O trabalho infantil artístico nas redes sociais

Como a legislação atual pode proteger crianças e adolescentes no ambiente digital?

INICIATIVA

alana

REALIZAÇÃO

CRIANÇA e CONSUMO

O trabalho infantil artístico nas redes sociais

Como a legislação atual pode proteger crianças e adolescentes no ambiente digital?

Este material tem como objetivo trazer aportes sobre o contexto atual do trabalho infantil artístico desempenhado no ambiente digital. Por meio da apresentação de conceitos e a legislação vigente, o documento busca sensibilizar atores desse ecossistema e garantir o melhor interesse da criança também na Internet. Tem como interlocutores magistrados, legisladores, promotores, defensores públicos, advogados, conselheiros tutelares e todos os demais atores que buscam a proteção de crianças e adolescentes no Brasil.

O contexto da inserção das crianças no mundo digital

O cenário mundial aponta para uma ampliação do uso da Internet por todos os públicos, inclusive crianças e adolescentes. Segundo dados do UNICEF, **1 a cada 3 usuários na Internet é uma criança**[1] e, em termos comparativos, os jovens são a parcela da população mais conectada[2].

No Brasil, segundo dados da pesquisa Tic Domicílios 2020, mais de 61 milhões dos domicílios brasileiros possuem acesso à Internet, no entanto, ainda há um percentual de brasileiros desconectados, apontando-se como principal

barreira de conexão o seu alto custo[3]. Ainda assim, de acordo com a mesma pesquisa, **94% das crianças e adolescentes entre 10 e 17 anos usam a Internet**, sendo o telefone celular o principal dispositivo utilizado para conexão. Conclusão semelhante apontou a pesquisa "Crianças e Smartphones no Brasil"[4], que entrevistou quase 2 mil pais e mães, em 2021, de acordo com o estudo, 49% das crianças de 0 a 12 anos já possuem o próprio smartphone e 33% não tem aparelho, mas usa de seus responsáveis.

A mesma pesquisa privada também questionou os pais, mães e responsáveis sobre o consumo de mídias. Questionados, 72% dos entrevistados responderam que os filhos e filhas de 0 a 12 anos usam o YouTube, mas a versão infantil do mesmo aplicativo, YouTube Kids, foi marcada por apenas 42% do total. O TikTok foi marcado por 45% deles, o Instagram por 30% e o Facebook por 24% do total. Quanto aos aplicativos de jogos, a pesquisa questionou os pais sobre quatro jogos virtuais com grande número de downloads no Brasil: 28% responderam que os filhos e filhas usam o aplicativo Roblox e 31% apontaram o uso do jogo virtual Minecraft. Fortnite foi marcado por 11% dos pais e mães e PKXD por 10% deles.

A pesquisa Tic Kids Online Brasil de 2019 indicou que, das crianças e adolescentes que acessam a Internet, 68% usam as redes sociais[5] e 83% acessam "vídeos, programas, filmes ou séries"[6]. Em termos de frequência, 46% usam as redes sociais mais de uma vez por dia[7].

As crianças e adolescentes também produzem conteúdos para o ambiente virtual. À pesquisa Tic Kids de 2019, 48% das crianças e adolescentes participantes apontaram que já compartilharam imagem ou vídeo na Internet em que apareciam[8].

Todos esses dados, portanto, chamam a atenção para a importância das plataformas digitais na rotina de crianças e adolescentes, ainda mais quando se considera que a Internet foi responsável por permitir a educação e lazer por um vasto período de tempo, dadas as restrições ocasionadas pela Covid-19.

Plataformas digitais são instrumentos que possibilitam a interação de duas ou mais partes. Seu modelo de negócio caracteriza-se pela interação em rede e conectividade constante, possibilitando trocas econômicas e sociais.

Fonte: Frazão, Ana. Plataformas digitais e os desafios para a regulação jurídica. In: Direito, tecnologia e inovação, vol. 1. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2018, p. 637.

A despeito disso, o ambiente digital ainda não pode ser considerado seguro para esse público.

Isso porque, muito embora a pesquisa "Crianças e Smartphones no Brasil" tenha indicado uma ampla utilização de aplicativos como YouTube, TikTok, Instagram, Facebook e PK XD por crianças, todos eles vedam a utilização dos serviços por usuários menores de 13 anos[9]. Contudo, a referida proibição sem o acompanhamento de barreiras para uso dos serviços por esses sujeitos torna a dita proteção inócua. Por isso, as empresas devem ser demandadas a cumprir seus próprios termos de uso, além de garantir que crianças usuárias de seus serviços ou produtos sejam sempre protegidas nos termos da lei.

