



Consumismo e Mídia

20 Ações pela Proteção Integral da Infância



REBRINC
Rede Brasileira
Infância e Consumo

20 Ações pela Proteção Integral da Infância

Uma publicação da Rede Brasileira Infância e Consumo - REBRINC

Abril de 2016

Redação e diagramação: Desirée Ruas

Assessoria pedagógica: Leo Nogueira Paqonawta (Leopoldo)

Ilustrações: Helaine Gonçalves (Guga)

Colaboração: Integrantes dos Grupos de Trabalho da REBRINC
(Governança; Comunicação; e Educação)

Fale conosco pelo contato@rebrinc.com.br
ou pelo site www.rebrinc.com.br

Reprodução permitida para fins educativos e não comerciais,
desde que citada a fonte.

Conheça um pouco da nossa história

Criada em junho de 2013, a **Rede Brasileira Infância e Consumo, REBRINC**, é uma rede horizontal e colaborativa que reúne, virtual e presencialmente, pessoas físicas, organizações e movimentos de todas as regiões do país interessados nas temáticas infância e consumo.

Tem como missão “ser uma Rede capaz de despertar a sociedade, especialmente a comunidade escolar e os que produzem conteúdo nas mídias, para as consequências do consumismo na infância”.

A REBRINC atua por meio de iniciativas e projetos sugeridos por seus integrantes, abordando temas como educação e mídia, alimentação saudável, combate ao consumismo infantil, combate à adultização da infância, educação para o consumo, educação para a sustentabilidade, dentre outros.



A Rede Brasileira Infância e Consumo tem como objetivos:

- Articular e mobilizar atores envolvidos na causa do combate ao consumismo na infância.
- Planejar e executar ações em diferentes segmentos, da educação à sustentabilidade.
- Buscar o intercâmbio de ideias e reflexões entre os integrantes.
- Promover debates sobre conteúdo da mídia, publicidade infantil e alimentação saudável.
- Discutir políticas públicas para a promoção dos direitos das crianças em questões relacionadas ao consumo.
- Incentivar iniciativas como feiras de troca e outras ações de redução do consumo.



Todos os interessados podem participar da Rede. Para fazer parte da REBRINC é preciso ter vontade de agir colaborativamente e coletivamente em defesa dos direitos das crianças.

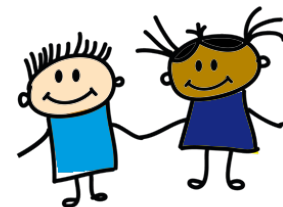
Informação e mobilização pela infância

A publicação virtual, “20 Ações pela Proteção Integral da Infância - Consumismo e Mídia”, lançada pela Rede Brasileira Infância e Consumo, tem o intuito de incentivar o debate sobre o consumo na infância.

São muitos os prejuízos causados pelo bombardeio comercial sobre as crianças. Entender como cada um deles acontece nos ajuda a buscar formas para proteger a infância.

Importante ressaltar que, além do consumismo de produtos, brinquedos, alimentos, roupas, há também o de conteúdos, como jogos eletrônicos, programas de TV e internet. Ambos interferem no desenvolvimento saudável de meninas e meninos.

Adultos comprometidos com o bem-estar das crianças trabalham pela proteção integral da infância, impedindo que o mercado e a mídia incentivem valores e comportamentos prejudiciais.



Para ajudar na reflexão sobre os temas consumismo e infância, a REBRINC disponibiliza esta publicação. Você pode usar:

- na sala de aula para incentivar debates com os alunos, professores, famílias, funcionários e toda a comunidade escolar;

- para ajudar as pessoas a criar outras peças de comunicação que ajudem na divulgação do tema, como vídeos, blogs, livros...

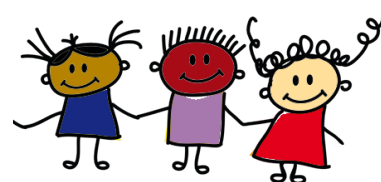
- para mobilizar grupos diversos em todo o Brasil, em debates, palestras e oficinas;

- para questionar os atuais conteúdos da mídia e suas consequências sobre a infância;

- para ajudar pais, mães, tios, avós e todos que convivem com crianças e questionam o consumismo infantil embasando conversas com crianças;

- para servir de inspiração para organizações e movimentos criarem outras ações em defesa da infância;

- para estimular legisladores a criar propostas relacionadas ao tema para melhorar a vida das crianças.



