São Paulo, 14 de fevereiro de 2017

Ao
Ministério Público do Estado de São Paulo
A/c: **Promotoria de Justiça de Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude da Capital**
Rua Riachuelo, 115
São Paulo – SP
01007-000

Ref.: <u>Representação – Estratégias abusivas de comunicação mercadológica dirigidas a crianças para a promoção da linha de produtos Monster High pela empresa Mattel do Brasil Ltda.</u>

Prezados(as) Senhores(as),

o **Instituto Alana** (docs. 1 a 3), por meio de seu projeto **Criança e Consumo**, vem, respeitosamente, à presença de V. Sas., REPRESENTAR a empresa *Mattel do Brasil Ltda.* ('Mattel') em razão do desenvolvimento de estratégias de comunicação mercadológica[1] dirigidas a crianças para a divulgação da promoção 'Você Youtuber Escola Monster High', por meio de parceria celebrada com o canal da influenciadora digital infantil Julia Silva, com o intuito de promover sua marca e os produtos da linha Monster High, em desrespeito à legislação vigente.

[1] O termo 'comunicação mercadológica' compreende toda e qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços independentemente do suporte ou do meio utilizado. Além de anúncios impressos, comerciais televisivos, *spots* de rádio e *banners* na internet, podem ser citados como exemplos: embalagens, promoções, *merchandising*, disposição de produtos nos pontos de venda, etc.

I. Instituto Alana e Projeto Criança e Consumo.

O **Instituto Alana** é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos que tem como missão "honrar a criança".

Mantido por um fundo patrimonial e apoiado nos pilares "advocacy – comunicação – educação – inovação", o **Instituto Alana** reúne projetos cujo principal objetivo é mobilizar a sociedade para os temas da infância [http://www.alana.org.br].

Para divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas aos direitos da criança no âmbito das relações de consumo e perante o consumismo ao qual são expostas, assim como para apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes da comunicação mercadológica voltada ao público infantil, criou o projeto **Criança e Consumo** [criancaeconsumo.org.br] em 2006.

Por meio do projeto **Criança e Consumo**, o **Instituto Alana** procura disponibilizar instrumentos de apoio e informações sobre os direitos do consumidor nas relações de consumo que envolvam crianças e acerca do impacto do consumismo na sua formação, fomentando a reflexão a respeito da força que a mídia, a publicidade e a comunicação mercadológica dirigidas ao público infantil possuem na vida, nos hábitos e nos valores dessas pessoas ainda em formação.

As grandes preocupações do projeto **Criança e Consumo** são com os resultados apontados como consequência do investimento maciço na mercantilização da infância, a saber: o consumismo e a incidência alarmante de obesidade infantil; a violência na juventude; a erotização precoce e irresponsável; o materialismo excessivo e o desgaste das relações sociais, dentre outros.

Nesse âmbito de trabalho, o projeto **Criança e Consumo** defende o fim de toda e qualquer comunicação mercadológica que seja dirigida às crianças — assim consideradas as pessoas de até 12 anos de idade, nos termos da legislação vigente[2] —, a fim de, com isso, protegê-las dos abusos reiteradamente praticados pelo mercado.

[2] Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei nº 8.069/1990 - "Art. 2º Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescentes aquela entre doze e dezoito anos de idade".

II. O canal da influenciadora digital mirim Julia Silva e a relação estabelecida com a empresa Mattel.

Por meio da internet, atualmente, o mercado de produtos e serviços consegue se comunicar com a criança 24 horas por dia. Não é por acaso que o modelo mais recente de publicidade direcionada ao público infantil desenvolve-se por meio dos chamados youtubers mirins.

Os youtubers mirins são crianças que publicam vídeos sobre diversos assuntos infantis em seus canais na rede social YouTube, os quais são acessados por milhões de outras crianças. Em razão da enorme visibilidade e o impacto que exercem sobre o público infantil, diversas empresas enviam presentes a esses influenciadores digitais e os convidam para que, de maneira velada, eles promovam os produtos da marca em seus canais e redes sociais. Dessa forma, esses pequenos youtubers acabam por veicular publicidade abusiva direcionada ao público infantil com o intuito de criar fidelidade e adesão entre seus pares. São crianças influenciando outras crianças.

A youtuber mirim Julia Silva, nascida em São José dos Campos/SP e atualmente com 11 anos de idade, produz vídeos para a rede social YouTube desde os seis anos e conta, hoje, no seu principal canal, 'Julia Silva', com 2.038.876 inscritos, 927 vídeos postados e 560.958.321 visualizações[3], além de perfis em outras redes sociais como Instagram, Facebook, Twitter e Snapchat. Em seu canal 'Julia Silva na TV', conforme descrição escrita pela própria menina, a youtuber posta "reviews de brinquedos, coleções, tutoriais, histórias, tour por lojas de brinquedos, experiências, brincadeiras e muito mais".

Imagem extraída do canal 'Julia Silva'

Com base em informações disponibilizadas na internet, o canal de Julia Silva no YouTube teve início por questões familiares. Segundo o portal G1 (doc. 4), o canal no Youtuber teria começado com a mãe de Julia, Paula Queiroz, gravando vídeos da menina brincando para que o pai, Dreyfus Silva, que havia se mudado para a França a trabalho, pudesse acompanhar o crescimento da filha e como uma maneira de se comunicarem[4].

---

[3] Canal 'Julia Silva' Disponível em: https://www.youtube.com/user/paulaloma29. Acesso em 13.2.2017.
[4] Disponível em: http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2015/07/aos-9-anos-youtuber-mirim-de-mg-coleciona-fas-com-conteudo-infantil.html. Acesso em 30.1.2017.

De acordo com matéria veiculada na rede de TV aberta Record[5] (doc. 5), o canal teria começado quando Julia morou com os pais na França, e os vídeos permitiam, à família que havia ficado no Brasil, acompanhar o crescimento da menina.

Em pouco tempo, o canal da youtuber passou a ter mais de um milhão de inscritos e vídeos com milhões de visualizações. Quando o canal completou um milhão de inscritos, a influenciadora mirim ganhou uma festa de comemoração, com direito à limusine rosa e decoração fazendo alusão à marca atingida[6].

Os vídeos do canal 'Julia Silva' são sobre diversos assuntos, como viagens, desafios, exposição de produtos, maquiagens e receitas. Em suas publicações, a youtuber infantil sempre demonstrou forte apreço à linha de bonecas 'Monster High', tanto que, desde o início do canal, os vídeos envolvem brincadeiras, montagens de figurinos, artesanato, testes de produtos, etc., diretamente relacionados às personagens.

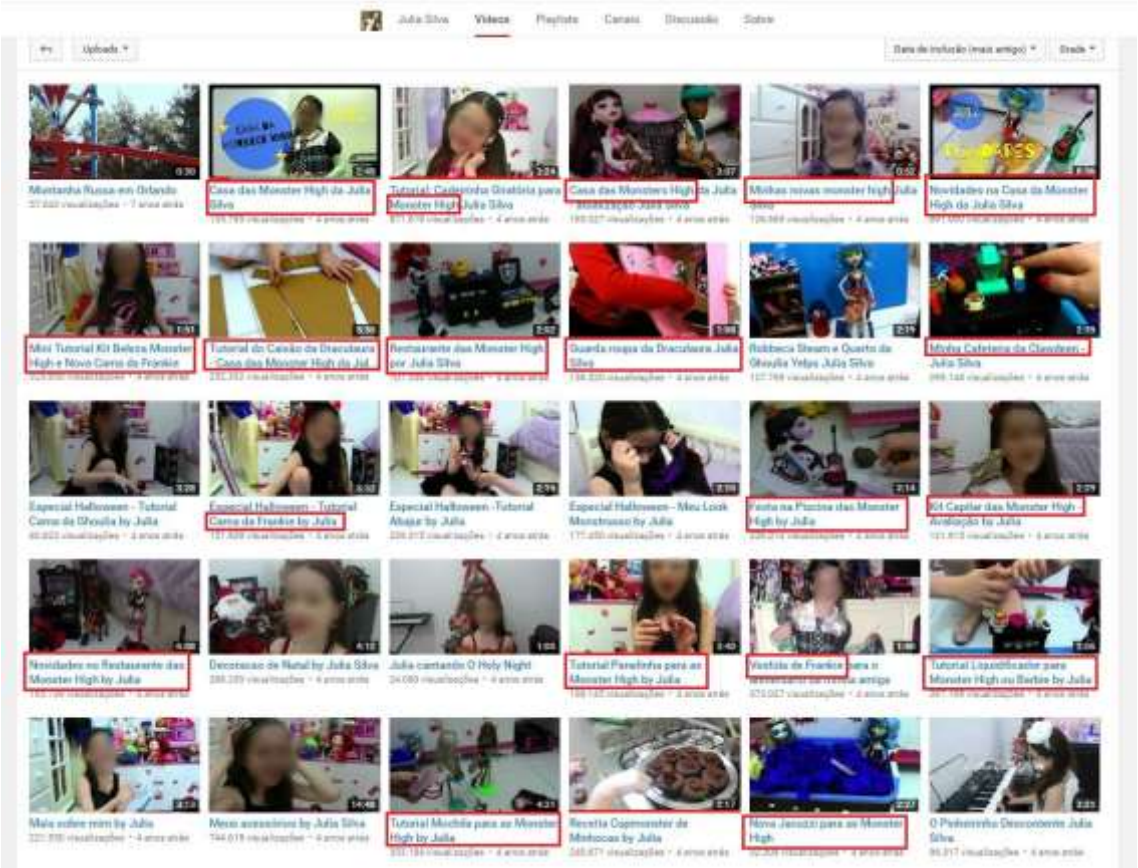

Imagem extraída do canal 'Julia Silva'[7]

[5] Disponível em: http://recordtv.r7.com/video/blogueira-mirim-faz-sucesso-na-internet-com-videos-que-ensinam-de-tudo-54c8ca541d4206610f027cbe/. Acesso em 30.1.2017.

[6] Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/2016/04/1758905-youtuber-mirim-ganha-festa-com-limusine-para-celebrar-1-milhao-de-fas.shtml. Acesso em 19.12.2016.

[7] Disponível em: https://www.youtube.com/user/paulaloma29/videos?flow=grid&sort=da&view=0. Acesso em 19.12.2016.

A franquia de *fashion dolls* 'Monster High' foi criada e desenvolvida pela Mattel em 2007[8], e conta a história de um grupo de filhos e filhas de monstros lendários e de filmes de terror, como Drácula, Frankstein e Lobisomem, em uma escola para monstros. As personagens do elenco inicial eram 'Draculaura', 'Frankie Stein', 'Cleo de Nile' e 'Clawdeen Wolf'.

Aos poucos, o grupo de monstros ganhou popularidade entre o público infantil e as vendas aumentaram, surgindo uma série televisiva com o restante do elenco, atualmente veiculada no canal da TV aberta SBT[9], e os mais variados produtos licenciados, como acessórios, matéria escolar, fantasias, itens de cama, mesa e banho, calçados, jogos e mochilas[10].

Imagem extraída da Internet[11]

[8] Disponível em http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/2013/11/1365645-brinquedos-sao-para-todos-diz-criador-de-monstros-que-sao-sucesso-entre-meninas.shtml. Acesso em 30.1.2017.

[9] Disponível em: http://www.sbt.com.br/clubinhosbt/bomdiaecia/desenhos/. Acesso em 30.1.2017.

[10] Disponível em: http://monsterhighpage.blogspot.com.br/2013/07/monster-high-biografia.html#.WJM3b1MrKUl. Acesso em 30.1.2017.

[11] Disponível em: https://www.google.com.br/search?q=imagens+da+monster+high&espv=2&biw=1920&bih=950&tbm=isch&imgil=c7Uixa6S4OAeAM%253A%253Bn4ZdaGNih_4ncM%253Bhttps%25253A%25252F%25252Fmonsterhighfas.wordpress.com%25252Fimagens-das-personagens-de-monster-high%25252F&source=iu&pf=m&fir=c7Uixa6S4OAeAM%253A%252Cn4ZdaGNih_4ncM%252C_&usg=__AWHyYWdu8zdY6I4hEnaPYAzS3W0%3D&ved=0ahUKEwjn1O-38fHRAhWJipAKHTweCjIQyjcIMw&ei=d2WTWKe9A4mVwgS8vKiQAw#imgrc=c7Uixa6S4OAeAM:. Acesso em 30.1.2017.

Em razão da enorme visibilidade da influenciadora digital entre o público infantil e a afeição pessoal que possui por toda a linha de produtos Monster High, incluindo os licenciados, a Mattel já encaminhou brinquedos à Julia Silva para que ela os divulgasse em seu canal no YouTube.

A prática foi confirmada pela própria empresa em resposta datada de 26.8.2016 (doc. 6), bem como de autorização judicial juntada pela marca (doc. 7) ao ofício de nº 9209/2016 (doc. 8), expedido pelo Ministério Público Federal, por meio da Procuradoria da República do Estado do Rio de Janeiro, nos autos do procedimento preparatório de nº 1.30.001.001561/2016-05, instaurado pelo órgão após envio de Representação[12] pelo projeto **Criança e Consumo**, que constatou o desenvolvimento de estratégias de comunicação mercadológica dirigidas a crianças realizadas por 15 empresas, consistentes na utilização de canais de youtubers mirins em redes sociais para a divulgação de seus produtos, promoções e serviços.

No documento, a despeito de ter afirmado que a Mattel "não tem entre as suas estratégias de publicidade e comunicação a negociação de publicidade em canais de YouTube, em troca de produtos grátis", a empresa admitiu ter encaminhado, aos responsáveis legais pela conta 'Julia Silva', "a título de doação e sem qualquer pleito ou sugestão de contrapartida", os produtos kit de volta às aulas, **produtos *tupperware* e boneca Monster High**, bonecas Barbie Profissões e Fashionistas.

