

# AS MARCAS E O EU DIGITAL

# ORIENTAÇÕES

Lembre-se de que neste eixo há três blocos de atividades, organizados por cor e nível de complexidade.

1. As informações da seção **PARA COMEÇAR** devem ser lidas e discutidas, com o objetivo de se fazer o diagnóstico inicial dos conhecimentos prévios da turma. O que já sabia sobre o assunto? O que foi novidade?
2. Escolha o bloco de atividades que irá utilizar pela cor **AZUL** ▶, **VERDE** ● ou **LARANJA** ■. As atividades do bloco azul, se realizadas por estudantes dos anos iniciais do ensino fundamental, devem ser mediadas por um adulto. As atividades dos blocos verde e laranja podem ser feitas com autonomia e requerem mais conhecimento sobre o ambiente midiático.
3. As **seções** possibilitam a interação e a participação de todos e apresentam exemplos para levar sua turma a refletir sobre o tema, analisar o conteúdo de forma crítica, compreender o que foi abordado e aplicar o que foi aprendido no dia a dia.
4. Ao fim de cada aula, em **Acesse e saiba mais...**, há a indicação de conteúdos que podem ser consultados para complementação do trabalho nos três níveis.

Em **VAMOS REFLETIR!**, considere as perguntas colocadas e comente com o grupo sobre o que pensou.



Procure realizar as situações-problema propostas na seção **EM AÇÃO!** examinando o conteúdo de forma crítica.



Em **PARA COMPREENDER**, discuta o conteúdo que foi abordado.



Em **INTERLIGADO!**, verifique como poderá aplicar esse conhecimento no dia a dia.

## AULA 3 PARA COMEÇAR

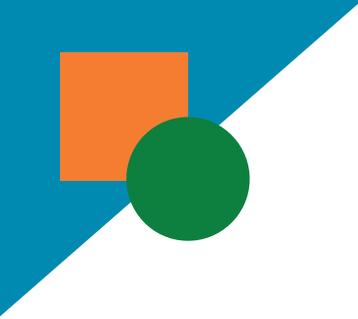
Você sabe o que são influenciadores digitais?

Os influenciadores digitais ou *digital influencers* são pessoas com muitos seguidores nas redes sociais, portanto, com suposta capacidade de influenciar comportamentos ou potenciais compradores de um produto ou serviço, promovendo ou recomendando os itens.

Os *influencers* são, em muitos casos, pessoas que se tornaram conhecidas a partir da internet. Com muita audiência nas redes sociais, os influenciadores passaram a ser o próprio canal de mídia.



designed by  freepik



Muitas pessoas começam a se vestir ou consumir determinados produtos de acordo com as influências que moldam sua identidade. Por isso, quando o consumidor segue um influenciador que combina com seu estilo de vida, seus interesses e suas opiniões, passa a confiar na publicidade que ele divulga, e a tendência a comprar os produtos aumenta.

Os influenciadores digitais também podem vender ideias e diferentes discursos, como os políticos. Muitos canais de vídeos se dedicam a influenciar a opinião de eleitores, por exemplo, até mesmo por meio da divulgação de notícias falsas.

Os influenciadores digitais têm algumas diferenças em relação aos chamados formadores de opinião, apesar de ambos influenciarem outras pessoas.

Os formadores de opinião geralmente alcançam esse *status* depois de já ter conquistado espaço na mídia a partir do seu reconhecimento como especialistas, líderes ou representantes da ideia ou causa que disseminam, independentemente de ter ou não seguidores nas redes sociais.

## OBJETIVOS

- Reconhecer e entender o papel de um influenciador.
- Conhecer as consequências desse modelo para a saúde mental.

## VAMOS REFLETIR!

- ▶ O que você pensa dos influenciadores que se dirigem ao público infantil? A influência deles é positiva ou negativa? Por quê?
- ▶ Você acha que um influenciador deve deixar claro quando está recebendo (em dinheiro, produtos ou serviços) para promover algo?

## EM AÇÃO!

1. Leia a notícia a seguir.

Você já ouviu falar em **unboxing**? É um termo em inglês que significa “tirar da caixa”, ou seja, desembalar novos produtos. Os vídeos de unboxing apresentam a abertura de embalagens de um produto novo, mostrando em detalhes os itens que o compõem e suas características de maneira informal e divertida.

O Ministério Público do Estado de SP pediu ao Google que retirasse do ar vídeos de influenciadores mirins por conta de propaganda velada ao público infantil. A ação civil pública diz respeito a uma campanha feita pela Mattel do Brasil, com a influenciadora Júlia Silva.