20 Ações pela Proteção Integral da Infância

Consumismo e Mídia

1. Conhecer e defender os direitos das crianças no mundo
2. Conhecer e defender os direitos das crianças no Brasil
3. Identificar as ações que causam prejuízos ao desenvolvimento infantil
4. Questionar a exploração comercial da infância
5. Combater a exposição da criança a situações e conteúdos adultos
6. Debater e realizar projetos sobre o consumismo infantil na escola
7. Buscar mais espaço para o debate do consumismo infantil na mídia
8. Conhecer a legislação existente para proteger a infância do mercado
9. Participar da mobilização para o fim da publicidade dirigida às crianças
10. Defender a alimentação saudável e o fim dos personagens nos alimentos
11. Fazer mais hortas comunitárias com a participação das crianças
12. Incentivar ações de reutilização com menos consumismo e desperdício
13. Reivindicar mais praças e parques e menos concreto nas cidades
14. Proporcionar mais brincadeiras ao ar livre e menos tecnologias digitais
15. Criar e manter mais bibliotecas, brinquedotecas e feiras de trocas
16. Desenvolver um olhar crítico sobre a mídia pelos direitos da infância
17. Entender os riscos do uso da internet por crianças e adolescentes
18. Zelar pela privacidade das crianças com menos exposição nas redes sociais
19. Apoiar a Classificação Indicativa em respeito aos direitos das crianças
20. Participar ativamente da proteção integral da infância

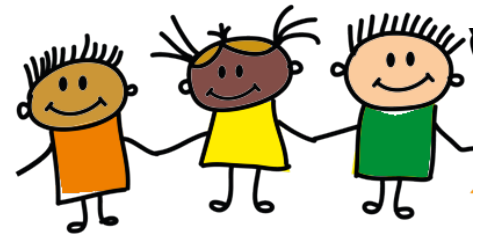


1. Conhecer e defender os direitos das crianças no mundo

A preocupação com a infância e seus direitos vem há alguns séculos ocupando pensadores, cientistas, homens e mulheres de várias áreas, defendendo cuidados específicos para as crianças nos lares, escolas e na sociedade.

No século XX, com a Sociedade das Nações é que se cria em 1919 o Comitê de Proteção da Infância. A existência deste comitê faz com que os Estados não sejam os únicos soberanos em matéria dos direitos da criança.

A Declaração de Genebra (1924), especialmente depois da II Guerra Mundial, traz um esforço mais efetivo no chamamento das nações para definir princípios e direitos que orientassem os países a aprofundar legislação concernente aos direitos da criança.



1. Conhecer e defender os direitos universais das crianças

Temos a Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU 1948), com 30 artigos e, na década seguinte, a Declaração Universal dos Direitos das Crianças (UNICEF 1959), com 10 princípios.

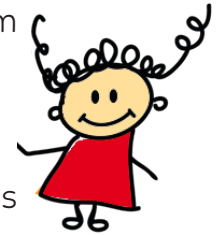
A Convenção sobre os Direitos da Criança (UNICEF 1989) - Carta Magna para as crianças de todo o mundo, com 54 artigos - foi oficializada como lei internacional no ano seguinte, então ratificada por 193 países. Somente dois países não o fizeram: os Estados Unidos e a Somália.

Mas há ainda muito o que se fazer para que todos os países do mundo respeitem, promovam e defendam os direitos das crianças.



2. Conhecer e defender os direitos das crianças no Brasil

No Brasil, os registros históricos desde o século XVI apontam que o Estado não assumia efetivamente a proteção da infância. As Santas Casas de Misericórdia desempenhavam o papel de cuidar das que fossem abandonadas ou desamparadas pelas famílias.



Depois de muitos esforços pela defesa da infância diante das mudanças sociais, econômicas e culturais em nosso país e o papel da novíssima República nesse contexto, tivemos promulgado o primeiro Código de Menores do Brasil em 12 de outubro de 1927, com 231 artigos, o chamado “Código Mello Mattos”, em homenagem ao autor.

Com esse código o Estado assume a responsabilidade legal pela tutela da criança órfã e abandonada e, a criança desamparada, desde então, fica institucionalizada, recebendo orientação e oportunidade para trabalhar.

O regime militar cria a Fundação do Bem-Estar do Menor (FUNABEM) pela Lei nº 4513, de 1º de dezembro de 1964, com 26 artigos, vinculada ao Ministério da Justiça, reforçando um caráter policial para enfrentar a questão o “menor abandonado”, a “criança de rua”.

2. Conhecer e defender os direitos das crianças no Brasil

Revogando o Código de Menores e a lei que criara a FUNABEM, o Estatuto da Criança e do Adolescente, ECA, (Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990), com 267 artigos, vem aperfeiçoar o antigo código e garantir política e juridicamente os direitos da infância e juventude, após a promulgação da Constituição Federal em 1988.