No questionamento sobre a existência de contrato entre a empresa e o responsável legal de youtubers mirins, a Mattel manifestou-se no sentido de que não negocia a divulgação de seus produtos com youtubers mirins e esclareceu que, quando "adota alguma campanha publicitária envolvendo crianças, o faz através de contratação formal e adequada". Nesse sentido, informou que celebrou contrato de prestação de serviços com empresa da qual são sócios os pais da influenciadora digital Julia Silva que teria por objeto "a produção de uma campanha digital composta por vídeos e um evento, com roteiro aprovado pela Mattel e remunerado em dinheiro".

[12] Andamento do caso disponível em: http://criancaeconsumo.org.br/acoes/youtubers-mirins/. Acesso em 19.12.2016.

(v) Se há contrato entre a empresa e o responsável legal das referidas crianças;

14. R.: Como já mencionado, a Mattel não negocia a promoção de seus produtos com youtubers mirins, em troca de brinquedos ou produtos grátis.

15. Quando a Mattel adota alguma campanha publicitária envolvendo crianças, o faz através de contratação formal e adequada. Nesse sentido, e a título de exemplo, a Mattel celebrou contrato de prestação de serviços com a empresa "JS Produções Digitais EIRELI", da qual são sócios os pais da "youtuber mirim" Julia Silva. Trata-se de negócio jurídico que tem por objeto a produção de uma campanha digital composta por vídeos e um evento, com roteiro aprovado pela Mattel e remunerado em dinheiro.

Trecho extraído de resposta apresentada pela Mattel

A partir de informações extraídas da internet e de acordo com o que será extensamente demonstrado nos tópicos seguintes, resta claro que a promoção 'Você Youtuber Escola Monster High' é a "campanha digital composta por vídeos e um evento, com roteiro aprovado pela Mattel e remunerado em dinheiro", a qual a empresa referiu-se em sua resposta acima mencionada.

III. A comunicação mercadológica desenvolvida pela empresa Mattel para a promoção dos produtos da linha Monster High, em parceria com a youtuber mirim Julia Silva, por meio da promoção 'Você Youtuber Escola Monster High'.

Dentro de sua área de atuação, o projeto **Criança e Consumo** constatou a prática de publicidade velada e o desenvolvimento de estratégias de comunicação mercadológica direcionadas diretamente a crianças, realizada pela empresa Mattel, para a divulgação da promoção 'Você Youtuber Escola Monster High', por meio de parceria celebrada com o canal da youtuber infantil Julia Silva, com o intuito de promover sua marca e os produtos da linha Monster High.

A promoção consistia, basicamente, em 12 vídeos com desafios, postados pela influenciadora digital Julia Silva em seu principal canal no YouTube[13] ('Julia Silva'), durante o período de pouco menos de três meses, os quais teriam que ser cumpridos pelas meninas, com idade entre quatro e 16 anos, participantes da promoção. A cada semana, uma delas era escolhida vencedora para ganhar uma boneca Monster High licenciada pela Mattel, além de um par de ingressos para evento com a presença da influenciadora digital, realizado no dia 31.10.2016.

[13] Disponível em: https://www.youtube.com/user/paulaloma29. Acesso em 19.12.2016.

Vídeo-aulas: como se tornar um youtuber mirim

Antes de publicar os vídeos com os desafios, durante todo o mês de julho de 2016, a youtuber mirim divulgou, em seu canal 'Julia Silva' no YouTube, uma série de quatro vídeos com aulas ensinando crianças a como se tornarem youtubers.

Em sua página oficial na internet [http://www.juliasilvaoficial.com.br/], a youtuber mirim comemorou o convite feito pela 'Escola Monster High': "Oi Pessoal! Estou muito feliz em anunciar para vocês, que fui convidada pela **ESCOLA MONSTER HIGH** para ensinar como ser um Youtuber".

Imagem extraída da página oficial da youtuber na internet[14]

A série de vídeo-aulas 'COMO FAZER SUCESSO NO YOUTUBE' foi dividida em quatro episódios: 1) Seja Você Mesmo; 2) Som e Iluminação; 3) Cenário e Enquadramento e 4) Dicas de edição.

No primeiro vídeo (doc. 9), publicado no dia 9.9.2016, a youtuber mirim, vestindo uma camiseta ilustrada com a marca Monster High, conta que está feliz por estar de férias da escola e por ter uma novidade muito legal:

> "HOJE, EU TAMBÉM ESTOU MUITO FELIZ PORQUE EU TENHO UMA NOVIDADE PARA CONTAR PARA VOCÊS E É MUITO LEGAL! ASSIM: VÁRIAS

[14] Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/voce-youtuber/. Acesso em 19.12.2016.

PESSOAS FICAM ME MANDANDO MENSAGENS NAS REDES SOCIAIS, NOS COMENTÁRIOS, ENFIM, MENSAGENS. E FICAM ME PEDINDO PARA EU GRAVAR VÍDEOS COM DICAS DE COMO SER YOUTUBER. E EU ACHEI MUITO LEGAL ESSA IDEIA E, APROVEITANDO QUE JÁ ESTOU DE FÉRIAS E TAMBÉM **O CONVITE QUE EU RECEBI DA ESCOLA MONSTER HIGH DE DAR DICAS FANTABULOSAS PARA VOCÊS**, EU VOU GRAVAR ESSE VÍDEO E VÁRIOS OUTROS VÍDEOS, VAI SER O MÁXIMO, EU VOU DAR VÁRIAS DICAS E ESPERO QUE VOCÊS GOSTEM!" (grifos inseridos)

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim[15]

Como introdução à primeira dica, Julia Silva faz alusão ao conteúdo do desenho 'Monster High' no qual as personagens prezam muito por ser quem realmente são. Em resumo, a dica dada no primeiro vídeo é "ser você mesma" na hora de produzir os vídeos para conseguir fazer sucesso como youtuber.

Ainda, durante o vídeo, a youtuber, para ilustrar a dica, conta a história da personagem Frankie que precisou ser ela mesma para se enturmar na escola, e, ao falar da monstrinha, aponta para a boneca que está no canto do quarto.

[15] Vídeo 'COMO FAZER SUCESSO NO YOUTUBE #1 – Julia' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_ZQ6NQHyl84&index=12&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT. Acesso em 20.9.2016.

Na imagem de encerramento do vídeo, a influenciadora aparece ao lado da boneca da personagem Frankie.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Convém mencionar que a boneca que aparece no vídeo da youtuber mirim é comercializada pela empresa Mattel.

Imagem extraída do site de compras 'Lojas Americanas'[16]

[16] Disponível em: http://www.americanas.com.br/produto/113095368/boneca-monster-high-frankie-stein-choque-eletrizante-mattel. Acesso em 22.9.2016.

No dia 19.7.2016, Julia publicou o segundo vídeo (doc. 9) da série, relembrando que está ali por um convite da 'Escola Monster High' com o objetivo de dar dicas para as crianças que querem gravar vídeos e tornarem-se youtubers mirins de sucesso.

Nesse segundo vídeo, Julia fala sobre som e iluminação. Como seus "alunos" devem se organizar para que o vídeo tenha uma boa qualidade de som e uma boa iluminação, a fim de fazer sucesso com os vídeos.

Assim como no vídeo anterior, ela está vestindo uma blusa com elementos diversos na estampa que fazem alusão às famosas monstrinhas.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Ainda, no cenário montado, está presente a Honey Swamp, boneca da 'Monster High' também comercializada pela Mattel.

Imagem extraída do site de compras 'Walmart'[17]

No terceiro vídeo (doc. 9) da série, publicado no dia 25.7.2016, Julia dá dicas sobre cenário e enquadramento, também para que seus "alunos" aprendam a melhor maneira de montar um cenário e enquadrar a gravação, de forma que fique melhor visualmente visando o sucesso dos vídeos e da carreira de youtuber.

Julia fala sobre a composição do cenário e, durante o vídeo, aponta para sua boneca da 'Monster High', a mesma que estava presente no vídeo anterior (Honey Swamp), falando sobre suas especificidades, dizendo que a boneca vem com uma claquete e uma câmera, assim como a da Mattel mencionada acima.

[17] Disponível em: https://www.walmart.com.br/boneca-monster-high-monstros-camera-acao-honey-swamp-mattel/3293304/pr. Acesso em 22.9.2016.

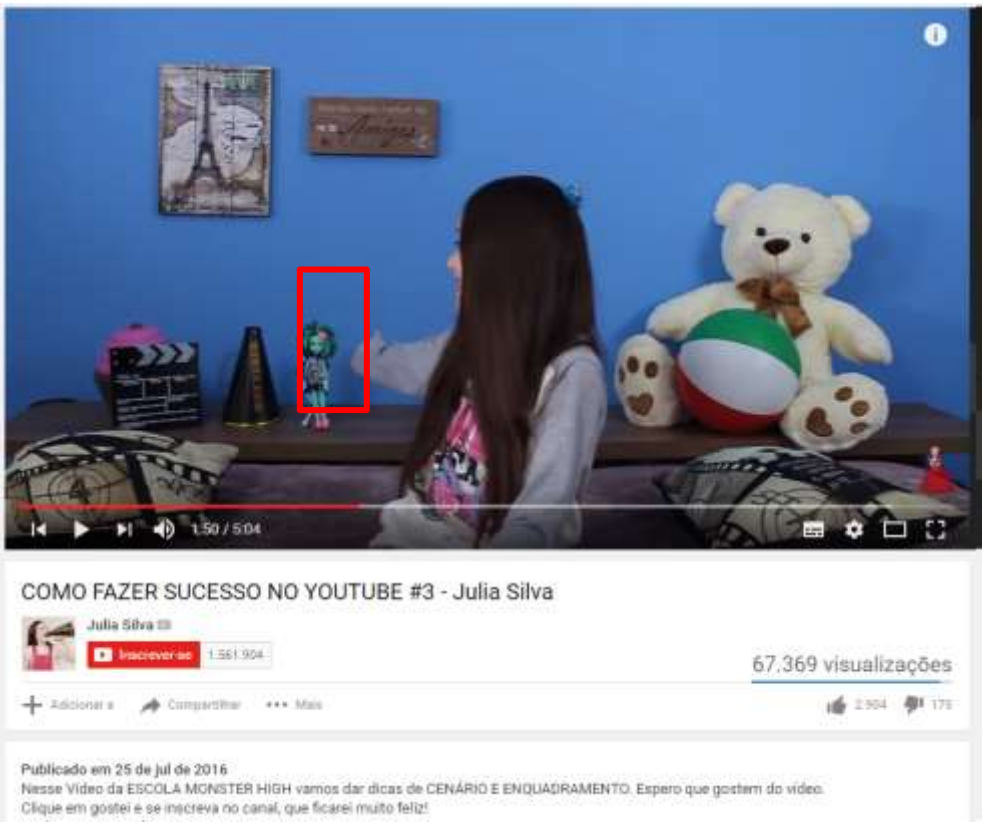

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim[18]

Nesse vídeo, a youtuber ainda ressalta a importância de gravar os vídeos no quarto ou em algum ambiente que transpareça quem o youtuber realmente é, com elementos que goste no cenário, para que os telespectadores sintam-se mais confortáveis e intímos.

Essa fala, combinada com os comentários das crianças que assistem os vídeos da youtuber, traduzem o quanto as crianças são influenciadas e confiam em tudo que a influenciadora diz e faz.

Na quarta e última vídeo-aula (doc. 9), postada no dia 1.8.2016, a youtuber expõe dicas de edição, mostrando que, mesmo com poucos recursos, é possível fazer uma edição bacana e personalizada dos vídeos.

Em um determinado momento, ela aparece demonstrando como fazer uma plaquinha para colocar na edição do vídeo, sendo que todos os materiais que ela utiliza para desenhar fazem referência às personagens 'Monster High' como, por exemplo, sua régua e caneta.

[18] Vídeo 'COMO FAZER SUCESSO NO YOUTUBE #3 – Julia' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rbaV1yixBTQ&index=11&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT. Acesso em 30.9.2016.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim [19]

Na sequência, Julia Silva conta sobre a promoção como sendo uma continuidade das aulas dadas, pela qual as meninas participantes terão que cumprir provas que serão postadas pela youtuber em seu canal ao longo de 12 semanas. Ao final, explica que as 12 vencedoras, uma para cada desafio, serão graduadas na 'Escola Monster High de como ser uma youtuber', com os seguintes dizeres:

> "VÃO TER PROVAS COMO TODA ESCOLA, SABE? TODA A ESCOLA TEM UMA PROVA, ENTÃO VÃO TER PROVAS TAMBÉM (…) TEM UM SITE E O LINK VAI TÁ NA DESCRIÇÃO E LÁ VÃO TER VÁRIAS PROVAS, VÁRIOS DESAFIOS, COISAS DO TIPO. E, **NO FINAL VOCÊS VÃO SER GRADUADAS**. GRADUADAS! NÃO VAI SER LEGAL? **NA ESCOLA MONSTER HIGH DE COMO SER UM YOUTUBER**. GENTE, EU TÔ MUITO FELIZ, MUITO FELIZ MESMO PORQUE VOCÊS, MEUS ALUNOS, VÃO SER GRADUADOS SE VOCÊS PASSAREM NAS PROVAS, VIU? E NO FINAL VAI TER UMA SURPRESA TAMBÉM. MAS ASSIM GENTE, A PROVA É SUPER TRANQUILA, É SÓ PRA VOCÊ COLOCAR EM PRÁTICA AS DICAS QUE TEVE AQUI NO CANAL, AS AULAS. SE VOCÊ PRESTOU ATENÇÃO NAS AULAS VOCÊ VAI IR MUITO BEM E VAI SER GRADUADO. UM BEIJO MONSTRUOSO E

[19] Vídeo 'COMO FAZER SUCESSO NO YOUTUBE #4 – Julia' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=hCdamwWPnBo&index=10&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT. Acesso 30.9.2016.

