

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**FACULDADE DE DIREITO**  
**GRADUAÇÃO EM DIREITO**

Ricardo Fonseca Schmid

**Trabalho infantil nas mídias sociais e seu impacto no direito da criança no Brasil:**  
algumas reflexões a partir dos conceitos de sociedade do consumo e do espetáculo

Juiz de Fora

2024

Ricardo Fonseca Schmid

**Trabalho infantil nas mídias sociais e seu impacto no direito da criança no Brasil:**  
algumas reflexões a partir dos conceitos de sociedade do consumo e do espetáculo

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Direito.

Orientador: Flávio Bellini de Oliveira Salles

Juiz de Fora

2024

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Schmid, Ricardo Fonseca.

Trabalho infantil nas mídias sociais e seu impacto no direito da criança no Brasil: : algumas reflexões a partir dos conceitos de sociedade do consumo e do espetáculo / Ricardo Fonseca Schmid. -- 2025.

37 p.

Orientador: Flávio Bellini de Oliveira Salles

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Direito, 2025.

1. Direito da criança. 2. Trabalho infantil. 3. Mídias sociais. I. Salles, Flávio Bellini de Oliveira , orient. II. Título.

**Ricardo Fonseca Schmid**

**Trabalho infantil nas mídias sociais e seu impacto no direito da criança no Brasil:**  
algumas reflexões a partir dos conceitos de sociedade do consumo e do espetáculo

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Direito.

Aprovada em 25 de fevereiro de 2025.

---

Prof. Dr. : Flávio Bellini de Oliveira Salles – Orientador  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Prof. Dra. Karen Artur  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Especialista Bárbara Alvim Sampaio  
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC Minas

Dedico este trabalho aos meus pais, Rosa e Jurgen Schmid, à minha esposa Elke e às minhas filhas Melissa e Gabriela, meus grandes incentivadores nesta jornada e inspiração maior de minha vida.

## RESUMO

Esta pesquisa busca uma reflexão, por meio da revisão das leis de proteção à criança no Brasil, sobre o impacto da atuação de crianças nas mídias sociais. Busca-se compreender como esse fenômeno cultural pode impactar tais leis de proteção à criança no país e as consequências disso para a sociedade. Neste sentido, pretende-se, em primeira linha, observar este fenômeno cultural através dos conceitos de sociedade de consumo (Zygmunt Bauman) e sociedade do espetáculo (Guy Debord), assim como buscar referências em outros autores que se fizerem relevantes nesta discussão conceitual. Em segunda linha, serão revistos os dispositivos legais de proteção à criança, de modo a dar início à reflexão sobre os impactos do trabalho infantil realizado nas mídias sociais. Além disso, a pesquisa busca elucidar o quanto é relevante que esse fenômeno cultural seja discutido amplamente e de maneira interdisciplinar nos órgãos públicos, nos meios acadêmicos e em toda a sociedade, pois se trata de uma preocupação social, que deve ser investigada por políticas públicas de Estado, atreladas ao Direito Constitucional do país. A metodologia utilizada é a revisão de literatura e de leis acerca do tema.

Palavras-chave: Direito da criança; trabalho infantil; mídias sociais.

## **ABSTRACT**

This research seeks to reflect, through a review of child protection laws in Brazil, the impact of children's activity on social media. The purpose is to understand how this cultural phenomenon can impact such child protection laws in the country and its consequences for society. In this sense, the aim is, first and foremost, to observe this cultural phenomenon through the concepts of consumer society (Zygmunt Bauman) and spectacle society (Guy Debord), as well as seeking references from other authors who are relevant in this conceptual discussion. Secondly, legal child protection provisions will be reviewed, in order to open up reflection on the impacts of child labor carried out on social media. Furthermore, the research seeks to elucidate how relevant it is for this cultural phenomenon to be discussed widely and in an interdisciplinary manner, both by public bodies and academic circles and by society as a whole, since it is a social concern that must be investigated by public institutions policies, linked to the country's Constitutional Law. The methodology used is the review of literature and laws on the topic.

Keywords: Child rights; child labor; social media.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>07</b>
<b>2</b>	<b>A PARTICIPAÇÃO DA CRIANÇA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E DO CONSUMO NAS MÍDIAS SOCIAIS.....</b>	<b>09</b>
<b>3</b>	<b>O TRABALHO INFANTIL NAS MÍDIAS SOCIAIS E AS LEIS DE PROTEÇÃO À CRIANÇA NO BRASIL.....</b>	<b>15</b>
3.1	OS PRINCIPAIS DISPOSITIVOS LEGAIS DE PROTEÇÃO À CRIANÇA.....	15
3.2	O TRABALHO INFANTIL NAS MÍDIAS SOCIAIS E SUAS REPERCUSSÕES NO DIREITO DA CRIANÇA.....	17
3.3	CONSEQUÊNCIAS DO TRABALHO INFANTIL NAS MÍDIAS SOCIAIS PARA O ECA: TRABALHO ARTÍSTICO X TRABALHO NA INTERNET.....	21
<b>4</b>	<b>OS IMPACTOS DA SOCIEDADE DO CONSUMO E DO ESPETÁCULO NA PROTEÇÃO À INFÂNCIA: REFLEXÕES INTERDISCIPLINARES.....</b>	<b>26</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>32</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>35</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa de trabalho de conclusão de curso foi pensada a partir do que se designa aqui por fenômeno cultural, que desencadeou especificamente o boom do trabalho infantil na internet. Este fenômeno cultural será discutido a partir dos conceitos de sociedade do consumo (Zygmunt Bauman) e sociedade do espetáculo (Guy Debord), visto o crescente número de crianças que viraram protagonistas das cenas midiáticas com venda de produtos e marcas. De início, a questão que se coloca é como esse crescente número de crianças inseridas no processo de espetacularização da vida e do consumo através das mídias sociais, vendendo as relações sociais familiares, podem estar vulneráveis em seus direitos, ou seja, podem estar sendo vítimas de um processo cada vez maior de violação de seus direitos fundamentais que deveriam ser constitucionalmente assegurados. A criança é uma categoria de análise interdisciplinar, constitucionalmente resguardada e deve ter assegurados seus direitos mais amplos, como proteção, saúde, moradia, educação, além daqueles mais específicos, vinculados a outros diplomas legais, como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). O ECA, em seu art. 4º, diz o seguinte:

É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária.

Este artigo destaca uma parte do artigo 227 da Constituição Federal de 1988, que consagra o princípio da proteção integral às crianças e adolescentes. O artigo 53 garante o direito à educação, promovendo o desenvolvimento pleno, a preparação para o exercício da cidadania e a qualificação profissional. Por sua vez, o artigo 60 proíbe qualquer tipo de trabalho a menores de quatorze anos.

A Emenda Constitucional nº 20, de 1998, proibiu o trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito anos e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, com exceção do trabalho na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos. Embora o ECA não tenha incorporado tal alteração, a Constituição Federal, Lei Maior do ordenamento brasileiro, estabeleceu tal proibição.

O Art. 61 do ECA protege os adolescentes do trabalho forçado e é regulado por legislação especial, sem prejuízo do disposto em lei.

A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) estabelece, em seus artigos 402 a 441, as condições para a atuação profissional de jovens de 14 a 17 anos no Brasil e inclui outras redações dadas por diversos textos legais, como a Lei do Aprendiz (10.097/2000) e o Decreto Federal 5.598/2005.

O não cumprimento do ECA, principalmente dos trechos relacionados ao trabalho infantil e ao trabalho adolescente, implica sanções de natureza cível e criminal. Sendo assim, analisar-se-á com mais detalhes as nuances dessas leis de proteção à criança, em consonância com o fenômeno cultural visto a partir dos conceitos de sociedade do consumo e sociedade do espetáculo, sempre buscando reflexões que tragam para o debate a importância da ampla discussão dessa proteção à criança e ao adolescente quando inseridos no mundo virtual. O objetivo geral aqui proposto é o de apresentar argumentos, encontrados em estudos que de alguma forma abordaram o tema da infância relacionados àqueles conceitos. Pretende-se uma estrutura metodológica que parta dos conceitos e suas respectivas referências, e se direcione a como esses contextos culturais do consumo e do espetáculo impactam o direito das crianças. De maneira muitas vezes vista com bons olhos pela sociedade, como é o caso dos *influencers* mirins (cantores, atores, youtubers), o trabalho infantil é uma preocupação social e deve ser amplamente debatido pelos devidos meios legais.

## 2 A PARTICIPAÇÃO DA CRIANÇA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E DO CONSUMO NAS MÍDIAS SOCIAIS

De acordo com Debord (1967), a sociedade do espetáculo é uma forma de organização social em que as relações entre as pessoas são mediadas por imagens, representações e aparências, em vez de interações diretas e autênticas. Ele argumenta que, no capitalismo avançado, a vida real é substituída por uma contemplação passiva de um mundo de mercadorias e suas representações, que se tornam mais reais do que a própria realidade.

Alves e Klen (2019) argumentam que em uma sociedade do espetáculo a separação entre as relações de produção e consumo de mercadorias é impossível. Assim, a sociedade do espetáculo corresponde a uma fase específica da sociedade capitalista, quando há uma interdependência entre o processo de acumulação de capital e o processo de acumulação de imagens, no qual a mercadoria passa a dominar tudo o que é vivido.

Uma sociedade que se queira democrática e de direito, não pode negligenciar que o capitalismo, modo de produção pelo qual as relações de produção se desenvolvem, coloca a mercadoria no centro do processo de acumulação. Debord (1967) procura elucidar que nesse processo de mercadologização, o capitalismo se manifestou em uma fase específica do capital, através da espetacularização, e nisto criou o conceito de sociedade do espetáculo. E o que é, especificamente esse conceito?

