



Coletivo

Infância Livre de Consumismo

Grupo independente de pais e mães.

Psicólogos
jornalistas
advogados
publicitários

Apoio: **Telma Pileggi Vinha** –
docente da Fac. Educa. Unicamp e líder do Laboratório de
Psicologia Genética da **Unicamp** e do Gepem, o grupo de
estudos e pesquisas sobre educação moral da Unesp.

Edgard Rebouças - coord. Observatório de Mídia Regional e
professor da **Univ. Federal do Espírito Santo**;

Laurindo Leal Filho, ex-professor aposentado da Escola de
Comunicações e Artes da **USP**, diretor e apresentador do
programa Ver TV exibido pela TV Brasil e pela TV Câmara e
colunista da Revista do Brasil e do site Carta Maior.

Venício Lima, ex-professor da **UNB**, articulista permanente
do Observatório da Imprensa, da Carta Maior e da Teoria e
Debate



Não aceitamos que a responsabilidade seja atribuída integralmente aos pais.

Art. 227 da Constituição: 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, violência, crueldade e opressão.



3 meses de movimento*

5 mil curtidores

64 mil pessoas alcançadas

70 mil pessoas atingidas pelos virais

27 mil visualizações da nossa página

*Dados do Facebook *
média últimos 84 dias.*



Objetivos hoje

Promoção de um debate verdadeiramente democrático sobre o assunto.

Disseminar informações sobre publicidade e consumismo infantil.

Levar esta reflexão para dentro das famílias.

Promover a troca de experiências entre os pais e a construção de referências

Pais de hoje vivem uma realidade diferente de todos os que nos antecederam.

Lidamos com questões que os pais do passado não tiveram que lidar:

Obesidade infantil
Doenças metabólicas infantis
Sexualidade precoce
Consciência corporal exacerbada
Alcoolismo adolescente
Sedentarismo infantil
Crianças confinadas dentro de casa
Distorção de valores (ter ou ser)*

Formação da consciência ambiental/consumo

Publicidade infantil não colabora com nenhum desses problemas.

Ao contrário, agrava-os.

Somos também a primeira geração de pais
dos **superassediados**.

Hoje grande parte da nossa energia e esforço educacional está sendo canalizado para lidar com questões que estão entrando em nossa vida via publicidade infantil.

Nossos valores muitas vezes
competem em desigualdade com o
discurso sedutor da mensagem
publicitária.

Queremos criar filhos numa
redoma?



Queremos tirar nosso filho da redoma que os sufoca cada vez mais com apelos consumistas.

Queremos que em alguns momentos do dia, eles consigam ser simplesmente crianças e não superconsumidores em formação.

Crianças 80% decisão.

Nossos filhos cada vez mais alvo.

Inclusive de produtos adultos, que são
anunciados com linguagem infantil.

Ao invés de falar conosco, cochicham
no ouvido de nossos filhos.



limpadores multiuso



telefonía celular



Lã de aço

Unanimidade entre os pais
participantes que o atual modelo
de autorregulmentação não
funciona.

O primeiro a ver
um anúncio abusivo, não é o Conar.

São nossos filhos.

Nossa experiência com o Conar:

Telessena Páscoa



Veiculada em março e abril
Sustada pelo Conar em junho

Ovos de Páscoa Skol



Vendido em março e abril
Advertido pelo Conar em junho

A AUTORREGULAMENTAÇÃO
NÃO SERVE PARA PROTEGER
NOSSOS FILHOS
DOS ABUSOS DOS ANUNCIANTES.

“Não cabe ao Estado dizer o que é bom, em detrimento aos pais”.

Mas permitimos que, diariamente,
a publicidade diga o que é bom
aos nossos filhos,
em detrimento aos pais.