ELETRIZANTE. E PRA VOCÊS NÃO PERDEREM O COSTUME, NA PRÓXIMA SEMANA VAI TER MAIS UM VÍDEO SOBRE AS PROVAS" (grifos inseridos)

Assim como nos outros vídeos, ela aparece usando roupa relacionada ao desenho, além de ter uma boneca da linha presente no cenário.

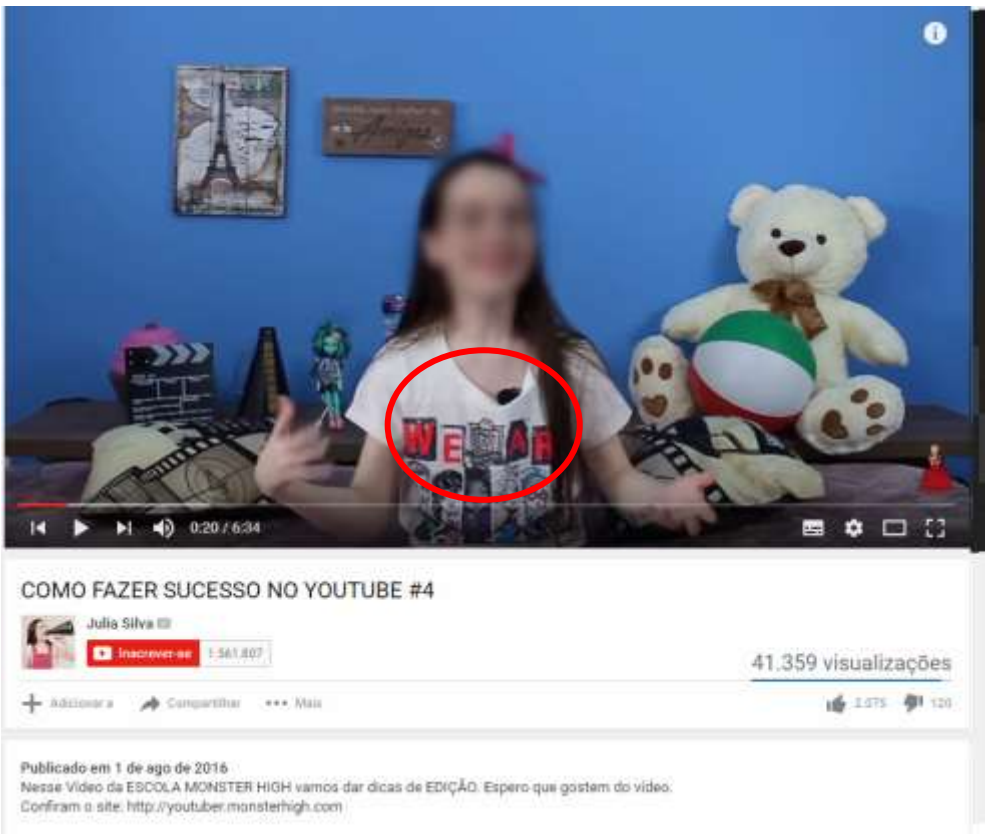

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Hotsite da Promoção

Além dos vídeos divulgados no canal de uma youtuber mirim conhecida das crianças, a marca, para promover, ainda mais, a ação e a linha de produtos 'Monster High", também criou um site exclusivo da promoção, que não está mais disponível: http://youtuber.monsterhigh.com/.

Na página principal do hotsite, era possível verificar o logo da 'Monster High', um atalho para enviar o vídeo e outro para sanar eventuais dúvidas sobre a promoção.

Imagem extraída do site exclusivo da promoção

No centro da página, em destaque, havia uma foto da Julia Silva com seus quatro vídeos tutoriais de como fazer sucesso no YouTube ao lado dos dizeres: “Você Youtuber! Assista às aulas da escola de Youtubers, grave seu vídeo e concorra a um encontro com a Júlia. Julia Silva by Monster High” e “Confira as dicas para arrasar nos vídeos e ser uma youtuber de sucesso”.

Ainda na página principal do site, podia ser observado o vídeo do desafio da semana.

Mais abaixo ficavam dispostos os desafios anteriores com as respectivas ganhadoras e, em seguida, durante o período, era possÍvel verificar uma galeria de vídeos das participantes da promoção.

Quando o prazo para o envio dos vídeos terminava, a galeria era substituída pelo vídeo da youtuber vencedora, ou uma mensagem informando a data em que a ganhadora seria divulgada.

Imagem extraída do site exclusivo da promoção

Ainda, havia um passo a passo de como publicar os vídeos de desafios no YouTube para concorrer à promoção, além de chamadas e links para participar e concorrer a “um encontro especial com a Julia”.

Imagem extraída do site exclusivo da promoção

Imagem extraída do site exclusivo da promoção

De acordo com o regulamento disponível na página da promoção (doc. 10), o período de cadastro e participação na promoção teve início no dia 1.8.2016 e término em 23.10.2016. Além disso, para participar, a criança deveria ser, **obrigatoriamente**, do sexo feminino e ter entre quatro e 16 anos de idade.

Também conforme as regras da promoção, os desafios consistiriam na criação de visuais ligados à moda feminina infantil como maquiagem, penteado, customização de roupas, entre outros, além de criação de histórias com temas do dia-a-dia, sugeridos pela youtuber mirim Julia Silva.

No regulamento, ainda constavam as informações de que as apurações dos vídeos ocorreriam nos dias 12.8.2016, 19.8.2016, 26.8.2016, 2.9.2016, 9.9.2016, 19.9.2016, 23.9.2016, 30.9.2016, 7.10.2016, 14.10.2016, 21.10.2016 e 26.10.2016, às 17h00, nas dependências do escritório da Mattel, bem como que as 12 vencedoras seriam "escolhidas a partir do desempenho criativo".

Por fim, cumpre destacar que, pela promoção, as 12 meninas vencedoras ganhariam uma boneca 'Monster High', licenciada pela Mattel, além de um par de ingressos para evento com a influenciadora digital Julia Silva em 31.10.2016, na sede da empresa em São Paulo.

Desafios

Os desafios da promoção, 12 no total, como mencionado acima, foram divididos em três blocos de quatro vídeos cada, sendo que os quatro primeiros foram inspirados em características da monstrinha Draculaura, filha do Drácula; o segundo bloco foi baseado na personagem Frankie, filha do Frankstein; e os últimos quatro vídeos foram protagonizados pela Clawdeen, mosntrinha filha do Lobisomem.

Cumpre destacar que todos as vídeo-aulas e os desafios possuem alguns elementos em comum: bonecas 'Monster High' dispostas no cenário, presença de produtos variados licenciados das personagens e a utilização, pela youtuber mirim, de roupas e acessórios com logos e estampas ligadas à linha de bonecas.

Isso se torna evidente nas produções das meninas participantes, que, nitidamente, no desejo de vencerem os desafios, acabam por tentar imitar e recriar o conteúdo publicado pela influenciadora digital, montando um cenário parecido, produzindo vídeos com o máximo de produtos licenciados da linha de boneca-monstrinhas, imitando comportamentos e falas da youtuber mirim Julia Silva e até das monstrinhas que inspiram o desafio do momento.

Desafio 1 – Maquiagem sem espelho

No primeiro vídeo[20] (doc. 11) dos desafios, um dia depois do término das vídeo-aulas, Julia explica que serão 12 desafios com uma vencedora para cada um e que os quatro primeiros desafios serão temáticos da 'Draculaura'.

Julia apresenta a monstrinha protagonista do desafio como uma vampira que não pode tomar sol, vegetariana, dona de um bichinho "muito fofo", que é o 'Conde Fabulous', e explicando que, por ser uma vampira, ela não se enxerga no espelho.

Enquanto fala das características da personagem 'Draculaura' e explica o primeiro desafio – **maquiagem sem espelho**, como a monstrinha faz já que não se enxerga –, a influenciadora segura a boneca da personagem, que é produzida pela Mattel, e veste camiseta contendo a imagem do corpo da monstrinha estampado.

Na sequência, Julia também divulga o site oficial da promoção, onde as meninas interessadas em participar dos desafios deveriam inscrever-se e enviar os vídeos dentro do período de uma semana.

Antes de iniciar a maquiagem, a criança youtuber pega lencinhos para limpar a pele dentro de um recipiente que contém as personagens de 'Monster High' estampadas. A embalagem da sombra por ela utilizada também faz alusão às personagens, por ser no formato da logomarca 'Monster High': uma caveira com lacinho rosa.

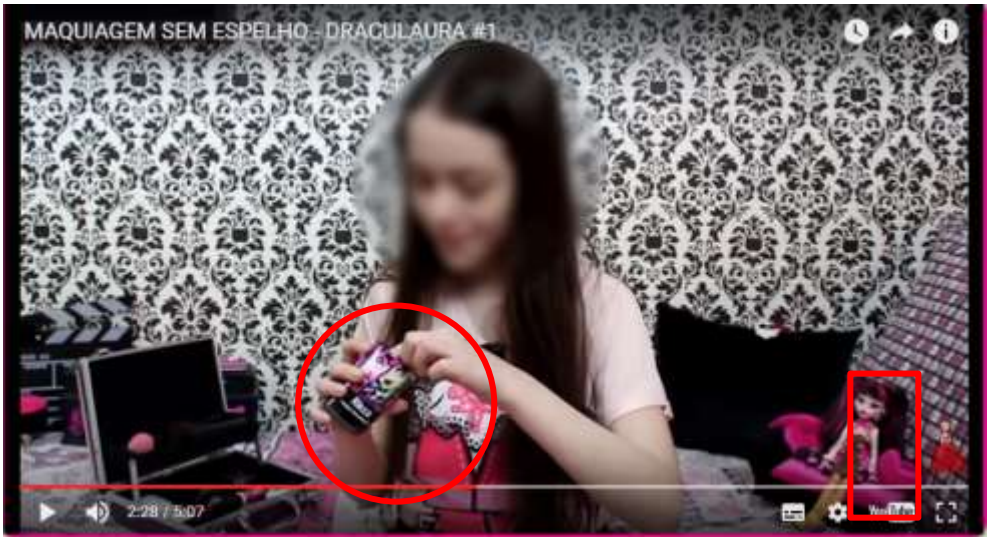

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

[20] Vídeo 'MAQUIAGEM SEM ESPELHO – DRACULAURA #1' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ig_rMtRkDjc. Acesso em 30.1.2017.

Ao final, depois de terminada a maquiagem, a youtuber mirim afirma que não ficou tão ruim e complementa que apenas não ficou perfeita quanto a que a 'Draculaura' consegue fazer, justificando, enquanto segura e admira a boneca, que a personagem "É MAIS VELHA E AÍ ELA CONSEGUE FAZER VÁRIAS COISAS. OLHA COMO ELA É LINDA!"

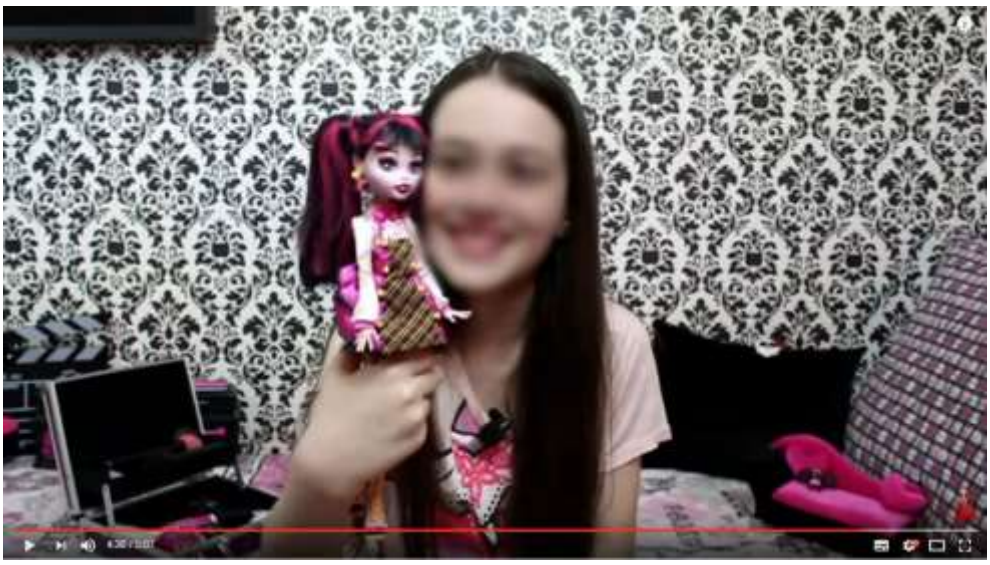

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Imagem extraída do site de compras 'Walmart'[21]

[21] Disponível em: https://www.walmart.com.br/boneca-monster-high-draculaura-classica-mattel/4578045/pr. Acesso em 22.9.2016.

A vencedora do primeiro desafio foi divulgada no dia 12.8.2016. Ao longo de todo o vídeo da criança, a boneca da Monster High esteve presente (doc. 11).