[...] O mundo ao mesmo tempo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo da mercadoria é assim mostrado como ele é, pois o seu movimento é idêntico ao afastamento dos homens entre si e face ao seu produto global. (Debord, 1967, p. 29).

Alves e Klen (2019) acrescentam que quanto mais os indivíduos se tornam consumidores dos espetáculos, menos vivem, e quanto mais se reconhecem neles, menos compreendem sua existência no mundo. O consumidor torna-se então um consumidor de ilusões.

Como visto na citação acima, a sociedade do espetáculo é aquela em que tudo o que é vivido vira mercadoria, ou seja, serve como ponto de partida da acumulação. Neste sentido, percebe-se que esse processo corresponde a uma fase específica do capital, ou seja, não é algo consciente ou inconsciente produzido por indivíduos específicos, na verdade faz parte de uma dinâmica que age de dentro do processo produtivo capitalista. A espetacularização acontece quanto tudo o que faz parte dessa cadeia produtiva deve ser exposto.

Han (2017) descreve como sociedade positiva, aquela na qual as coisas, agora transformadas em mercadorias, têm de ser expostas para "ser", o valor cultural desaparece em favor de seu valor expositivo, em sua transparência. Em vista desse valor expositivo, sua existência perde totalmente a importância. Pois, tudo o que repousa em si mesmo, que se demora em si mesmo passa a não ter mais valor, só adquirindo algum valor se for visto (Alves; Klen, 2019, p. 109).

Então entra em consideração a questão de que a espetacularização é uma fase do capital responsável por gerar valor, notadamente por isto que tudo deve ser exposto e visto, tudo o que é produzido deve passar por este processo senão perde valor de mercadoria.

Sibilia (2008) aponta que a publicização de tudo presente na sociedade contemporânea retrata o deslocamento do ter, característico da sociedade civil, ao parecer e consumir, característica da sociedade do espetáculo. O comportamento segue a lógica de pouco importa ter, se os outros não veem. Este desejo pela exaltação da própria vida e a curiosidade da vida alheia torna-se instrumento de capital, transformando-os em mercadorias (Alves; Klen, 2019, p. 110).

A lógica da sociedade do espetáculo é justamente a de que o valor só é dado a partir da exposição da mercadoria, por isso, vivemos cada vez mais imersos no universo da publicidade e da propaganda, pois é preciso que a mercadoria seja vista para que gere valor. Em meio a esta lógica da sociedade do espetáculo, em que a mercadoria é colocada como a “própria vida”, percebe-se a crescente espetacularização também da família, como acontece nas mídias sociais e, neste processo, as crianças e adolescentes também foram inseridos dentro da esfera de mercadoria familiar.

De acordo com Han (2017 *apud* Alves; Klen, 2019), na sociedade expositiva cada sujeito é seu próprio objeto propaganda, tudo se mensura em seu valor expositivo: “a sociedade exposta é uma sociedade pornográfica; tudo está voltado para fora, desvelado, despido, desnudo, exposto. O excesso de exposição transforma tudo em mercadoria”.

Ratificando tal conceito, Sibilia (2008 *apud* Alves; Klen, 2019) cita que o desejo de exaltação da própria vida e curiosidade da vida alheia torna-se um instrumento de capital que transforma a vida privada em mercadoria.

A questão da “sociedade expositiva” é algo a ser considerado como também um fenômeno cultural, visto que faz parte de um processo crescente de adesão daqueles que dela participam em sua heterogeneidade, de forma que não parte apenas de um grupo social específico, pois também insere a diversidade de grupos que participam da sociedade, sejam esses grupos pertencentes a uma família, a um círculo de amigos, a partidos políticos, a igrejas, a escolas, a universidades (grupos profissionais) etc. De muitas formas, a exposição de todos esses grupos nas mídias sociais define uma orientação própria da dinâmica do

espetáculo, pela lógica da mercadoria, a de que a “impressão” sobre tudo deve ser favorável, ou seja, deve ser bem vista e aceita por todos que a veem.

Sobre persona, Hall e Nordby (2000, p. 36, apud Alves; Klen, 2019, p. 115) a conceituam como “máscara ou fachada ostentada publicamente com a intenção de provocar uma impressão favorável a fim de que a sociedade o aceite”. A palavra persona vem do grego e representa, originalmente, a máscara usada pelos atores para indicar o papel que representavam. De acordo com Alves e Klen (2019), a persona tem a importante função de anunciar como a pessoa deseja ser vista, podendo encobrir sua verdadeira natureza, além de esconder características que tendem a ser rejeitadas pela sociedade.

Essa persona construída pela sociedade do espetáculo representa uma preocupação social, pois publicamente dissimula o que não seria aceito pela sociedade, de modo que não é nítido o que representa. Neste viés, na questão desta pesquisa, observa-se que a exposição cada vez maior de crianças nas mídias sociais representa uma preocupação social, pois nesse caminho muitas personas são construídas e nisto perde-se espaços de ação públicos, pois foge do controle jurídico, por exemplo, como e quando um direito fundamental é violado.

Este desejo de compartilhar cada passo de nossas vidas com o mundo que nos rodeia faz parte da sociedade contemporânea, que essencialmente opera com imagem em tempo real e informação como força motriz. Com isso, acabamos preenchendo esses espaços com registros de situações das mais variadas e as crianças que estão intimamente ligadas à nossa história acabam entrando nesta dinâmica conosco (Alves; Klen, 2019, p.116).

A sociedade contemporânea espetacularizada é esta em que a informação passou a ser o necessário para obter um ganho variado, ou seja, para que o valor consiga seu espaço enquanto mercadoria, é preciso que as situações e registros sejam feitos, informados, daí vendidos, consumidos. Nesse meandro, a dinâmica realizada pela sociedade inseriu, sem muita dificuldade, as crianças nesse processo. Muitas são as discussões que podem ser travadas, a própria questão de o valor gerado pela exposição de crianças nas mídias sociais ser um trabalho, que, mesmo sendo de alguma forma monetizado, não é formal e, muitas vezes, é ilegal.

[O] Estado, que financia e apoia o desenvolvimento da ciência e da tecnologia, ainda não oferece à sociedade respostas eficientes a uma série de novas demandas resultantes dessa modernidade. O Estado tem o dever de proteger a pessoa (normalmente consumidor) desses riscos, ainda mais quando se trata de criança ou adolescente. A proteção deve se dar não somente com regulamentações, como se verifica no Código de Defesa do Consumidor, mas também na efetividade de aplicação das políticas públicas (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 139).

Este debate acerca da visão da criança enquanto mercadoria, que passa por todo o processo de espoliação de seus direitos individuais e coletivos, constitucionalmente assegurados, ainda está sendo gestado no Brasil, pois é um debate longo, que envolve muitas nuances, inclusive de interpretação das leis.

A internet apresenta-se como um símbolo desta atual mudança advinda da sociedade de informação, entretanto mostra-se uma transformação social diversa das já vividas, isto porque as tecnologias experimentadas e revolucionárias para os períodos históricos, a exemplo da televisão, do computador, da máquina a vapor, do tear mecânico, são mecanismos importantíssimos, mas que encerram uma relação unilateral na qual o indivíduo é mero receptor da tecnologia. Já a internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 143).

A preocupação social, que aqui já fora mencionada, recai mais veementemente na questão da globalização, pois estamos diante de uma velocidade das trocas de informação, em que não se pode conceber como seguro um ambiente no qual as crianças (no mundo todo) ficam expostas a escala global de informação. O senso comum, muitas vezes, vigora em relação a quem tem o controle sobre a participação das crianças na internet, como se a responsabilidade fosse unicamente dos pais e da família. Porém, essa transposição de responsabilidade não pode ser um argumento de Estado, pois este possui a soberania irrevogável da proteção à criança e ao adolescente. Assim, a postura de um Estado como o brasileiro, que trata com normalidade este processo crescente de exposição e espetacularização da vida nas mídias sociais, é um fator decisivo para que se dê maior atenção às leis que garantem ou deveriam garantir a proteção da criança e do adolescente.

Ocorre que, a partir da internet, há a proliferação de imagens, facilmente acessíveis à toda população, inclusive ao público infantojuvenil. Assim, a internet e a sua facilitação de acesso trazem o desafio da sociedade e do Estado para que tenham uma nova postura ante a facilidade e rapidez da informação. A ideia de globalização aproximou e tornou possível o consumo por meio da tecnologia, independentemente da distância territorial (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 144).

A sociedade do consumo está atrelada à ideia da velocidade com que a mercadoria gera valor e é vendida, sendo que isto apenas é possível pela globalização da tecnologia e informação. Bauman defende que a globalização afeta a todos e o mundo não pode mais ser pensado sem essa ideia, pois tudo parte do estágio em que a distância física e territorial foi ultrapassada pela tecnologia.

Para alguns, “globalização” é o que se deve fazer para ser feliz; para outros, é a causa da infelicidade. Para todos, porém, “globalização” é o destino irremediável do

mundo, um processo irreversível; é também um processo que afeta a todos na mesma medida e da mesma maneira. Todos estão sendo “globalizados” – e isso significa basicamente o mesmo para todos (Bauman, 1999, p. 43).

Nas mídias sociais vê-se essa superação da distância quando, por exemplo, uma imagem ou vídeo é vista por milhares de pessoas de várias partes do mundo quase que simultaneamente ao momento em que foram publicizados. De modo que vemos como a sociedade do espetáculo está intimamente ligada e intrínseca à sociedade do consumo, até mesmo podem ser vistas como complementares.

