

Consumismo e Propagandas Abusivas

“Be Smart, Be Safe Online”

Projeto de Extensão: Neurodireitos de Crianças e Adolescentes e Saúde Mental
Docentes orientadoras: Luciana Gaspar Melquíades Duarte e Natália Sales de Oliveira

Camila Gonçalves de Oliveira
Danielly Leopoldina Ferreira
Laura D'Addazio
Laura Vitória Moraes e Silva



Você já sentiu uma enorme vontade de comprar a skin rara de um jogo, uma maquiagem nova ou o lanche que apareceu no vídeo do seu tiktoker favorito?

Se a sua resposta foi SIM, podemos te afirmar que isso não acontece por acaso, e também não significa que a ideia veio apenas de você.

MAS, ENTÃO, DE ONDE ESSAS IDEIAS SURCIRAM?

Existem estudos científicos que analisam como o nosso cérebro funciona e como ele é influenciado para despertar desejos e incentivar o consumo, mesmo quando o produto não é realmente necessário.

Ao longo da infância e da adolescência, o cérebro está em constante mudança. Nessas fases, a curiosidade e as emoções são intensas. Ao mesmo tempo, a parte do cérebro responsável por pensar com calma e avaliar as consequências das decisões ainda está em processo de desenvolvimento

É por esse motivo que as propagandas abusivas tentam chamar a atenção. Por isso, conhecer como isso acontece no cotidiano é um passo importante para agir com consciência e responsabilidade.

Nas próximas páginas, você vai conhecer o que são os Neurodireitos e aprenderá a reconhecer quando uma propaganda deixa de ser apenas informativa e passa a violar a lei. Com esse conhecimento, você se tornará mais atento e crítico para garantir a sua proteção.





Desejo ou Necessidade?

É fato que consumir faz parte da vida de todos. Nós precisamos de alimentos, roupas e materiais escolares para viver, estudar e nos desenvolver.

Porém, o consumismo é diferente. Ele acontece quando a compra deixa de ser uma necessidade e passa a ser um objetivo em si, causado muitas vezes pela vontade de se sentir incluído em um grupo ou para não se sentir diferente dos colegas.

Essa busca por aceitação é repetidamente explorada pelo mercado para associar a ideia de felicidade ao ato de comprar. Um exemplo é quando você sente que precisa de uma garrafa ou mochila específica para não ficar por fora dos assuntos.



REFLEXÃO

Você já notou que um produto pode parecer muito importante no momento da compra, mas, em poucos meses, perde o valor ao surgir uma nova versão?

POR QUE ISSO É UM PROBLEMA?

Isso representa um problema, pois o consumismo pode resultar em problemas de saúde mental, dificuldades financeiras para as famílias e contribuir para os danos ao meio ambiente.



❖ VOCÊ SABIA QUE O CÉREBRO POSSUI UM SISTEMA DE RECOMPENSAS ❖

30 MINUTOS QUE SE PARECEM SEGUNDOS

LIBERAÇÃO DE DOPAMINA

IMAGENS PERSUASIVAS PARA NOS FORÇAR A COMPRAR POR IMPULSO

❖ Nossa legislação protege crianças e adolescentes pois eles são mais vulneráveis a este estímulo. ❖

O objetivo da lei é claro: barrar manipulações para garantir que eles tenham liberdade de escolha