Segundo informações da *Folha de S.Paulo* e da revista *Veja*, a campanha era relativa a personagens do universo de *Monster High*, um desenho infantil. Na campanha, a influenciadora criou oito vídeos em que seus espectadores eram convidados a fazer desafios cujo prêmio seria participar de um evento na Mattel.

Para o MP, a marca pode ter usado de “estratégias abusivas de comunicação mercadológica dirigida ao público infantil”. Ainda, segundo o órgão, “diversas empresas, aproveitando-se da hipervulnerabilidade tanto da criança *youtuber* como da criança espectadora, passaram a enviar seus produtos a esses influenciadores digitais para que eles os desembulhassem, apresentassem, como verdadeiros promotores de vendas”.

A prática do *unboxing* de brinquedos já é bastante comum entre influenciadores infantis. Por conta disso, a promotoria do MP pediu à Justiça a retirada destes vídeos relacionados aos produtos da Mattel.

A ação também deve permear outros *youtubers* como Felipe Calixto, Manoela Antelo, Gabriella Saraivah, Marina Bombonato, Duda MH e canal Vida de Amy.

WAKKA, Wagner. MP pede a retirada de 12 vídeos de *youtuber* mirim por publicidade infantil. Disponível em: <http://bit.ly/publicidade-infantil-retirada>. Acesso em: 29 ago. 2020.

## DICAS IMPORTANTES PARA SEU DIA A DIA!

- ▶ Atenção: nem sempre o incentivo ao consumo e a divulgação de discursos questionáveis estão claramente apresentados nas redes sociais.
- ▶ Observe que muitos vídeos de *unboxing* parecem dicas, mas na verdade são publicidades não sinalizadas.
- ▶ O Código de Defesa do Consumidor (CDC) dispõe, no artigo 37, sobre a proibição de toda publicidade enganosa e abusiva.

- a) Qual é sua opinião sobre a notícia que acabou de ler? Você concorda que os vídeos de influenciadores mirins na categoria *unboxing* devem ser retirados do ar? Por quê?
- b) Você acha que os vídeos de *unboxing* no universo infantil violam os direitos das crianças? Comente sua resposta.
- c) Podemos considerar que esses vídeos são úteis para as pessoas que querem saber, por exemplo, como o produto é fabricado, sem alterações publicitárias?

## PARA COMPREENDER

Muitas vezes, as crianças não percebem que são diretamente influenciadas pela publicidade por meio de vídeos, como os da categoria *unboxing* de brinquedos. Elas não sabem diferenciar o que é conteúdo e o que é publicidade.

A maioria delas desconhece que um vídeo de *unboxing*, por exemplo, foi realizado com o objetivo de vender um produto, mas, desde muito pequenas, já apresentam necessidade de consumo por causa desse tipo de influência.

### Conheça a recomendação do Conanda

A resolução de 2014 do Conanda (Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente) considera abusiva a prática de publicidade de comunicação mercadológica à criança utilizando-se, dentre outros, de linguagem infantil, representação de criança, pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil, personagens ou apresentadores infantis, desenho animado, bonecos ou similares e promoções com distribuição de prêmios ou brindes ou com competições ou jogos com apelo infantil.

Segundo o Conar, os anúncios não podem “empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo, sendo admitida, entretanto, a participação deles nas demonstrações pertinentes de serviço ou produto”. O conselho considera também irregulares as campanhas infantis com verbos no imperativo ou publicidade velada.

Disponível em: <http://bit.ly/publicidade-infantil-abusiva>. Acesso em: 29 ago. 2020.

## INTERLIGADO!

2. Assista a um vídeo infantil de *unboxing* no YouTube que tenha muitas visualizações. Depois, troque ideias com os colegas sobre as questões a seguir.
  - a) No vídeo a que você assistiu, a publicidade está explícita, ou seja, é possível perceber algum apelo comercial?
  - b) O vídeo apresenta alguma informação de que se trata de conteúdo patrocinado?

## VAMOS REFLETIR!

- Você segue algum influenciador digital? Se sim, reflita sobre o que mais te interessa nesse canal/pessoa. Se não, você tem ideia do que motiva as pessoas a seguir influenciadores digitais?
- Um vídeo, matéria ou anúncio de um influenciador digital é capaz de convencê-lo a comprar algum produto ou serviço? Por quê?

