



**idec**

**Instituto Brasileiro de  
Defesa do Consumidor**





# Unboxing e Youtubers Mirins

Claudia de Moraes Pontes Almeida

14/09/2017

# QUEM SOMOS

- O Idec - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - é uma associação de consumidores fundada em 1987.
- É uma ONG sem fins lucrativos.
- Independente de empresas, governos ou partidos políticos.
- Seus recursos financeiros para o desenvolvimento de suas atividades têm sua principal origem nas contribuições de seus associados.

**“Promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica.”**

# ÁREAS DE ATUAÇÃO



Alimentação Saudável e Sustentável



Telecomunicações e Direitos Digitais



Educação e Serviços Financeiros



Mobilidade Urbana e Consumo Sustentável



Assistência à Saúde

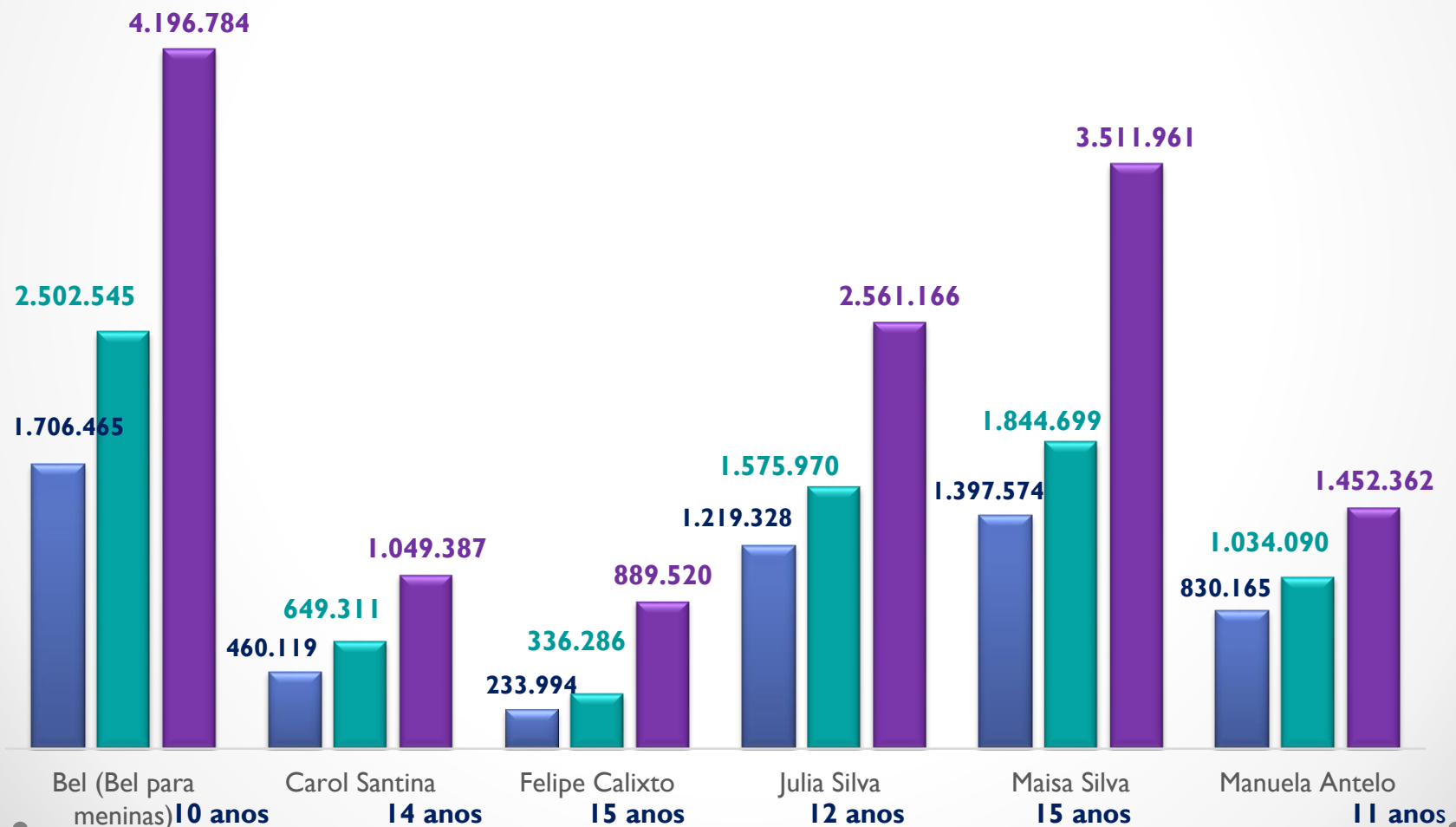
# O que é?