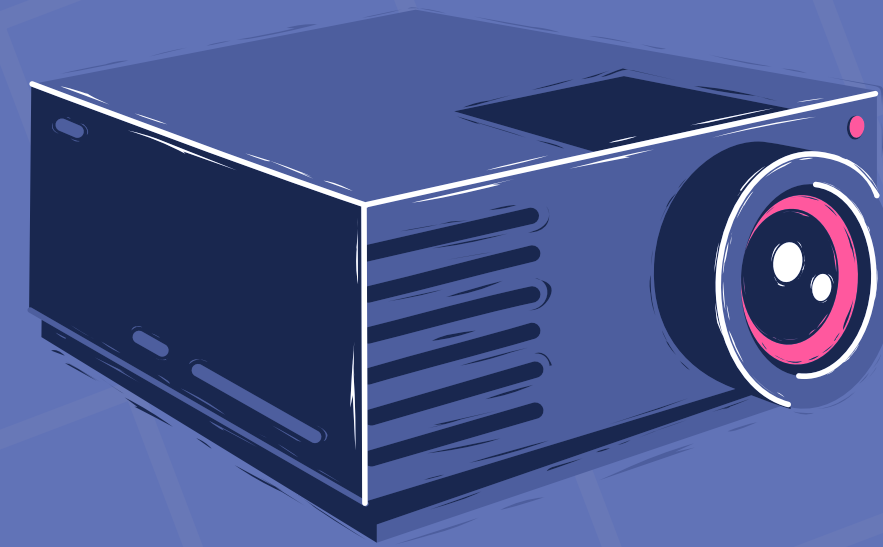
COMO IDENTIFICAR UMA PROPAGANDA

✦ antes identificar uma propaganda era uma tarefa fácil. Ela poderia aparecer nos comerciais tradicionais, como nos intervalos da televisão. Hoje, a propaganda esta cada vez mais inserida nos conteúdos que assistimos, principalmente nas redes sociais.

vídeos de influenciadores

jogos digitais

vídeos do tiktok



QUAIS OS SINAIS

- É comum encontrar avisos como #Publi, #parceria ou conteúdo patrocinado.
- Elogios exagerados.
- vídeos acompanhados de links de compras.



CONSUMO CONSCIENTE

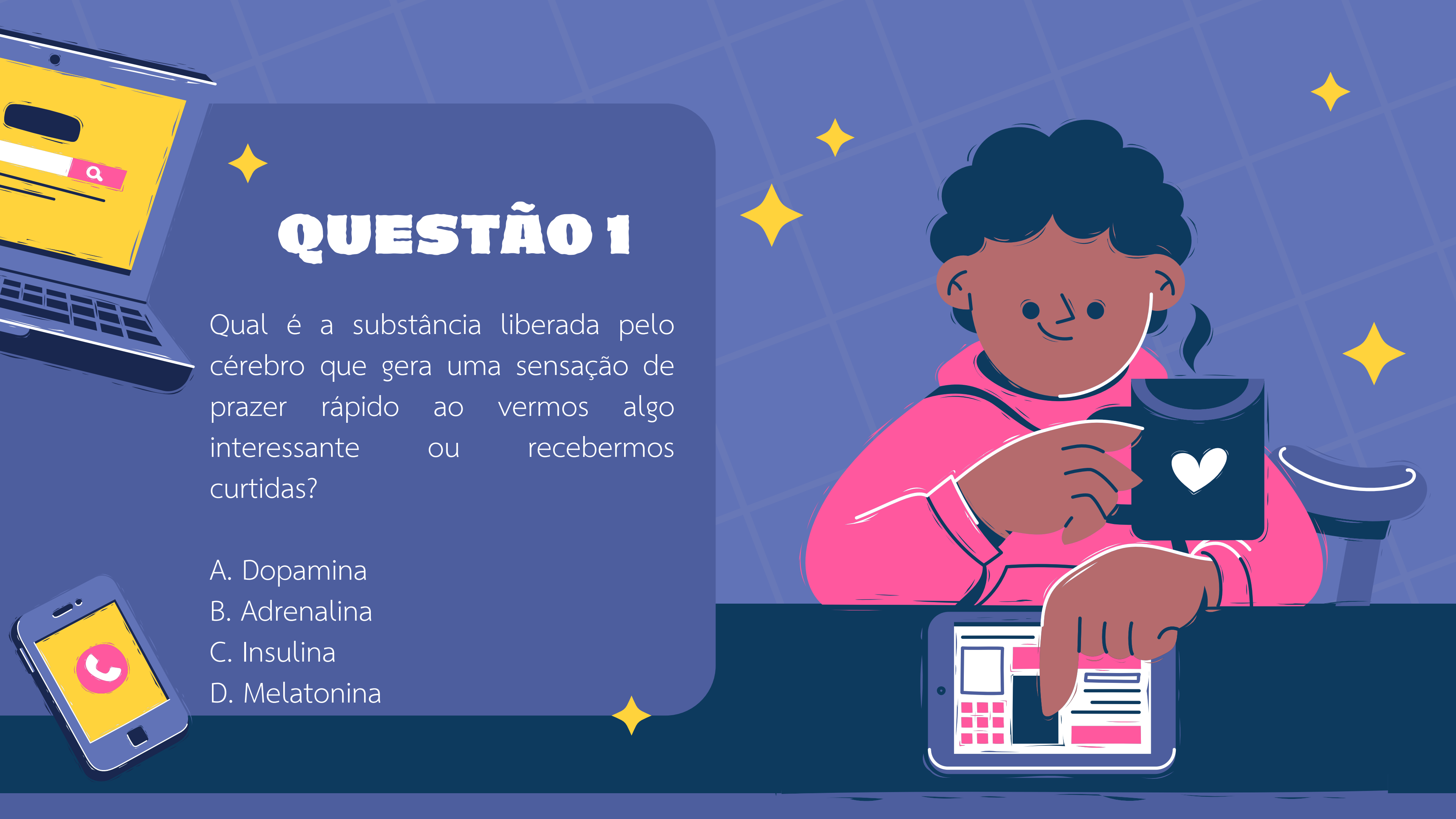
Praticar o consumo consciente não significa deixar de comprar. Na realidade, é realizar escolhas com autonomia e responsabilidade, como também refletir sem pressa antes de pedir um novo produto ou clicar em um novo anúncio.