Crianças e adolescentes, assim, estão no ambiente digital, consomem conteúdos midiáticos e, além disso, também atuam como produtoras de conteúdos.

Nesse sentido, este documento busca propor o debate sobre a atividade desempenhada pelos influenciadores digitais mirins, destacando o arcabouço legal aplicável e, sobretudo, a forma como as autoridades competentes podem garantir a proteção das crianças e dos adolescentes também em relação ao ambiente digital.

1 O que é o fenômeno dos influenciadores digitais mirins?

As crianças e os adolescentes que desempenham **atividades de produção e protagonização de conteúdos digitais (em sua maioria, vídeos e fotos)** nos quais se manifestam das mais diversas maneiras: atuando como apresentadores, cantando, fazendo piadas, artesanato, atividades científicas ou peças manuais, brincando, cozinhando, simplesmente mostrando acontecimentos do seu cotidiano e, entre outras ações, protagonizando peças publicitárias, atuam como influenciadoras digitais mirins[10].

A atividade desempenhada por elas é uma forma de manifestação artística, tais quais as realizadas por atrizes, atores, cantores e cantoras mirins que, ao representarem papéis no teatro, cinema e televisão, se expressam artisticamente.

Em alguns casos, porém, as atuações dos influenciadores digitais mirins nas plataformas digitais e outras mídias **podem passar de uma atividade casual e se tornar uma atividade profissional, que deve ser interpretada como forma de trabalho infantil artístico.**

2 O que caracteriza o trabalho infantil artístico?

No ambiente digital, os conteúdos produzidos nas redes sociais, streamings, jogos e outras plataformas podem ser monetizados de diferentes modos. As próprias plataformas digitais podem oferecer o pagamento de remuneração financeira aos criadores de conteúdo, o que leva em consideração a relevância da produção para o serviço ou produto. O YouTube[11], por exemplo, possui um programa de monetização que remunera os usuários da plataforma de acordo com a quantidade de visualizações das produções, uma forma de recompensar as performances de alto alcance. A Roblox, empresa de videogames, permite que os usuários desenvolvam seus próprios jogos e itens personalizáveis, os quais recebem retorno monetário a partir do aumento de relevância do conteúdo na plataforma, o que é medido pela quantidade de acessos[12].

Além das próprias plataformas, empresas anunciantes também podem oferecer remunerações aos influenciadores digitais, por meio de patrocínio ou publicidade. Em ambos os casos, os influenciadores emprestam sua credibilidade perante seu público às contratantes. No primeiro caso, as empresas buscam o fortalecimento de sua imagem perante o público; na publicidade, por sua vez, promove-se produtos e serviços específicos[13], hipótese em que os influenciadores participam de ações diretamente nas plataformas digitais e jogos virtuais ou divulgam os produtos em seus próprios perfis. O objetivo, comum às duas situações, é a pretensão de obtenção, pelas empresas, de visibilidade e retorno em consumo.

Além disso, os influenciadores digitais também podem receber produtos e serviços de forma gratuita, obtendo assim uma vantagem, ainda que não pecuniária. A marca ou empresa se beneficia pela divulgação de seus produtos para os seguidores do influenciador. Em alguns casos, a empresa entrega o produto e pede em troca que o influenciador destaque seus aspectos positivos, em uma espécie de permuta. Em outras situações não há qualquer ajuste prévio sobre os elementos a serem destacados pelo influenciador, bastando a sua utilização e divulgação aos usuários que o acompanham.

Em resumo, as formas pelas quais os conteúdos produzidos pelos influenciadores digitais mirins podem obter retorno financeiro são: (i) pagamento financeiro pelas próprias plataformas; (ii) pagamentos realizados por empresas pela publicidade ou patrocínio em parceria direta com influenciadores; (iii) permutas; (iv) recebimento de produtos ou de experiências.

Essas atividades realizadas no ambiente digital também se aplicam à figura dos influenciadores "mirins", que realizam as mesmas ações de influenciadores adultos. Essa atuação profissional, no entanto, exige um **papel ativo da criança influenciadora**, que interage com seus seguidores para garantir engajamento[14] na plataforma, cria e atua nos conteúdos de entretenimento de seu perfil, participa de competições nos jogos virtuais e ainda realiza as entregas de publicidade para as empresas anunciantes.