**Unboxing** (tirar da caixa): vídeo utilizado para abrir produtos em geral, enviados pelos fornecedores ou comprados pelos *youtubers*, com a finalidade de demonstrar as suas características.

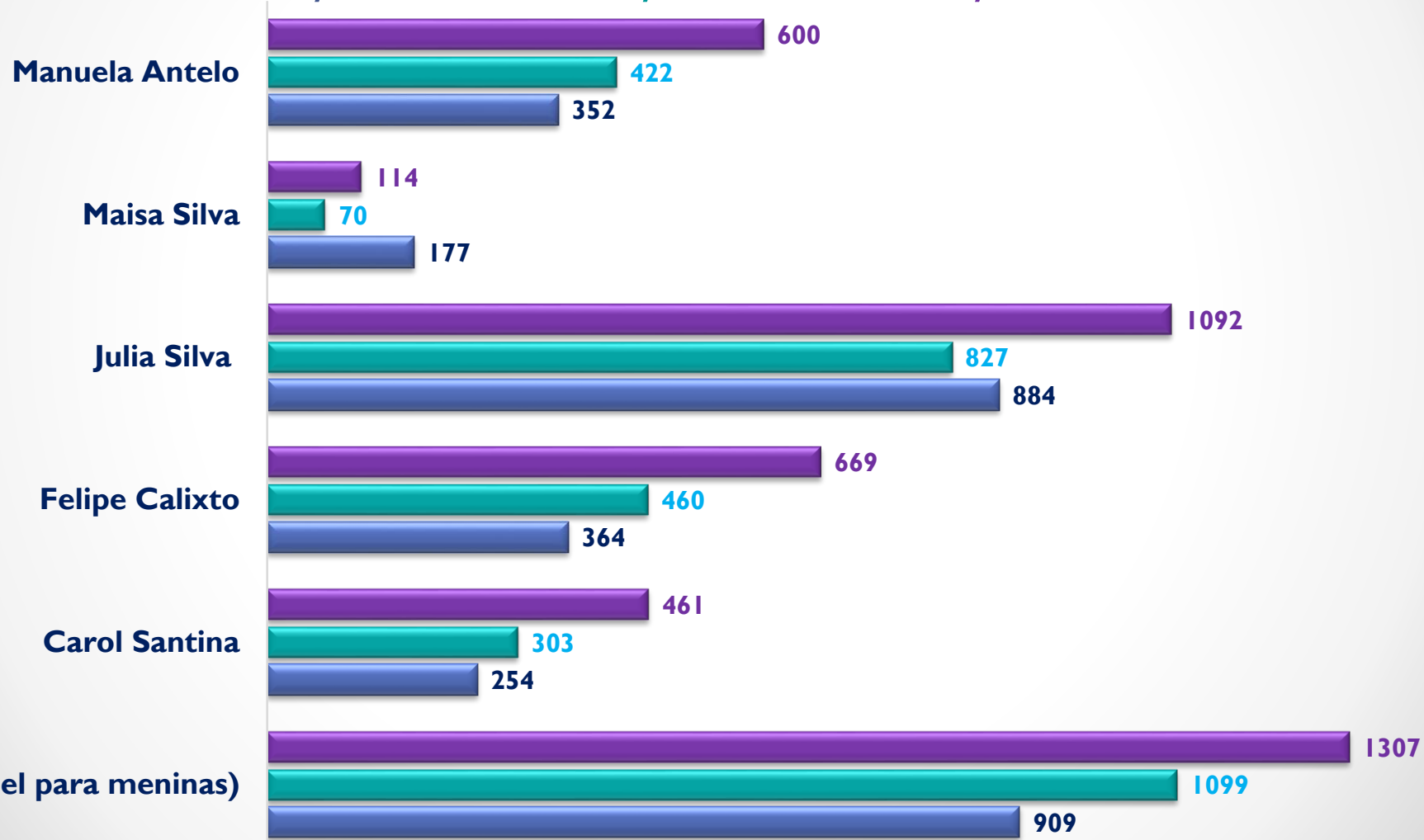
**Youtuber**: produtor de conteúdo para o YouTube, normalmente com canal próprio, que carrega e compartilha vídeos de forma regular.