O Decreto Nº. 99.710, de 21 de novembro de 1990, da presidência do Brasil, promulga no país a Convenção sobre os Direitos das Crianças, afirmando que esta será executada e cumprida inteiramente.

Apesar da evolução da legislação de proteção à criança, que passou a reconhecê-la como um sujeito de direitos, há ainda muito o que se fazer para que no Brasil se respeitem, promovam e defendam os direitos da infância.

É preciso que a sociedade pressione a presidência e os ministros, juízes, senadores e deputados federais, deputados estaduais, prefeitos e vereadores. Para isso, todos nós devemos participar de eventos e discussões sobre o tema.



3. Identificar as ações que causam prejuízos ao desenvolvimento infantil

Apesar dos instrumentos jurídicos existentes, é preciso um esforço coletivo e constante para a proteção integral da infância.

Além do direito à educação, à saúde, ao convívio social e familiar, dentre outros, a criança tem direito de ser protegida de situações, comportamentos e valores que desrespeitam a infância.



Alguns comportamentos que são estimulados na nossa sociedade de consumo trazem prejuízos para adultos mas, sobretudo, para as crianças, que estão em processo de desenvolvimento físico, social, emocional...

O estímulo ao consumo é um desses comportamentos. Além do consumo de produtos infantis, as crianças são incentivadas a consumir produtos adultos.

A criança tem o direito de ser criança e cabe à sociedade fazer valer esse direito. Combater a adultização da infância, que acontece por meio do consumo de produtos e conteúdos, é uma tarefa das famílias e da escola, mas também do mercado.

3. Identificar as ações que causam prejuízos ao desenvolvimento infantil

Sandálias com saltinhos, sutiãs para meninas a partir de dois anos, bebidas que imitam espumantes e esmaltes com personagens são alguns produtos que o mercado oferece. Mas será que tais itens favorecem o bem-estar da criança?

Para os especialistas, esses produtos têm uma influência negativa. Eles encurtam a infância, queimando etapas importantes para o desenvolvimento, sobretudo de meninas, alvo preferencial do mercado. Além disso, alguns deles podem provocar danos à saúde como problemas ortopédicos, no caso dos sapatos, e alergias, no caso dos cosméticos.

Querer proporcionar às crianças produtos semelhantes aos que os adultos usam é uma forma de incentivar o consumismo infantil e uma estratégia do mercado para obter mais consumidores. Não caia nessa!



4. Questionar a exploração comercial da infância

Apesar de estarmos imersos em uma sociedade de consumo, é possível proteger a criança dos apelos comerciais e dos conteúdos prejudiciais ao seu desenvolvimento que chegam, seja pela publicidade, pela comunicação mercadológica ou até mesmo pelos programas de entretenimento?



Cada vez mais pessoas e movimentos pela infância defendem que sim e que há alternativas ao consumismo. E proteger a infância do consumo não significa fazer com que as crianças vivam em uma bolha, alheias ao mundo.

A sociedade de consumo bombardeia adultos com suas estratégias de marketing e quer fazer o mesmo com as crianças e os adolescentes.

Adultos têm condições para entender os objetivos por detrás dos apelos ao consumo. Já as crianças não.

Enquanto são inseridas cada vez mais cedo no mundo do consumo, crianças deixam de viver a infância, têm seu desenvolvimento comprometido e

4. Questionar a exploração comercial da infância

aprendem valores e hábitos que não são saudáveis e nem sustentáveis. A reflexão sobre o consumismo na infância é também um alerta sobre os riscos da cultura do consumo para os adultos e o que isso representa para os valores, a sociedade e o planeta.



A criança não é um alvo. Mas o mercado insiste em tratá-la assim, enxergando-a como um público a ser explorado.

Ações de marketing na escola, anúncios publicitários na TV e na internet voltados para as crianças, promoções e produtos com personagens nos cinemas e lanchonetes são formas de exploração comercial da infância.



O bombardeio para o consumo sobre a infância precisa ser questionado e denunciado.

As ações de venda, que buscam fisgar os consumidores, devem acontecer longe do universo infantil. Não podemos aceitar nenhum tipo de exploração sobre as crianças. O alvo do marketing deve ser sempre o adulto, que deve decidir se vai comprar ou não um produto para seu filho.



Esteja atento e denuncie o desrespeito à infância.

5. Combater a exposição da criança a situações e conteúdos adultos

A adultização da infância também acontece quando a criança é obrigada a enfrentar uma realidade que não é adequada para o seu nível de desenvolvimento: seja pelo trabalho, seja pelo contato com notícias e situações violentas e impróprias para sua faixa etária.

