, a plataforma. Quanto mais crianças o fazem, mais anunciantes que têm esse público como alvo serão atraídos. Por sua vez, quanto mais anunciantes, mais conteúdo infantil será produzido."

Fonte: Ana Frazão. Parecer: Dever geral de cuidado das plataformas diante de crianças e adolescentes. 2021.

bit.ly/parecer_ana_frazao

"(...) há muito se identificou que tais agentes (plataformas digitais) não funcionam apenas como meros intermediários passivos. Ao contrário, valendo-se de uma extração massiva de dados de seus usuários, as plataformas **influenciam diretamente o fluxo informacional, interferindo na experiência que cada usuário tem ao acessar a rede, o que terá desdobramentos importantes sobre a responsabilidade desses agentes econômicos.**"

Fonte: Ana Frazão. Parecer: Dever geral de cuidado das plataformas diante de crianças e adolescentes. 2021.

"(...) a utilização, cada vez mais massiva, da internet pelas crianças – também é fruto de uma estratégia de mercado da plataforma. De fato, as plataformas coletam informações dos usuários e direcionam conteúdos personalizados. Quanto mais acurada a recomendação, mais atrativa a plataforma se torna e mais engajamento é gerado, o que possibilita também maior extração de dados. O êxito, portanto, de determinados canais não depende apenas da qualidade ou do apelo do conteúdo postado, mas está diretamente vinculado ao **design da plataforma**, que contribui, diretamente, para a difusão do conteúdo, quando prioriza determinados materiais em detrimento de outros."

Fonte: Ana Frazão. Parecer: Dever geral de cuidado das plataformas diante de crianças e adolescentes. 2021.



"(...) as plataformas digitais não constituem espaços neutros pelos quais transitam os conteúdos de terceiros. Pelo contrário, **são agentes econômicos que, por meio de um intrincado e sofisticado sistema de algoritmos, definem que conteúdos serão dirigidos a seus usuários e de que forma. Mais do que isso, tais plataformas já fazem monitoramento de conteúdos e os retiram sempre que consideram que violam suas políticas de uso.**"

Fonte: Ana Frazão. Parecer: Dever geral de cuidado das plataformas diante de crianças e adolescentes. 2021.

"É sob essa perspectiva que deve ser examinada a responsabilidade civil das plataformas digitais pelos danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros, **evitando que alegadas violações à liberdade de expressão sejam utilizadas para, na prática, isentar de obrigações um rentável modelo de negócio que já influencia, decisivamente, o fluxo comunicativo e pode causar danos desproporcionais, especialmente a grupos hipervulneráveis, como as crianças e os adolescentes.**"

Fonte: Ana Frazão. Parecer: Dever geral de cuidado das plataformas diante de crianças e adolescentes. 2021.

Legislação

- Constituição Federal, art. 227
- Convenção sobre os Direitos da Criança
- Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), art. 17
- Código de Defesa do Consumidor (CDC), arts. 36, 37, 39
- Marco Legal da Primeira Infância, art. 5
- Resolução 163 do Conanda
- Marco Civil da Internet
- Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), art. 14
- Comentário Geral N. 25 sobre direitos da criança em relação ao ambiente digital

“(…) é possível uma interpretação **sistemática e harmônica** entre os diplomas legislativos envolvidos, desde que se reconheça que as regras do Marco Civil da Internet **não podem afastar o dever geral de cuidado que as plataformas digitais têm diante de crianças e adolescentes**, entendimento que decorre não apenas do ECA, mas também da boa-fé objetiva, tal como delineada tanto no Código Civil como no Código de Defesa do Consumidor. A conclusão se aplica, inclusive, quando se trata de danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros. (...) há de se afastar a interpretação do art. 19 do Marco Civil da Internet no sentido de que a remoção de conteúdos ilícitos dependeria sempre de ordem judicial expressa, assim como há de se reconhecer que **o dever de cuidado vai além da obrigação de retirar o conteúdo lesivo quando a plataforma dele toma conhecimento inequívoco.**”

“O **dever de cuidado**, à luz da boa-fé objetiva e do princípio da proteção integral da criança e do adolescente, impõe uma **interpretação sistemática e teleológica da responsabilidade civil** das plataformas, incluindo os arts. 19 e 21 do Marco Civil da Internet.”