## PERFIL DOS YOUTUBERS

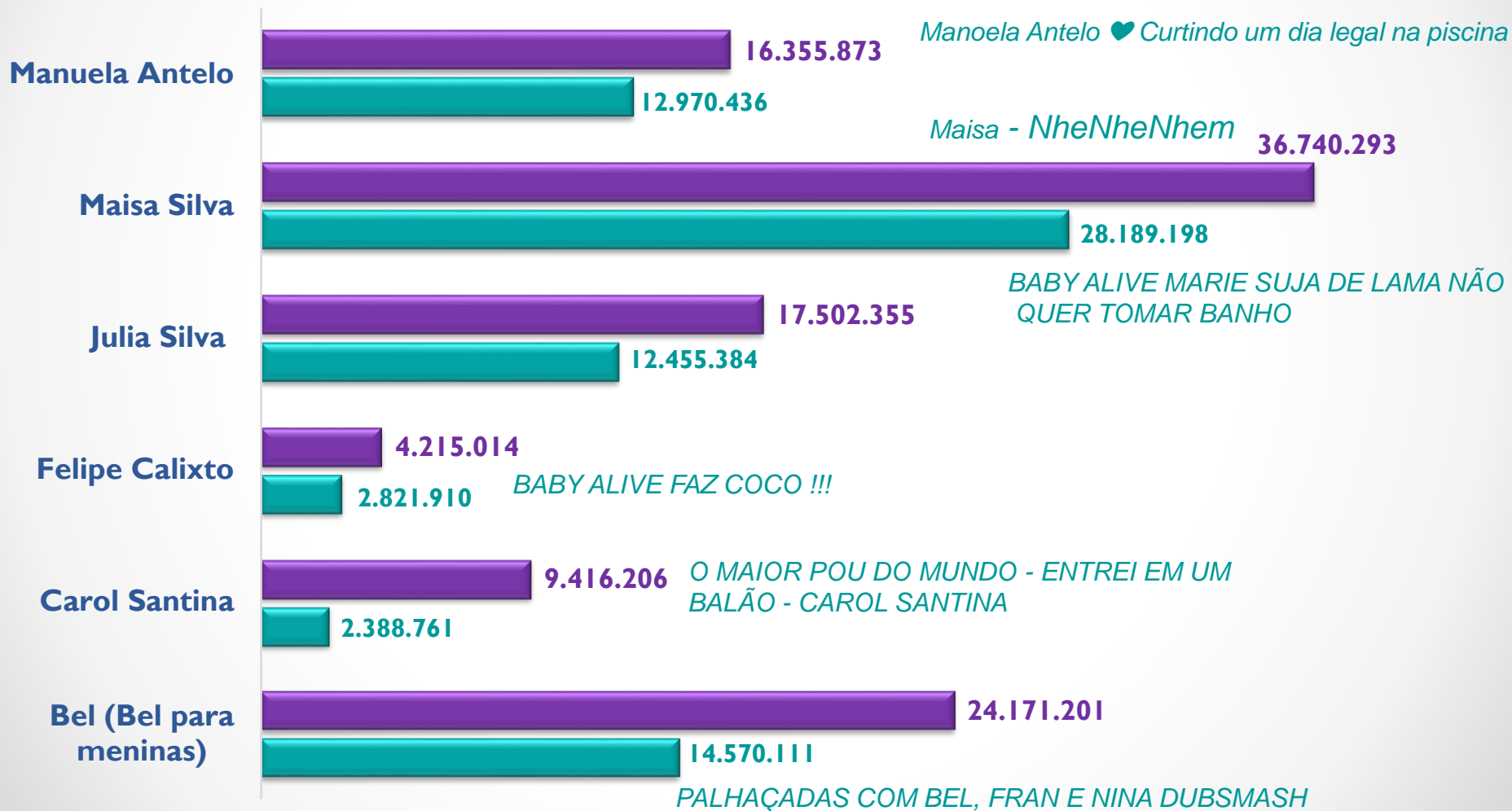
**Nº DE SEGUIDORES ABRIL/16 - SETEMBRO/16 E SETEMBRO/17**



