



AUDIÊNCIA PÚBLICA PL 702/2011

Comissão de Ciência e Tecnologia,
Comunicação e Informática (CCTCI)

24 de Maio de 2016

Mariana Sá
milc.net.br

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO
 InfanciaLivredeConsumismo  infencialivre



O MILC

O Movimento Infância Livre de Consumismo (MILC) é um movimento social formado por mães, pais e cidadãos comprometidos com uma infância livre de comunicação mercadológica dirigida a crianças.

Ativo na Internet desde Março de 2012, o MILC defende o envolvimento de mães e pais no debate sobre a regulamentação da publicidade infantil

Inserido em um cenário onde o sistema é falho, a regulamentação é fraca e quase todo o poder se concentra na mão das empresas, a urgência da causa é cada vez mais transparente em campanhas publicitárias abusivas e mensagens distorcidas.

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



VISÃO

O Movimento Infância Livre de Consumismo acredita em um mundo em que valores humanos estejam acima dos interesses das empresas.

MISSÃO

Nossa missão é levar informação e fomentar o debate sobre a influência das relações comerciais na educação das crianças, vigiando a atuação das empresas.

VALORES

Respeito à infância: “o bem-estar da criança é prioridade.”

Transparência e Responsabilidade: “visão crítica, compromisso com a informação e suas consequências.”

Pluralidade: “respeito à diversidade de visões.”

Acolhimento: “receptividade e compreensão: todo mundo é bem-vindo e bem recebido.”

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



RESULTADOS

O Milc atua na internet e nas redes sociais, por meio de um site e perfis no Facebook, Twitter e Instagram, e presencialmente promovendo palestras, rodas de conversa para mães, bem como eventos ao ar-livre para crianças.

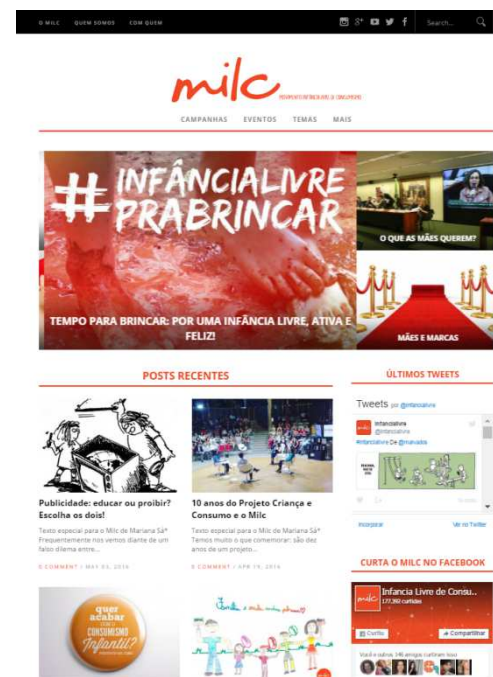
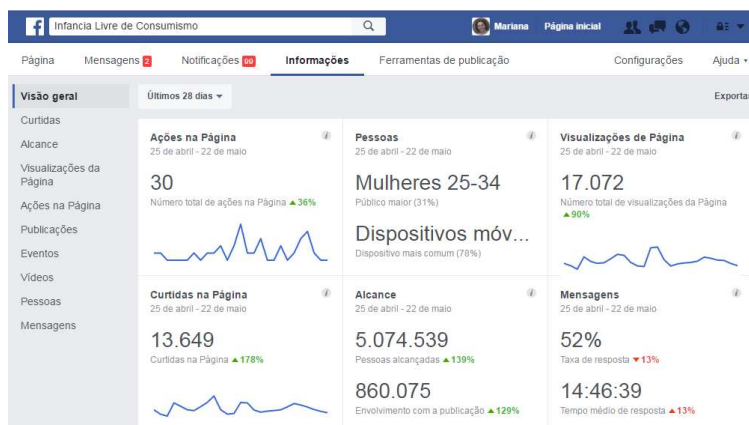
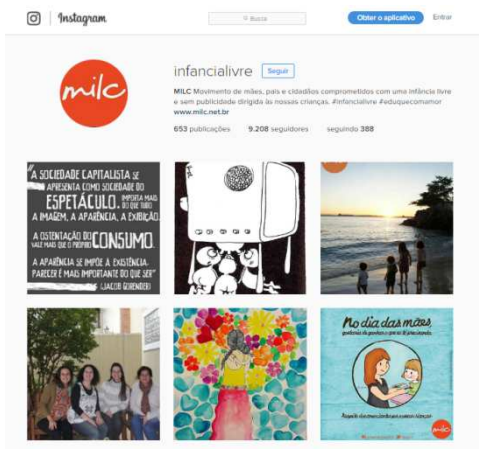
PRODUÇÃO E ALCANCE

ww.milc.net.br | **457** textos e **2.800** Comentários

Twitter | **5.635** tweets e **2093** seguidores

Instagram | **653** publicações e **9.208** seguidores

Facebook | **177 mil** curtidas alcance mensal de **5 milhões**



MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



O QUE AS MÃES QUEREM DEMONSTRAR NESTA AUDIÊNCIA PÚBLICA?