O trabalho infantil adultiza assim como o contato da criança com conteúdos adultos. Precisamos agir contra o trabalho infantil, em todas as suas formas, seja nos sinais de trânsito, nas carvoarias, no serviço doméstico, mas também é preciso uma atenção ao trabalho infantil nas novelas, na internet e nos shows de música.

O acesso à internet sem supervisão, as músicas e as coreografias erotizadas, os programas que exploram a violência na TV a qualquer hora do dia, os jornais sensacionalistas expostos nas bancas são muito comuns nos dias de hoje. Essas e outras situações prejudicam o desenvolvimento da criança que não tem maturidade para presenciar cenas e situações adultas.

Fique de olhos, ouvidos e boca abertos e proteja a infância!



6. Debater e realizar projetos sobre o consumismo infantil na escola

O papel dos educadores, em cada sala de aula do país, é fundamental para a reflexão e a mudança nos padrões de consumo atuais.

A escola é um espaço para o questionamento da realidade, para pensarmos em outros caminhos e promovermos valores.

Já as famílias podem, além do seu papel de educar dentro de casa, ser mais ativas no ambiente escolar, questionando ações que incentivem o consumismo e sugerindo alternativas.

A adultização da infância precisa ser um tema de discussão no ambiente escolar, assim como a crítica à publicidade e aos conteúdos da mídia.

Excesso de atividades, pouco tempo de recreio, obrigações de gente grande não fazem bem para as crianças. O que as escolas estão fazendo para valorizar o brincar e a movimentação livre das crianças?



6. Debater e realizar projetos sobre o consumismo infantil na escola

Cada escola pode e deve desenvolver projetos adaptados à sua realidade sobre alimentação saudável (questionando o que os alunos levam de casa, é vendido na cantina ou na porta da escola); sobre a leitura crítica da publicidade e da mídia (debatendo o que é veiculado na TV aberta); sobre os impactos ambientais de nossas escolhas de consumo (que tal começar pensando na lista de material escolar?), e muitos outros temas.

O objetivo é sempre incentivar toda a comunidade escolar a refletir sobre os apelos para o consumo que chegam todos os dias de variadas formas e o materialismo e os demais valores embutidos na lógica consumista.

Sem um trabalho contínuo dentro do ambiente escolar, não conseguiremos o entendimento dos prejuízos do consumismo infantil junto às próprias crianças e suas famílias.



Todos juntos podemos fortalecer a proteção integral da infância.

7. Buscar mais espaço para o debate do consumismo infantil na mídia

O incentivo ao consumo está em todos os canais, publicações, sites e pontos de venda.

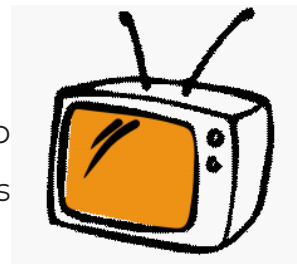
E qual o espaço que temos para questionar o consumismo?

Precisamos da ajuda dos produtores de conteúdo como jornalistas, publicitários, blogueiros, apresentadores para abordar temas como adultização da infância, obesidade infantil, alternativas ao consumismo.

Queremos ver o debate sobre o consumo na infância nos noticiários, nos programas de entrevistas e blogs.

Quanto mais refletirmos sobre o tema, mais a sociedade terá condições de proteger a infância de forma integral.

E mais poderemos desconstruir o discurso do consumo e o da acumulação de bens como as razões principais para a existência humana.



8. Conhecer a legislação existente para proteger a infância do mercado

Em decisão histórica, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) decidiu pela ilegalidade do direcionamento da publicidade para as crianças durante o julgamento de uma promoção realizada por uma marca de biscoitos, em 10 de março de 2016.

A decisão do Superior Tribunal de Justiça (STJ) serve agora para orientar a interpretação da Lei por outros juízes e tribunais em outros casos de publicidades abusivas que se dirigem às crianças. Para entender o caso iniciado em 2007, consulte a página do projeto Criança e Consumo do Instituto Alana.

A decisão do STF foi embasada na legislação já existente relacionando a venda casada e a publicidade abusiva.

Pensando na hipervulnerabilidade da criança, o artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor (Lei No. 8.078, de 11 de setembro de 1990) estabelece que a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

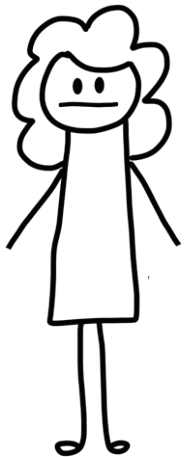


8. Conhecer a legislação existente para proteger a infância do mercado

Além disso, o artigo 37 proíbe toda publicidade abusiva que é aquela que, dentre outras, se utiliza da deficiência de julgamento e experiência da criança.