A sociedade de risco encontra-se intimamente ligada à sociedade de informação e, também, na sociedade do espetáculo. Ou seja, verifica-se uma necessidade exacerbada de produção e surgimento de novos produtos ou serviços estimulados pela sociedade do espetáculo, em que o consumo e a aparição mostram-se princípios fundantes, não se sabendo os riscos dessa nova estrutura valorativa, o que demonstra a vulnerabilidade do cidadão atual, notadamente da criança e do adolescente. (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 144).

É cada vez maior o número de publicidades<sup>1</sup> que são dirigidas às crianças, geralmente elaboradas por empresas de informação, que exercem prestígio e influência tanto nas crianças, quanto na família. De certa maneira, são empresas que deveriam ser fiscalizadas e reguladas de tempos em tempos, e não é o caso de uma regulação que fira o direito à liberdade de expressão, mas uma regulação que almeje resguardar direitos que são constitucionalmente assegurados (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 147).

Desta forma, observa-se que a publicidade, notadamente a voltada ao público infantil, alimenta o estado da necessidade de a sociedade consumir, e este processo é potencializado a partir do aparecimento da sociedade de informação e das novas constituições familiares, na qual crianças passam a ter mais acesso às publicidades voltadas para elas. (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 154).

Até aqui foram expostos os argumentos pelos quais observamos o fenômeno cultural da inserção da criança na sociedade do espetáculo e do consumo por meio das tecnologias intrinsecamente produzidas no processo de globalização, em que a circulação cada vez mais rápida de informação teve um papel preponderante no processo de construção desses fenômenos culturais. Um fenômeno que passa pela publicidade e pela propaganda, pela produção de programas televisivos ou inseridos nas mídias sociais, como é o caso do

---

<sup>1</sup>Assim, consoante a Resolução, a “comunicação mercadológica” abrange os meios impressos, comerciais televisivos, banners e sites, embalagens, promoções, *merchadisings*, ações em shows e apresentações e nos pontos de venda. Também é entendido como publicidade infantil a utilização de celebridades e personagens do público infantil, entre outros” (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 148).

YouTube, por meio de empresas de comunicação e tudo o que envolve o processo de produção do mundo globalizado.

O caminho até aqui exposto foi seguido para que esteja mais nítida a ideia de que, se há violação de direitos da criança na questão do trabalho infantil na internet, especialmente utilizando-se das mídias sociais, é preciso que o Estado seja capaz de intermediar, através de políticas públicas, as crises geradas nesse processo. A resposta sobre como o Estado pode desenvolver tais políticas públicas não é uma questão neste trabalho de conclusão de curso. De todo modo, deve ser uma pergunta que o próprio Estado deveria responder com mais profundidade, pois sabemos que existem órgãos e instituições públicas responsáveis estritamente pela proteção dos direitos da criança e do adolescente. Resta saber se esse mesmo Estado, sendo constituído pela lógica neoliberal, é capaz de responder razoavelmente a esta pergunta quando estamos diante do direito da criança e da complicada questão do trabalho infantil e da tutela do Estado sobre a proteção à criança, em soberania à tutela dos pais ou familiares.

Esta é outra questão que apenas pode partir do coletivo para ser respondida, pois o Estado não pode ser nada além do que seu povo, seu território e sua soberania. Mas o povo, de alguma maneira, já está submerso na espetacularização e no consumo. De forma que chega a ser, realmente, como mostra Bauman (1999), “um caminho sem volta”.

### **3 O TRABALHO INFANTIL NAS MÍDIAS SOCIAIS E AS LEIS DE PROTEÇÃO À CRIANÇA NO BRASIL**

O fenômeno do trabalho infantil nas mídias sociais emerge como um desafio contemporâneo que exige uma análise cuidadosa à luz das leis de proteção à criança e ao adolescente no Brasil. Com o avanço das plataformas digitais, crianças e adolescentes têm se tornado protagonistas de conteúdo online, muitas vezes sob a justificativa de atividades artísticas ou recreativas, mas que, na prática, configuram relações laborais voltadas à monetização e ao engajamento comercial. Essa nova realidade, potencializada pelo crescimento exponencial das redes sociais, levanta questões éticas, jurídicas e sociais sobre a exploração precoce da mão de obra infantil, especialmente em um contexto em que a ausência de regulamentação específica deixa lacunas na proteção desses menores.

#### **3.1 OS PRINCIPAIS DISPOSITIVOS LEGAIS DE PROTEÇÃO À CRIANÇA**

No Brasil, a legislação mostra-se progressivamente mais rígida quanto ao combate e à proteção ao trabalho infantil. Esta tendência se apresenta como resposta tardia a décadas de degradação da saúde da criança e do adolescente causada pelo labor, mostrando-se necessária, adequada, contudo, ainda não completamente eficiente quanto ao resultado esperado de erradicação do labor infantil que foge às exceções legalmente permitidas.

A teoria jurídica da proteção integral surge num ambiente de busca por democracia, no qual se busca novos modelos alternativos aos impostos pelo antigo regime. A Teoria/Doutrina tornou-se base fundamental do novo Direito da Criança e do Adolescente, surgindo como contraposição absoluta à doutrina da situação irregular, criando a necessidade de um reordenamento institucional – desjudicialização, mudanças de conteúdos, métodos, gestão, dentre outros (CUSTÓDIO, 2017). Assim, a doutrina da proteção integral traz a absoluta prioridade da criança e do adolescente, conforme dispõe o artigo 1º do ECA: “Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente.” Ademais, está amparada constitucionalmente (artigo 227, CF) e consolidada no ECA. Crianças e adolescentes são, a partir desta teoria basilar, sujeitos de direitos de uma proteção integral, pois lhes são reconhecidos todos os direitos inerentes à pessoa humana. Assim, faz-se necessário promover o reordenamento institucional orientando as ações voltadas às crianças e aos adolescentes a fim de garantir seus direitos humanos e fundamentais, fomentando a cidadania, a democracia e a transformação social e política tão desejadas por meio de um novo papel pedagógico para a educação: o da proteção integral (CUSTÓDIO, 2017) (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 151).

Os dispositivos legais brasileiros que mais diretamente regem as condições e o combate ao trabalho infantil são a Constituição Federal da República, de 1988 (CF), a Consolidação das Leis trabalhistas (CLT) e o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

Assim determina a Lei Suprema do país, em seu art. 7º, inciso XXXIII: “proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre aos menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de quatorze anos, salvo na condição de aprendiz”, e, em seu artigo 227: “É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, 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”.

A tutela trabalhista à criança é assim claramente exposta pelo ECA em seus artigos 60 e 61: “É proibido qualquer trabalho a menores de quatorze anos de idade” e “A proteção ao trabalho dos adolescentes é regulada por legislação especial, sem prejuízo do disposto nesta Lei”. Em outras palavras, não é permitido que menores de 16 anos trabalhem, exceto, na condição legal de aprendizes, aqueles com idade superior a 14 anos.

De acordo com a nova redação dada ao artigo 7º, XXXIII, da Constituição Federal, pela EC-20/98, é vedado aos menores de 18 anos de idade o trabalho noturno, perigoso ou insalubre, assim como também “qualquer trabalho aos menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz (Lei 10.097, de 20/12/2000), a partir dos 14 anos”.

Portanto, após a referida Emenda Constitucional, ficou estabelecida a 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.

Como nos traz Bruno de Carvalho Motejunas, Juiz do Trabalho do Tribunal Regional do Trabalho do Maranhão, em seu artigo *Trabalho Infantil No Brasil: Realidade, Proteção Jurídica e Desafios*, publicado no site do Tribunal Regional do Trabalho da 16ª região, as pesquisas citadas também corroboram a ideia de que

[...] há uma forte relação entre subdesenvolvimento econômico e exploração precoce da força de trabalho. A falta de perspectivas e o empobrecimento das famílias são, na maioria das vezes, a força determinante para a utilização da mão de obra infantil, que costuma estar mais vulnerável justamente em Estados e/ou regiões economicamente subdesenvolvidas, tanto pela ausência do Poder Público, quanto pela falta de oportunidades de emprego para os adultos daquele núcleo familiar. Isso, porém, não significa dizer que não exista trabalho infantil em países considerados ricos (Motejunas, 2019).

A Emenda Constitucional 20/98 e o artigo 60 do ECA contêm uma palavra de grande importância para a legislação aplicável ao trabalho infantil na internet: o adjetivo qualquer. Importante ressaltar, então, que qualquer trabalho é vedado a menores de 16 anos, exceto o trabalho de aprendiz e, por força de lei e com condições especiais, o trabalho artístico infantil,

que muitos tentam indevidamente relacionar com o trabalho das crianças na internet para se resguardarem contra o combate a este. Não se pode dizer que uma criança com propósito de vender produtos na internet ou mesmo de atuar mostrando seu cotidiano e “desafios” com fins de monetização por engajamento estaria em um trabalho artístico. Ainda que esta criança faça seu “próprio filme” de “sua própria vida”, para ser considerado trabalho artístico, de fato, outros requisitos de proteção ao menor se fazem necessários (e raramente estão presentes na atuação cibernética laboral infantil).

Quanto à proibição no Brasil de trabalho para menores de 14 anos, assim pontuam uma exceção, Lamounier, Campos de Sousa, Rabelo (2023), em *A Atuação de Influencers Mirins em Uma Nova Perspectiva de Trabalho Infantil*:

Contudo, existem exceções à regra celetista como é o caso dos Menores artistas. Os Menores artistas são aqueles que exercem atividades artísticas, como atuação, música, dança, entre outras. Esse tipo de trabalho é regulamentado e protegido por legislação específica, como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e a Lei nº 6.533/1978 (Lamounier; Campos de Sousa; Rabelo, 2023).

