

CRIANÇA e
CONSUMO

 **prioridade
absoluta**



**Internet Crianças e
Desinformação**



MISSÃO

HONRAR A CRIANÇA

SOMOS UMA ORGANIZAÇÃO QUE FAZ

ADVOCACY

A defesa de uma **causa de interesse público** de forma transparente por meio da **incidência sistematizada**, da comunicação e da mobilização social organizada, cujo objetivo resulte em um impacto social positivo.



CRIANÇA e
CONSUMO

MISSÃO

Promover a conscientização e a defesa dos direitos da criança frente à comunicação mercadológica.

BANDEIRA

Defender o fim do direcionamento de toda e qualquer publicidade e comunicação mercadológica a crianças com menos de 12 anos de idade.

13 ANOS DE ATUAÇÃO →



**dar visibilidade e efetividade
ao artigo 227 da Constituição**

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.



criança

prioridade absoluta

corresponsabilidade

interdependência

integralidade dos direitos

proteção integral

1990: Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069 de 1990)



Artigo 2º

“**Considera-se criança**, para os efeitos desta Lei, **a pessoa até doze anos de idade incompletos**, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade”

Criança: não é um mini adulto. Pessoa em peculiar fase de desenvolvimento.

1990: Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069 de 1990)



Artigo 5º

“Nenhuma criança ou adolescente será objeto de **qualquer** forma de **negligência**, discriminação, **exploração**, **violência**, crueldade e opressão, punido na forma da lei qualquer atentado, por ação ou omissão, **aos seus direitos fundamentais**”

Criança: não é um mini adulto. Pessoa em peculiar fase de desenvolvimento.

1990: Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069 de 1990)



Artigo 15

“A criança e o adolescente têm direito à liberdade, ao respeito e à dignidade como pessoas em humanas em processo de desenvolvimento e como sujeitos de direitos civis, humanos e sociais garantidos na Constituição e nas leis”

Criança: não é um mini adulto. Pessoa em peculiar fase de desenvolvimento.

1990: Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069 de 1990)



Artigo 17

“O **direito ao respeito** consiste na **inviolabilidade da integridade** física, **psíquica** e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, ideias e crenças, dos espaços e objetos pessoais”

Criança: não é um mini adulto. Pessoa em peculiar fase de desenvolvimento.

**1990: Estatuto da Criança e do Adolescente
(Lei nº 8.069 de 1990)**

Artigo 70

“É dever de todos prevenir a ocorrência de ameaça ou violação dos direitos da criança e do adolescente”

Criança: não é um mini adulto. Pessoa em peculiar fase de desenvolvimento.

1990: Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069 de 1990)



Artigo 71

“A criança e o adolescente têm direito à informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem a sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento”

Criança: não é um mini adulto. Pessoa em peculiar fase de desenvolvimento.

1990: Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078 de 1990)



Artigo 6º

“São direitos básicos do consumidor:

IV - a **proteção contra a publicidade enganosa e abusiva**, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”

BRASIL: regulação estatal

Direito da criança garantido com prioridade absoluta, inclusive nas relações de consumo

PUBLICIDADE É

uma ferramenta de comunicação usada para convencer pessoas a consumir determinado produto, marca ou serviço.

PROPAGANDA É

a atividade que tem por objetivo a divulgação de ideias (políticas, partidárias, religiosas etc.) sem apelo comercial.

PUBLICIDADE INFANTIL É

comunicação voltada especialmente ao público infantil, com o objetivo de divulgar e estimular o consumo de algum produto, marca ou serviço. Crianças não têm capacidade plena para analisar criticamente os aspectos persuasivos da publicidade e, por isso, devem ter seu tempo de amadurecimento respeitado e preservado, como estabelece a legislação brasileira.

1990: Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078 de 1990)



Artigo 36

“A **publicidade** deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, **fácil e imediatamente**, a identifique como tal”

BRASIL: regulação estatal

Direito da criança garantido com prioridade absoluta, inclusive nas relações de consumo

1990: Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078 de 1990)



Artigo 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: regulação estatal

Direito da criança garantido com prioridade absoluta, inclusive nas relações de consumo

1990: Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078 de 1990)



Artigo 39

“É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:
(...) IV - **prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor**, tendo em vista sua **idade**, saúde, **conhecimento** ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços”

BRASIL: regulação estatal

Direito da criança garantido com prioridade absoluta, inclusive nas relações de consumo

2014: Resolução nº 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - Conanda