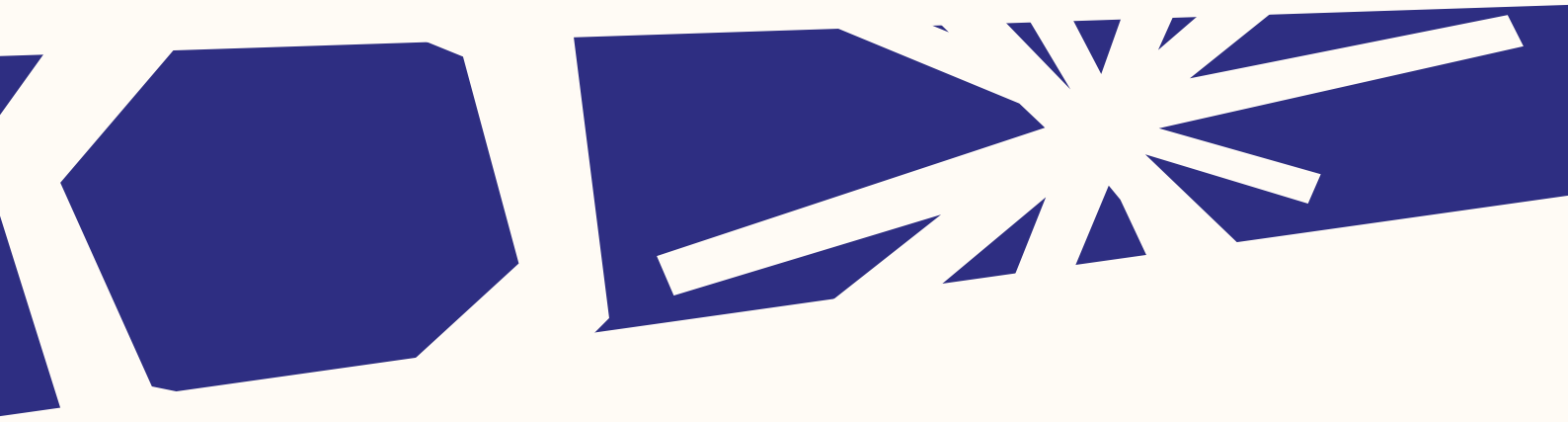
Por isso, além de manifestação artística, trata-se de **desempenho de trabalho**[15], na medida em que as seguintes características permeiam o cotidiano das crianças e adolescentes influenciadores: (i) **habitualidade;** (ii) **monetização, trocas comerciais ou recompensa pela produção;** e (iii) **orientação da performance em relação às expectativas externas** que envolvem as crianças dentro de produções artísticas e de entretenimento.

O trabalho infantil, portanto, resta configurado uma vez presentes as referidas condições, ainda que não realizadas campanhas publicitárias nos conteúdos divulgados pelos influenciadores mirins. A produção e o compartilhamento de conteúdos sem cunho comercial, meramente de entretenimento, mas que revelem habitualidade, monetização e orientação da performance em relação às expectativas externas, igualmente atrai a legislação aplicável e impõe a avaliação de cada caso concreto pelo poder judiciário, órgão com poderes para emitir **alvará judicial específico.**

Verificar a existência e promover a realização dos alvarás judiciais são responsabilidades das empresas que mantêm as redes sociais e plataformas

digitais, bem como das empresas anunciantes, que auferem lucros com o trabalho dos influenciadores digitais mirins, na medida em que eles atraem novos públicos para as plataformas e as tornam mais atrativas às empresas anunciantes, que, por sua vez, se beneficiam pela divulgação de seus produtos e serviços.

De modo semelhante, pais, mães e responsáveis legais têm o dever de zelar pelo melhor interesse das crianças e adolescentes que realizam trabalho infantil artístico, buscando a concessão ou exigindo das empresas que solicitem o alvará judicial competente para a participação da criança na atividade artística ou comercial pretendida.



3 Quais são as legislações aplicáveis?

No Brasil, há regras que disciplinam o trabalho infantil artístico de forma geral. A atividade é autorizada pelo ordenamento jurídico nacional como exceção à proibição constitucional do trabalho para crianças e adolescentes com menos de 16 anos[16].

Tal exceção tem como lastro a garantia de livre expressão artística, também assegurada constitucionalmente no **artigo 5º, inciso IX**[17], bem como a **Lei nº 6.533/78**, a qual regulamenta a profissão de artista. Somadas essas previsões à **Convenção nº 138**[18] **e à Recomendação nº 146**[19] da Organização Internacional do Trabalho (OIT) – ratificadas pelo Brasil por meio do **Decreto nº 4.134, de 2002** e consolidadas pelo **Decreto nº 10.088, de 2019** –, há autorização ao trabalho infantil quando este tiver como finalidade a participação da criança ou do adolescente em representações artísticas.