A lei prevê regras específicas para proteger crianças e adolescentes que trabalham como artistas. Isso inclui a obrigação de ter uma autorização da Justiça, limites na jornada de trabalho e a presença de um responsável durante as atividades. Essas medidas visam a garantir o bem-estar e os direitos dos jovens artistas

É de fundamental importância que o trabalho seja supervisionado e que os direitos e a integridade física e emocional das crianças e adolescentes envolvidos sejam garantidos. Ressalta-se que o trabalho infantil em atividades perigosas e/ou que possam prejudicar a saúde, a moralidade ou o desenvolvimento integral da criança é terminantemente proibido por lei.

### 3.2 O TRABALHO INFANTIL NAS MÍDIAS SOCIAIS E SUAS REPERCUSSÕES NO DIREITO DA CRIANÇA

Em que pese não haver uma legislação exclusiva e tampouco eficiente para tutela do menor influenciador na internet, é de se imaginar que seus pais ou responsáveis exerçam este papel de proteção e gerenciem a parte financeira, laboral e psicológica envolvida em favor da criança, garantidos seu bem-estar e interesses.

Para Marwick e Boyd (2010), a exposição destas crianças ultrapassa os limites da privacidade e da publicidade, uma vez que se tornam iscas para obter a atenção dos

seguidores. A exposição destas microcelebridades é baseada na extensão da publicidade intencional, não simplesmente “estar” no domínio público (Alves; Klen, 2019, p.115).

Em [www.criancaeconsumo.org.br](http://www.criancaeconsumo.org.br), “O ambiente digital já faz parte do mundo infantil. Não à toa, um terço dos usuários da internet são crianças, de acordo com a UNICEF”. Nesse mundo digital, assim como existem criadores de conteúdo entre os adultos, essa profissão também chegou para os pequenos. Entretanto, apesar de ser um direito infantil, o ambiente digital ainda não é seguro para esse público. Entre design persuasivo, coleta e tratamento de dados pessoais, micro segmentação de publicidade e tantos outros perigos, como garantir a segurança dos influenciadores mirins frente à exploração comercial?”

Ainda de acordo com o referido site, vemos que a criação de conteúdo na internet por crianças não é uma profissão nova, com os primeiros influenciadores mirins surgindo por volta de 2005. Muitas vezes o trabalho dessas crianças começa como uma simples brincadeira e rapidamente se transforma em um trabalho com obrigações excessivas, com uma agenda cheia e com vários contratos a serem cumpridos. O bem-estar das crianças acaba esquecido e é apenas um de seus vários direitos que acabam ameaçados.

O site ainda observa que os usuários da internet estão à mercê de diversos perigos, e isso é multiplicado quando se fala de crianças. Para os criadores de conteúdo mirim, que passam a maior parte do dia conectados, esse cenário é ainda mais intenso, abrindo caminho para que empresas se aproveitem da falta de experiência das crianças para explorá-las comercialmente. Isso ocorre não apenas com os seguidores e espectadores dos influenciadores mirins, como também com os próprios criadores de conteúdo.

Em 2012, esse fenômeno recebeu o nome de *sharenting* que é um neologismo que une as palavras “share” (do verbo “compartilhar”, em inglês) e “parenting” (termo ligado à ideia da função de ser pai e mãe). O tema aborda a recente onda na qual os pais compartilham conteúdos sobre seus filhos online, criando uma 'pegada digital' que permanece na rede indefinidamente, sobre a qual eles não têm escolha ou controle sobre o que é disseminado acerca delas próprias. Conhecidas na rede por iniciativa de seus pais, estas crianças têm nenhuma ou pouca noção do impacto de sua visibilidade pública. Havendo, assim, limites entre o direito dos pais à exposição e aos direitos de privacidade de seus filhos (Alves; Klen, 2019, p.116).

Alves e Klen (2019) ainda alertam:

Tal prática, conhecida como *sharenting*, implica as questões de privacidade (da criança) e a liberdade de expressão (dos pais) através deste compartilhamento parental, que gera um rastro digital que acompanha a criança ao longo da vida. Logo, os influenciadores digitais que expõem seus filhos nas redes envolvem dilemas éticos mais profundos, pois atuam como responsáveis pela identidade *online*, assim como narradores da história pessoal de seus filhos e monetizam sua

presença digital, cabendo a si próprios o controle destes ganhos (Alves; Klen, 2019, p.116).

O ECA (1990) assim prevê, em seus artigos 5º e 22, respectivamente: “Nenhuma criança ou adolescente será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, punido na forma da lei qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais” e “Aos pais incumbe o dever de sustento, guarda e educação dos filhos menores, cabendo-lhes ainda, no interesse destes, a obrigação de cumprir e fazer cumprir as determinações judiciais”.

Considerando que não há regulamentação específica quanto ao labor infantil na internet, se percebe grande facilidade de violação, pelos pais, do que determina o Estatuto da Criança e do Adolescente em relação à atuação de seus filhos como influenciadores, pois não há meios formais de checagem ou controle, ficando o conhecimento de qualquer irregularidade no tratamento do menor na dependência de alguma denúncia formal, como se o fenômeno cultural da espetacularização e do consumo não pudesse ser visto claramente diante do *boom* do trabalho infantil na internet.

Os responsáveis legais das crianças que trabalham no mundo virtual devem gerenciar seus perfis nas redes sociais, plataformas de vídeos, os conteúdos de postagens e divulgações e, também, devem decidir sobre o tempo e forma de trabalho (nos limites legais existentes) e parcerias e contratos com marcas. Essa supervisão é crucial para garantir que as crianças estejam seguras e protegidas, não se expondo de a conteúdos inapropriados, e garantindo a elas o bem-estar físico e emocional, mas cabe também ao Estado direcionar políticas públicas que visem ao maior controle da conduta desses pais ou familiares diante do direito da criança.

Os ganhos financeiros provenientes do trabalho na internet normalmente são administrados pelos pais (ou responsáveis), que devem ter a responsabilidade de assegurar que esses recursos sejam utilizados para o benefício das crianças, mas isso é algo puramente abstrato, no sentido de que não existe uma legislação específica que determine as nuances que envolvem este tipo de trabalho infantil.

De acordo com a reportagem intitulada “*Youtubers e influenciadores mirins: quando a diversão vira trabalho infantil*”, no site<sup>2</sup> abaixo indicado, “no caso da exposição da rotina da criança, sem qualquer publicidade no vídeo gravado nem roteiros ensaiados, mas com a opção de monetização do canal ativada (com propagandas automáticas que podem aparecer antes, durante e depois do vídeo), a caracterização do trabalho fica mais difícil”.

---

<sup>2</sup> <https://livedetrabalhoinfantil.org.br/noticias/reportagens/youtubers-e-influenciadores-mirins-quando-a-diversao-vira-trabalho-infantil>

No mesmo site, Dra. Sandra Regina Cavalcante (USP) afirma: “Embora os pais, as empresas anunciantes e a própria Google (proprietária do YouTube) estejam auferindo renda a partir da participação infantojuvenil, aquela criança ou adolescente não está desenvolvendo atividade artística, mas apenas ‘existindo’ e sendo exposta na rede”.

Do ponto de vista ético, há um debate significativo sobre a exploração de crianças para ganho financeiro. Pais e tutores devem refletir sobre suas motivações e garantirem que o interesse da criança esteja sempre assegurado. O consentimento informado é uma prática essencial, e as crianças devem estar cientes e de acordo com as atividades que realizam online, de acordo com seu nível de compreensão. Contudo, é de se esperar que uma criança não tenha desenvolvimento neurológico suficiente para entendimento devido nesta seara.

Em termos de impacto psicológico, como já exposto, a fama precoce pode afetar significativamente o bem-estar emocional e o desenvolvimento das crianças. Os pais devem estar atentos a sinais de estresse, ansiedade e baixa autoestima que podem surgir devido à exposição pública e às críticas online. É essencial que as crianças mantenham um equilíbrio saudável entre suas atividades online e outras áreas importantes de suas vidas, como estudos, brincadeiras e socialização *offline*.

A dinâmica familiar também pode ser afetada pelo sucesso *online* das crianças. A pressão para manter altos níveis de engajamento e atender às expectativas do público e das marcas pode criar tensões dentro da família e no consumo das publicidades. Além disso, é fundamental que os pais encontrem um equilíbrio entre o controle e a autonomia das crianças, permitindo que elas desenvolvam suas próprias vozes e identidades à medida que crescem.

Assim, para que seja possível a análise de que se está diante de uma publicidade, o consumidor para a qual ela é dirigida deve ter ciência disso, isto é, o público que a publicidade tende a atingir deve ter discernimento necessário de que se trata de uma publicidade. Ocorre que isso não é possível no caso do público infantil, pois, embora esteja inserido na era da globalização, caracterizada por meios de comunicação e imagens que trazem publicidade ao seu redor, estas pessoas, em especial condição de desenvolvimento, muitas vezes (para não se dizer sempre) não compreendem a publicidade como algo mercadológico, mas sim como uma necessidade; logo, não a detectam imediatamente e, se assim o fazem, não conseguem compreender o objetivo da publicidade. Nesse sentido, os fornecedores não podem fazer publicidade travestida, subliminar, nem mesmo o *merchandising* camuflado e, ainda, não podem perpetrar publicidade voltada ao público infantil, uma vez que este público não a entende como tal, e, assim, não há clareza na informação passada (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 147).