Fonte: Ana Frazão. Parecer: Dever geral de cuidado das plataformas diante de crianças e adolescentes. 2021.

“(…) a ideia de um **dever de cuidado que incidiria sobre o próprio design das plataformas** é particularmente relevante para crianças e adolescentes, que são constantemente expostos a riscos no ambiente virtual – cyberbullying, assédio sexual, exposição a conteúdos violentos ou perturbadores ou a apelos publicitários massivos, grooming, etc. Muitas vezes, esses **danos estão relacionados à própria concepção do modelo de negócio pelas plataformas**. Daí a importância de um **dever de cuidado, que, afastando-se da abordagem baseada apenas no conteúdo, também alcance o próprio desenvolvimento da plataforma.**”

“Com efeito, mesmo na ausência de uma regulação específica, os caminhos para **conciliar a liberdade de expressão com a redução das externalidades negativas** apontadas **não podem ser a apriorística exclusão da responsabilidade civil** das plataformas pelos danos que ocorrerem no seu âmbito.”

“(…) o **dever geral de cuidado** existe exatamente para possibilitar o seu devido **ajuste aos casos concretos.**”

Fonte: Ana Frazão. Parecer: Dever geral de cuidado das plataformas diante de crianças e adolescentes. 2021.

Em 2019, mais de 1,8 milhão de crianças e adolescentes de 5 a 17 anos estavam em situação de trabalho infantil no Brasil

Fonte: PNAD

Esse número pode ser, pelo menos, 3x maior.

Fonte: FAPESP

75%

DAS CRIANÇAS, ADOLESCENTES
E JOVENS BRASILEIROS QUEREM
SER INFLUENCIADORES DIGITAIS

Fonte: INFLR



MAIORES YOUTUBERS MIRINS NO BRASIL

Maria Clara e João Pedro (12 e 14 anos)

N.º inscritos: **37.2 MM**

Luluca (14 anos)

N.º inscritos: **14.1 MM**

Visualizações: **5 BI**

Valentina Pontes (11 anos)

N.º inscritos: **23 MM**

Visualizações: **8 BI**

Maria Clara Fernandes (13 anos)

N.º inscritos: **13.2 MM**

Visualizações: **5 BI**

Melissa e Nicole (15 anos)

N.º inscritos: **14.1 MM**

Visualizações: **5 BI**

Rafael e João Pedro (brincando com o Rafael)

N.º inscritos: **10 MM**

Visualizações: **3 BI**



O trabalho
infantil artístico
é uma exceção

Convenção nº 138 e
Recomendação nº 146 da
Organização
Internacional do
Trabalho (OIT)

Consolidadas pelo
Decreto nº 10.088, de
2019



Na **Internet**, crianças e adolescentes podem atuar com apresentadoras, cantando, fazendo piadas, artesanato, atividades científicas ou peças manuais, brincando, cozinhando, simplesmente mostrando acontecimentos do seu cotidiano ou, ainda, protagonizando peças publicitárias.

O desempenho de representação artística no ambiente digital é **semelhante** ao que ocorre nas mídias tradicionais, como nas novelas, nos filmes e nos teatros.