Como se vê, a OIT regulou a **conjugação entre o direito de livre expressão, a proteção da infância e a dignidade da pessoa humana.**

A seu turno, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece, em seu artigo **149, II, §1º e §2º**[20], o requisito de **autorização judicial prévia para realização de trabalho infantil artístico.**

Os alvarás judiciais são essenciais para a verificação da conformidade do conteúdo que será trabalhado pela criança e pelo adolescente de até 16 anos, não podendo ser autorizadas, por exemplo, as atuações que configurem publicidade infantil, qual seja, a comunicação mercadológica diretamente direcionada ao público com menos de 12 anos.

A análise do conteúdo poderá levar em conta alguns critérios:

A) Evitar valorações e determinações de caráter genérico, em observância à regra do art. 149, §2º do ECA;

B) Ter como pressupostos as próprias balizas legais já existentes, como as vedações à publicidade infantil; publicidade de alimentos para lactantes e crianças de 0 a 6 anos, além da divulgação de bicos, chupetas e mamadeiras, conforme disposto na Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactantes e Crianças de 1ª Infância (NBCAL)[21]; presença de armas, drogas e munições, com fundamento no artigo 220, §4º da Constituição Federal; publicidade de bebidas alcoólicas (CONAR); exposição da imagem da criança em situações degradantes ou vexatórias e estímulo a violência, práticas sexuais ou perigosas, incitação a discursos de ódio, misoginia, homofobia, racismo e outras formas de preconceito, de acordo com os artigos 17 e 18 do Estatuto da Criança e do Adolescente;

C) Analisar a adequação do trabalho à idade do influenciador digital mirim, evitando-se que seja colocado em contato com conteúdos inapropriados, tendo como exemplo o Guia da Política Nacional da Classificação Indicativa[22]. Em casos específicos e necessários para veiculação de determinados roteiros, todas as ações devem ser tomadas para que a criança ou o adolescente

artista não vivencie as cenas diretamente, utilizando-se técnicas de edição para preservar o contato da criança com as dramatizações;

D) Analisar a adequação da proposta de atuação às condições exigidas pela Convenção nº 138 da OIT[23] em seu artigo 7º, quais sejam: i) inexistência de situação que seja suscetível de prejudicar a saúde ou desenvolvimento das crianças e adolescentes, e ii) ausência de prejuízo à frequência escolar, participação em programas de orientação profissional ou aproveitamento de estudos. Em outros termos, o exercício de trabalho infantil artístico, seja no ambiente digital ou não, não pode colocar em risco a integridade física e psíquica de crianças e adolescentes, assim como não pode afetar sua rotina de estudos e de lazer;

E) Garantir que o alvará judicial esteja respaldado por medidas fiscalizatórias e punitivas que garantam o efetivo cumprimento de seus termos pelos agentes econômicos interessados.

Assim, é essencial para a proteção das crianças produtoras de conteúdo na Internet e das crianças que consomem referidos conteúdos que, **uma vez configurado o trabalho infantil artístico, este seja acompanhado do devido alvará judicial,** precedido de manifestação do Ministério Público, que fixe condicionantes a serem fiscalizadas tanto pelo órgão jurisdicional que o emitiu quanto pelos demais órgãos que integram o Sistema de Garantia dos Direitos e pelos agentes econômicos envolvidos.

4 A quais riscos os influenciadores mirins estão expostos?

O desempenho de atividade artística de maneira profissional pode impactar a rotina da criança ou do adolescente, pois, **em razão da peculiaridade ou frequência do trabalho desenvolvido, o seu desempenho escolar, momentos de lazer, sociabilidade e desenvolvimento físico e psicológico podem ser prejudicados.**

É importante, portanto, que o trabalho infantil artístico no ambiente digital não represente uma violação aos direitos[24] da criança e do adolescente.

Por isso, a partir do momento em que se constata a condição do trabalho infantil artístico, a responsabilidade pelas condições que envolvem as atividades do influenciador digital mirim, como o é em qualquer relação de trabalho, **deixa de estar concentrada apenas na esfera do poder familiar** e passa a ser compartilhada com aqueles atores que se beneficiam economicamente das atividades laborais: nesse caso, as plataformas digitais, que impulsionam os vídeos e as postagens da criança ou adolescente, e as empresas que os buscam para a celebração de contratos ou a produção de conteúdos patrocinados.