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

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.





§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (Vetado).


Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

8. Conhecer a legislação existente para proteger a infância do mercado



Um avanço importante para a defesa da infância diante dos apelos para o consumo foi a publicação da Resolução 163 do Conanda em 13 de março de 2014. Ela dispôs 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 nº 8.069, de 13 de julho de 1990, o Estatuto da Criança e do Adolescente.

Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990



Art. 86. A política de atendimento dos direitos da criança e do adolescente far-se-á através de um conjunto articulado de ações governamentais e não-governamentais, da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios.





Art. 87. São linhas de ação da política de atendimento:

I - políticas sociais básicas;

III - serviços especiais de prevenção e atendimento médico e psicossocial às vítimas de negligência, maus-tratos, exploração, abuso, crueldade e opressão;

V - proteção jurídico-social por entidades de defesa dos direitos da criança e do adolescente.



O Projeto de Lei (PL) 5921/2001, que cria regras para a publicidade dirigida ao público infantil, tramita na Câmara dos Deputados desde 2001. A morosidade do processo beneficia o mercado e coloca em risco a proteção da infância. (Saiba mais no site www.publicidadeinfantilnao.org.br).

9. Participar da mobilização pelo fim da publicidade dirigida às crianças

O debate da abusividade da publicidade direcionada às crianças já existe há muitos anos e tem o apoio de diversos movimentos e organizações em defesa da infância. Há um grande número de pesquisas que relatam os prejuízos desse tipo de comunicação dirigida à criança.

Sem interferir no direito à liberdade de expressão, o que se defende é a mudança do foco da comunicação de produtos e serviços, em respeito à criança.

A regra é simples: os comerciais e demais estratégias de marketing devem ser voltados para os adultos e não para as crianças. Quando um anúncio é feito para convencer uma criança para o consumo de algum produto ele está desrespeitando a lei.

Reclame com as empresas que insistem na publicidade infantil e denuncie aos órgãos de defesa. Denuncie aos órgãos de proteção da infância e do consumidor. Pressione os deputados e senadores e participe de eventos e discussões sobre o tema.



10. Defender a alimentação saudável e o fim dos personagens nos alimentos

Como competir com os comerciais de produtos alimentícios direcionados ao público infantil? E o que dizer dos lanches que vêm com brindes?

O mercado faz uso de uma série de estratégias para influenciar a alimentação das crianças e a obesidade infantil é um problema real.



Imagine como é difícil para as famílias promover uma alimentação saudável já que os produtos alimentícios são decorados com personagens. O vínculo entre a criança e o super-herói ou a princesa é muito forte. Na prática, torna-se quase impossível competir.

Pelo fim das estratégias de marketing que usam personagens nas embalagens e nos comerciais, famílias e movimentos pedem mais respeito com a infância e menos alimentação não saudável na mídia.

A decisão do STF, de 10 de março de 2016, é mais um estímulo para ficarmos atentos a qualquer tipo de abuso do mercado publicitário e empresas que desrespeitam os direitos da criança e do adolescente.

11. Fazer mais hortas comunitárias com a participação das crianças

Já pensou o que acontece quando as crianças aprendem a plantar e colher alimentos saudáveis e sem agrotóxicos?

Colocar as mãos na terra, plantar a semente e ver germinar. É econômico, é saudável e um grande aprendizado em conexão com a natureza!

Produzir o próprio alimento é libertador! E é uma atividade 100% sem publicidade. A experiência contribui para incentivar uma alimentação saudável desde cedo.

Já existe uma horta assim na sua comunidade?
O que fazer para criar uma?



As escolas, as associações de bairro e os condomínios podem ter jardins e hortas agroecológicas colaborativos.

Todos juntos para produzir mudas e alimentos saudáveis.

12. Incentivar ações de reutilização com menos consumismo e desperdício

Atenção ao seu consumo cotidiano, aos excessos e à cultura do descartável.

Somos estimulados pela publicidade a comprar sempre produtos novos, acompanhar tendências da moda e seguir avanços tecnológicos.

Mas, quais os impactos ambientais de tais atitudes?

E, o quanto gastamos com essa cultura do consumo?

Para estimular as crianças desde cedo a ter responsabilidade com o ambiente, busque formas de reutilizar e reduzir o consumo, sempre que possível.



12. Incentivar ações de reutilização com menos consumismo e desperdício

Roupas, uniformes, livros, material escolar e brinquedos podem ser doados ou trocados em sua família, na escola ou em feiras.