Imagem extraída de vídeo da vencedora do primeiro desafio

Desafio 2 – Coreografia

No segundo desafio[22] da personagem 'Draculaura' (doc. 11), as participantes teriam que criar a própria versão da **coreografia** de música disponível no canal exclusivo da 'Monster High' na plataforma YouTube, por meio do seguinte link: https://www.youtube.com/watch?v=ljZxgA3g8rM.

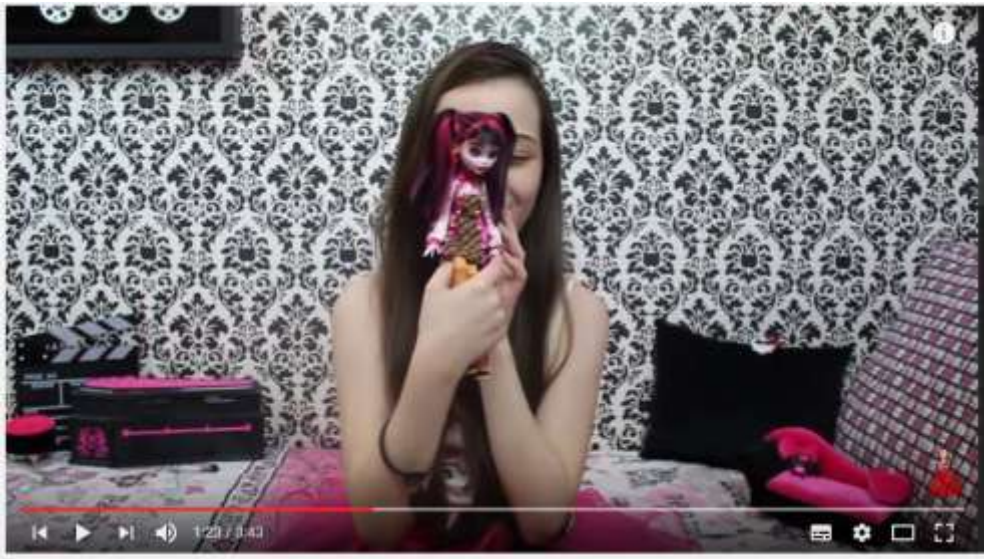

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

[22] Vídeo 'COREOGRAFIA – DRACULAURA #2' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ZVUJLxxh12M&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT&index=7. Acesso em 30.1.2017.

A influenciadora, no vídeo e durante a apresentação de sua coreografia, vestia roupas e acessórios nas cores preferidas da 'Draculaura' – preto e pink – e camiseta com o rosto da personagem estampado.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

A segunda vencedora também apareceu em seu vídeo acompanha de uma das bonecas licenciadas da personagem 'Draculaura' (doc. 11).

Imagem extraída de vídeo da vencedora do primeiro desafio

Desafio 3 – Boa Ação

O terceiro vídeo[23] (doc. 11) da série da monstrinha 'Draculaura', publicado no dia 15.8.2016, é o desafio no qual as participantes deveriam contar alguma **boa ação** que fizeram ao longo da vida.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Como nas gravações anteriores, enquanto segura uma outra versão de boneca da personagem produzida pela Mattel, Julia fala sobre a personalidade da monstrinha, afirmando que "ELA TAMBÉM GOSTA BASTANTE DE AJUDAR AS AMIGAS DELA" e "SEMPRE ENXERGA O LADO BOM DAS COISAS".

A vencedora do terceiro desafio, em seu vídeo, estava caracterizada de 'Draculaura' com um coração desenhado na bochecha e vestida com uma camiseta contendo imagem relacionada a 'Monster High'. Além disso, mostrou as bonecas que posui da personagem (doc. 11).

[23] Vídeo 'BOA AÇÃO – DRACULAURA #3' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=aaVO00tykbg&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT&index=7. Acesso em 26.9.2016.

Vídeo disponível no canal da youtuber vencedora

Desafio 4 – Look com chapéu

No quarto e último desafio inspirado na vampira 'Draculaura'[24] (doc. 11), publicado no dia 22.8.2016, Julia explica que, como a vampira não pode tomar Sol, as alunas participantes da promoção deveriam montar um *look* com chapéu e óculos, como forma de homenageá-la. Por várias vezes, a menina define a monstrinha como sendo *fashion* e estilosa.

Na gravação, Julia explica que está com a camiseta "que tem a roupa da Draculaura" e por isso estaria muito parecida com a personagem. Na sequência, ela sai na rua imitando a monstrinha, como se ela também fosse uma vampira que não pode tomar Sol.

[24] Vídeo 'LOOK COM CHAPÉU - DRACULAURA #4' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=92FsadC5WmA. Acesso em 26.9.2016.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

A vencedora desse desafio criou vídeo semelhante ao da youtuber mirim Julia Silva, utilzando figuras e objetos licenciados das monstrinhas (doc. 11).

Vídeo disponível no canal da youtuber vencedora

Desafio 5 – Mico

O quinto desafio inaugura a série de vídeos protagonizada por outra monstrinha, a Frankie, filha do Frankstein, que Julia apresenta como sendo sua personagem favorita, por ser indecisa, desastrada e "elétrica".

No primeiro vídeo do bloco, logo chama a atenção o cenário – quarto de Julia – no qual a influenciadora costuma gravar, que aparece totalmente redecorado, com prateleiras repletas de produtos licenciados das personagens da linha 'Monster High', como versões variadas de bonecas das personagens, garrafas, roupas, mochila, acessórios, além de roupa de cama que cobre o lugar onde a influencidora fica sentada.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Nesse terceiro desafio, a influenciadora mirim explica que as meninas participantes deveriam contar o seu maior 'mico'[25].

A criança vencedora do desafio, em seu vídeo, contou diversos micos, ou seja, situações constrangedoras e engraçadas que havia passado. Na descrição do vídeo, ela inclui a informação de que a iniciativa é da 'Escola Monster High', 'Julia Silva' e 'Mattel' (doc. 12).

[25] Vídeo 'MEU MAIOR MICO! PROVA DA FRANKIE #1' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=V8WTpMeKhIY&index=5&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT. Acesso em 26.9.2016.

Vídeo disponível no canal da youtuber vencedora

Desafio 6 – Look com duas cores

Nesse vídeo[26] (doc. 12), em homenagem aos olhos da monstrinha Frankie, que são um de cada cor, Julia Silva lança o desafio de criar um look com duas cores. A youtuber, como nos vídeos anteriores, está acompanhada da boneca e vestindo roupas que remetem à personagem inspiradora do desafio.

Ao lado de Julia, há uma mochila cheia de roupas licenciadas da 'Monster High', de onde ela deveria escolher as peças para compor o seu look. À medida em que vai tirando as roupas de dentro da mochila, a menina percebe que a grande maioria já foi utilizada na gravação de vídeos para a promoção, jogando repetidamente as peças para trás para que possa escolher uma peça que nunca havia usado.

[26] Vídeo 'CRIE UM LOOK COM DUAS CORES ! Prova da Frankie #2' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=tgoAPaw-Kac. Acesso em 21.10.2016.

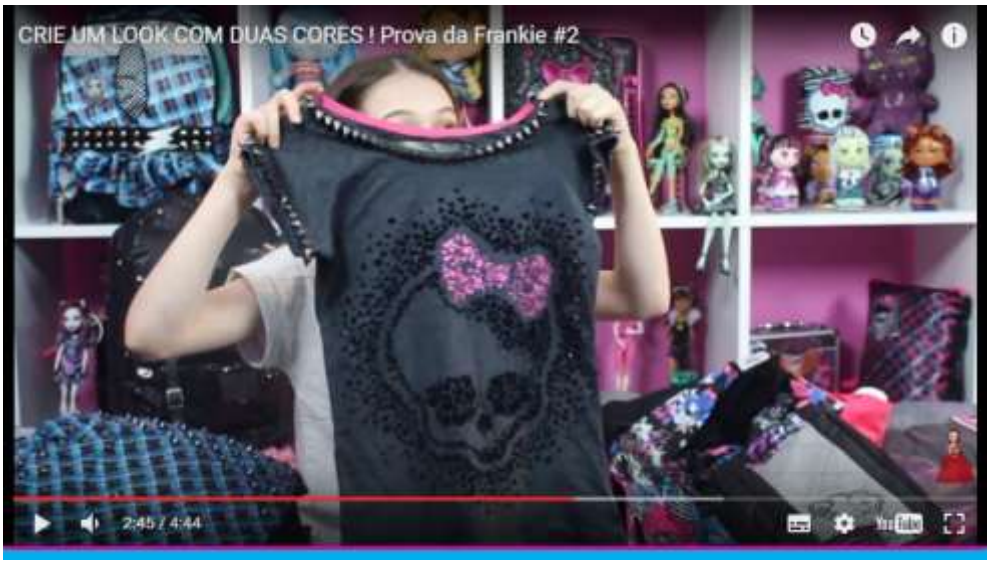

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

A menina vencedora do sexto desafio montou look inspirado nas duas cores dos olhos da monstrinha Frankie – azul e verde – e usou elementos característicos do mundo das personagens como, por exemplo, um "caixão" improvisado, de onde ela esa saiu vestida com o look que montou (doc. 12).

Vídeo disponível no canal da youtuber vencedora

Desafio 7 – Indecisão

No vídeo com a explicação do sétimo desafio[27] (doc. 12), também baseado em uma característica da personagem Frankie – **indecisão** –, Julia, por meio de um jogo de perguntas e respostas, revela que a prova consiste em gravar um vídeo contando as suas indecisões.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

A menina vencedora, em seu vídeo, dispõe no cenário diversos objetos, posters e acessórios que remetem às personagens de 'Monster High' como uma tentativa de imitar o vídeo da influenciadora (doc. 12).

Vídeo disponível no canal da youtuber vencedora

[27] Vídeo 'PROVA DAS INDECISÕES (ISSO OU AQUILO ?) - PROVA DA FRANKIE #3' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5umqphchQxY&index=4&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT. Acesso em 30.9.2016.

Desafio 8 – Erros de Gravação

No último desafio do bloco da personagem Frankie[28] (doc. 12), Julia explica que a monstrinha é muito atrapalhada. Então, para criar um vídeo que tenha a ver com essa característica da monstrinha, decidiu montar um vídeo mostrando todos os seus erros de gravação. Ao final, a youtuber convoca suas "alunas" a gravarem um vídeo nos mesmo moldes.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

[28] Vídeo 'ERROS DE GRAVAÇÕES - PROVA DA FRANKIE #4' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=PKegB-dT0vk. Acesso em 21.10.2016.

A vencedora, toda fantasiada de monstrinha Frankie, apresenta os erros de gravação de seus vídeos (doc. 12).

Imagem extraída do vídeo do canal da youtuber vencedora

Desafio 9 – Fantasia de Halloween

O nono vídeo[29] (doc. 13) é o primeiro da série de desafios da monstrinha "mais estilosa (e estilista)" de 'Monster High': Clawdeen, a filha do lobisomem. Trata-se de desafio pelo qual as "alunas" teriam que escolher uma fantasia de Halloween. Julia explica que a fantasia pode ser montada com peças de roupa que as participantes tiverem em casa, mas menciona que possui as fantasias de suas monstrinhas favoritas.

[29] Vídeo 'FANTASIA DE HALLOWEEN - PROVA DA CLAWDEEN #1' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=BXaULSfyY3Q. Acesso 21.10.2016.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

A vencedora personalizou uma tiara para ficar com as orelhas iguais as da monstrinha protagonista da série de desafios (doc. 13).

Imagem extraída do vídeo do canal da youtuber vencedora

Desafio 10 – Penteado Fantabuloso

Nos desafios da monstrinha Clawdeen, Julia menciona que a personagem é muito vaidosa, inclusive "porque tem muito cabelo". Então, nesse desafio[30] (doc. 13), ela propõe que suas 'alunas' criem penteados "fantabulosos", como se fossem utilizá-los no dia da formatura da 'Escola Monster High'.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

A vencedora, além do penteado, exibiu várias de suas bonecas da coleção 'Monster High' (doc. 13).

Imagem extraída do vídeo do canal da youtuber vencedora

[30] Vídeo 'PENTEADO FANTABULOSO - PROVA DA CLAWDEEN #2' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=6IpdEX307G0. Acesso em 21.10.2016.

Desafio 11 – Reciclando Roupas

Nesse desafio[31] (doc. 13), o propósito é reciclar uma roupa que não utiliza mais. Julia customiza uma jaqueta jeans com botons da 'Monster High', botões e brilho.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

A vencedora do desafio, assim como outras meninas participantes, produziu vídeos de quase todos as provas lançadas pela promoção por meio do canal da influenciadora digital mirim, os quais estão disponíveis em seu canal do YouTube, que conta com mais de 99 mil inscritos.

Imagem extraída do vídeo do canal da youtuber vencedora

[31] Vídeo 'VIREI ESTILISTA? RECICLANDO ROUPAS - PROVA DA CLAWDEEN #3' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=uZaBQtJT5vA. Acesso em 24.10.2016.

Desafio 12 – Tour pelo quarto

No último desafio[32] (doc. 13), Julia faz um tour por seu quarto, mostrando para suas fãs o espaço onde geralmente grava seus vídeos. No vídeo, aparecem diversos elementos de decoração e acessórios que fazem referência ao grupo de monstrinhas como mochilas, livros de curiosidades, copos, bonecas e posters.

Julia relembra, ainda, que é interessante gravar no quarto pois mostra a intimidade de quem faz o vídeo e a aproxima das pessoas que o assistem.

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

No canal da vencedora, durante o tour por seu quarto, é nítido o apreço que ela tem por bonecas. Ainda, aparece um poster de duas youtubers teens e um perfume com imagem da skullete, logomarca de 'Monster High' (doc. 13).