Entretanto, a despeito do lucro que esses atores privados auferem a partir da força de trabalho de crianças e adolescentes que são influenciadores digitais, **tanto plataformas digitais como empresas anunciantes, na grande maioria das vezes[25], não cumprem os requisitos formais do ordenamento jurídico para o estabelecimento de relação contratual de trabalho infantil artístico**, ainda que não oneroso, afrontando o requisito de obtenção prévia de alvará judicial ou da necessária verificação de sua existência.

A autorização judicial para o trabalho artístico por crianças e adolescentes serve exatamente para avaliar o impacto da atividade laboral na rotina da criança ou do adolescente, especialmente quanto à frequência e ao rendimento escolar, e fixar condicionantes ao exercício da atividade, direcionadas à defesa dos direitos fundamentais do artista e prevenir a ocorrência de danos ao seu processo de desenvolvimento.

5 Quais os riscos para as crianças espectadoras?

Para além da produção de conteúdos, o fenômeno do trabalho infantil artístico demanda que muitos desses **conteúdos sejam consumidos por outras crianças.**

Todavia, ao assistí-los, as crianças espectadoras podem ser **expostas a conteúdos sensíveis,** que desrespeitam sua peculiar etapa de desenvolvimento, como linguagem inapropriada, violência, instigação a condutas perigosas e conteúdos publicitários.

Além disso, muitas vezes, os conteúdos publicitários desenvolvidos no ambiente digital não são de fácil identificação, levando em erro até mesmo adultos, constituindo-se em **publicidade velada**, a qual potencializa a ilegalidade e prejudicialidade da comunicação mercadológica direcionada ao público infantil.

Em dezembro de 2020, após denúncia enviada pelo **Instituto Alana, por meio de seu programa Criança e Consumo**, a Câmara Especial do Tribunal de Justiça de São Paulo julgou ação civil pública promovida pelo Ministério Público de São Paulo, firmando-se importante precedente envolvendo a atuação de influenciadores mirins. Na ação, o MP-SP narrou que a empresa requerida realizou parceria publicitária com uma famosa youtuber mirim para promoção de sua linha de brinquedos Monster High. A campanha envolvia a divulgação de vídeos pela criança e um concurso cultural, cujo prêmio final era um encontro com a pequena influenciadora. Acertadamente, o representante do parquet apontou que a publicidade não era identificada como tal, desrespeitando as normas consumeristas e, além disso, era direcionada ao público infantil, aproveitando-se de sua deficiência de julgamento e experiência.

Após sentença de procedência da ação em julgamento de primeira instância, a condenação da empresa foi confirmada pela Câmara Especial, que entendeu a ação como abusiva e ilegal, pois afrontou os artigos 36 e 37, § 2° do CDC. Além de desrespeitar a Resolução n° 163/2014 do Conanda. Como resultado, **a empresa foi condenada em uma multa pecuniária a título de danos morais coletivos e a não mais realizar publicidade indireta destinada ao público infantojuvenil** por meio de Youtubers mirins.

Fonte: TJ-SP - AC: 1054077-72.2019.8.26.0002, Relator: Renato Genzani Filho, Data de Julgamento: 14.12.2020, Câmara Especial, Data de Publicação: 14.12.2020.

Outra importante preocupação consiste no fato de as referidas **ações publicitárias serem direcionadas para o público infantil**, que, de acordo com a legislação brasileira, é constituído por indivíduos de 0 a 12 anos incompletos[26] por consequência, a criança ou o adolescente influenciador realiza comunicação mercadológica diretamente direcionada a outras crianças, o que é **proibido** pelo ordenamento jurídico, conforme interpretação sistemática do artigo 227 da Constituição Federal, art. 5° do Marco Legal da Primeira Infância, artigos 37, §2° e 39, inciso IV do Código de Defesa do Consumidor, além da Resolução n° 163/2014 do Conanda.

A Resolução n° 163 do Conanda dispõe ser abusiva, e, portanto, ilegal, a prática do direcionamento de publicidade e comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.

Art. 1° Esta Resolução dispõe sobre a **abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente**, em conformidade com a política nacional de atendimento da criança e do adolescente prevista nos arts. 86 e 87, incisos I, III, V, da Lei n° 8.069, de 13 de julho de 1990.

Já o Marco Legal da Primeira Infância insere a proteção contra a pressão consumista e a exposição à comunicação mercadológica como políticas prioritárias.