### QUANTIDADE DE VÍDEOS POSTADOS ABRIL/16 - SETEMBRO/16 E SETEMBRO/17



## PERFIL DOS YOUTUBERS VÍDEO MAIS VISUALIZADO/ASSUNTO SETEMBRO/2016 E SETEMBRO 2017







Ana Furbys

um monte de gente querendo ganhar como eu ☐

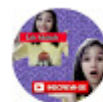
Responder • 1



Juliana Baltar

Que legal, queria estar ai, beijos!

Responder • 155



Lele Machado

eu sempre quis ganhar uma baby alive  
mas nunca consegui  
esse ainda é o meu sonho. :'(

Responder • 63

## BABY ALIVE CUIDA DE MIM (Better Now Bailey) - Julia Silva



Julia Silva ✓

Inscrever-se 1.235.464

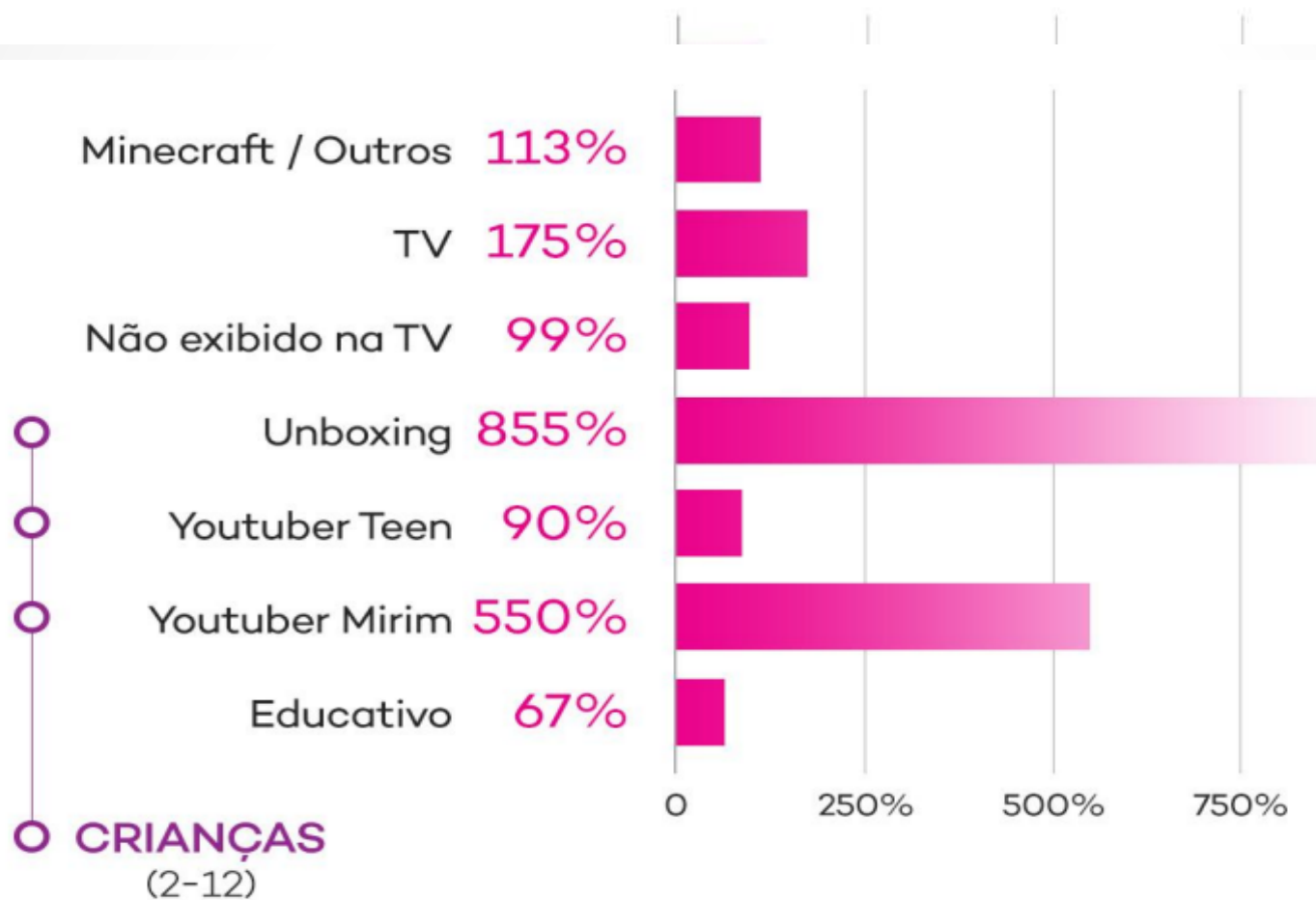
136.525

Adicionar a Compartilhar Mais

5.347 424

## CRESCIMENTO POR CATEGORIA

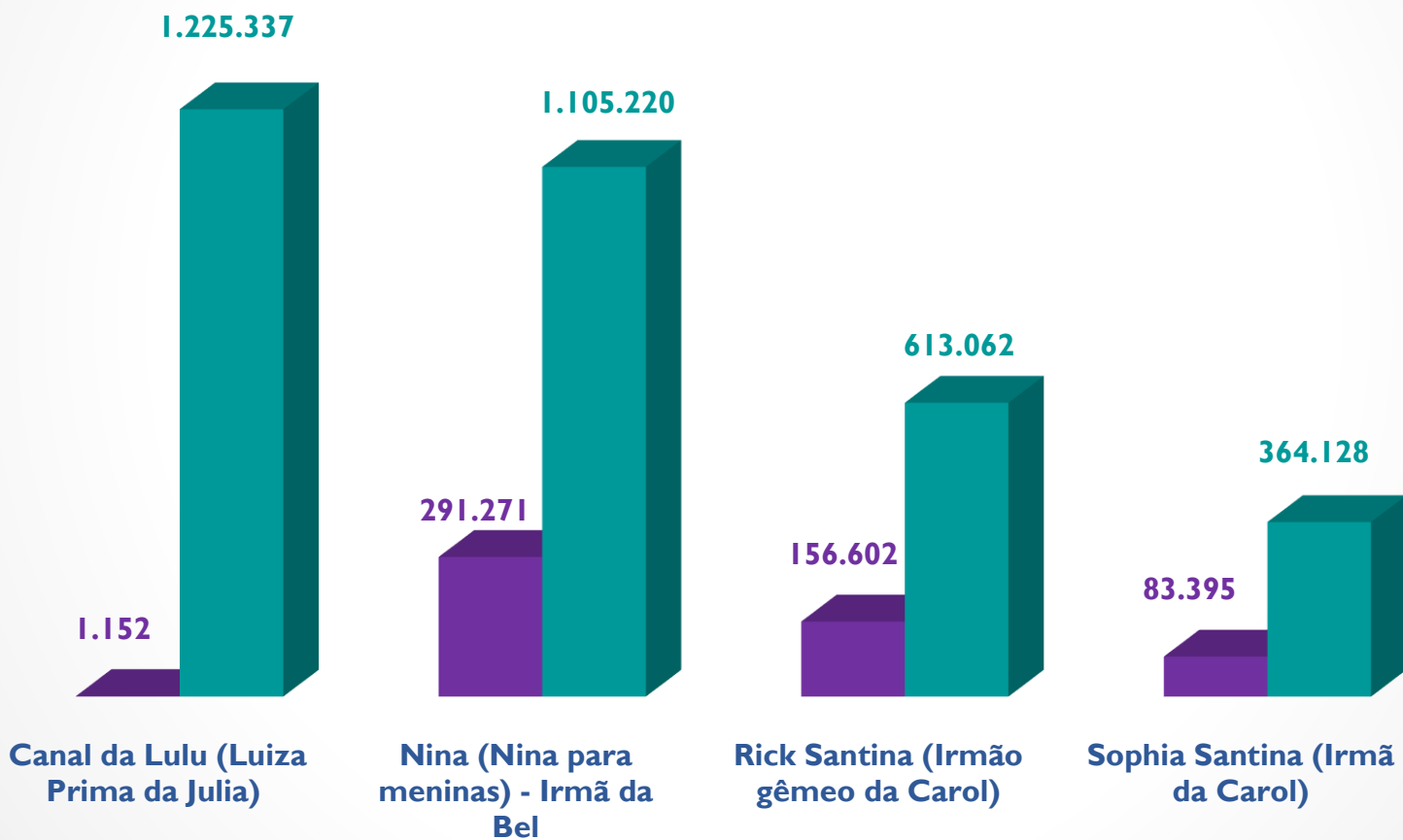
AGOSTO 2015 X AGOSTO 2016



# “Frutos”

"Frutos"	Idade	Vídeo mais acessado (04/2016)	Vídeo mais acessado (09/2017)	Nome do vídeo mais assistido	Nº de Vídeos (04/2016)	Nº de Vídeos (09/2017)