[32] Vídeo 'TOUR PELO MEU QUARTO - PROVA DA CLAWDEEN #4' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xdKmRXvFynA. Acesso em 24.10.2016.

Imagem extraída do canal da youtuber vencedora

Por fim, quanto aos vídeos de desafios, convém destacar que, a despeito de tratar-se de promoção desenvolvida pela empresa criadora da linha 'Monster High', bem como de constar, em letras miúdas e no campo "mostrar mais", que os vídeos são patrocinados pela Mattel, **é ignorado o fato de que muitas crianças que acompanham o canal da influenciadora digital e poderiam participar da promoção – a partir dos quatro anos – não são alfabetizadas, sequer estão em idade escolar, e que o público infantil, até os oito anos de idade, não distingue conteúdo de publicidade**.

Além disso, a youtuber mirim, em nenhum momento, esclarece tratar-se de uma ação de *marketing* da empresa, fazendo parecer que tudo não passa de uma brincadeira entre crianças em um faz de conta de escola com provas e formatura.

MAQUIAGEM SEM ESPELHO - DRACULAURA #1

Julia Silva

Inscrever-se 2.038.876

143.782 visualizações

Adicionar a Compartilhar ••• Mais 4.123 276

Publicado em 2 de ago de 2016
Saiu o primeiro desafio da série de Desafios da Escola Monster High. Esse é o primeiro Desafio da Draculaura, a vampira vegetariana mais fofa do mundo, aquela que ama preto e pink e sempre ver o lado bom das coisas. Aguardo os vídeo de vocês: http://youtuber.monsterhigh.com

Clique em gostei e se inscreva no canal, que ficarei muito feliz!
Meus Livros:
http://www.cirandacultural.com.br/pro...
http://www.matrixeditora.com.br/produ...

Minha Música Vamos Sorrir:
https://www.youtube.com/watch?v=8uQ1k...

Minhas Outras Redes Sociais:
Meu outro canal: http://www.youtube.com/juliasilvatv
Meu site - http://www.juliasilvaoficial.com.br/
Instagram - http://instagram.com/juliasilvamh
SnapChat: eujuliasilva
Fanpage - http://www.facebook.com/OficialJuliaS...

*Esse vídeo é patrocinado pela Mattel.

Aviso para os responsáveis: Canal Livre para todas as idades. Aqui você NÃO encontrará incitação a violência, palavras de ódio ou palavrões e maus exemplos.

Categoria Entretenimento
Licença Licença padrão do YouTube

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim[33]

Anúncio no Youtube

Como se não bastasse toda a divulgação e vídeos nas redes sociais da influenciadora, ainda foram veiculados anúncios sobre a promoção em vídeos diversos do próprio YouTube, nos segundos de publicidade antecedentes ao vídeo escolhido.

No vídeo, Julia Silva diz:

> "ESPERA, ESPERA, ESPERA. NÃO PULE ESSE VÍDEO! EU TENHO UMA COISA MUITO IMPORTANTE PARA CONTAR PARA VOCÊS. **EU FUI CONVIDADE PELA ESCOLA MONSTER HIGH PARA SER A PROFESSORA DE VOCÊS E ENSINAR A VOCÊS COMO SER YOUTUBERS**. TEM VÍDEOS LÁ NO MEU CANAL DE AULAS E AGORA TEM AS PROVAS. **ACESSE O SITE YOUTUBER.MONSTERHIGH.COM PORQUE LÁ VOCÊ VAI PODER PARTICIPAR DESSAS PROVAS**. E **NO FINAL NÓS VAMOS NOS CONHECER E VOCÊS SERÃO GRADUADOS EM UM ENCONTRINHO JUNTO COMIGO**. VAI SER MUITO LEGAL! BEIJOS MONSTRUOSOS E ELETRIZANTES. NÃO SE ESQUEÇAM DE PARTICIPAR" (grifos inseridos)

[33] Vídeo 'COMO FAZER SUCESSO NO YOUTUBE #2 – Julia' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=WzIQ0FgMExM&index=17&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT. Acesso em 20.9.2016.

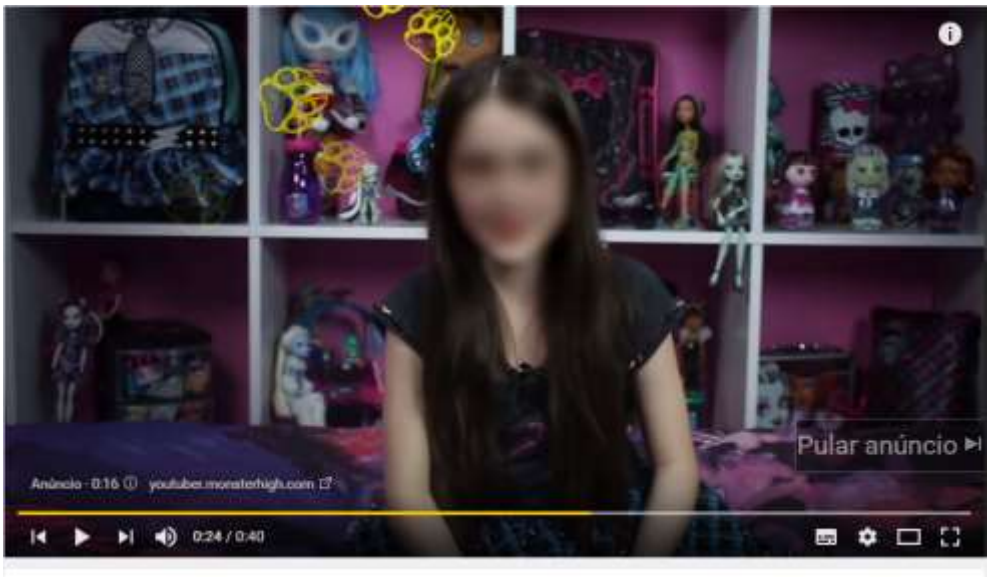

Imagem extraída da página do Facebook da influenciadora[34]

Blog da Youtuber

A influenciadora também possui um blog, onde, durante a realização da promoção, publicava resumos sobre os vídeos e os desafios, divulgando o hotsite da promoção por meio do link de acesso, sempre lembrando que os vídeos e os desafios seriam fruto de um convite feito pela 'Escola Monster High', de modo que o conteúdo do YouTube é replicado na internet por meio de outras redes sociais da youtuber.

Imagem retirada do blog da influenciadora[35]

[34] Vídeo 'Genteee! Participem da Escola de Youtubers Monster High' na página da 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/JuliaSilva/videos/?ref=page_internal. Acesso em 3.2.2017.

Imagem retirada do blog da influenciadora[36]

[35] Publicação 'VOCÊ YOUTUBER ESCOLA MONSTER HIGH' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/voce-youtuber/. Acesso em 26.9.2016.

[36] Publicação 'PRIMEIRO DESAFIO' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/primeiro-desafio/. Acesso em 26.9.2016.

Imagem retirada do blog da influenciadora[37]

Imagem retirada do blog da influenciadora[38]

[37] Publicação 'DESAFIO DA COREOGRAFIA' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/desafio-da-coreografia/. Acesso em 26.9.2016.

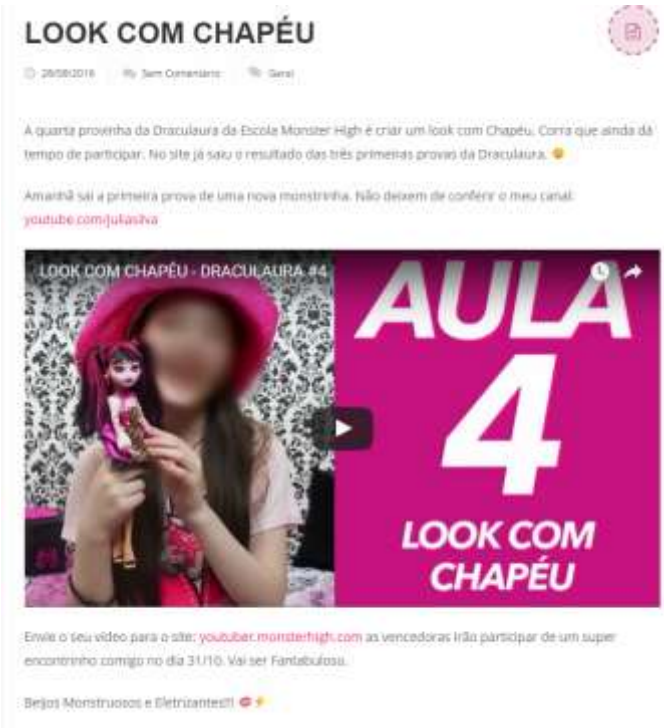

Imagem retirada do blog da influenciadora[39]

Imagem retirada do blog da influenciadora[40]

---

[38] Publicação 'DESAFIO DA BOA AÇÃO' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/desafio-da-boa-acao/. Acesso em 26.9.2016.

[39] Publicação 'LOOK COM CHAPÉU' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/look-com-chapeu/. Acesso em 26.9.2016.

[40] Publicação 'DESAFIO CONTE SEU MICO' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/desafio-conte-seu-mico/. Acesso em 26.9.2016.

Imagem retirada do blog da influenciadora[41]

Imagem retirada do blog da influenciadora[42]

[41] Publicação 'VAMOS CRIAR UM LOOK COM DUAS CORES ? ' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/vamos-criar-um-look-com-duas-cores/. Acesso em 26.9.2016.

[42] Publicação 'PROVA DAS INDECISÕES' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/prova-das-indecisoes/. Acesso em 26.9.2016.

Imagem retirada do blog da influenciadora[43]

Imagem retirada do blog da influenciadora[44]

[43] Publicação 'ERROS DE GRAVAÇÃO' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/erros-de-gravacao/. Acesso em 26.9.2016.

[44] Publicação 'ÚLTIMA PROVA DA ESCOLA MONSTER HIGH' no blog da 'Julia Silva'. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/ultima-prova-da-escola-monster-high/. Acesso em 19.10.2016.

Facebook[45], Instagram[46] e Twitter[47]

Em seu Facebook, Julia normalmente publica *gifs*, imagens e vídeos noticiando a 'Escola Monster High'. Em diversos momentos, durante a realização dos desafios, o post sobre a 'Escola Monster High' era fixado na rede social da youtuber para aparecer como a primeira publicação a ser vista por quem acessasse a página.

No Instagram e no Twitter, a influenciadora também publicou fotos noticiando quando os vídeos e desafios novos, sempre de maneira animada e divulgando os links disponíveis para acesso.

Imagem extraída do Facebook da influenciadora

[45] Imagens disponíveis em: https://www.facebook.com/OficialJuliaSilva/?fref=ts. Acesso em 19.10.2016.
[46] Disponível em: https://www.instagram.com/juliasilvamh/. Acesso em 19.10.2016.
[47] Disponível em: https://twitter.com/eujuliasilva?lang=pt. Acesso em 21.10.2016.

Imagem extraída do Facebook da influenciadora

Imagem extraída do Facebook da influenciadora

Imagem extraída do Instagram da influenciadora

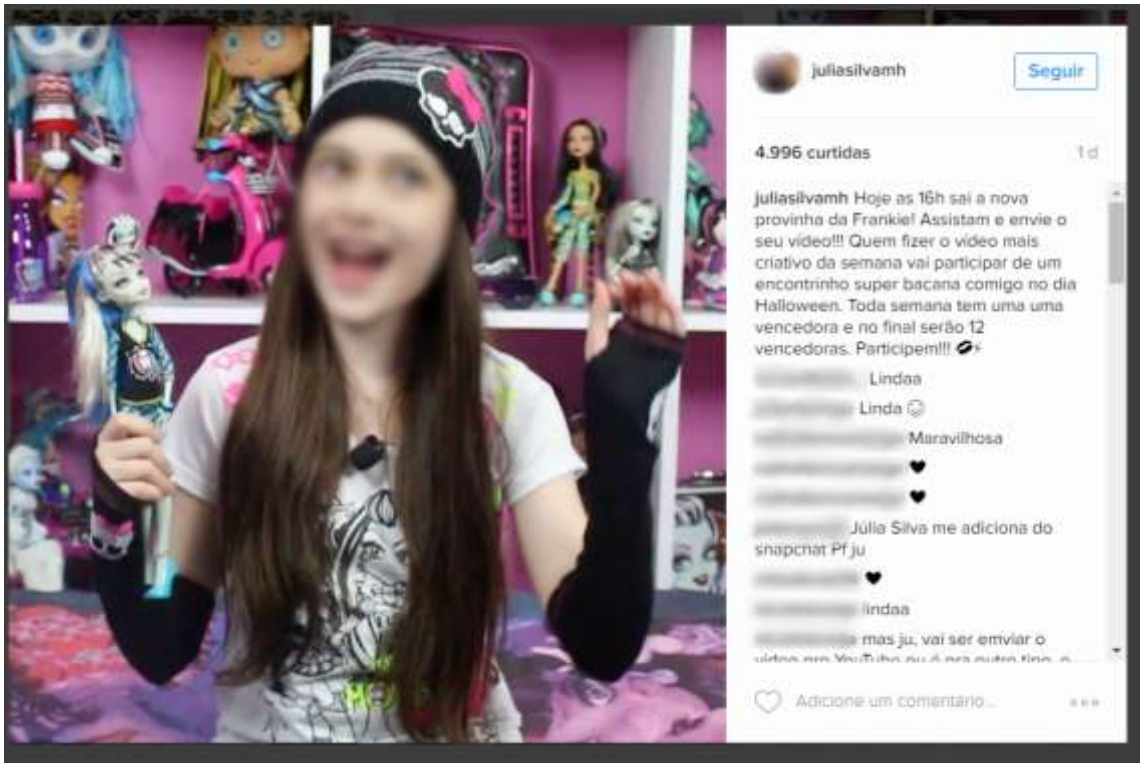

Imagem extraída do Instagram da influenciadora

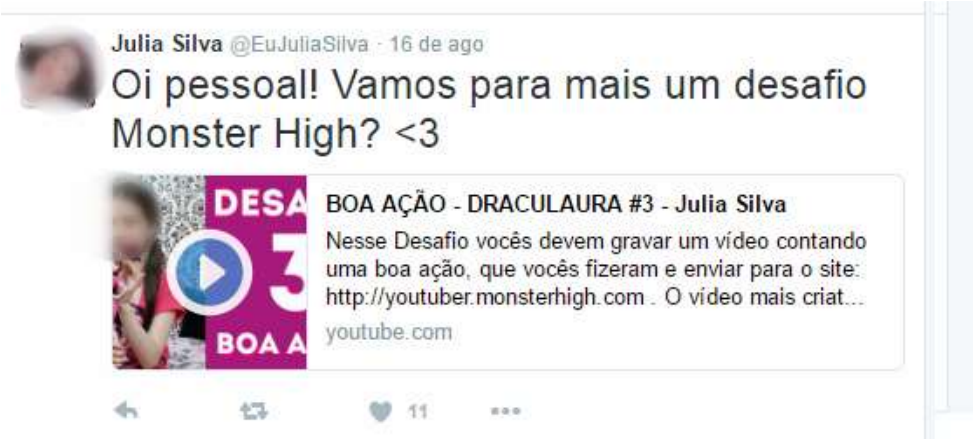

Imagem extraída do Twitter da influenciadora

Imagem extraída do Twitter da influenciadora

Comentários nos vídeos e publicações

Além de todas as ações nas diversas redes sociais da influenciadora, existem milhares de comentários feitos por crianças que consideram nitidamente a youtuber como uma amiga próxima ou a idolatram.