TESTE SEUS CONHECIMENTOS

Separamos algumas questões para verificar
o entendimento de vocês.

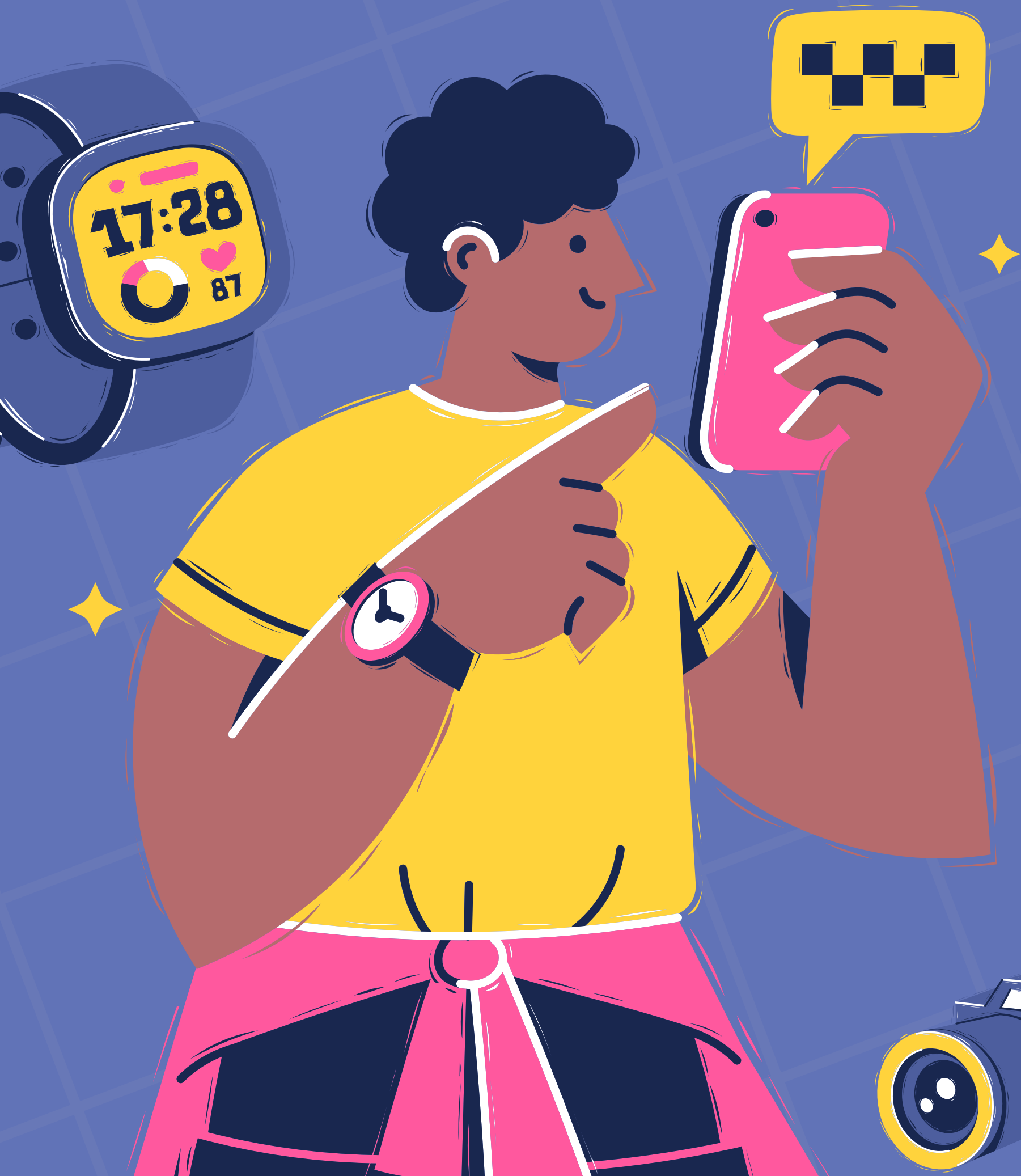




QUESTÃO 1

Qual é a substância liberada pelo cérebro que gera uma sensação de prazer rápido ao vermos algo interessante ou recebermos curtidas?

- A. Dopamina
- B. Adrenalina
- C. Insulina
- D. Melatonina



QUESTÃO 2

Quais são as possíveis consequências negativas do consumismo mencionadas no guia?

- A. Aumento da biodiversidade e redução da poluição.
- B. Fortalecimento dos laços familiares através de dívidas.
- C. Melhora na saúde mental e economia de dinheiro.
- D. Problemas de saúde mental, dificuldades financeiras e danos ao meio ambiente.

QUESTÃO 3

✦ Ao mencionar o córtex pré-frontal e seu amadurecimento tardio, reforça-se que:

- A. Crianças têm total capacidade de avaliar riscos na publicidade digital
- B. A falta de maturidade neurológica aumenta a suscetibilidade à influência manipulativa