## EM AÇÃO!

1. Acesse os *links* indicados a seguir para entender o que motiva milhões de pessoas a seguir influenciadores digitais.
  - Disponível em: <https://gente.globo.com/hashtag-seguidores/>. Acesso em: 29 ago. 2020.
  - Disponível em: <http://bit.ly/porque-seguem-influenciadores>. Acesso em: 29 ago. 2020.

Anote os motivos que justificam o ato de seguir. Converse sobre isso com seus colegas.

2. Pesquise a diferença entre influenciadores digitais, celebridades e jornalistas. Depois, responda:
  - a) Em que circunstâncias um influenciador digital tem credibilidade para divulgar um produto? Por quê?
  - b) Você acredita que as pessoas tendem a confiar mais nas “dicas” de *digital influencers* do que nas de outras personalidades que se tornaram famosas por ser artistas, por exemplo? Por quê?
  - c) Quem tem mais credibilidade ao recomendar um produto: um jornalista, uma celebridade ou um *influencer*? Por quê?

### 3. Quais formatos de publicidade são mais utilizados pelos *influencers*?

- Vídeos no YouTube.
- *Posts* e *stories*.
- Anúncios.
- Participação em eventos.
- Palestras.
- Parcerias com outros *influencers*.
- Produção e cocriação de conteúdos.
- Participação em filmes publicitários (integração do digital com o offline)
- *Lives* patrocinadas.

## PARA COMPREENDER

Muitos influenciadores geram conteúdos que acabam se tornando objeto de desejo de muitas pessoas. Um *gamer* que grava sua experiência em um jogo, por exemplo, desperta nos seguidores a vontade de jogar como ele. No entanto, é importante aprender que nem tudo que é postado é verdade, uma vez que os influenciadores são pagos para promover produtos, marcas, ideias, candidatos ou utilizam as redes sociais para promover a própria imagem e beneficiar o próprio negócio.

## INTERLIGADO!

### 4. A pesquisa a seguir foi realizada pela MindMiners para descobrir quem são as pessoas mais influentes nas redes sociais e como elas são vistas pelo público. O que você responderia se tivesse participado?

- Quem é a personalidade mais conhecida da internet no segmento de entretenimento?
- Você já viu algum influenciador fazendo propaganda ou indicando algum produto em suas redes sociais?
- Você já comprou algum produto ou serviço que foi recomendado por algum influenciador?
- Se sim, o produto ou serviço adquirido superou suas expectativas?
- Se o produto não superou suas expectativas, você ainda confia nas recomendações do influenciador?

GUIMARÃES, Leonardo. O poder da influência. Disponível em:<http://bit.ly/poder-da-influencia>.

Acesso em: 5 abr. 2020.

## VAMOS REFLETIR!

- Você já pensou em ser um influenciador digital?
- Você acha que essa profissão traz muitos desafios? Por quê?

## EM AÇÃO!

- Leia a informação a seguir.

### Saúde mental é tema de guia desenvolvido por influenciadores digitais

LUDIMILA HONORATO - O ESTADO DE S.PAULO

20/12/2019, 16:46

Projeto reuniu dez criadores de conteúdo para discutir a realidade por trás desse trabalho aparentemente cheio de glamour



Vitor Monteiro/XisGenera

O guia não definitivo Como Crescer reuniu dez influenciadores digitais para falar de saúde mental na internet. Foto: Vitor Monteiro/XisGenera/Divulgação

HONORATO, Ludimila. Saúde mental é tema de guia desenvolvido por influenciadores digitais. *O Estado de S. Paulo*, 20 dez. 2019. Disponível em: <http://bit.ly/saude-mental-guia>. Acesso em: 5 abr. 2020.

## DICAS IMPORTANTES PARA SEU DIA A DIA!

- Imponha limites para você mesmo no tempo gasto nas redes sociais ao seguir influenciadores.
- Cuide da sua saúde mental!

a) Leia a reportagem completa no *link*:

<http://bit.ly/saude-mental-guia>

b) Depois, acesse o site do projeto ou o perfil no Instagram:

<https://comocrescer.com/>

<https://www.instagram.com/como.crescer/>

## INTERLIGADO!

- Após ler a reportagem e conhecer o projeto, debata sobre o assunto com os colegas, demonstrando de que maneira os *influencers* podem ajudar de forma positiva as pessoas com depressão, baixa autoestima e ansiedade.

## PARA COMPREENDER

Saúde mental é um tema bastante em alta. Muitas pesquisas apontam o uso excessivo das redes sociais como forte influenciador na saúde mental da população.

## Acesse e saiba mais...

**Sobre uma rede social em que qualquer pessoa pode ser um influenciador:**

- Aplicativo Botnet