Imagem extraída do Facebook da youtuber[48]

[48] Comentário no vídeo 'Genteee! Participem da Escola de Youtubers Monster High' do perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/JuliaSilva/videos/?ref=page_internal. Acesso em 3.2.2017.

Imagem extraída do Facebook da youtuber[49]

Imagem extraída do Facebook da youtuber[50]

Imagem extraída do Facebook da youtuber[51]

---

[49] Comentário no vídeo 'Genteee! Participem da Escola de Youtubers Monster High' do perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/JuliaSilva/videos/?ref=page_internal. Acesso em 3.2.2017.

[50] Comentário no vídeo 'Está no ar o vídeo "Tour pelo meu quarto - Clawdeen", vcs não podem perder!! Corre pra assistir, está demais!!!' do perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/JuliaSilva/videos/?ref=page_internal. Acesso em 3.2.2017.

Imagem extraída do Facebook da youtuber[52]

Imagem extraída do Facebook da youtuber[53]

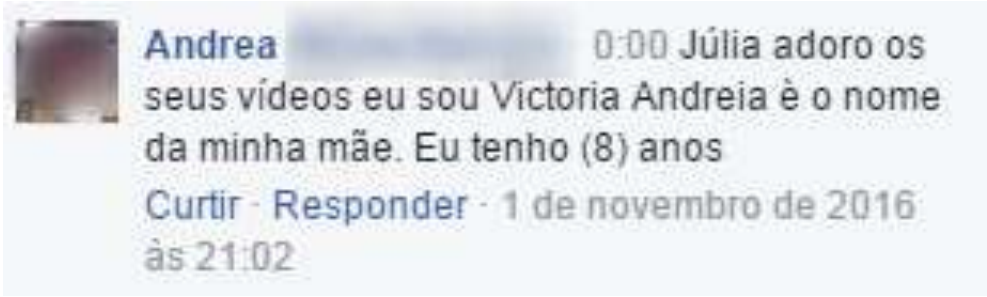

Imagem extraída do Facebook da youtuber[54]

[51] Comentário no vídeo 'Começou a aula da Escola de Youtubers Monster High' do perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/JuliaSilva/videos/?ref=page_internal. Acesso em 3.2.2017.

[52] Comentário no vídeo 'Começou a aula da Escola de Youtubers Monster High' do perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/JuliaSilva/videos/?ref=page_internal. Acesso em 3.2.2017.

[53] Comentário no vídeo 'Começou a aula da Escola de Youtubers Monster High' do perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/JuliaSilva/videos/?ref=page_internal. Acesso em 3.2.2017.

[54] Comentário no vídeo 'Começou a aula da Escola de Youtubers Monster High' do perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/JuliaSilva/videos/?ref=page_internal. Acesso em 3.2.2017.

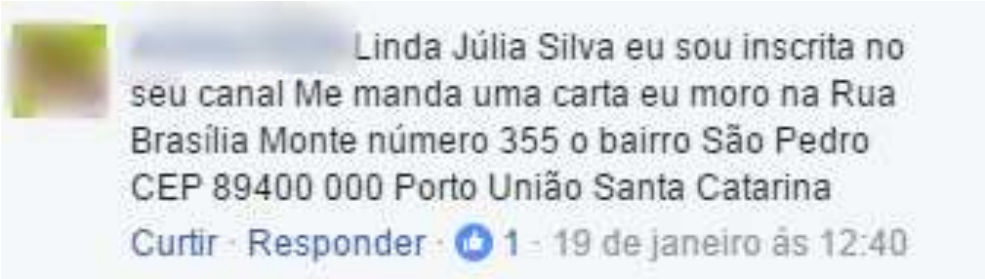

Imagem extraída do Facebook da youtuber[55]

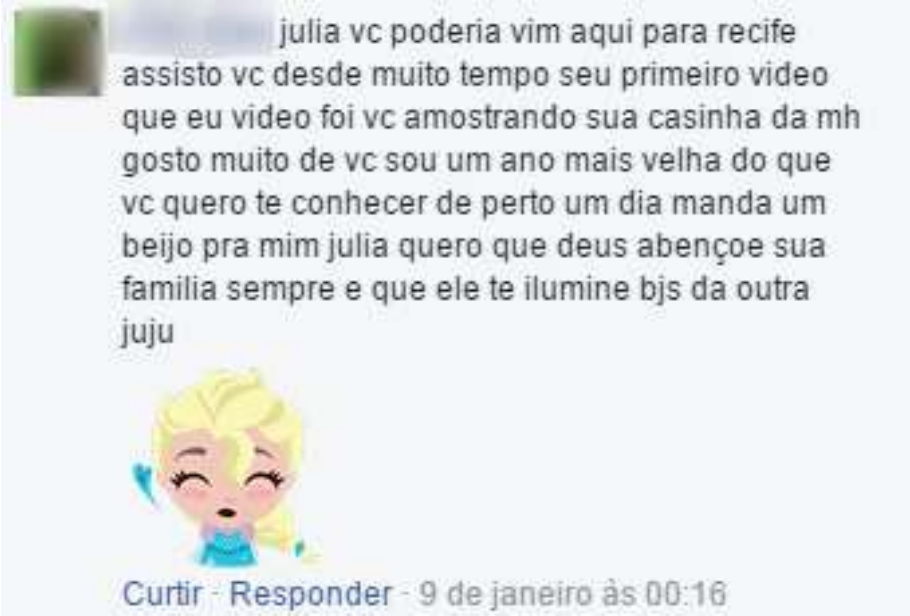

Imagem extraída do Facebook da youtuber[56]

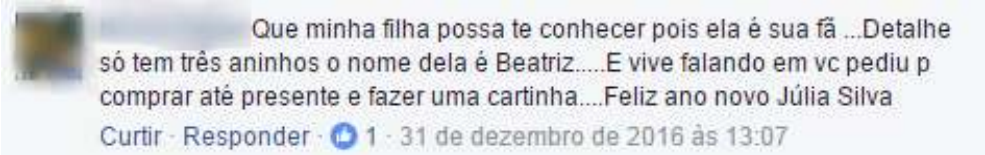

Imagem extraída do Facebook da youtuber[57]

[55] Comentário em foto disponível no perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/JuliaSilva/photos/a.249303965244390.1073741825.105039653004156/686857201489062/?type=3&theater. Acesso em 3.2.2017.

[56] Comentário em foto disponível no perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/JuliaSilva/photos/a.249303965244390.1073741825.105039653004156/680758912098891/?type=3&theater. Acesso em 3.2.2017.

[57] Comentário em foto disponível no perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/JuliaSilva/photos/a.249303965244390.1073741825.105039653004156/676422645865851/?type=3&theater. Acesso em 3.2.2017.

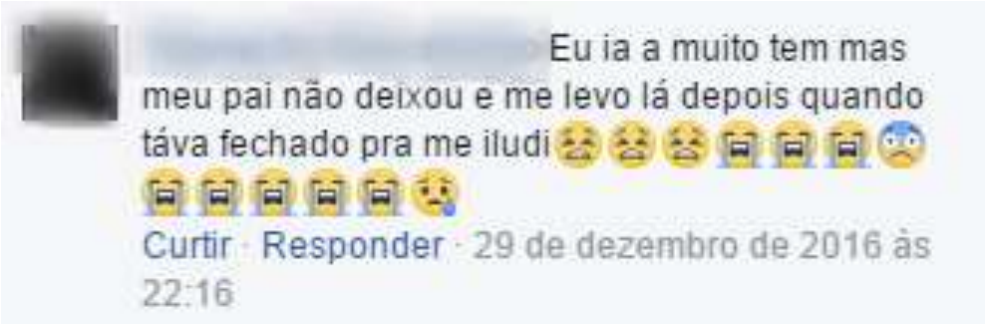

Imagem extraída do Facebook da youtuber[58] (foto do encontrinho)

Imagem extraída do Facebook da youtuber[59]

Imagem extraída do Facebook da youtuber[60] (comentário de uma das vencedoras do desafio)

[58] Comentário em foto disponível no perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/JuliaSilva/photos/a.249303965244390.1073741825.105039653004156/675839652590817/?type=3&theater. Acesso em 3.2.2017.

[59] Comentário em foto disponível no perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/JuliaSilva/photos/a.249303965244390.1073741825.105039653004156/643142495860533/?type=3&theater. Acesso em 3.2.2017.

Imagem extraída do Facebook da youtuber[61]

Imagem extraída do blog da youtuber[62]

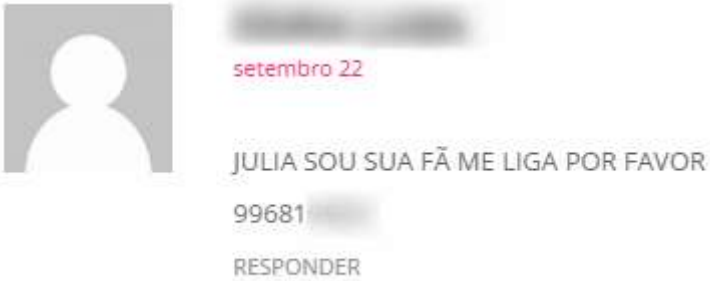

Imagem extraída do blog da youtuber[63]

---

[60] Comentário em foto disponível no perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/JuliaSilva/photos/a.249303965244390.1073741825.105039653004156/642651239242992/?type=3&theater. Acesso em 3.2.2017.

[61] Comentário em foto disponível no perfil de 'Julia Silva' no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/JuliaSilva/photos/a.249303965244390.1073741825.105039653004156/599581883549928/?type=3&theater. Acesso em 3.2.2017.

[62] Comentário em publicação no blog de Julia Silva. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/voce-youtuber/. Acesso em 3.2.2017.

setembro 19

oi julia venha na minha casa eu te amo kkkkkkkk e serio venha; cidade assis chateaubriand ; rua ;n

RESPONDER

Imagem extraída do blog da youtuber[64]

dezembro 3

Oi Julia Silva eu vou ficar casa nova você pode ir na minha casa nova para fazer desafio eu vou ter livros é segredo da Bruna , pratinho saúdavel e diiário da BRUNA e vou ter meu canal o meu canal chama Bruna 2

um beijo bruninha

RESPONDER

Imagem extraída do blog da youtuber[65]

outubro 13

Oi julia sou sua fa amo vc sempre te assisti amo de coraçao seu canal. Eu vou colocar o E-MAIL* da minha mae por que eu no tenho ainda tabom.Julia faz um video por mim. Eu quero que vc faça um video que e passando mico na rua de pijama.A ja ia me esquescendo vou te pedir para fazer outro video que e ir com a roupa do seu pai para uma prasinha eu tenho 10 anos sonho em fazer um canal no youtube. Na verdade eu tenho um canal se chama mundo meigo e uma foto de uma menina que ta com um casaquinho rosa de oncinha com o cabelo liso ta bom foi bom falar com vc te amo muito beijos.

DE 10 anos

RESPONDER

Imagem extraída do blog da youtuber[66]

---

[63] Comentário em publicação no blog de Julia Silva. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/voce-youtuber/. Acesso em 3.2.2017.

[64] Comentário em publicação no blog de Julia Silva. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/voce-youtuber/. Acesso em 3.2.2017.

[65] Comentário em publicação no blog de Julia Silva. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/ultima-prova-da-escola-monster-high/. Acesso em 3.2.2017.

[66] Comentário em publicação no blog de Julia Silva. Disponível em: http://www.juliasilvaoficial.com.br/ultima-prova-da-escola-monster-high/. Acesso em 3.2.2017.

Algumas crianças fãs da youtuber, passam seus próprios endereços na esperança que ela vá visitá-las. Muitas pedem para que ela mande beijos, mas a maioria se maravilha com uma simples resposta de “oi” ou “beijos monstruosos”.