Segundo Lamounier, Campos de Sousa, Rabelo (2023):

As crianças passam a ter necessidade de lidar com responsabilidades profissionais em uma idade precoce que pode interferir no desenvolvimento saudável da criança. A exposição a decisões de negócios e contratos pode ser emocionalmente desafiadora para uma criança.

E prosseguem:

E muitas vezes essa responsabilidade é evidenciada pela pressão dos pais. A busca por sucesso nas plataformas digitais pode levar a uma pressão excessiva por parte dos pais, comprometendo o equilíbrio entre vida online e offline. A falta de autonomia na criação de conteúdo pode causar estresse e conflitos familiares.

Na relação entre crianças influencers e seus pais/tutores deve haver um equilíbrio entre oportunidades (para a criança e seus responsáveis, se isso for de interesse da criança e benéfico a ela) e responsabilidades (sobretudo dos pais quanto à criança). Os pais devem garantir que essa atuação seja positiva e propícia ao desenvolvimento dos filhos, assegurando que cresçam em um ambiente seguro e equilibrado.

Conforme o site <https://criancaeconsumo.org.br/noticias/influenciadores-mirins/>, na 10ª edição da Rights Con (um dos maiores eventos mundiais sobre direitos humanos no ambiente digital), no painel “*Cultural expression or commercial exploitation? The experience of digital kidfluencers is all of our business*”, Maria Mello, coordenadora do programa, concluiu que “é de extrema importância que o trabalho de influenciadores mirins seja regulamentado e que essas crianças sejam protegidas”, e que “as crianças merecem se ver representadas, também no ambiente digital, desde que isso não atrapalhe seu desenvolvimento e fira seus direitos”.

### 3.3 CONSEQUÊNCIAS DO TRABALHO INFANTIL NAS MÍDIAS SOCIAIS PARA O ECA: TRABALHO ARTÍSTICO X TRABALHO NA INTERNET

Conforme Lamounier, Campos de Sousa, Rabelo (2023),

A ascensão dos influenciadores mirins nas plataformas digitais levanta questões sobre a possível categorização desse fenômeno como trabalho artístico infantil. Considerando a falta de regulamentação específica para essa atividade no Brasil, é crucial explorar a possibilidade de enquadrar o influenciador mirim nessa categoria.

E completam:

O trabalho artístico infantil é tradicionalmente associado a setores como cinema, teatro e televisão. No entanto, a natureza criativa e expressiva do conteúdo produzido pelos influenciadores mirins sugere afinidades com atividades artísticas.

A ausência de legislação específica sobre o tema deixa espaço para interpretações e adaptações do conceito de trabalho artístico no âmbito digital.

Ainda segundo os autores acima referidos:

No Brasil, o trabalho artístico por menores de idade é regulamentado pela Lei nº 6.533/1978. No entanto, essa legislação estabelece normas para a participação de menores em espetáculos públicos e em atividades artísticas. A participação de crianças em atividades artísticas requer autorização expressa dos pais ou responsáveis legais (BRASIL. Regulamentação das profissões artísticas e de técnicos em espetáculos de diversões, 2023). Vale ressaltar que nos casos de trabalho artístico, é comum a celebração de contratos específicos que estabelecem condições e garantias para o menor envolvido. Essa forma de trabalho deve respeitar limites de horário, considerando a faixa etária, bem como é comum haver restrições quanto à participação em espetáculos noturnos ou em horários que possam prejudicar a frequência escolar.

É progressiva a presença de crianças à frente de plataformas de exposição por vídeos e/ou textos e redes sociais. Muitas dessas crianças passam a se dedicar, com apoio ou também por condução/determinação de seus responsáveis, com objetivo de tirarem dessa atividade cibernética um retorno financeiro (chamado de “monetização”).

Muitas crianças têm seus próprios sites/páginas na internet (normalmente com o adulto focado no lucro), onde atuam com a prática denominada de “unboxing”, que consiste em abrir caixas “recebidas” de brinquedos, produtos alimentícios, roupas, cosméticos etc, gerando o desejo de compra ao seguidor mirim, que não possui a menor ideia de que se trata de uma propaganda remunerada (o público infantil entende como um presente apreciado por seu ídolo, passando a desejá-lo também). Um exemplo típico é de uma criança que sempre aparece em vídeos ou outro meio digital, por contrato com empresa/vendedor (e assim guiado por seu responsável), elogiando um brinquedo, um alimento ou uma roupa de que mostra fazer uso para influenciar seu público a querer adquiri-los também. Isso também acontece com o público adulto como alvo.

Conforme exposto, certamente a criança, que é o público-alvo desta prática, encontra-se em risco diante de ações de venda e/ou convencimento como esta; contudo, é preciso também focar na criança vendedora de conteúdo e produtos, que realiza este trabalho sob a orientação (ou sob as ordens) de seu tutor. Esta criança trabalhadora na internet carece de amparo legal.

Dentro de atuações infantis nessa linha digital, há também os que fazem vídeos fictícios, de histórias, de dicas de compras, de alimentação, de brincadeiras e, como mais forte tendência, vídeos que mostram sua própria rotina e/ou da família. São estas crianças chamadas de influenciadores (“influencers”) ou Youtubers. Esta última denominação é uma

referência àqueles que expõem sua obra ou, pode-se dizer, a si mesmos, na plataforma para computadores, tablets e telefones celulares, que abriga coleção de vídeos (canais) de variados temas, denominada Youtube. Esta plataforma digital é cada vez mais popular, ao lado de redes sociais que possibilitam, além da comunicação, também a demonstração de trabalhos artísticos, a exposição das pessoas e das suas próprias vidas, como: Instagram e Facebook.

Braúna, Mariana Moreira (2023) expõe esta realidade quanto à monetização, ou seja, sobre a remuneração do trabalho através do atingimento, fidelização e/ou convencimento do público (engajamento pela audiência dos expectadores, chamados de “seguidores”): “O trabalho artístico realizado por crianças e adolescentes tem crescido exponencialmente, com grande quantidade de seguidores nas redes sociais e com alto engajamento digital. Esta realidade torna-se o meio perfeito para o marketing de empresas que almejam aumentar cada vez mais o engajamento do público para vender seus produtos ou serviços através das redes sociais, levando à pactuação de contratos generosos com “blogueiros” mirins para a realização de publicidade digital. É necessário salientar que a atividade prestada pelo influencer digital vai além de publicidades, sendo necessário, primeiramente, ganhar a confiança do público-alvo através de conteúdos orgânicos que contemplam a apresentação do seu estilo de vida, de dicas de beleza, opiniões, humor, e outros chamarizes, produzindo entretenimento e alcançando cada vez mais pessoas que se interessem pela temática abordada”.

Têm sido crescentes as ações de proteção direcionadas ao público consumidor infantil, através dos órgãos de regulamentação midiáticos, escolas e da própria legislação, que vêm evoluindo no sentido de evitar o consumismo danoso pelas crianças, seja de produtos, seja de ideias incompatíveis com a idade. Por outro lado, em se tratando da criança na internet que faz o papel de “influencer”, não há leis próprias para resguardá-las no aspecto trabalhista, financeiro, social e tampouco emocional.

Com essa lacuna legislativa, além dos danos possíveis à qualidade de vida e à saúde física e/ou mental dos próprios influencers, se torna ainda mais danosa ao público infantil a participação de crianças em suas exposições de si próprias e na divulgação/publicidade oculta de produtos.

Nesse sentido, consulta-se a Resolução n. 163/2014, editada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), que classifica como abusivas todas as formas de “publicidade e comunicação mercadológica destinadas à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço”. (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 145)

De acordo com Bagatini e Adolfo (2017), entende-se que se a publicidade não é um dever do fornecedor, mas um direito, o exercício dela é por sua conta e risco, e o controle da publicidade é da alçada do poder público. Dessa forma, o controle da publicidade se dá tanto por organismos de autorregulamentação, como o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), quanto pelo Estado.

Para Benjamim (2000, p. 263), “todos os países democráticos do mundo controlam, de uma forma ou de outra, a publicidade”. No caso brasileiro, a própria Constituição Federal faz este *controle*, consoante artigo 220, parágrafos 3º e 4º (*apud* Bagatini; Adolfo, 2017, p. 145).

Sobre o risco para a criança que se vincula ao produto ocultamente à venda (torna-se um contratado) e para seu público seguidor, Braúna, Mariana Moreira (2023) preleciona: “A exposição indevida à publicidade pode agravar a vulnerabilidade já existente no público infantil. É comum a infração ao princípio da identificação da mensagem publicitária previsto no artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor, que veda a publicidade clandestina ou subliminar e diz que o próprio consumidor a deve identificar de maneira fácil e imediata. Essa forma de publicidade se encaixa como ilícita, pois o produto ou serviço é oculto ou “maquiado”, de forma que o consumidor não identifica conscientemente que está sendo levado a adquirir o bem apresentado. No geral essa forma de marketing utiliza a estratégia do anúncio disfarçado na forma de dicas, lifestyle ou até pela confiança criada em cima daquele “blogueiro”. Além destas publicidades serem feitas para crianças, naturalmente suscetíveis ao consumo do novo, são também por elas encenadas. Os influenciadores mirins costumam fazer vídeos como unboxing e “recebidos”, em que mostram presentes que receberam de marcas, demonstrando grande felicidade e satisfação com os produtos que ganharam.