Nina (Nina para meninas) - Irmã da Bel	2 anos	717.854	5.715.183	COMI BATOM	157	360
Canal da Lulu (Luiza Prima da Julia)	5 anos	5.890	41.259.210	BABY ALIVE COME MIOJO DE VERDADE E FAZ COCÔ	51	565
Rick Santina (Irmão gêmeo da Carol)	13 anos	709.348	3.697.848	DESAFIO MENTOS + REFRIGERANTE - RICK SANTINA	97	257
Sophia Santina (Irmã da Carol)	6 anos	507.071	2.219.271	Mãos de Gelatina Gigante - DIY - SOPHIA SANTINA	28	127

## Seguidores Abril/2016 e Setembro/2017



# VIOLAÇÕES

- **Constituição Federal – Princípio da Prioridade Absoluta**
- **“Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, crueldade e opressão”**

# VIOLAÇÕES

- **Código de Defesa do Consumidor – Vedação a publicidade abusiva - Artigo 37 § 2º**
- **Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.**
- **§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.**

# VIOLAÇÕES

- **Marco Legal da Primeira Infância (Lei 13.257/2016)**
  - **Art. 5º** - Constituem áreas prioritárias para as políticas públicas **para a primeira infância** a saúde, a alimentação e a nutrição, a educação infantil, a convivência familiar e comunitária, a assistência social à família da criança, a cultura, o brincar e o lazer, o espaço e o meio ambiente, **bem como a proteção contra toda forma de violência e de pressão consumista**, a prevenção de acidentes e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce à comunicação mercadológica

# ACONTECEU COMIGO!







# Obrigada!

Claudia de Moraes Pontes Almeida  
14/09/2017



[facebook.com/idecbr](https://facebook.com/idecbr)



[@idec](https://twitter.com/idec)

**JUNTE-SE A NÓS NESSA LUTA!**  
**Associe-se em: [www.idec.org.br](http://www.idec.org.br)**