Imagem extraída da página do Facebook da Julia Silva

Exemplos de vídeos enviados por meninas de todo o Brasil

Vale dizer que a repercussão dos vídeos e da promoção da 'Escola Monster High' sobre como ser uma youtuber de sucesso foi muito grande e impactou as mais diversas redes sociais, seja por comentários das fãs, publicação de vídeos e posts.

Muitas meninas participaram dos desafios e apenas 12 ganharam e puderam conhecer Julia Silva no encontrinho de formatura da Escola.

Da análise dos vídeos enviados por meninas de todo o país, verifica-se uma forte imitação, não só dos trejeitos e forma de falar da influenciadora, mas também da disposição do cenário e da presença de objetos licenciados com as personagens do desenho.

É muito visível a presença das bonecas das monstrinhas, que, em sua maioria, ficam boa parte do vídeo nas mãos das 'alunas' youtubers.

Nesse vídeo, o cenário é muito parecido com o que está presente nos vídeos da Julia Silva.

Imagem retirado do canal de uma das participantes da Escola Monster High

Nesse, a menina caminha pelo parque segurando sua boneca da Draculaura durante todo o vídeo.

Imagem extraída do canal de uma das participantes da Escola Monster High

Site da Monster High[67]

No site da Monster High, que é da Mattel, além de jogos, indicações para outros sites, com personagens de desenhos, jogos, bonecas, como DC Super Heroes e Ever After High, existe uma lâmina que apresenta todas as personagens do desenho colocando a descrição e a foto das bonecas fabricadas pela Mattel.

Imagem da Clawdeen, uma das protagonistas dos desafios[68]

[67] Disponível em: http://play.monsterhigh.com/pt-br/index.html?mh. Acesso em 20.10.2016.
[68] Disponível em: http://play.monsterhigh.com/pt-br/characters/clawdeen-wolf. Acesso em 24.10.2016.

Imagem da Draculaura, uma das protagonistas dos desafios[69]

Imagem da Frankie, uma das protagonistas dos desafios[70]

Ao todo, conforme informado no site, são 69 monstrinhas e monstrinhos também produzidos e comercializados pela Mattel, os quais estão disponíveis para compra em lojas de brinquedos.

Encontrinho

O 'Encontrinho' com a influenciadora fazia parte de toda a promoção e estimulava as meninas a participarem das provas a fim de serem premiadas com bonecas 'Monster High' e com um evento com a youtuber mirim Julia Silva.

O 'Encontrinho' foi desenvolvido como uma espécie de formatura, na qual as vencedoras ficavam sentadas em uma sala de aula improvisada **dentro das dependências da Mattel** em São Paulo e tinham a Julia como professora.

[69] Disponível em: http://play.monsterhigh.com/pt-br/characters/draculaura. Acesso em 24.10.2016.
[70] Disponível em: http://play.monsterhigh.com/pt-br/characters/frankie-stein. Acesso em 24.10.2016.

Também estavam presentes duas modelos fantasiadas de Frankie e Draculaura, que auxiliaram na organização do evento, brincaram e tiraram fotos com as meninas vencedoras da promoção.

Julia e as formandas publicaram textos e fotos em suas redes sociais sobre como havia sido a formatura, bem como vídeos no YouTube sobre o dia que passaram no escritório da Mattel (doc. 14).

As vencedoras ainda fizeram vídeos como uma espécie de *unboxing* mostrando a seus seguidores os presentes que haviam ganhado da Mattel durante o encontrinho (doc. 15).

Cada vencedora que chegasse ao escritório da Mattel para participar da "formatura" da 'Escola Monster High', recebia uma fantasia de alguma das monstrinhas do desenho, que foram dadas às meninas após o evento.

Além da roupa, as meninas também foram maquiadas como as personagens. Durante a cerimônia de "formatura", as vencedoras vestiram, por cima da fantasia, uma beca típica de formatura, com um chapéu. Elas fizeram um juramento e foram certificadas:

> "NÓS ORGULHOSAMENTE, MONSTRUOSAMENTE E IMPERFEITAMENTE CERTIFICAMOS QUE NOSSA NOVA MONSTRINHA _____ APRENDEU TUDO E MAIS UM POUCO SOBRE COMO SER UMA YOUTUBER DE SUCESSO.
> PARABÉNS"
> JULIA SILVA
> PROFESSORA DA ESCOLA DE YOUTUBERS MONSTER HIGH
> SÃO PAULO, 31 DE OUTUBRO DE 2016"

Na decoração, conforme se nota nas fotos abaixo, o escritório da Mattel estava completamente enfeitado e preparado para a formatura da 'Escola Monster High' de Youtubers. Havia armários escolares em formato de caixão, assim como no desenho animado, e uma mesa repleta de comidas enfeitadas com a temática do desenho.

Cumpre destacar, ainda, que as meninas vencedoras ganharam uma mochila estampada com as personagens da marca contendo cadernos, agenda, boneca, adesivos, canudo plástico, mechas coloridas para cabelo, livros para colorir, fone de ouvido, lanternas de papel, livro de 'atividades de moda horripilantes', kit para cupcakes, tudo produtos licenciados da linha de boneca-monstrinhas.

Exemplo de certificado

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim[71]

[71] Vídeo 'FORMATURA MONSTER HIGH - Vídeo Completo - Julia Silva' do canal 'Julia Silva'. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5qmz0uw2y2c&list=PLWoaAlxSY64UwltFT7JfsDSccpMf5SeiT. Acesso em 3.2.2017.

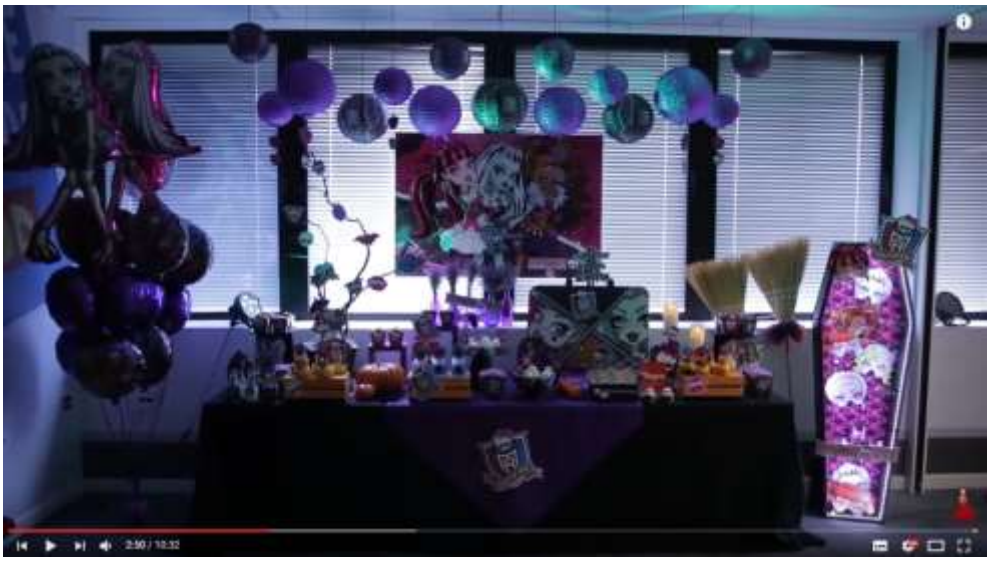

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Imagem extraída de vídeo publicado no canal da youtuber mirim

Imagem extraída do Instagram da influenciadora
[Julia com o vice-presidente da Mattel, Bernardo Risoul]

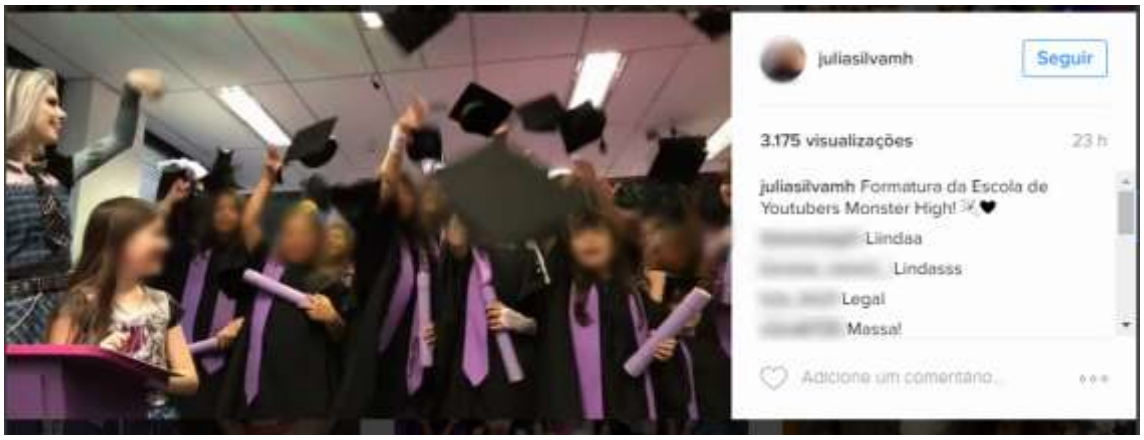

Imagem extraída do Instagram da influenciadora

Imagem extraída do Instagram da influenciadora

Imagem extraída do Instagram da influenciadora

Imagem extraída do Instagram da influenciadora

Imagem extraída do Instagram da influenciadora

As youtubers vencedoras também publicaram muitas fotos em suas páginas no Instagram sobre o encontrinho.

Imagem extraída do Instagram de vencedora da promoção

Imagem extraída do Instagram de vencedora da promoção

Imagem extraída do Instagram de vencedora da promoção

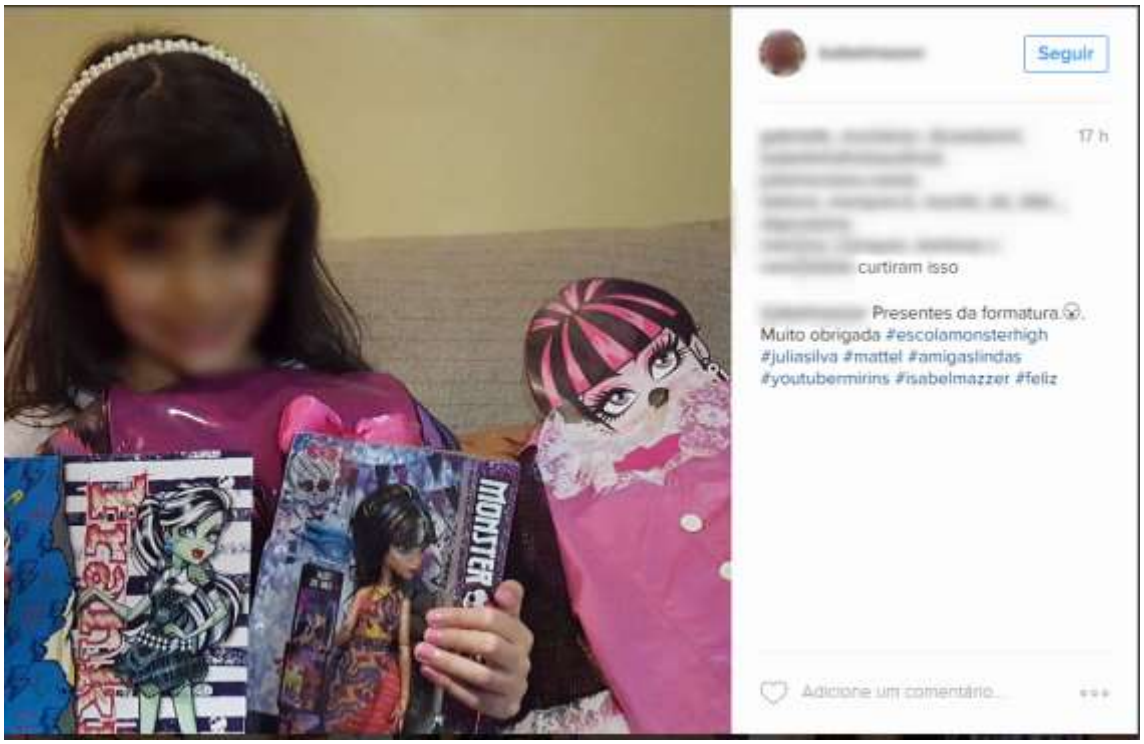

Imagem extraída do Instagram de vencedora da promoção

Imagem extraída do Instagram de vencedora da promoção

Imagem extraída do Instagram de vencedora da promoção

IV. Abusividade e ilegalidade da estratégia de comunicação mercadológica dirigida ao público infantil desenvolvida pela Mattel.

A promoção 'Você Youtuber Escola Monster High', desenvolvida pela empresa Mattel em parceria com o canal da influenciadora digital Julia Silva, para a divulgação da marca e dos produtos licenciados 'Monster High', atinge diretamente as crianças, visto que se utiliza de diversos elementos atraentes a esse público, como cores, produtos e logos relacionados com as personagens, de maneira a criar identificação e associação da marca com momentos lúdicos e diversão.

Além disso, a interlocutora entre a empresa e o público infantil – a youtuber mirim Julia Silva – para divulgar a promoção, a marca e a linha de produtos licenciados 'Monster High', por ser uma criança, atualmente com 11 anos de idade, utiliza-se de uma linguagem simples, de fácil entendimento pelas crianças que assistem aos vídeos, além de elementos visuais atraentes ao público infantil, como cenário do quarto colorido e repleto de objetos e roupas das personagens 'Monster High'.