Assim você economiza, pratica o desapego e prolonga a vida útil de um objeto, ajudando a reduzir a geração de resíduos.

Pense bem antes de comprar. Pense na quantidade de água usada na produção, na emissão de gases durante a produção e o transporte, nas substâncias utilizadas, nos resíduos gerados, no trabalho envolvido, no dinheiro que será usado...

Reduzir o consumo é fundamental para o planeta e para todos nós.



13. Reivindicar mais praças e parques e menos concreto nas cidades

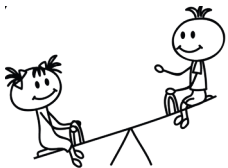
Quantas novas áreas verdes a sua cidade ganhou recentemente?

Fique de olho no Prefeito e nos órgãos responsáveis pelo cuidado da natureza em seu município. Não permita que áreas verdes se transformem em conjuntos habitacionais, avenidas e viadutos.



Além de ser espaço de lazer e descanso, para adultos e crianças, cada árvore tem seu papel para ajudar a regular o clima e a melhorar a vida das pessoas, além de ser abrigo para inúmeras espécies.

A falsa ideia de que cidades tomadas pelo asfalto e pelo concreto são mais desenvolvidas faz com que muitos defendam cada mais avenidas e viadutos. Assim não pensam na importância do verde para a população e em questões como a mobilidade urbana e a humanização das cidades.



Cidades sustentáveis são aquelas que priorizam a manutenção do verde que ainda resta e buscam a qualidade de vida para todos, pensando na geração atual e nas futuras.

14. Proporcionar mais brincadeiras ao ar livre e menos tecnologias digitais

É um imenso desafio manter as crianças longe do exagero na utilização das tecnologias digitais. TVs, tablets e celulares marcam presença cada vez mais no mundo infantil.

Crianças bem pequenas já têm seu próprio smartphone. Crianças mais velhas e os adolescentes também levam os seus aparelhos para a escola para jogar, ouvir música ou acessar as redes sociais.

E como deve ser o uso das tecnologias dentro da escola?

Os filmes e jogos eletrônicos estão tomando o lugar da brincadeira, atividade fundamental para o desenvolvimento sadio da criança.

Além disso, os conteúdos disponíveis em diversas mídias podem não ser adequados ao bem-estar psicológico das crianças, e dos jovens em formação.



14. Proporcionar mais brincadeiras ao ar livre e menos tecnologias digitais

As famílias e a escola podem incentivar o brincar ao ar livre, passeios culturais e em meio à natureza, atividades que façam a criança se divertir sem precisar das telas.

O exemplo dos pais, familiares, professores e gestores educacionais é fundamental para o uso responsável desses dispositivos eletrônicos em casa, na escola ou em outros espaços de convivência.

Desconectar-se mais do mundo virtual para estar em conexão com os filhos é também muito importante para estabelecermos relações mais profundas no mundo real.

As tecnologias digitais e as diversas mídias vieram para ficar, e outras ainda virão: para nos aproximar uns dos outros, ou para nos afastar.

Não é uma tarefa simples mas precisamos estar atentos aos conteúdos e às interferências das tecnologias no desenvolvimento saudável de crianças e adolescentes.



15. Criar e manter mais bibliotecas, brinquedotecas e feiras de trocas

Ler e brincar sem ter que pagar por isso. Já pensou como seria incrível se o seu bairro tivesse espaços para leitura, troca de livros, contação de histórias, e uso coletivo de brinquedos?

Não seria ótimo ter atividades realizadas fora de shoppings, em áreas livres de comércio, criando espaços para arte, cultura e aprendizado de adultos e crianças?

E o que podemos fazer para viabilizar esses espaços nos bairros?

Escolas públicas e privadas podem ajudar nesta tarefa, cedendo espaço e organizando ações para promover mais leitura e mais brincadeira para as crianças. Igrejas, clubes, associações culturais e de bairro também podem fazer o mesmo.

Muitas prefeituras já desenvolvem projetos de ruas do lazer pelo Brasil e muitas feiras de troca também acontecem por aí.

Conheça, organize e participe!



16. Desenvolver um olhar crítico sobre a mídia pelos direitos da infância

Uma leitura crítica da mídia e da publicidade nos ajuda a mudar nossas escolhas de consumo e nossa visão de mundo.

E ela deve ser associada à cultura da proteção integral da infância.

Assim percebemos claramente o que precisa ser mudado: comerciais de cerveja na TV aberta a qualquer hora, estratégias de marketing nos pontos de venda de cigarro, chamadas sobre ou programas impróprios para menores no horário em que elas assistem TV, por exemplo, atingem em cheio crianças e adolescentes.