Art. 5° 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.**

Por sua vez, o Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 37 classifica a publicidade infantil como abusiva, e, portanto, ilegal, uma vez que se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança. Além disso, em seu artigo 39, inciso IV, veda que o fornecedor de produtos ou serviços se aproveite da fraqueza ou ignorância do consumidor, em razão de, entre outras coisas, sua idade.

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

[...] § 2° **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.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [...] IV - **prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade**, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços.

Por fim, o artigo 227 da Constituição Federal estabelece o dever compartilhado entre Estado, família e toda a sociedade, incluindo as empresas, em garantir direitos e proteção à criança, colocando-as à salvo de toda forma de exploração, com prioridade absoluta.

Art. 227. 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.

6 Como as autoridades e demais agentes sociais podem atuar de modo a garantir os direitos das crianças consumidoras e produtoras de conteúdo na internet?

É essencial para a proteção integral de crianças e de adolescentes que estes também sejam protegidos no ambiente digital[27], uma vez que o acesso à Internet é um direito garantido em nosso ordenamento jurídico[28].

O Ministério Público e o Poder Judiciário, portanto, são fundamentais para a garantia de que famílias, anunciantes, agências e plataformas digitais obedeçam à regra de obtenção do **alvará judicial**, uma vez que a proteção integral de crianças e de adolescentes deve ser compartilhada entre todos esses atores, conforme estabelecido pela Constituição Federal em seu artigo 227.

Para isso, é possível a criação de grupos de trabalho no âmbito de promotorias especializadas, que tenham por objetivo fiscalizar conteúdos de entretenimento digitais e campanhas publicitárias que envolvam a participação de crianças, de modo a produzir provas que viabilizem a instauração de procedimentos em face de **agências, anunciantes e plataformas, visando a construir, preferencialmente com base no consenso, um papel mais ativo** desses agentes econômicos na garantia dos direitos das crianças e dos adolescentes. Ainda nesse âmbito de atuação,

é relevante o desenvolvimento de campanhas que estimulem a própria população a denunciar irregularidades, por meio de canais de atendimento já existentes ou especialmente criados para essa finalidade.

Com o objetivo de somar esforços, é positivo o estabelecimento de parcerias com outras instituições igualmente responsáveis pela defesa dos direitos de crianças e de adolescentes, como o Ministério Público do Trabalho, os Conselhos Tutelares, a Vara da Infância e da Juventude, a Defensoria Pública, os Conselhos Municipais de Direitos, dentre outros órgãos integrantes do Sistema de Garantias, cuja atuação conjunta é imprescindível para a efetiva garantia dos direitos de crianças e adolescentes.

Cabe também aos membros do Ministério Público emitir pareceres prévios à decisão judicial, **avaliando a pertinência da concessão do alvará judicial e sugerindo as condicionantes necessárias à garantia** dos direitos da criança produtora à educação, ao lazer, ao bem-estar, à sociabilidade e ao desenvolvimento saudável.

De mesmo modo, a fim de resguardar as crianças espectadoras e seus direitos, é igualmente **fundamental a atuação dos diversos atores para impedir, em absoluto, a concessão de alvará judicial para participação de crianças em campanhas publicitárias que visam o direcionamento de mensagens comerciais diretamente ao público infantil**, diante de sua abusividade e, portanto, ilegalidade.

Para mais informações, visite: **criancaeconsumo.org.br**

Notas

1 A definição de "criança" adotada pelo Instituto Alana é a mesma estabelecida pela Convenção sobre os Direitos da Criança de 1989, que a define, em seu artigo 1º, como "todo ser humano com menos de 18 anos de idade, salvo quando, em conformidade com a lei aplicável à criança, a maioridade seja alcançada antes". Disponível **neste link**. Acesso em: 17.02.2022. (VOLTAR AO TEXTO)

2 Dado disponibilizado no relatório Children in a Digital World. Disponível **neste link**. Acesso em: 20.9.2021. (VOLTAR AO TEXTO)

3 Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros : TIC Domicílios 2020 : edição COVID-19 : metodologia adaptada [livro eletrônico] - Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2020: COVID-19 edition: adapted methodology / [editor] Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. 1. ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2021, p. 27. (VOLTAR AO TEXTO)

4 A pesquisa "Crianças e Smartphones no Brasil", realizada pelas empresas Mobile Time e Opinion Box, questionou 1.962 pais e mães de crianças de 0 a 12 anos sobre a relação destas com telefones celulares e acesso à Internet. Disponível **neste link**. Acesso em: 17.02.2022. (VOLTAR AO TEXTO)