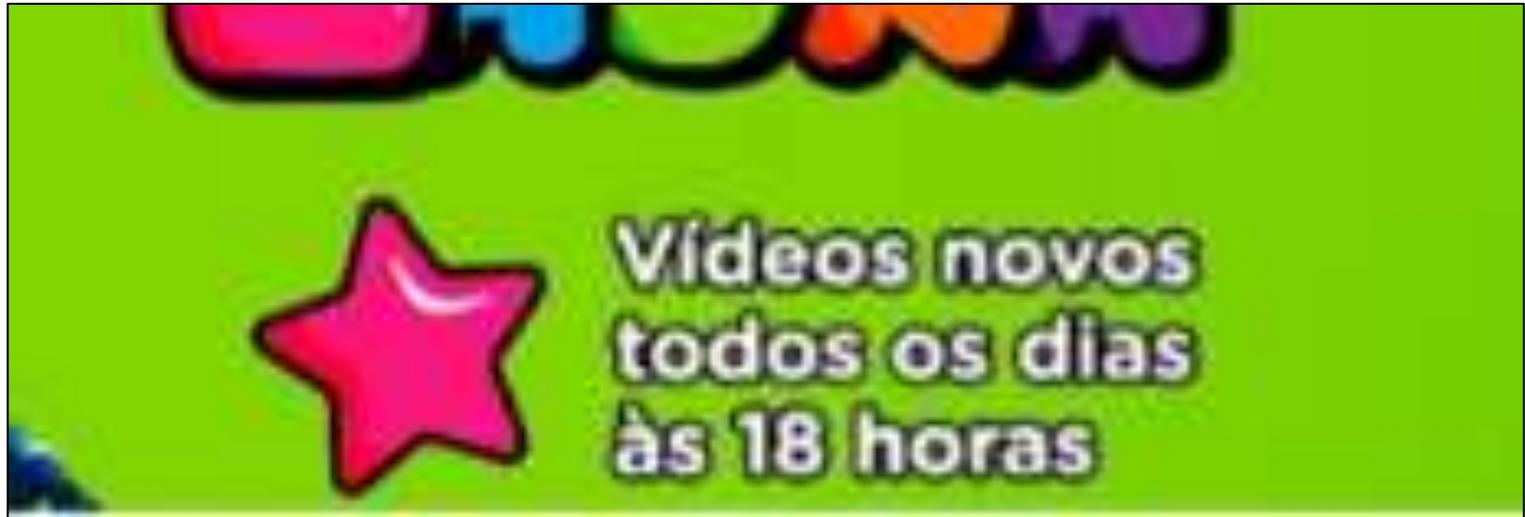
No ambiente digital, o que começa como brincadeira, pode tomar contornos característicos **de trabalho infantil artístico**

- HABITUALIDADE
- MONETIZAÇÃO
- ATENDIMENTO DE EXPECTATIVAS EXTERNAS
- PROFISSIONALIZAÇÃO





HABITUALIDADE





Desafio do Cubo | História Engraçada para Crianças

39 mil visualizações · há 2 horas



Carol ensina as regras de conduta no ônibus escolar | Carol teach School b...

39 mil visualizações · há 4 dias



REGRAS DE CONDUTA PARA CRIANÇAS no Parquinho, na praia e na piscina com...

184 mil visualizações · há 7 dias



Regras de Conduta para Crianças | Wandinha aprende regras de segurança

44 mil visualizações · há 11 dias



em uma AULA DIVERTIDA em sua amiga Gabi | Funny Story for Kids

8 mil visualizações · há 2 semanas



FINGE BRINCAR de MAQUIADORA e ajuda a MAMÃE | Pretend...

187 mil visualizações · há 2 semanas



REGRAS DE CONDUTA PARA CRIANÇAS NO PARQUINHO | RULES OF CONDUCT FOR...

237 mil visualizações · há 3 semanas



WANDINHA finge ser BABÁ da Wandinha por um dia | Pretend Play nanny

280 mil visualizações · há 3 semanas



MONETIZAÇÃO (obtenção de vantagem)

ANUNCIANTES

- Contratação mediante pagamento para realização de campanhas e publicações/peças publicitárias
- Envio de brindes e produtos; pagamento de viagens e experiências

O Reels Play do Instagram é um programa de bônus apenas para convidados. Ele permite que você ganhe dinheiro com o conteúdo dos seus reels.²⁰