Sobre um caso concreto quanto a tais anúncios ocultos, Braúna, Mariana Moreira (2023) reportou em seu trabalho uma decisão de 2017 do CONAR, na qual o referido conselho de autorregulação publicitária “determinou que fossem feitas alterações em anúncio dos vídeos da youtuber mirim. Na ocasião, os vídeos divulgavam brinquedos da marca Mattel, porém, não era possível a identificação fácil e imediata da publicidade dirigida para menores de idade, o que poderia acabar por potencializar um consumismo desenfreado, justa preocupação de sociólogos, pais e defensores da infância sadia. Desta forma, o relator do Conselho Superior do CONAR propôs, nesta Representação, alterações para que ficasse claro de que se tratava, na realidade, de campanha publicitária.

De fato, ainda não há no Brasil uma legislação específica para proteção e fiscalização do trabalho infantil nas redes digitais. É preciso estudar a fundo a aplicabilidade das leis

trabalhistas atuais e avaliar sua eficiência no sentido de bem tutelar a criança, para que, por elas e por aquelas futuramente promulgadas, os influenciadores e youtubers mirins sejam realmente protegidos em sua dignidade, em seu direito à infância saudável e na qualidade de vida.

Não se pode permitir que uma área, já tão representativa quantitativamente e em termos de influência de público, continue sem uma legislação própria, atualizada e eficiente, que dependa cada vez menos da interpretação caso a caso dos juízes e da subjetividade dos órgãos de regulamentação e fiscalização da condição infantil.

Há que se ressaltar que o trabalho infantil, se permitido como “artístico”, deve também garantir a saúde física e mental da criança, seguindo as recomendações de especialistas e da legislação quanto ao acompanhamento pedagógico para garantir que a participação em atividades artísticas não prejudique a formação educacional do menor; ou seja, em quaisquer circunstâncias, há que se assegurar os direitos fundamentais da criança, conforme nossa Constituição Federal, ECA e legislação específica.

#### 4 OS IMPACTOS DA SOCIEDADE DO CONSUMO E DO ESPETÁCULO NA PROTEÇÃO À INFÂNCIA: REFLEXÕES INTERDISCIPLINARES

Se crianças e jovens que atuaram artisticamente em TV, cinema ou mundo musical, de forma regulamentada, estiveram expostos a riscos de terem seus direitos cerceados, a atuação destes em um universo onde não há regulamentação mostra-se com potencial destrutivo ainda maior. É urgente a atuação pública com finalidade de coibir tais abusos e de proteger as crianças envolvidas.

Além de herdarem os seguidores de suas mães influentes, as micro-celebridades têm suas imagens multiplicadas por fãs através de perfis tributos e também como memes – trato aqui este conceito em relação a quando a imagem é retirada de seu contexto original e recebe um novo contexto através de uma legenda. Não apenas as imagens são multiplicadas, tal comportamento passa a ser copiado por pessoas “comuns”, que compartilham em suas redes diversas fotos de seus filhos. Uma busca rápida pela hashtag #meubebe no Instagram nos devolve mais de 660 mil imagens de crianças. São fotos ou vídeos de meninas e de meninos nas mais diversas situações do cotidiano, momentos que se tornam públicos e acessíveis a qualquer um que tenha uma conta gratuita na rede social (Alves; Klen, 2019, p.114).

Sobre este tema, quanto aos atores mirins, a reportagem “Os limites do trabalho infantil artístico”, de Raquel Marques, para o site “Criança Livre de Trabalho Infantil”, em 16/03/2017, ensina: “Se as diretrizes que regem a lei do trabalho artístico são bem definidas, o mesmo não se pode dizer de sua interpretação. O trabalho infantil artístico é um tema muito sensível e ainda levanta polêmicas do ponto de vista social e judicial, uma vez que envolve o glamour, seduzindo a família e a própria criança diante da possibilidade de se tornar uma celebridade.

Sob o conceito de celebridade, Marwick e Boyd (2010) definem como um conjunto de práticas performativas onde há a presença de um público (fãs) como seus seguidores, a popularidade frente a esta audiência é mantida através da gestão desta base na rede, onde acontece um processo de auto apresentação cuidadosamente planejado para ser prestigiado e consumido pelo público.

Para Abidin (2015 *apud* Alves; Klen, 2019, p.112), micro-microcelebrities, ou micro-microcelebridades, pode ser definido como crianças que se tornam públicas ao herdar a fama de suas mães influenciadoras digitais. Desta forma, sua presença digital torna-se deliberadamente comercial, sendo enquadradas e organizadas pelas mães a fim de maximizar seu potencial publicitário

Em um mundo onde reality shows, programas de competição e canais de youtubers mirins estão se tornando cada vez mais populares, é essencial garantir que os direitos das crianças e adolescentes sejam protegidos, mesmo quando essas atividades não são formalmente consideradas trabalho. O bem-estar e a segurança dos jovens devem sempre vir em primeiro lugar, independentemente do contexto.

[...] o trabalho artístico precisa ser bem incorporado pela psique infantil, principalmente quando sabemos que muitas carreiras são fugazes e elas podem se frustrar. Há crianças que choram, outras que somatizam, confundem os papéis. Muitas vezes as pessoas só conseguem ver o lado da fama e esquecem o custo que isso pode ter, porque prejuízos não acontecem de imediato. Eles vão sendo acumulados e começam a aparecer na vida adulta (Marques, 2017 apud Ferreira, 2018).

Para o professor Pato Papaterra (2017), esse tipo de exposição causa indignação e se faz necessário extrapolar os limites da lei para que mudanças aconteçam de fato.

As crianças ficam sob pressão e suas emoções são exploradas em troca de audiência e dinheiro. Acho isso um absurdo. A sociedade precisa abrir os olhos e ver o que estamos fazendo com essas crianças, pois enquanto este tema não chegar ao coração das pessoas, dificilmente a situação irá mudar (Papaterra, 2017 apud MARQUES, 2017).

Assim, devidamente alertam Lamounier, Campos de Sousa, Rabelo (2023):

Não obstante as crianças podem ficar expostas a riscos de segurança online, como assédio, bullying, abuso e exploração. É essencial garantir medidas de proteção para evitar que crianças se tornem vulneráveis a tais ameaças. A orientação e a supervisão são fundamentais para proteger as crianças contra a exploração e os riscos associados ao trabalho infantil na internet. Isso requer a implementação de diretrizes claras e políticas de proteção da infância.

Os referidos autores expõem a respeito dos impactos negativos a que podem ficar expostas as crianças influenciadoras da internet, o que pode contribuir para problemas de saúde, como distúrbios do sono, fadiga ocular e sedentarismo. A pressão para estar sempre atualizado sobre o que acontece online pode levar crianças e adolescentes a comportamentos sedentários, prejudicando seu desenvolvimento motor e físico adequado. Ainda prosseguem a este respeito: “A busca por validação e aprovação nas redes sociais pode impactar negativamente a autoestima das crianças. Comentários negativos e críticas podem desencadear ansiedade, depressão e outros problemas de saúde mental; fazendo com que os impactos psicológicos fiquem evidentes”, o que se aplica às possíveis devastadoras consequências (incluindo o aumento de suicídios de adolescentes), frutos da atuação dos chamados “haters” (“aqueles que odeiam”), que são aquelas pessoas que atacam, agridem ou

debocham dos influenciadores, usando palavras ofensivas para denegri-los, prejudicá-los ou envergonhá-los.

É crescente e preocupante o número de suicídios cometidos por motivos ligados ao retorno sobre a exposição na internet. Um caso que tristemente ilustra tal fato é o do adolescente Lucas, assim contado pelo site Carta Capital, em <https://www.cartacapital.com.br/diversidade/os-alertas-deixados-pelo-suicidio-de-lucas-um-adolescente-vitima-do-odio-e-da-lgbtfobia-no-tiktok/>, em reportagem de 08 de agosto de 2021: “(...) jovem teria atentado contra a própria vida após publicar um vídeo no TikTok, em que aparece em uma brincadeira afetiva com um amigo. A família atribui o ato a uma enxurrada de comentários motivados por homofobia” e “Diante da enorme e negativa repercussão, Lucas chegou a gravar um novo vídeo na rede social se explicando e pedindo desculpas. Disse que estava apenas ‘tirando onda’ com o amigo, e reforçou que os dois eram heterossexuais”. O jovem não teve condições psicológicas de lidar com o fato de ser ofendido e ridicularizado em redes virtuais e cometeu suicídio, como outros o fizeram pelo mesmo motivo.

O Carta Capital prossegue: “chamam a atenção as taxas de suicídio no País, sobretudo entre os jovens, já consideradas em níveis epidêmicos pelo Ministério da Saúde. Um boletim divulgado pelo Ministério da Saúde em 2019 mostrou um aumento expressivo das tentativas de suicídio” (o que se liga à exposição na internet e às suas consequências, sobretudo sobre os mais jovens). Completa a reportagem que “especialistas entendem que as plataformas precisam avançar em direção a uma moderação mais assertiva desses conteúdos. Isso passa por ter equipes dedicadas à função, promover melhorias na inteligência artificial de análise”.

É verdade que o trabalho infantil na internet traz um desafio complexo, que exige a união de esforços e conhecimentos de várias áreas para proteger os direitos e o bem-estar das crianças. Precisamos criar e colocar em prática medidas que assegurem um espaço digital seguro e saudável para elas, onde possam se desenvolver plenamente, sem deixar de lado a proteção que merecem.

Em contraposição ao avanço no combate ao trabalho infantil, assiste-se hoje no Brasil a presença crescente de crianças em atividades divulgadas pela internet (e para elas criadas), através das quais os responsáveis por estes menores visam ao retorno financeiro e, muitas vezes, ao sustento familiar.