Parlamento: Equilíbrio x Escolha

É papel do parlamento acompanhar as necessidades da sociedade e equilibrar os interesses, não apenas escolher um lado. O principal papel do parlamento é formar consensos.

Prioridade: Economia x Educação

Logicamente vedar a persuasão publicitária dirigida à criança vai causar um impacto econômico, uma vez que estima-se que 80% das decisões de compra de uma família são influenciadas pelos filhos. O parlamento precisa então promover o consenso que equilibre os negócios e as necessidades das crianças (pleno desenvolvimento, a saúde física e mental das crianças).

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



O QUE AS MÃES QUEREM DEMONSTRAR NESTA AUDIÊNCIA PÚBLICA?

Regulação: Corporações x Famílias

Regular a publicidade dirigida à criança não significa interferir nas famílias, mas sim nas corporações que anunciam e impedi-las de atrapalhar o esforço dos pais em educar seus filhos com base nos valores familiares de cada núcleo. Quando as corporações anunciam diretamente para crianças, trazem um trabalho extra e indesejado para mães e pais, que o de filtrar o excesso de informação de má qualidade, deixar claro que eles aumentam a carga já pesada dos pais.

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



O QUE AS MÃES QUEREM DEMONSTRAR NESTA AUDIÊNCIA PÚBLICA?

Esforço: Toda a sociedade x Apenas as mães

Todos querem crianças saudáveis e protegidas, mas movimentos sociais e mercado divergem sobre a maneira de obter esta proteção. Anunciantes insistem que o esforço que eles causam para os pais é mínimo e facilmente evitável (desligando a tevê), mas isso não é verdade, tamanha a intensidade e onipresença de suas estratégias.

As mães e os pais precisam de ajuda do restante da sociedade, inclusive dos anunciantes, e pede que o Estado exerça o seu dever de proteger o mais vulnerável.

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



A PROTEÇÃO DAS CRIANÇAS É DEVER DAS MÃES E DOS PAIS

Prioritariamente a responsabilidade por proteger e educar é das mães e dos pais, **mas não só.**

Responsabilidade – Quando declaramos, como mães, que precisamos da cooperação de outros atores, não estamos dizendo que vamos tentar nos isentar da nossa responsabilidade de proteger e de educar, ou que estamos querendo abrir mão do nosso direito de formar nossos filhos de acordo com os nossos valores.

A MÃE DIZ “VALE MAIS O SER” ~ A PUBLICIDADE DIZ “VALE MAIS O TER”

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



A PROTEÇÃO DAS CRIANÇAS É DEVER DAS MÃES E DOS PAIS

Não queremos que o Estado intervenha na esfera privada, nas decisões familiares ou na maneira como cada família faz o seu trabalho.

Queremos que o estado intervenha para minimizar, até um ponto de equilíbrio, na estratégia de anunciar diretamente para crianças, algo que dificulta a educação e a formação de valores ao impor uma pesada carga de trabalho para os pais, que precisam conter sua permanente tentativa de entrada nos corações e mentes das crianças.

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



A DISTRIBUIÇÃO DO ESFORÇO EM FORMAR UMA NOVA GERAÇÃO

Esforço das mães e pais – educar e formar as crianças, que em menos de 20 anos serão a força de trabalho do país.

Esforço do Estado – usar seu poder para impedir que a persuasão publicitária dirigida às crianças, poupando, desta forma os esforços dos pais, que, aliviados do enorme peso atual de lutar contra o gigante, podem ter mais tempo e energia para educar e tomar melhores decisões de consumo.

Esforço dos anunciantes – criar outras estratégias que comuniquem aos pais, que são os responsáveis pelas escolhas que impactam na formação das crianças, os atributos dos seus produtos, preservando as crianças.

Cooperação:
equilibrar os esforços seria capaz de gerar um estado cooperativo.

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



DOIS CAMINHOS PARA COPERAÇÃO

1. **Autonomia das mães e dos pais:** ação articulada dos pais contra o enorme poder da propaganda, pois individualmente não há energia suficiente para resistir a avalanche "profissional" da invasão midiática. Em conjunto, estamos conseguindo desvendar as armadilhas, difundir este tipo de informação e promover ações assertivas em relação às marcas (em andamento)
2. **Regulação estatal:** uma via mais rápida para proteger a criança contando com o apoio da autoridade central, que atua para BALANCEAR os esforços de anunciantes, produtores culturais, artistas, escolas, profissionais de saúde, etc,

**PARA QUE SE OBSERVE UMA RELAÇÃO COOPERATIVA
E NÃO EXPLORATÓRIA**

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



RESUMINDO: QUEREMOS COOPERAÇÃO ENTRE ESTADO, FAMÍLIAS E ANUNCIANTES

“A cooperação tecnicamente é estabilizar um estado de divisão de esforços em que ninguém ganha o máximo, mas ninguém perde o máximo.”

(Thiago Venco)

MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO



MOVIMENTO INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO

 InfanciaLivredeConsumismo  infencialivre

www.milc.net.br