São vários os exemplos de programas que têm público infantil mas que claramente promovem a adultização e erotização precoce. Isso, inclusive, nos que as próprias crianças participam como atores em novelas e seriados, bem como shows de calouros ou desfiles de moda infantil.



16. Desenvolver um olhar crítico sobre a mídia, sobretudo pela infância

Isso não pode mais continuar, assim, como é atualmente: assistir passiva e acriticamente a tudo.

Com uma visão crítica, entendemos também como alguns modelos de comportamento e valores da mídia influenciam negativamente a infância.

Podemos incentivar, em casa e na escola, um outro olhar sobre os conteúdos da mídia e a comunicação mercadológica, seja publicidade, jornalismo, postagens nas redes sociais, músicas, publicações impressas e até as embalagens de produtos.

Para promovermos mudanças concretas para um consumo com consciência precisamos de mobilização e de ação responsáveis.

Saiba mais sobre o sistema de concessão pública das emissoras e sobre as finalidades expressas na Constituição Federal.

Reivindique seu direito a uma programação de qualidade para todas as idades e mais TVs públicas, educativas e comunitárias, com mais representação regional e diversidade cultural na mídia.



17. Entender os riscos do uso da internet por crianças e adolescentes

Ao navegarem sites e blogs, as crianças têm contato com muita informação importante para seu desenvolvimento. Mas ao mesmo tempo elas correm os perigos das armadilhas digitais.

Como não há uma forma 100% segura para o uso da internet por crianças, é importante que as famílias e a escola promovam o debate sobre o tema e definam as regras para minimizar os impactos.

Smartphones, iPads e tablets são os presentes mais pedidos pelas crianças nas datas comemorativas. A maior parte deles é usada sem nenhum tipo de supervisão de adultos.

A adultização da infância também acontece quando crianças navegam sozinhas pela rede. Elas certamente terão contato com cenas de violência, conteúdo sexual, bullying, ofensas, pedofilia e jogos perigosos.

É importante perguntar: com que idade meus filhos estarão aptos para usar a internet com segurança? O que eu preciso fazer para protegê-los?



18. Zelar pela privacidade das crianças com menos exposição nas redes sociais

Fotografar e filmar filhos, sobrinhos, netos são atividades positivas e que nos ajudam a registrar o desenvolvimento das crianças e as poéticas da infância.

A possibilidade de divulgar as imagens, por meio de redes sociais, para um grande número de pessoas criou um problema: os adultos passaram a expor as crianças de forma exagerada, o que gera riscos e desrespeita a privacidade da criança.

Também é preciso ficar atento aos registros nas creches e nas escolas e ao uso destas imagens.

Fique de olho nas suas postagens: evite que informações pessoais e as imagens das crianças possam ser usadas de forma indevida, e não divulgue ou compartilhe vídeos e fotos que desrespeitem a infância e a adolescência.



18. Zelar pela privacidade das crianças com menos exposição na internet

O artigo 5º da Constituição Federal, X e XXVIII, garante e assegura a todo indivíduo o direito de uso de sua imagem.

No caso de crianças e adolescentes, além da Constituição, esse direito é assegurado também pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) como expostos nos artigos 17 e 18:

Artigo 17. O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, ideias e crenças, dos espaços e objetos pessoais.

Artigo 18. É dever de todos velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor.

Os artigos 240 e 241 do ECA abordam a proibitividade e penalidades sobre a produção, reprodução, direção, fotografia, filmagem, registro, oferecimento, troca, disponibilização, transmissão, distribuição, publicação e divulgação, por qualquer meio, de imagens e cenas de sexo e pornografia envolvendo crianças e adolescentes.



19. Apoiar a Classificação Indicativa em respeito aos direitos das crianças

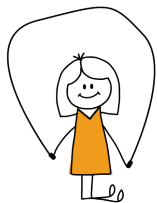
A Classificação Indicativa define as faixas etárias apropriadas para a programação na TV, mercado de cinema e vídeo, jogos eletrônicos, aplicativos e jogos de interpretação (RPG) e também faz a associação com faixas horárias na TV aberta.

Mas estamos correndo o risco de ficar sem a associação da faixa horária com a faixa etária como acontece hoje com a Classificação Indicativa.

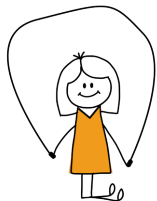
O Supremo Tribunal Federal (STF) atualmente analisa a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 2404, movida em 2001 pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), que pretende a declaração de inconstitucionalidade do artigo 254 do Estatuto da Criança e do Adolescente, e acabar com os mecanismos de sanção (multa) contra as emissoras que veicularem conteúdos considerados inapropriados a meninos e meninas fora do horário recomendado pela Classificação Indicativa.