- C. O desenvolvimento cerebral não afeta decisões de consumo
- D. Plataformas digitais não têm impacto sobre processos cognitivos





QUESTÃO 4

O que significa “publicidade comercial”?

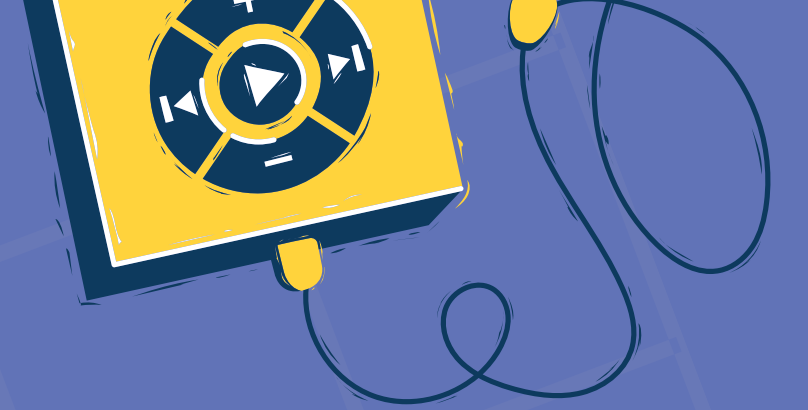
- A. Notícias postadas por influenciadores
- B. Divulgação feita por escolas
- C. Comunicação paga para promover produtos, serviços ou marcas
- D. Mensagens enviadas por amigos



QUESTÃO 5

Qual das seguintes estratégias é uma forma de aplicar o 'Consumo Consciente' no ambiente digital?

- A. Desativar notificações de ofertas e evitar clicar em recomendações automáticas de redes sociais.
- B. Seguir o maior número possível de influenciadores de compras para comparar preços.
- C. Sempre utilizar o cartão de crédito dos pais para acumular pontos de recompensa.
- D. Comprar imediatamente produtos que aparecem com a hashtag #publi para apoiar o criador.



**SEJA ESPERTO,
CUIDADOSO, E
RESPEITOSO TODA
VEZ QUE VOCE
ESTIVER ONLINE.**