5 NIC.BR/CETIC.BR. Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil - TIC Kids Online Brasil 2019. Disponível **neste link**..Acesso em: 1.9.2021. (VOLTAR AO TEXTO)

6 NIC.BR/CETIC.BR. Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil - TIC Kids Online Brasil 2019. Disponível **neste link**. Acesso em: 1.9.2021. (VOLTAR AO TEXTO)

7 NIC.BR/CETIC.BR. Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil - TIC Kids Online Brasil 2019. Disponível **neste link**. Acesso em: 1.9.2021. (VOLTAR AO TEXTO)

8 NIC.BR/CETIC.BR. Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil - TIC Kids Online Brasil 2019. Disponível **neste link**..Acesso em: 17.2.2022. (VOLTAR AO TEXTO)

9 A referida restrição tem como base a Children's Online Privacy Protection Rule (COPPA) legislação norte-americana sobre privacidade de crianças online. A norma prevê maiores restrições quanto à coleta de dados, aos provedores de serviço digital direcionados para o público menor de 13 anos. Disponível **neste link**. Acesso em: 17.0.2022. (VOLTAR AO TEXTO)

10 Publicidade dirigida à criança na rede: ilegalidade nos canais de youtubers mirins. In: TIC Kids Online Brasil [livro eletrônico]: pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil 2016. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017, p. 40. (VOLTAR AO TEXTO)

11 Disponível **neste link**. Acesso em: 17.02.2022 (VOLTAR AO TEXTO)

12 Disponível **neste link**. Acesso em: 17.02.2022 (VOLTAR AO TEXTO)

13 VLupiáñez-Villanueva et al (2016). Study on the impact of marketing through social media, online games and mobile applications on children's behaviour. Disponível **neste link**. Acesso em: 21.02.2022. (VOLTAR AO TEXTO)

14 Por engajamento entende-se a interação entre o perfil ou conta do influenciador e os demais usuários da plataforma, rede social ou jogo virtual. Essa medida é importante para as próprias plataformas, a medida em que é considerada pelos algoritmos, quando da recomendação do perfil ou conteúdo a outros usuários. (VOLTAR AO TEXTO)

15 A leitura conjugada dos artigos 2° e 3° da Consolidação das Leis do Trabalho aponta para três elementos essenciais da relação de emprego: (i) direção da prestação de serviço; (ii) prestação de serviços de natureza não eventual e (iii) remuneração. Esses elementos servem como guia para a caracterização da relação profissional entre influenciadores digitais e empresas de tecnologia ou anunciantes. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

16 De acordo com o Art. 7° do Decreto-Lei n° 5.442 de 1° de maio de 1943, "são direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social: (...) XXXIII - proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos;". Disponível **neste link**. Acesso em: 26.8.2021. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

17 O Art. 5° da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, declara: "Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: (...) IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;". Disponível **neste link**. Acesso em: 26.8.2021. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

18 No Art. 8° de sua Convenção n° 138 a Organização Internacional do Trabalho define: "1. A autoridade competente, após consulta às organizações de empregadores e de trabalhadores concernentes, se as houver, poderá, mediante licenças concedidas em casos individuais, permitir exceções para a proibição de emprego ou trabalho provida no Artigo 2° desta Convenção, para finalidades como a participação em representações artísticas 2. Licenças dessa natureza limitarão o número de horas de duração do emprego ou trabalho e estabelecerão as condições em que é permitido." Disponível **neste link**. Acesso em: 26.8.2021. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

19 A convenção n° 146 da Organização Internacional do Trabalho destaca em seu inciso IV: " Medidas deveriam ser tomadas para assegurar que as condições em que estão empregados ou trabalham crianças e adolescentes com menos de dezoito anos de idade alcancem padrões satisfatórios e neles sejam mantidas. Essas condições deveriam estar sob rigoroso controle. [...] Com relação à aplicação do parágrafo anterior e em cumprimento do Artigo 7°, parágrafo 3°, da Convenção sobre a Idade Mínima, de 1973, especial atenção deveria ser dispensada: [...]. Disponível **neste link**. Acesso em: 26.8.2021. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

20 O Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n° 8.069 de julho de 1990) traz em seu Art. 149: "Compete à autoridade judiciária disciplinar, através de portaria, ou autorizar, mediante alvará: (...) II - a participação de criança e adolescente em: a) espetáculos públicos e seus ensaios; b) certames de beleza. § 1° Para os fins do disposto neste artigo, a autoridade judiciária levará em conta, dentre outros fatores: a) os princípios desta Lei; b) as peculiaridades locais; c) a existência de instalações adequadas; d) o tipo de freqüência habitual ao local; e) a adequação do ambiente a eventual participação ou freqüência de crianças e adolescentes; f) a natureza do espetáculo. § 2° As medidas adotadas na conformidade deste artigo deverão ser fundamentadas, caso a caso, vedadas as determinações de caráter geral". Disponível **neste link**. Acesso em: 26.8.2021 **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