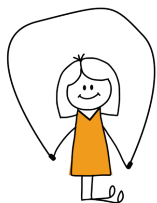
19. Apoiar a Classificação Indicativa em respeito aos direitos das crianças



A atual política de classificação vigora no país desde 2006, sob administração do Ministério da Justiça, e a Portaria MJ nº 368 de 2014, em atual validade, regulamenta os dispositivos sobre aquela.



Além da manutenção da Classificação Indicativa, precisamos criar outras formas da sociedade dizer que tipo de televisão ela quer e precisa, já que a operacionalização das redes de TV são uma concessão pública. A sociedade deve acompanhar e opinar sobre a atuação das empresas de mídia em favor da infância.



São poucos os programas realmente educativos na televisão aberta ou por assinatura, na perspectiva de respeito aos direitos das crianças e, ainda não existem canais educativos públicos para crianças, mantidos pelos poderes constituídos em todos os níveis.

Os artigos da Constituição Federal relativos à comunicação social ainda não foram regulamentados, desde 1998, inclusive com muitos políticos que deveriam proteger os direitos humanos como proprietários de redes de comunicação e canais de TV, o que a própria Constituição proíbe.

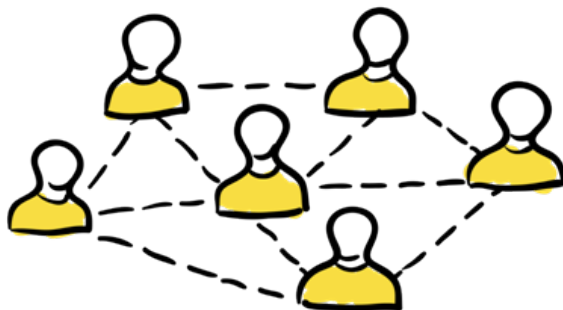
Mais informações sobre a Classificação Indicativa na página do Ministério da Justiça: <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao>

20. Participar ativamente da proteção integral da infância

A cada dia mais pessoas, organizações e movimentos estão se sensibilizando para a necessidade de um trabalho coletivo e contínuo em defesa das crianças.

Não adianta esperar que os outros façam. Cada um pode ajudar participando de conselhos, redes e grupos que atuam para proteger a infância, seja contra qualquer tipo de exploração; seja para levar arte, educação e cultura; seja para ajudar mães a amamentar seus filhos e outras ações fundamentais para a saúde física e psicológica das crianças.

A Rede Brasileira Infância e Consumo atua unindo a reflexão sobre a criança e o consumismo.



20. Participar ativamente da proteção integral da infância

Agora que você conhece as “20 Ações pela Proteção Integral da Infância - **Consumismo e Mídia**”, formuladas pela REBRINC, deve estar se perguntando: se há tanto por fazer, por onde começar?

A efetivação da proteção integral da infância passa também por mudanças na mídia, na publicidade e no consumo. O nosso papel é mobilizar a sociedade para isso.

Nós, da REBRINC, queremos uma comunicação que respeite os direitos das crianças e dos adolescentes, uma publicidade mais ética, uma mídia mais democrática e plural, opções mais saudáveis nas prateleiras, poder fazer escolhas de consumo com consciência, além de escolas abertas para a discussão do consumismo.

Famílias, escola, mídia, mercado, governos, organizações e todos nós somos responsáveis por construirmos um mundo mais saudável, sustentável, afetivo, seguro e feliz para meninas e meninos.



20. Participar ativamente da proteção integral da infância

A sua ajuda é fundamental, seja na sala de aula, em casa ou em outros espaços, refletindo sobre os prejuízos que o consumismo pode causar às crianças.

Venha com a gente nesta caminhada. Que tal se juntar a nós para questionar os impactos do consumismo infantil?

Saiba mais sobre o nosso trabalho em:

<http://rebrinc.com.br/quem-somos/diretrizes-da-rede/>

Conheça nossa Carta da Princípios em:

<http://rebrinc.com.br/quem-somos/carta-de-principios-da-rebrinc/>

Acesse o questionário de adesão em:

<http://rebrinc.com.br/participe/>

Curta nossa página:

<https://www.facebook.com/redebrasileirainfanciaeconsumo>

Participe do grupo de discussão:

<https://www.facebook.com/groups/rebic/>

Fale conosco pelo contato@rebrinc.com.br

ou pelo site www.rebrinc.com.br



Venha fazer parte da REBRINC



REBRINC
Rede Brasileira
Infância e Consumo