O avanço tecnológico, sobretudo das últimas duas décadas, fez com que a internet se tornasse ferramenta indispensável para grande parte da população, seja como instrumento de trabalho, seja para comunicação, pesquisa ou apenas lazer.

Segundo Marcela Fernandes, em seu trabalho de conclusão de curso intitulado *Criança como Produto: a Publicidade e o Consumo Digital na Infância*, pela Universidade do Sul de Santa Catarina, 2020:

Os smartphones de certa forma trouxeram o comodismo aos consumidores, e ao mercado, uma nova forma de fazer propaganda e impactar esse cliente que não precisa mais sair de casa para comprar, e que tem gratuitamente as informações que precisa sobre determinado produto e concorrente. Hoje em dia, as pessoas vivem conectadas diariamente, sendo impactadas a todo momento e influenciadas (...). Conhecidos atualmente como influenciadores digitais, diversas pessoas têm utilizado das redes sociais para ser um canal de exposição da vida diária e um meio de influenciar e ganhar seguidores (Fernandes, 2020, p. 32).

São denominados “influenciadores” ou “influencers” aqueles que expõem e/ou divulgam na internet produtos, costumes, comportamentos, rotina, inclusive suas próprias vidas. “Seguidores” é a denominação dada àqueles que acompanham o que é exposto pelos influenciadores, interagindo ou não com eles. Fernandes (2020) prossegue sobre os influenciadores:

Além de estimularem seus seguidores a hábitos de consumo, estimulam a diversos outros fatores, como: gostos musicais, práticas de saúde, alimentação, estética, aquisições, séries, filmes, eventos, etc. Seria basicamente uma nova maneira de assistir novela da vida real, onde os telespectadores, além de seguirem as tendências exibidas, acabam vivenciando tanto a rotina de determinado influenciador, que dificilmente consegue distinguir a diferença entre uma divulgação espontânea para uma divulgação paga (Fernandes, 2020, p. 32).

Há que se ressaltar que, com o advento da internet, tornou-se muito mais fácil às pessoas saírem do anonimato para se tornarem conhecidas publicamente. Existem os influenciadores que já eram famosos e, fazendo uso da fama, alcançaram mais seguidores (antigos e novos fãs, simpatizantes ou simplesmente interessados no conteúdo); e há aquelas pessoas anônimas que se tornam públicas por meio da aparição na internet, por plataformas de vídeos e/ou redes sociais. Atualmente, há figuras públicas na internet que contam com mais de 500.000.000 de seguidores em uma só rede social. Desta forma, pode-se perceber a grandiosidade do alcance do que é exibido.

A pesquisa “TIC Domicílios 2023”, do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), divulgada pelo site da rede de comunicação CNN Brasil ([www.cnnbrasil.com.br/nacional](http://www.cnnbrasil.com.br/nacional)), em 16/11/2023, identificou que 84% dos lares brasileiros têm acesso à internet.

Devido à forte presença firmada na cultura do país (e do mundo), a internet trouxe consigo novos horizontes e oportunidades de qualificação, de projeção e de remuneração.

Em que pese ter trazido novos riscos, perigos e danos às pessoas (sobretudo às crianças e adolescentes), pela possibilidade do anonimato e falsas relações, notícias (“fake news”) ou ações (com a popularização de muitos “golpes” cibernéticos contra usuários comuns da rede), a internet também trouxe de positivo a diversificação das fontes de informação, a facilidade de buscar conhecimento e de se qualificar e também um novo campo laboral que, a princípio, está regido pelas leis trabalhistas como um todo, inclusive por aquelas cujo objetivo é impedir o trabalho de crianças (sendo estes usuários que em sua maioria convivem com a internet desde que nasceram através da publicidade).

A cada dia que passa percebe-se com mais clareza a importância da publicidade e não se pode conceber a sociedade pós-moderna de consumo dissociada, longe da publicidade, ou seja, a publicidade é característica da sociedade de informação e do espetáculo, na qual se estampa o risco. No entendimento de Benjamim (2000, p. 259), “não há um dever legal, imposto ao fornecedor, de anunciar seus produtos e serviços”. Há, portanto, uma faculdade, liberdade por parte do fornecedor na publicização de seus produtos e serviços. Se, no entanto, a oferta e a apresentação do produto ou do serviço ocorrem, estas devem assegurar as informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa, conforme disciplina do artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) (Bagatini; Adolfo, 2017, p. 145).

Conforme Braúna, Mariana Moreira et al. (2023), em artigo publicado pelo Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região, cogita-se a correlação do trabalho infantil na internet com o trabalho artístico infantil:

O trabalho infantil artístico na internet, visto pela sociedade com glamour, passou a figurar como fonte de renda para muitas famílias, porém, pode trazer consequências às crianças e adolescentes que atuam no segmento publicitário no âmbito das redes sociais.

O citado artigo visa a analisar “os desdobramentos das atividades desenvolvidas pelos influencers mirins, especialmente no momento em que a atividade deixa de ser encarada como lazer e recreação e passa a ser vista como trabalho infantil artístico, e propõe uma reflexão sobre a “forma como é exercida a prestação de serviço pelos influencers mirins e sobre a necessidade de criação de lei específica que abranja a temática, seguindo o mesmo roteiro adotado pela França em 2020” (Mariana Moreira et al. , 2023).

As micro-microcelebridades não têm consciência do espetáculo do qual fazem parte, o mesmo acontece com o personagem de Truman Burbank (Jim Carrey), no filme *O Show de Truman* (1998), no qual o personagem se encontra em estado contínuo de

vigilância, um *reality show* transmitido 24 horas por dia desde seu nascimento e que, ao contrário de seus espectadores, não tem ciência dos acontecimentos (Alves; Klen, 2019, p.117).

Traçando-se um paralelo do trabalho infantil na internet com o trabalho artístico infantil de fato, ou seja, aquele em meios como TV e cinema, sob direção de equipe e empresas regulamentadas e mais facilmente fiscalizáveis, identifica-se que existe vasta gama de registros de atores ou cantores mirins que tiveram suas vidas e saúde prejudicadas pela exposição antecipada ao trabalho ou ao público e ao medo do julgamento na busca de aceitação, do sucesso e também do dinheiro.

As micro-microcelebridades podem herdar seu perfil digital com registros de toda sua vida, como assumir sua própria identidade como uma espécie de “trabalho em andamento”. Logo, os efeitos de tamanha exposição podem ser tão bons, quanto controversos. Compartilhar o desenvolvimento dos filhos com parentes e amigos que estão fisicamente distantes, de alguma forma, os traz para perto desses marcos importantes da criança. Mas a partir do momento que tais cenas extrapolam o limite do privado e alcançam pessoas que não fazem parte desse círculo íntimo, algumas questões aparecem como, por exemplo, o uso indevido por indivíduos que tenham acesso a esse material, como é o caso da pornografia infantil (Alves; Klen, 2019, p.117).

É preciso que haja razoabilidade na questão dos benefícios e dos malefícios do trabalho infantil da internet. Porém, como não se trata de entrar em questões apenas morais do senso comum, ao Estado cabe a conduta de dirimir os conflitos advindos acerca da questão. Pois, como foi exposto até aqui nesta pesquisa, ela passa a não ser apenas moral, mas uma questão pública, em que direitos e garantias das crianças devem ser assegurados pela tutela do Estado, ou seja, se faz mais do que necessário que haja legislação específica que possa abarcar as nuances envolvidas nessa questão. Como vimos, é necessário que todo o processo de espetacularização e consumo seja refletido e discutido amplamente.

## 5 CONCLUSÃO

Como aponta a pesquisa realizada pelo Panorama Mobile Time/Opinion Box, sobre crianças e smartphones, cada vez mais os pais liberam o acesso a smartphone para seus filhos de até 12 anos e a média de horas de utilização destes aparelhos tende a crescer cada vez mais:

A terceira edição da pesquisa sobre crianças e smartphones mostra que, em um ano, na faixa etária entre 4 e 6 anos de idade, aumentou de 23% para 30% a proporção de crianças com smartphone próprio.

Ao mesmo tempo, nessa faixa etária, caiu de 16% para 10% o percentual de crianças que não acessam nenhum smartphone (não têm o aparelho e nem usam o dos pais). Para os pais, o que mais influencia as crianças a quererem um smartphone são os amigos (45%).

Sobre o comportamento de uso, 72% dizem impor limites no tempo gasto com o celular. Os outros 28% não definem o tempo máximo que a criança pode usar o aparelho. Mesmo com limitações impostas pelos pais, a média de horas por dia na frente do smartphone é alta e aumenta conforme a idade da criança. Na faixa entre 10 e 12 anos, por exemplo, 32% das crianças usam o aparelho por quatro horas ou mais por dia, estimam seus responsáveis (D'Angelo, 2019).

Este alarmante crescimento do número de horas que as crianças ficam na internet está vinculado ao processo de espetacularização, uma vez que, estando na internet, consomem toda gama de informações produzidas, inclusive as propagandas. Para além desta questão da espetacularização, está o consumo dessas informações, seja através de imagens, vídeos, produtos ou modos de vida. Ao longo desta pesquisa, pode-se observar que o papel da regulação em relação ao uso da internet pelas crianças fica mais restrito ao âmbito familiar. Porém, a responsabilidade também deve ser uma prerrogativa do Estado. Diante disto, ficou claro que existe uma necessidade veemente de que o Estado tome as rédeas da situação, principalmente no caso do trabalho infantil na internet, e elabore leis e mecanismos legais de controle.