Artigo 2º

“**Considera-se abusiva**, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, **a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança**, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos”

BRASIL: regulação estatal

Direito da criança garantido com prioridade absoluta, inclusive nas relações de consumo

2016: Marco Legal da Primeira Infância (Lei nº 13.257 de 2016)



Artigo 5º

”Constituem áreas prioritárias para as políticas públicas para a primeira infância a saúde, a alimentação e a nutrição, a educação infantil, a convivência familiar e comunitária, a assistência social à família da criança, a cultura, o brincar e o lazer, o espaço e o meio ambiente, bem como a **proteção contra toda forma de violência e de pressão consumista, a prevenção de acidentes e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce à comunicação mercadológica”**

BRASIL: regulação estatal

Direito da criança garantido com prioridade absoluta, inclusive nas relações de consumo



MARCO CIVIL DA INTERNET - Lei nº 12.965/2014

Principlológico, garantias, direitos e deveres para o Uso

- Determina as diretrizes para atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria
- **Art. 3º A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios:**
- I - garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição Federal;
- II - proteção da privacidade;
- III - proteção dos dados pessoais, na forma da lei;
- IV - preservação e garantia da neutralidade de rede;
- V - preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede, por meio de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo ao uso de boas práticas;
- **VI - responsabilização dos agentes de acordo com suas atividades, nos termos da lei;**
- VII - preservação da natureza participativa da rede;
- VIII - liberdade dos modelos de negócios promovidos na internet, desde que não conflitem com os demais princípios estabelecidos nesta Lei.

Não responsabilização dos intermediários por conteúdo de terceiro

Art. 18. O provedor de conexão à internet não será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros.

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS



Tratamento de dados
pessoais: (necessidade)
base legal



Bases Legais Lei nº 13.709/2018

Art. 7º - O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

- Consentimento inequívoco;
- Obrigação Legal ou Regulatória;
- Legítimo interesse;
- Pela administração pública;
- Por órgãos de pesquisa
- Contratos;
- Processo judicial;
- Proteção da Vida;
- Tutela da saúde
- Proteção do crédito.

PROTEÇÃO DE DADOS DE CRIANÇAS



Base legal para o tratamento de dados de crianças e adolescentes

Art. 14. O tratamento de dados pessoais de crianças e de adolescentes deverá ser realizado em seu melhor interesse, nos termos deste artigo e da legislação pertinente.

§ 1º O tratamento de dados pessoais de crianças deverá ser realizado com o consentimento específico e em destaque dado por pelo menos um dos pais ou pelo responsável legal.

§ 2º No tratamento de dados de que trata o § 1º deste artigo, os controladores deverão manter pública a informação sobre os tipos de dados coletados, a forma de sua utilização e os procedimentos para o exercício dos direitos a que se refere o art. 18 desta Lei.

§ 3º Poderão ser coletados dados pessoais de crianças sem o consentimento a que se refere o § 1º deste artigo quando a coleta for necessária para contatar os pais ou o responsável legal, utilizados uma única vez e sem armazenamento, ou para sua proteção, e em nenhum caso poderão ser repassados a terceiro sem o consentimento de que trata o § 1º deste artigo.

§ 4º Os controladores não deverão condicionar a participação dos titulares de que trata o § 1º deste artigo em jogos, aplicações de internet ou outras atividades ao fornecimento de informações pessoais além das estritamente necessárias à atividade.

§ 5º O controlador deve realizar todos os esforços razoáveis para verificar que o consentimento a que se refere o § 1º deste artigo foi dado pelo responsável pela criança, consideradas as tecnologias disponíveis.

§ 6º As informações sobre o tratamento de dados referidas neste artigo deverão ser fornecidas de maneira simples, clara e acessível, consideradas as características físico-motoras, perceptivas, sensoriais, intelectuais e mentais do usuário, com uso de recursos audiovisuais quando adequado, de forma a proporcionar a informação necessária aos pais ou ao responsável legal e adequada ao entendimento da criança.

REALIDADE

YouTube e YouTube Kids



- termos de uso: crianças circulam livremente
- conteúdo impróprio
- início automático de vídeos
- anúncio x entretenimento
- responsabilização?