PLATAFORMAS

- Monetização dos perfis/canais por mecanismos da própria plataforma digital



Orientação da
produção ao
atendimento de
expectativas externas

- **ANUNCIANTES**
- **PLATAFORMAS**
- **FAMÍLIAS**
- **PÚBLICO ESPECTADOR**



Estruturas profissionalizadas

- **EMANCIPAÇÃO**
- **PERSONALIDADE JURÍDICA**
- **INVESTIMENTOS DE RECURSOS MATERIAIS**
- **AGENCIAMENTO**



O trabalho infantil artístico e a legislação

O Comentário Geral n. 25 assevera que crianças devem ser protegidas de todas as formas de exploração prejudicial a qualquer aspecto de seu bem-estar em relação ao ambiente digital (art. 227 da Constituição Federal e art. 5º do Estatuto da Criança e do Adolescente). Isso inclui o trabalho infantil artístico dos chamados influenciadores digitais mirins, o qual deve sempre ser amparado por alvará judicial, conforme art. 149, II, 'a' do ECA e art. 8º da Convenção nº 138 da OIT, e **não deve ser utilizado para o direcionamento de publicidade a outras crianças** (Res. 163/2014 - Conanda).

Compete à autoridade judiciária disciplinar, através de portaria, ou autorizar, mediante alvará: II - a participação de criança e adolescente em:

- a) espetáculos públicos e seus ensaios;
- b) certames de beleza



COMENTÁRIO GERAL N° 25 e o melhor interesse

13. Nessas ações, os Estados Partes devem envolver os órgãos nacionais e locais que supervisionam o cumprimento dos direitos das crianças. Ao considerar o melhor interesse da criança, eles devem considerar todos os direitos das crianças, inclusive seu direito a buscar, receber e difundir informações, a receber proteção contra todo dano e a que suas opiniões sejam devidamente consideradas, e devem, ainda, assegurar transparência na avaliação do melhor interesse da criança e dos critérios que foram aplicados.



113. *Estados Partes devem revisar leis e políticas relevantes para assegurar que as crianças sejam protegidas contra exploração econômica, sexual e outras formas de exploração e que seus **direitos em relação ao trabalho no ambiente digital e oportunidades de remuneração relacionadas sejam protegidos.***



59. *Quaisquer restrições ao direito das crianças à liberdade de expressão no ambiente digital, como filtros, incluindo medidas de segurança, devem ser lícitas, necessárias e proporcionais. A fundamentação para essas restrições deve ser transparente e comunicada às crianças em linguagem apropriada à sua idade. Estados Partes devem fornecer às crianças informações e oportunidades de treinamento sobre como exercer efetivamente esse direito, em particular como criar e compartilhar conteúdo digital com segurança, respeitando os direitos e a dignidade dos outros e não violando a legislação, como a relativa ao incitamento ao ódio e à violência.*



Responsabilidade compartilhada

PLATAFORMAS e **EMPRESAS**

ANUNCIANTES são as principais beneficiadas com a atuação artística.

As redes sociais dependem do conteúdo gerado pelos usuários, sobretudo, por criadores de conteúdo profissionais.

Seus algoritmos PREMIAM conteúdos que tenham qualidade e frequência

VIABILIZAÇÃO

REMUNERAÇÃO

LUCRATIZAÇÃO



Por sua vez, as empresas anunciantes também **FOMENTAM** a produção artística, seja pela **CONTRATAÇÃO** das crianças e adolescentes, como pela disponibilização de itens ou serviços que servirão de substrato para a produção artística.



Como proteger juridicamente os influenciadores mirins?

- Assim como já é pacífica a necessidade de alvará judicial (art. 149 do ECA) para a realização de trabalho infantil artístico para a televisão, rádio, cinema e outras mídias, da mesma forma deve ser entendida a participação de crianças em conteúdos digitais.
- O alvará judicial deve ser exigido tanto em relação ao trabalho infantil artístico para as plataformas digitais, como em relação ao trabalho infantil artístico relacionado à publicidade para empresas anunciantes.



ATUAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO

- PROMOÇÃO DO ENTENDIMENTO SOBRE A RELAÇÃO DE TRABALHO EXERCIDA PELAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES NAS PLATAFORMAS DIGITAIS
- ACOMPANHAMENTO, MONITORAMENTO E FISCALIZAÇÃO DA CONCESSÃO PRÉVIA DE ALVARÁ JUDICIAL
- RECOMENDAÇÃO 139/2022 DO CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA
- **RECOMENDAÇÃO CNMP N° 98, DE 30 DE MAIO DE 2023:** adoção de práticas cooperativas e convergentes entre o Sistema de Justiça local e a rede de proteção, e de medidas destinadas a combater a exploração do trabalho infantil.



Publicidade infantil no Brasil já é ilegal

A consagração pelo Comentário Geral da proibição da publicidade imersiva e do uso de dados de crianças e adolescentes para perfilamento e direcionamento de publicidade comportamental, deve ser lida de maneira conjugada à proibição geral de toda forma de publicidade infantil, inclusive no digital, já posta no Brasil pelos arts. 36, 37, §2º, 39, IV do CDC, Resolução nº 163 do Conanda, art. 4º do Estatuto da Criança e do Adolescente e art. 5º do Marco Civil da Primeira Infância.

Art. 37, §2º - Código de Defesa do Consumidor

É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva (...) 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**, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.



ATUAÇÃO EM REDE

MPs, MPT, CONSELHOS TUTELARES, DEFENSORIAS, ATORES ECONÔMICOS E SOCIEDADE -
INCLUINDO AS PLATAFORMAS!

Mattel do Brasil Ltda. – Você Youtuber Escola Monster High



Atuações jurídicas recentes do Alana no tema do trabalho infantil artístico

Ministério Público de São Paulo

Em 2017 o CeC denunciou a empresa Mattel ao Ministério Público de São Paulo pela realização de publicidade infantil na campanha VOCÊ YOUTUBER ESCOLA MONSTER HIGH. Neste caso, além de publicidade infantil a empresa contratou famosa youtuber mirim para estrelar a promoção. Após investigações internas, o Ministério Público de São Paulo ajuizou uma Ação Civil Pública contra a empresa, em razão da constatação de ilegalidades e violações aos direitos de crianças e adolescentes. A juíza do caso entendeu que a Mattel, ao realizar a campanha, explorou a inexperiência e deficiência de julgamento da criança, dirigindo a elas publicidade. Ainda, destacou que a existência de alvará judicial para participação da criança influenciadora não retirava a ilegalidade da publicidade realizada.

Em 2021, o CeC voltou a investigar as condutas da empresa e identificou que, apesar de proibida de explorar a vulnerabilidade infantil para fins comerciais, a Mattel continuava a realizar ações de publicidade infantil, inclusive com influenciadores mirins nas redes sociais. Por isso, foi encaminhada representação para o MPSP, que analisa a questão.



Atuações jurídicas recentes do Alana
no tema do trabalho infantil artístico

Ministério Público do Espírito Santo

Denúncia encaminhada pelo programa em 2019

Foi assinado Termo de Ajustamento de Conduta por meio do qual a empresa se comprometeu a não contratar direta ou indiretamente, para fins publicitários, influenciadores mirins de até 14 anos, exceto havendo autorização judicial para tanto.



Influenciadores mirins

- Exigível autorização judicial
- Não envolver publicidade ou comunicação mercadológica dirigida a crianças
- Avaliação para o deferimento ou não de alvará judicial precedido de manifestação do MP, com indicação de condicionantes a serem fiscalizadas pelos órgãos competentes e com amplo apoio de toda a rede de proteção que integra o Sistema de Garantia dos Direitos de Crianças e Adolescentes.

Sempre em atenção ao melhor interesse da criança ou do adolescente que for exercer a atividade laboral.



Crianças precisam ser protegidas
NA internet e não DA internet e
para isso é essencial que famílias,
Estado e sociedade, inclusive
empresas, façam sua parte.



CRIANÇA e CONSUMO



SITES

criancaeconsumo.org.br
alana.org.br

REDES SOCIAIS

@criancaeconsumo
@institutoalana

OBRIGADA!