De acordo com Debord (1997), a sociedade de informação, calcada na sociedade do espetáculo, que traz o parecer sobrepondo-se ao ser e ao ter, revela a necessidade de consumo e de produção de bens cada vez maior, fato que é amplificado no público infantil, uma vez que possui menor consciência e percepção publicitária, mostrando-se ideal ao estímulo do consumo.

A vulnerabilidade da criança frente à avalanche de informações que, como se sabe, parte da globalização, é um fator que deve preocupar as autoridades públicas, para além do âmbito sociológico, pois também é questão econômica para a sociedade.

Faz necessário destacar que já estão em andamento discussões a respeito deste tema, como aconteceu no webinar Trabalho Infantil Artístico e o Mundo Digital, promovido pelo Conselho Nacional de Justiça, cuja programação “contempla discussões sobre temas que são fundamentais para a elaboração de estratégias por órgãos que têm por missão defender crianças e adolescentes das situações de risco, sejam elas decorrente de ação ou omissão da sociedade ou do estado; causadas por omissão ou abuso dos pais ou responsáveis ou em razão da sua própria conduta, conforme o artigo 98 do Estatuto da Criança e do Adolescente”. Importante destacar a fala de Rogério Magnus Varela, presidente da Comissão da Infância, Juventude e Educação (CIJE) do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP):

[...] o CNMP está debruçado sobre esse tema desde o ano passado, por meio do grupo de trabalho composto por quatro especialistas do MP do Trabalho e quatro do MP Estadual. De acordo com ele, o grupo discutiu as novidades trazidas pela Recomendação CNJ 139/2022 e as incorporou em proposição apresentada ao Plenário do CNMP para que os membros do MP sejam orientados, dentre outras providências, a verificar se existe concordância da criança ou do adolescente e a acionar outros órgãos de fiscalização quando houver interesse econômico subjacente à atividade, além de adotar as cautelas já previstas na Recomendação CNMP 24/2014 (Varela, 2023).

Por outro lado, de acordo com Lamounier, Campos de Sousa, Rabelo (2023), “há dificuldades em se fiscalizar a atuação infantil no ambiente virtual, visto que o trabalho dos influencers mirins ocorre de forma desordenada, sem a proteção efetiva dos menores, sendo necessário a criação de uma legislação específica, para impor limites de conteúdo, compatibilidade de horários, definir que que parte dos lucros ser guardado para proveitos das crianças para seu uso quando atingir a maioridade, bem como necessárias penalidades para coibir a infração de leis”.

A partir de uma visão da sociologia do direito, sabe-se que as relações econômicas intrínsecas ao processo de legalidade de um Estado, e, neste caso um Estado neoliberal, não são algo a ser negligenciado. Sabe-se que em uma sociedade pautada na acumulação e na dominação da economia a partir de conglomerados econômicos, em que esta se vê, por exemplo, dominada pela indústria da informação e do entretenimento, e que, devido ao emaranhado de interesses, deve ser capaz de observar quando estes mesmos interesses interferem nas decisões públicas, vemos como ela é uma sociedade vulnerável, quando se fala em proteção de seu povo e de sua soberania, quando se percebe que não há legislação específica sobre o trabalho infantil na internet. É como se fosse preciso saber pisar em ovos para dizer uma obviedade: o trabalho infantil na internet passou do limite da tolerância, devido, justamente, à crescente espetacularização da vida, da criança enquanto mercadoria.

Então deve-se ter em consideração que a criança, nesse sentido, não é apenas uma mercadoria, é também uma categoria social, que vem sendo pesquisada interdisciplinarmente desde muito. Como se pode ver nesta pesquisa, muitos são os pesquisadores que já apontam as consequências psicológicas da exposição da criança à internet, em termos cognitivos, sociais, neurológicos ou emocionais. A questão é que está claro para todos que a crescente exposição das crianças na internet, principalmente nas mídias sociais, somada à falta de regulação desta exposição, está fazendo com que as crianças e adolescentes sofram danos irreparáveis, tendo seus direitos cerceados e atacados em vários âmbitos. Espera-se que este trabalho de conclusão de curso tenha realizado seu papel, enquanto produção acadêmica, para elucidar as questões sociais e legais envolvidas no trabalho infantil da internet.

## REFERÊNCIAS

ALVES, K.R; KLEN, A. C. A. A espetacularização da infância nas mídias sociais. Koan: **Revista de Educação e Complexidade**, n. 7, dez. 2019. Disponível em: <https://crc.uem.br/departamento-de-pedagogia-dpd/koan-revista-de-educacao-e-complexidade/edicao-n-7-jun-2019/arquivos-n-7/7-espetacularizacao-da-infancia-nas-midias-sociais>. Acesso em: dia 21 ago. 2024.

BAGATINI, J.; ADOLFO, L. G. S. Espetáculo e violação dos direitos das crianças na publicidade: uma análise a partir da sociedade de informação. **Revista direito em Debate**, Ano XXVI, nº 48, jul.-dez. 2017. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/revistadireitoemdebate>. Acesso em: 11 ago. 2024.

BASILIO, Ana Luiza. Os alertas deixados pelo suicídio de Lucas, um adolescente vítima do ódio e da LGBTfobia no TikTok. **Carta Capital**, 08 de agosto 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/diversidade/os-alertas-deixados-pelo-suicidio-de-lucas-um-adolescente-vitima-do-odio-e-da-lgbtfobia-no-tiktok/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e ambivalência**. Tradução Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil. 1988**. Brasília: Presidência da República, 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) . Acesso em: 14 ago. 2024.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm). Acesso em: 17 ago. 2024.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Presidência da República, 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18069.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm). Acesso em: 24 ago. 2024.

BRAÚNA, Mariana Moreira; COSTA, Pedrita Dias. Influenciadores mirins e o trabalho infantil na era das redes sociais - Child influencers and child labor in the age of social media. **Revista do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região**, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 16-33, jan./jun. 2023.

CUSTÓDIO, André Viana. Teoria da proteção integral: pressuposto para compreensão do direito da criança e do adolescente. **Revista do Direito**, v.29, p. 22-43, jan. 2008. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/228498477.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2024.

D'ANGELO, Pedro. Crianças e smartphones: pesquisa exclusiva Mobile Time/Opinion Box. **Opinion Box**, 2019. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-criancas-e-smartphones-terceira-edicao/>. Acesso em: 20 out. 2024.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIAS, F. da Veiga. **O direito fundamental da criança e do adolescente à informação e as políticas públicas de comunicação preventivas e protetivas de conteúdo adulto na internet no Brasil**. 2015. Tese (Doutorado em Direito) - Universidade de Santa Cruz do Sul Santa Cruz do Sul, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unisc.br/jspui/handle/11624/473>. Acesso em: 14 jul. 2024.

DIAS, Guilherme Soares. Youtubers e influenciadores mirins: quando a diversão vira trabalho infantil. **Criança Livre de Trabalho Infantil**, 2020. Disponível em: <https://livredetrabalhoinfantil.org.br/noticias/reportagens/youtubers-e-influenciadores-mirins-quando-a-diversao-vira-trabalho-infantil/>. Acesso em: 18 set. 2024.

FERREIRA, Vanessa de Assis. O trabalho artístico infantil e as consequências escondidas na glamourização. **JusBrasil**, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://vanessaassisdireito.jusbrasil.com.br/artigos/627521390/o-trabalho-artistico-infantil-eas-consequencias-escondidas-na-glamourizacao>. Acesso em: 06 set. 2024.

FREITAS, Priscila Silva. O Trabalho Infantil do Meio Artístico. **Jusbrasil**, São Paulo, 2014. Disponível em: <https://psilvafreitas.jusbrasil.com.br/artigos/149132304/o-trabalho-infantil-nomeio-artistico>. Acesso em: 02 ago. 2024.

INFLUENCIADORES mirins: expressão cultural ou exploração comercial? **Criança e Consumo**, 2021. Disponível em: <https://criancaconsumo.org.br/noticias/influenciadores-mirins/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

LAMOUNIER, Alexandra Laura Rocha; CAMPOS DE SOUSA, Pollyanna Thaís; RABELO, Cesar Leandro de Almeida. A atuação de influencers mirins em uma nova perspectiva de trabalho infantil. **Revista FT**, Vol. 27 - Edição 128 /nov/ 2023. Disponível em: <https://revistaft.com.br/a-atuacao-de-influencers-mirins-em-uma-nova-perpectiva-de-trabalho-infantil/>. Acesso em: 15 jul. 2024.

MARQUES, Raquel. Os limites do trabalho infantil artístico. **Criança livre de trabalho infantil**, 2017. Disponível em: <https://livredetrabalhoinfantil.org.br/noticias/reportagens/os-limites-trabalho-infantil-artistico/>. Acesso em: 20 set. 2024.

MARWICK, Alice; BOYD, Danah. I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, contextcollapse, and the imagined audience. **New Media & Society**, 2010.

MOTEJUNAS, B. C.. Trabalho infantil no brasil: realidade, proteção jurídica e desafios. **Revista LTr**, v. 55, p. 541-552, 2019.

SAMPAIO, Inês Silvia Vitorino. Publicidade e infância: uma relação perigosa. *In: VIVARTA, Veet (Coord.). Infância e consumo: estudos no campo da comunicação*. Brasília, DF: Andi; Instituto Alana, 2009.

VARELA, Rogério Magnus. Trabalho Infantil Artístico e o Mundo Digital, webinar. **Conselho Nacional de Justiça**, 2023. Disponível em: <https://www.cnmp.mp.br/portal/todas-as-noticias/16403-trabalho-infantil-artistico-e-o-mundo-digital-e-o-tema-de-webinar-com-presenca-do-cnmp>. Acesso em: 15 jan. 2025