21 Lei n° 11.265 de 3 de janeiro de 2006. Disponível **neste link**. Acesso em: 20.9.2021. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

22 Disponível **neste link**. Acesso em: 05.4.2021. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

23 Artigo 7: A legislação nacional poderá permitir o emprego ou trabalho de pessoas de treze a quinze anos de idade, em trabalhos leves, com a condição de que estes: a) não sejam suscetíveis de prejudicar a saúde ou o desenvolvimento dos referidos menores; e b) não sejam de tal natureza que possam prejudicar sua freqüência escolar, sua participação em programas de orientação ou formação profissionais, aprovados pela autoridade competente, ou o aproveitamento do ensino que recebem. Disponível **neste link**. Acesso em: 15.12.2021. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

24 O Estatuto da Criança e do Adolescente garante às crianças e aos adolescentes, em seu artigo 3°, o gozo de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana. Já em seu artigo 4° prevê que esse grupo de pessoas tenha assegurado, com prioridade absoluta, os direitos à vida, saúde, alimentação, esporte, lazer, profissionalização, cultura, dignidade, respeito, liberdade e convivência familiar e comunitária. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

25 Nesse sentido, em artigo que analisa o trabalho infantil artístico, a advogada Sandra Cavalcante defende que mesmo nas relações artísticas em mídias tradicionais é frequente o descumprimento da lei, com a participação de crianças em programas artísticos e publicidade sem o crivo do juízo competente. Cavalcante, Sandra Regina. Revista do TST, Brasília, vol. 79, março de 2013. Disponível em **neste link**. Acesso em: 17.02.2022. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

26 O Estatuto da Criança e do Adolescente conceitua criança, no Brasil, como a pessoa de até doze anos de idade incompletos. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

27 O Comentário Geral n. 25 (2021) do Comitê Sobre os Direitos da Criança, detalha como a Convenção sobre os Direitos da Criança, tratado de direitos humanos ratificado pelo Brasil (Decreto n° 99710/1990) se aplica ao mundo digital. Em seus parágrafos 112 e 113 o comentário geral declara: "112. Crianças devem ser protegidas de todas as formas de exploração prejudicial a qualquer aspecto de seu bem-estar em relação ao ambiente digital. Exploração pode ocorrer de muitas formas, como exploração econômica, incluindo trabalho infantil, exploração e abuso sexual, venda, tráfico e sequestro de crianças e o recrutamento de crianças para participar de atividades criminosas, incluindo formas de crimes cibernéticos. Ao criar e compartilhar conteúdo, as crianças podem ser atores econômicos no ambiente digital, o que pode resultar em sua exploração. 113. Estados Partes devem revisar leis e políticas relevantes para assegurar que as crianças sejam protegidas contra exploração econômica, sexual e outras formas de exploração e que seus direitos em relação ao trabalho no ambiente digital e oportunidades de remuneração relacionadas sejam protegidos". Disponível **neste link**. Acesso em: 26.8.2021. **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

28 A Lei n° 12.96514 de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet) estabelece em seu Artigo 4°, inciso I o acesso à internet como um direito: "A disciplina do uso da internet no Brasil tem por objetivo a promoção: I - do direito de acesso à internet a todos". Disponível **neste link**. Acesso em: 26.8.2021 **(VOLTAR AO TEXTO ↩)**

Este material foi elaborado pelo **Instituto Alana**, no âmbito do programa **Criança e Consumo**, com a escrita de Thaís Rugolo e João Francisco de Aguiar, revisão de Ana Cifali, Maíra Bosi, Maria Mello, Pedro Hartung. Projeto gráfico de Marina Zilbersztejn e preparação de Helaine Gonçalves.

Este material está licenciado sob uma licença Creative Commons CC BY-SA 4.0. Esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas da obra original, desde que com fins não comerciais e contanto que atribuam crédito aos autores e licencie as novas criações sob os mesmos parâmetros. Toda nova obra feita a partir desta deverá ser licenciada com a mesma licença, de modo que qualquer obra derivada, por natureza, não poderá ser usada para ins comerciais.

São Paulo, 2022

INICIATIVA

alana

REALIZAÇÃO

CRIANÇA e CONSUMO