No entanto, convém mencionar, novamente, que, a despeito de tratar-se de promoção desenvolvida pela empresa Mattel, criadora da linha de bonecas 'Monster High', a youtuber mirim, em nenhum momento, esclarece tratar-se de uma ação de *marketing* da empresa, fazendo parecer que tudo

não passa de uma brincadeira entre crianças em um contexto de faz de conta de escola com provas e formatura.

Nota-se a evidente abusividade da comunicação mercadológica desenvolvida pela empresa Mattel para promover sua marca e a linha de produtos licenciados 'Monster High', visto que não é justo, ético nem tampouco lícito promover o desejo de consumo nas crianças por meio da utilização de estratégias que dificultam a compreensão do caráter publicitário da ação, violando frontalmente os direitos da criança de não ser vítima de exploração de qualquer espécie, ao fomentar nos pequenos o desejo de consumo para que possam obter sucesso no YouTube.

No presente caso, a análise das estratégias publicitárias desenvolvidas pela empresa ora Representada para a promoção de sua marca e dos produtos da linha Monster High torna evidente a intenção da anunciante de direcionar sua mensagem comercial ao público infantil, seduzindo-o ao consumo dos produtos que comercializa e ao conhecimento da marca.

Os principais elementos no caso concreto são: (i) ações nas **redes sociais** e **plataforma e vídeos**; (ii) utilização de **celebridade mirim** com o intuito de gerar identificação com o público infantil e o desejo inconsciente pelo consumo dos produtos da marca; (iii) uso massivo de personagens conhecidas pelo público infantil, que logram sua rápida identificação e apreço pelo produto; (iv) realização de **promoção** voltada ao público infantil, associada a (v) momentos de **diversão**, **brincadeiras** e **entretenimento**, pela qual as meninas vencedoras (vi) recebem **prêmios** que consistem em **produtos da marca**, especificamente da linha de bonecas 'Monster High', além de (vii) **ingressos** para **evento** com celebridade conhecida do público infantil.

A utilização desses artifícios caracteriza a publicidade abusiva, que se vale da falta de experiência e da deficiência de julgamento das crianças, as quais se encontram em peculiar estágio de desenvolvimento físico, psíquico e social.

No que tange às relações de consumo e à comunicação mercadológica, pesquisas evidenciam que as crianças – até os 12 anos de idade – por conta da fase peculiar de desenvolvimento em que se apresentam, não compreendem o caráter persuasivo da publicidade, nem conseguem fazer uma análise crítica sobre seu caráter comercial, de maneira que se encontram em uma posição de **hipervulnerabilidade (Anexo I)**.

No contexto de desenvolvimento em que se encontram, é muito mais fácil convencer uma criança a querer um produto e, então, incuti-la a pedi-lo aos pais. Assim, justamente em razão da maior facilidade de serem persuadidas, as crianças são o meio encontrado pelos publicitários e anunciantes para

apresentar suas marcas aos pais, transformando-as em verdadeiras **promotoras de vendas**.

Busca-se, por meio da utilização de elementos que possuem forte apelo ao público infantil, fidelizar as crianças e manipular seu potencial de intervenção e decisão nas compras de casa, de forma a garantir a influência sobre três mercados: o da família, o da criança e do adulto que ela virá a ser. Ainda, no caso de youtubers, o sentimento de identidade provocado nas crianças que assistem ao canal, alimenta o desejo delas de produzirem, também, seus próprios vídeos divulgando os produtos **(Anexo II)**.

No mais, convém destacar que, se a publicidade, por si só, já exerce influência sobre o público infantil, certamente, a possibilidade de proporcionar **entretenimento** irá potencializá-la. Na situação analisada, ao desenvolver promoção voltada ao público infantil mediada por celebridade mirim, que oferta como prêmios produtos da marca e ingressos para encontro com influenciadora digital conhecida das crianças, é facilmente identificável a opção da anunciante de direcionar sua mensagem diretamente ao público infantil por meio do uso da linguagem do entretenimento, que permeia profundamente o universo e o momento da infância, para transmitir sua mensagem comercial com mais eficácia.

Esse tipo de estratégia, por meio da construção de uma associação entre o produto anunciado e diversão, busca formar na criança um sentimento positivo em relação à marca, que será reencontrado outras vezes por ela, seja na televisão, internet, *outdoors*, espaços públicos como ruas, praças, centros comerciais, de maneira que é construída uma relação afetiva com a marca **(Anexo III)**.

Nesse caminho, o canal da **youtuber mirim** Julia Silva, assim como as **personagens infantis** de 'Monster High', são as interlocutoras utilizadas pela empresa para se comunicar de forma mais eficiente e direta com a criança.

A influência que a youtuber mirim Julia Silva tem sobre o público infantil é facilmente identificada nos comentários das crianças nos vídeos publicados no canal, que até dados de telefone e endereço de suas casas informam, bem como nas produções das meninas participantes, que, nitidamente, no desejo de vencerem os desafios para poderem conhecer a influenciadoa digital, acabam por tentar imitar e recriar o conteúdo publicado por ela, montando um cenário parecido, produzindo vídeos com o máximo de produtos licenciados da linha de bonecas 'Monster High', imitando comportamentos e falas da youtuber mirim Julia Silva e até das monstrinhas que inspiram os desafios.

Diante de tais fatos, vale destacar que a ESPM Media Lab (doc. 16), entre os meses de fevereiro de 2005 e outubro de 2015, realizou mapeamento sobre

consumo e produção de conteúdo para crianças de zero a 12 anos na plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube Brasil, pelo qual revelou-se que o acesso a novas tecnologias digitais introduziram e estimularam a criação de novos conteúdos e a produção de vídeos por crianças veiculados na internet.

Segundo a pesquisa, entre os 100 canais de maior audiência no YouTube Brasil, 36 deles abordam conteúdo direcionado ou consumido por crianças. Além disso, foram mapeados 110 canais infantis, que totalizaram 20 bilhões de visualizações, observados os 10 anos de existência da plataforma no Brasil.

Em 2016, com a atualização do mapeamento, foram analisados 66 novos canais infantis, que representam 30 bilhões de visualizações por crianças de zero a 12 anos. Entre eles, 41 já estão entre os canais de maiores audiências no Brasil.

A pesquisadora Luciana Corrêa, em entrevista ao portal da EBC[72], destacou a descoberta mais impactante do levantamento, confirmando uma tendência já apontada em estudos da Europa, que indica que quanto mais cedo a criança é inserida na plataforma, maior será o seu consumo quando for mais velha: "O consumo no YouTube será muito maior daqui a alguns anos. Está havendo uma migração da programação infantil da TV para a web".

Nota-se que, mesmo o YouTube sendo destinado a maiores de 18 anos, crianças acessam esse meio livremente. Assim como ocorre em outras redes sociais, as crianças criam seu próprio canal na plataforma de vídeos e passam a alimentá-lo diariamente com produções audiovisuais nas quais elas são as protagonistas e apresentam elementos de seu cotidiano.

No mais, quanto à utilização de **personagens** do universo infantil pelas marcas, pesquisas indicam que "um bom personagem comunica mais que mil palavras. As crianças confiam nas personagens, se identificam com elas e as têm como referência de valores"[73], de forma que as crianças são facilmente atraídas por essa estratégia **(Anexo IV)**.

As personagens e celebridades infantis, aliadas à **linguagem lúdica**, que aproxima ainda mais a criança, concretizam um duplo efeito oneroso à criança: dificuldade de reconhecimento da comunicação mercadológica e, ainda, confusão entre o prazer provocado pela atividade e o prazer pela visão dos próprios elementos da atividade – no caso, os produtos da marca **(Anexo V)**.

---

[72] Disponível em: http://www.ebc.com.br/infantil/para-pais/2015/12/pesquisa-mapeia-comportamento-infantil-no-youtube. Acesso em 30.1.2017.

[73] Pesquisa Nickelodeon Business Solution Research. *10 Segredos para Falar com as Crianças (Que você esqueceu porque cresceu)*, 2007. Disponível em: https://pt.scribd.com/doc/137316961/Nickelodeon-2. Acesso em 14.12.2016.

Combinado a todos esses elementos, convém destacar que a comunicação mercadológica desenvolvida pela Mattel estimula a concretização de **valores estereotipados de gênero**, ao não permitir que meninos participem da promoção. Ao se utilizar dessa estratégia, a empresa contribui, muitas vezes, com a construção de preconceitos desde a infância e aproveita-se dessa segmentação para obter mais lucro, uma vez que estimula o desejo de meninas e meninos em obterem produtos diferentes e faz com que os produtos não sejam mais intercambiáveis **(Anexo VI)**.

V. Publicidade abusiva dirigida à criança: legislação aplicável.

Resta demonstrada a violação da legislação em vigor, em razão do abuso da deficiência de julgamento e experiência das crianças, com o objetivo de seduzi-las para conhecer a marca e consumir seus produtos, afrontando os direitos de proteção integral e atacando suas vulnerabilidades e sua hipossuficiência presumida **(Anexo VII).**

A criança, em razão de sua peculiar condição de desenvolvimento, deve ter assegurada a proteção de seus direitos com absoluta prioridade, em respeito a sua proteção integral e melhor interesse da criança. Diante disso, a legislação brasileira vigente proíbe, de forma genérica, as publicidades direcionadas às crianças considerando-as abusivas, tendo em vista que a proteção da infância é um valor social que precisa ser respeitado, inclusive nas relações de consumo.

Ademais, convém destacar que a publicidade desenvolvida pela empresa fere o artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor, o qual estabelece que a publicidade deve ser clara e passível de identificação imediata pelo consumidor. No caso ora em análise, como amplamente demonstrado, resta claro tratar-se de uma publicidade camuflada direcionada a crianças revestida de brincadeira.

Como já destacado, a youtuber mirim, em nenhum momento, esclarece tratar-se de uma ação de *marketing* da empresa, fazendo parecer que tudo não passe de uma brincadeira entre crianças em um faz de conta de escola com provas e formatura.

Portanto, deve a criança ser protegida contra as publicidades abusivas, pela interpretação sistemática de Constituição Federal (artigo 227), Estatuto da Criança e do Adolescente (artigos 4º, 5º, 6º, 7º, 17, 18, 53), Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças (artigos 17 e 31), Código de Defesa do Consumidor (artigos 36 e 37, §2º) e Resolução nº 163 de 2014 do Conselho Nacional dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes – Conanda.

Por fim, merece destaque os resultados da pesquisa "Publicidade Infantil em Tempos de Convergência", desenvolvida em parceria com o GRIM – Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Adolescência e Mídia, da Universidade Federal do Ceará[74] e divulgada em 12.4.2016 pelo Ministério da Justiça (doc. 17).

A publicação é a primeira análise de caráter público e nacional feita no Brasil sobre o grande volume de **publicidade direcionada à criança**, nos mais variados lugares e mídias, envolvendo estratégias mais complexas de publicidade na internet e a confusão entre publicidade e informação feita pelos pequenos. O estudo foi realizado com 81 crianças de 9 a 11 anos, em dezembro de 2014, nas cidades de São Paulo, Fortaleza, Brasília, Rio Branco e Porto Alegre, e buscou identificar a compreensão da criança sobre a publicidade, sua percepção das estratégias utilizadas e os impactos no seu bem-estar.

A partir dos dados obtidos foi evidenciada a grande quantidade de publicidade nos ambientes físicos e virtuais que as crianças frequentam, o que, segundo a pesquisa, provoca uma avaliação negativa das crianças em relação aos excessos de publicidade, principalmente quando elas interrompem seus momentos de lazer. Contudo, muitas vezes, elas não conseguem identificar a mensagem como publicitária.

VI. Pedido.

O **Instituto Alana**, por meio de seu projeto **Criança e Consumo**, entende que as técnicas comerciais descritas, praticadas pela empresa ora Representada, são abusivas e, portanto, ilegais, por desrespeitarem a proteção integral e a hipervulnerabilidade da criança, em patente violação à legislação vigente, como ao artigo 227, da Constituição Federal, diversos dispositivos do Estatuto da Criança e do Adolescente, artigos 36, 37, §2º, e 39, IV, todos do Código de Defesa do Consumidor, e Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), que devem ser interpretados e aplicados conjunta e sistematicamente.

Diante do exposto, o **Instituto Alana**, por meio do seu projeto **Criança e Consumo**, vem solicitar a este I. órgão que sejam tomadas as medidas jurídicas admitidas, pecuniárias e não-pecuniárias, em âmbito judicial ou extrajudicial, tais como a abertura de inquérito civil, a celebração de termos de ajustamento de conduta ou a propositura de ação civil pública, a fim de que a empresa cesse com tal abusividade e ilegalidade, deixe de realizar ações semelhantes, assim como repare os danos já causados às crianças.

---

[74] Disponível em: http://criancaeconsumo.org.br/noticias/estrategias-complexas-de-publicidade-infantil-invadem-a-internet/. Acesso em 2.7.2016.

Por fim, como medida não pecuniária de reparação de dano, sugere, como ponto de partida, que a empresa seja compelida a retratar-se por meio da publicação de uma nota, reconhecendo a lesividade e abusividade da conduta praticada ao público infantil, em portal de notícias, sendo que competirá a este I. órgão fixar os termos e prazos para a execução do meio alternativo de reparação indicado.

Atenciosamente,

Instituto Alana
Projeto Criança e Consumo

Isabella Henriques
Diretora

Ekaterine Karageorgiadis
Coordenadora

Livia Cattaruzzi Gerasimczuk
Advogada

Isabela Minelli D'Andréa
Acadêmica de Direito

C/c:
Mattel do Brasi Ltda.
A/c: Departamento Jurídico
Rua Verbo Divino, 1488 – 2º andar
Chácara Santo Antônio – São Paulo/SP
04719-904