- lançado em 2015
- projetado para crianças com menos de cinco anos
- início automático de vídeos
- política de anúncios
- anúncio x entretenimento

REALIDADE

Conteúdo mercadológico

MARKETING

Conar veta propaganda em Instagram de Bruna Marquezine

Código proíbe que marcas de bebidas alcoólicas utilizem garotos-propaganda que pareçam ter menos de 25 anos

Por Redação

18 jun 2015, 11h02



Entretenimento

Bruna Marquezine notificada pelo Conar por publicidade enrustida

Órgão recebeu reclamações de consumidores após atriz postar imagens no Instagram sem deixar explícito que se tratava de uma propaganda

Por Da redação

28 set 2017, 16h51 - Publicado em 28 set 2017, 10h07



A atriz Bruna Marquezine (Reprodução/Instagram)

REALIDADE

Conteúdo mercadológico

MARKETING

Campanha de cigarro usa publicidade ilegal e disfarçada

Fotos no Instagram mostram influenciadores com cigarros em diferentes situações, numa campanha supostamente realizada pela fabricante de cigarros Souza Cruz

Por Guilherme Dears

7 nov 2017, 17h20 - Publicado em 25 out 2017, 13h01



REALIDADE

Conteúdo mercadológico

Esqueçam a Momo e vamos falar sobre a boneca Lol

POR RITA LISKAUSKAS

22/03/2019, 07h30



'Criança e Consumo' encaminhou denúncia ao MP contra a Candide



Fotos da internet

Quando a filha caçula começou a assistir no YouTube os vídeos de “unboxing” da boneca Lol (prática de desembalar presentes em frente às câmeras), estimulada pelas amigas da escola, a doula Débora Regina Diniz logo percebeu que ali havia um apelo grande ao consumismo infantil e interveio proibindo que Ana Cecília, então com 9 anos, acompanhasse esses canais. “Mas a pressão era muito grande



O YouTube lava as mãos para a publicidade infantil

Plataforma do Google joga a responsabilidade nos pais e nos youtubers, e abre mão de instrumentos para proteger crianças de exposição a conteúdo inadequado

A preocupação de mães e pais com a presença dos youtubers na vida de meninas e meninos cresce na mesma velocidade assombrosa com que esses vídeos ganharam espaço no universo infantil. Mas o debate sobre quem deve ser responsável por monitorar abusos tem poupado um elemento central da história: o próprio YouTube.

REALIDADE

Desinformação e conteúdo inadequado

Baleia Azul é 'fake news' que virou realidade, diz presidente da Safernet

ANGELA BOLDRINI
DE BRASÍLIA

09/05/2017 ☾ 17h11



Compartilhar



222



OUVRIR O TEXTO



Mais opções

O jogo Baleia Azul, que supostamente incentiva jovens ao suicídio, surgiu como uma "fake news", afirmou o presidente da ONG Safernet, Thiago Tavares, em uma audiência pública realizada nesta terça-feira (9) na Câmara dos Deputados para discutir o



Atlas
QUANTUM

COMECE AGORA

REALIDADE

Desinformação e conteúdo inadequado

Recomendações da Safernet Brasil e alerta para pais e educadores

07 de Agosto de 2018 - Alerta sobre suposto desafio “da MOMO” - Recomendações da Safernet Brasil e alerta para pais e educadores

* [Confira também a Nota de 2019 sobre os vídeos relacionados a "MOMO".](#)

Nos últimos dias, a SaferNet Brasil vem acompanhando a preocupação de pais e educadores sobre mais um suposto desafio, desta vez chamado de "MOMO". Esta é mais uma situação em aplicativos de mensagem que explora a curiosidade dos usuários para cometer golpes, roubo de dados ou ameaças mais graves como a extorsão a partir de suposto desafio.

Recomendamos que pais e educadores alertem crianças e adolescentes para bloquear o suposto usuário “MOMO”, não iniciar a conversa e não compartilhar informações com o perfil. Os profissionais da imprensa podem ajudar a lidar com o tema informando sobre os riscos sem disseminar os números. Como esta pode ser mais uma isca usada por criminosos pra roubar dados e extorquir pessoas na internet, quanto menor a divulgação, menor a audiência.

Como ocorre?

Os usuários podem receber uma mensagem com pedido para iniciar uma conversa com um número desconhecido que envia convite com perguntas e desafios. Se os usuários caem na armadilha e aceitam o contato, seu número de celular, sua foto e demais informações disponíveis no perfil do aplicativo ficam acessíveis para o administrador do perfil “da MOMO”.

Em seguida, os golpistas podem buscar mais informações e ampliar as ameaças dizendo que sabem detalhes da vida da vítima, nomes de pessoas próximas e até senha de aplicativos (muitas vezes disponíveis na própria Internet em sites que agrupam vazamentos de senhas. [Você pode conferir se sua senha já foi divulgada por algum vazamento massivo](#)).

