

## **Proposta da Senacon sobre publicidade infantil traz incoerências e riscos às crianças e seus direitos**

*Em manifesto, organizações da sociedade civil alertam para possível enfraquecimento das regras atuais que já proibem a publicidade dirigida à crianças*

A Secretaria Nacional do Consumidor - Senacon, órgão máximo do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, vinculado ao Ministério da Justiça, submeteu à consulta pública proposta para criação de uma portaria sobre publicidade voltada diretamente a crianças. No entanto, o texto apresentado não contou com uma participação ampla e aberta de especialistas no tema e, além disso, ignora a legislação existente, desconsidera pesquisas e estudos conceituados na área e, ainda, pode enfraquecer as regras vigentes.

A publicidade infantil já é proibida pela legislação brasileira e, com o propósito de manter o compromisso com a proteção da infância e do consumidor, a ACT Promoção da Saúde, o Instituto Alana, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - Idec e outras entidades assinaram [manifesto](#) contra a iniciativa de criação desta nova portaria, explicando os riscos que ela representa.

As organizações da sociedade civil afirmam que o texto como proposto pode abrir espaços para que, em casos específicos, as empresas possam dirigir anúncios diretamente ao público infantil, sem a mediação de pais, mães ou responsáveis, se aproveitando da hipervulnerabilidade das crianças, que não conseguem ainda compreender as intenções persuasivas por trás das mensagens publicitárias.

"Está claro que a Senacon não está atuando pela proteção dos direitos dos consumidores, que é uma de suas atribuições. A publicidade dirigida à criança no Brasil é proibida pelo Código de Defesa do Consumidor, pois se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança. A legislação é clara e visa à proteção da infância em relação a interesses comerciais. A publicidade pode colocar a vida das crianças em risco, com a criação de hábitos de consumo de produtos não saudáveis, que causam obesidade e outras doenças relacionadas", diz Adriana Carvalho, diretora jurídica da ACT Promoção da Saúde.

Livia Cattaruzzi, advogada do programa Criança e Consumo, do Instituto Alana, ressalta que "não podemos aceitar, em hipótese alguma, que as crianças sejam exploradas comercialmente pela publicidade infantil e que seus direitos sejam violados em nome de interesses puramente comerciais. A publicidade infantil já é proibida pela legislação brasileira, em qualquer meio de comunicação e espaço de socialização da criança. Assim, é fundamental que a Senacon assuma o seu papel como órgão máximo de defesa do consumidor, fiscalizando e aplicando sanções ao uso desta prática abusiva para que as crianças e suas famílias sejam livres dessa pressão consumista".

"É necessário que o direito dos consumidores e das crianças, as mais vulneráveis e afetadas pela publicidade, seja priorizado nesse processo. Além disso, precisamos com urgência combater a publicidade de produtos ultraprocessados, que domina os comerciais e estimula o consumo excessivo de alimentos não saudáveis - o que contribui diretamente para o avanço dos índices de obesidade e de outras doenças crônicas não transmissíveis", ressalta Igor Britto, advogado e Diretor de Relações Institucionais, do Idec.

Além dessas três entidades, assinam o manifesto: ANDI - Comunicação e Direitos; APAE Luis Correia-PI; APP - Associação Procons Paulistas; Associação Brasileira de Procons – ProconsBrasil; Associação Cidade Escola Aprendiz; Campanha Nacional pelo Direito à Educação; CCIAO - Casa de Cultura Ilê Asé D'Osoquia; GAJOP - Gabinete Assessoria Jurídica Organizações Populares; Instituto Cultura Etc.; Instituto Desiderata; Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social; Procon Municipal de Congonhas; Procon Municipal de Embu das Artes; Procon Municipal de Ribeirão Preto - Divisão de Gerenciamento; Rede Não Bata Eduque.

### **Sobre a ACT Promoção da Saúde**

A ACT Promoção da Saúde contribui com políticas públicas para a prevenção dos principais fatores de risco das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (doenças respiratórias crônicas e cardiovasculares, diabetes e cânceres), o tabagismo, o consumo nocivo do álcool, a alimentação não saudável e o sedentarismo, de forma a contribuir para a criação de ambientes saudáveis para a promoção de escolhas saudáveis.

A ACT participa da Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável, que possui dentre seus 10 objetivos a efetivação da proibição da publicidade dirigida ao público infantil e a restrição da publicidade de alimentos ultraprocessados.

### **Sobre o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - Idec**

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) é uma associação de consumidores que não possui fins lucrativos. Promove, desde 1987, a educação, a conscientização e a defesa dos direitos do consumidor, por relações de consumo mais justas. Sem vínculos com governos, partidos políticos ou empresas, mantém sua independência pela contribuição de associados e apoiadores. É membro da Consumers International e integrante do Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor e da Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais.

### **Sobre o Instituto Alana e o Criança e Consumo**

O [Instituto Alana](#) é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que aposta em programas que buscam a garantia de condições para a vivência plena da infância. Criado em 1994, é mantido pelos rendimentos de um fundo patrimonial desde 2013. Tem como missão “honrar a criança”.

Criado em 2006, o programa [Criança e Consumo](#), do Instituto Alana, atua para divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas à publicidade dirigida às crianças, bem como apontar caminhos para minimizar e prevenir os malefícios decorrentes da comunicação mercadológica.

### **Relacionamento com a imprensa**

2PRÓ Comunicação

[alana@2pro.com.br](mailto:alana@2pro.com.br)

Belisa Barga / Elisabete Machado / Juliana Oliveira / Myrian Vallone

Tels. (11) 3030.9437 / 9464 / 9401

Fevereiro / 2020