Desinformação e conteúdo inadequado

Momo aparece em vídeos de slime do YouTube Kids e ensina as crianças a se suicidarem, diz mãe

Professora relata à CRESCER como descobriu que sua filha teve acesso ao boneco assustador enquanto assistia a alguns de seus vídeos favoritos no aplicativo

Por Aline Dini - atualizada em 18/03/2019 13h27



✂ Folha busca Momo por dois dias no YouTube Kids, mas figura não aparece

Espalhar o boato, que é o novo terror de pais e mães, pode torná-lo realmente prejudicial



Phillippe Watanabe

SÃO PAULO A notícia falsa da vez envolve preocupação de pais, relatos de choros dos filhos e ação de "trolls" da internet. Tudo envolve a figura grotesca Momo, que supostamente está presente em vídeos do YouTube Kids ensinando crianças a se matar.

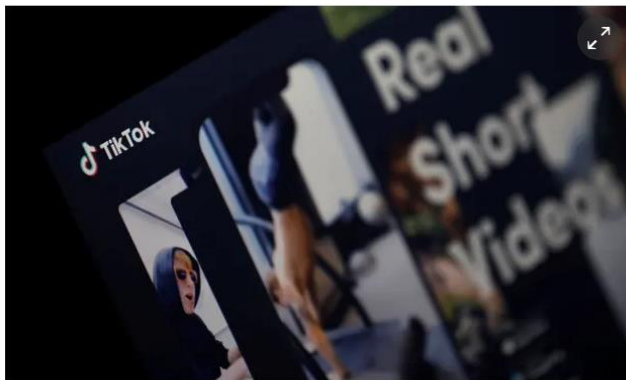
A reportagem da **Folha** passou dois dias assistindo a vídeos no YouTube Kids à procura de [Momo](#). A busca começou com as animações que teriam a imagem bizarra, segundo relatos nas redes sociais, e depois continuou com as recomendações de vídeos oferecidas e sua reprodução automática.

REALIDADE

Tratamento de dados

TikTok video-sharing app fined for collection of children's data

App to set up 'age-appropriate' rules for under-13s to comply with US data protection laws

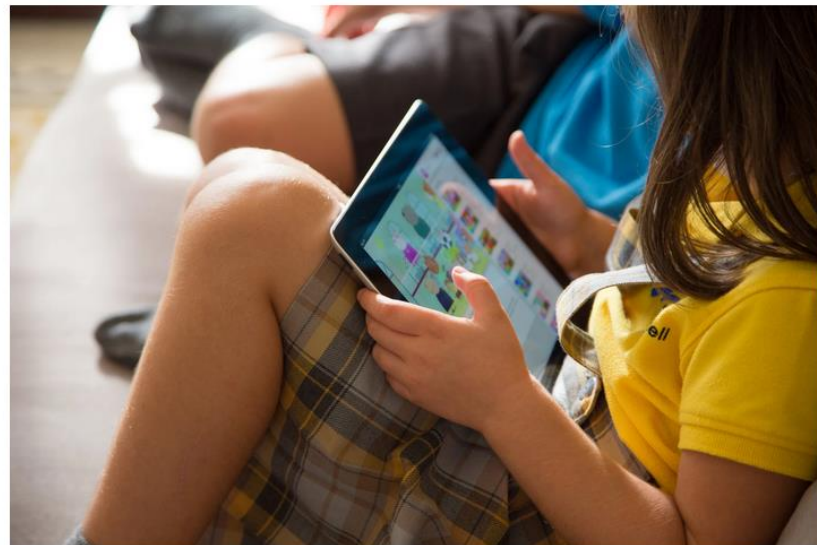


▲ The US Federal Trade Commission placed number of TikTok users to 200 million worldwide. Photograph: Danish Siddiqui/Reuters

TikTok, the popular video-sharing app formerly known as Musical.ly, has agreed to a record \$5.7m (£4.2m) fine with the US Federal Trade Commission after being accused of illegally collecting personal information from children under 13.

The New York Times

YouTube Is Improperly Collecting Children's Data, Consumer Groups Say



A coalition of more than 20 consumer advocacy groups contends that YouTube is collecting and profiting from the personal information of young children on its main site. Artur Debat/Getty Images

CRIANÇA e
CONSUMO


 prioridade
absoluta

OBRIGADA!



livia@alana.org.br

marina.pita@alana.org.br