

# Publicidade Infantil

**PL 3.515/2015**  
**Câmara dos Deputados (CDC)**

**Igor Rodrigues Britto**

**idec.org.br**  
Instituto Brasileiro de  
Defesa do Consumidor

- **Organização não governamental** fundada em 1987, sem fins lucrativos, independente.
- O **Idec não aceita recursos de empresas e de partidos políticos**. Seu trabalho é mantido principalmente através da contribuição de associados que garantem a independência da organização e o compromisso com os interesses coletivos.
- Filiado à Consumers International, FNECDC, ABONG, e diversas redes temáticas nacionais e internacionais.

## Missão

Promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica.

**Publicidade  
de  
substitutos  
do leite  
materno**

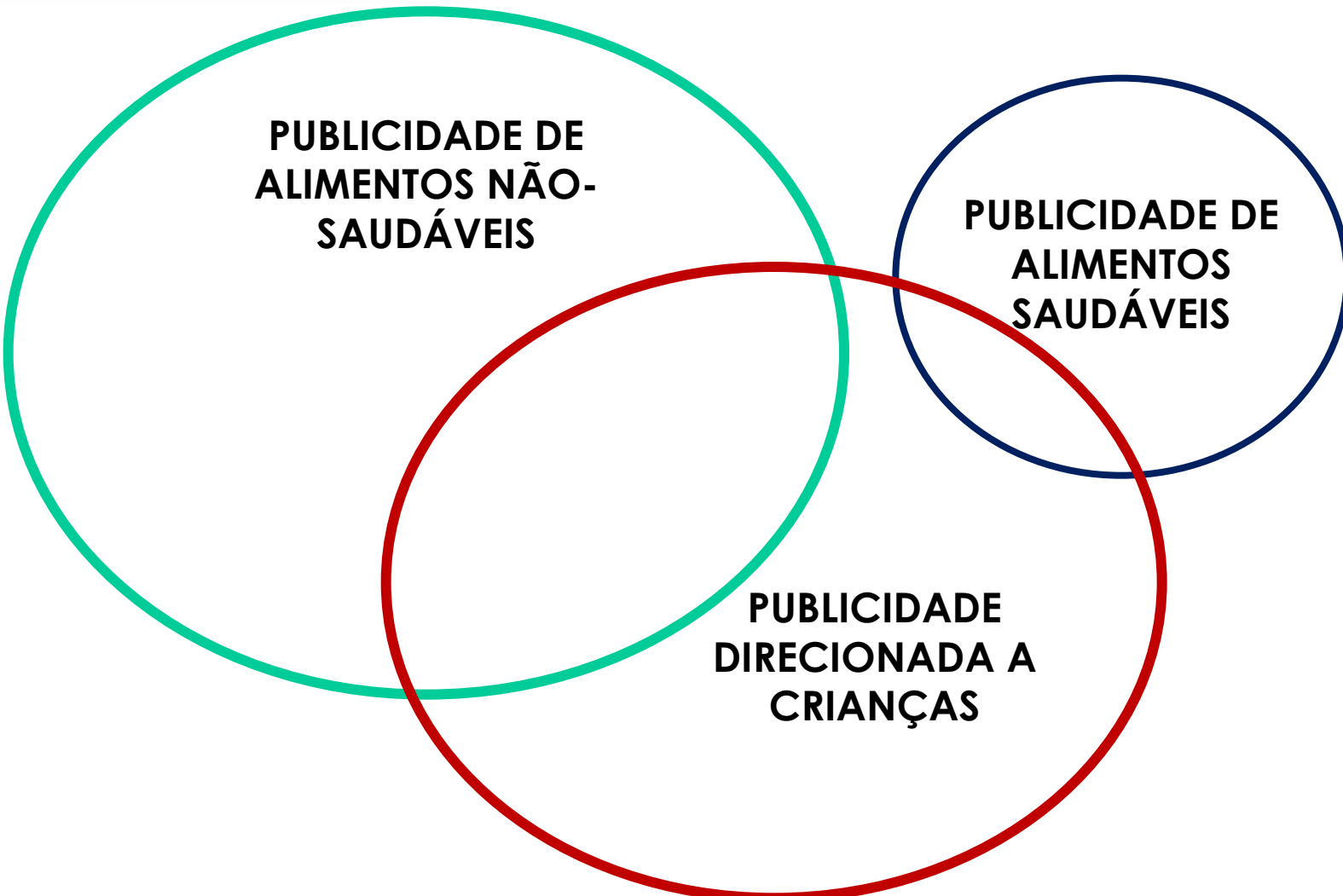


**Publicidade  
infantil**

**Publicidade  
de  
alimentos**



# Possibilidades de regulamentação



**PUBLICIDADE DE  
ALIMENTOS NÃO-  
SAUDÁVEIS**

**PUBLICIDADE DE  
ALIMENTOS  
SAUDÁVEIS**

**PUBLICIDADE  
DIRECIONADA A  
CRIANÇAS**



# **Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável**





Aliança pela Alimentação  
Adequada e Saudável

# Nossa Rede



Laboratório de Segurança Alimentar e Nutricional e Políticas Públicas, Instituto Saúde e Sociedade, UNIFESP.



Grupo de Pesquisa Nutrição e Pobreza da USP



Instituto Pólis



Núcleo de Alimentação e Nutrição em Políticas Públicas



instituto kairós



# DIREITOS

SEM

A histórica decisão do STJ sobre  
publicidade de alimentos  
dirigida à criança

RUÍDO

**idec**  
Instituto Brasileiro de  
Defesa do Consumidor

DERECHOS

SIN

INTERFERENCIAS

La histórica decisión del Superior  
Tribunal de Justicia sobre publicidad  
de alimentos dirigida a los niños

**idec**  
Instituto Brasileiro de  
Defesa do Consumidor

*“Temos publicidade abusiva duas vezes: por ser dirigida à criança e de produtos alimentícios.”*

## Resolução RDC 24/2010 da Anvisa

Publicada, porém suspensa na justiça até hoje...

Alertas sobre os perigos de consumo excessivo de açúcar, gordura saturada, sódio e calorias por meio de mensagens como:

*“Este alimento possui elevada quantidade de açúcar. O consumo excessivo de açúcar aumenta o risco de desenvolver obesidade e cárie dentária”.*



# Resolução 163/2014 do Conanda

Art. 2º Considera-se abusiva(...) :

- I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;
- II - trilhas sonoras de músicas infantis (..);
- III - representação de criança;
- IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;
- V - personagens ou apresentadores infantis;
- VI - desenho animado ou de animação;
- VII - bonecos ou similares;
- VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e
- IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.



## MINISTÉRIO DA JUSTIÇA

**Nota Técnica nº 3/2016/CGEMM/DPDC/SENACON**

**PROCESSO Nº 08012.001418/2016-82**

**INTERESSADO: Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON, Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC, Coordenação Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado - CGEMM**

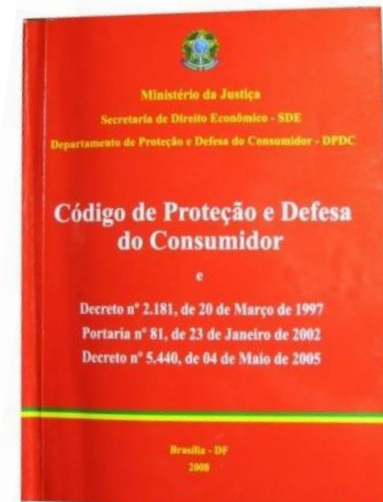
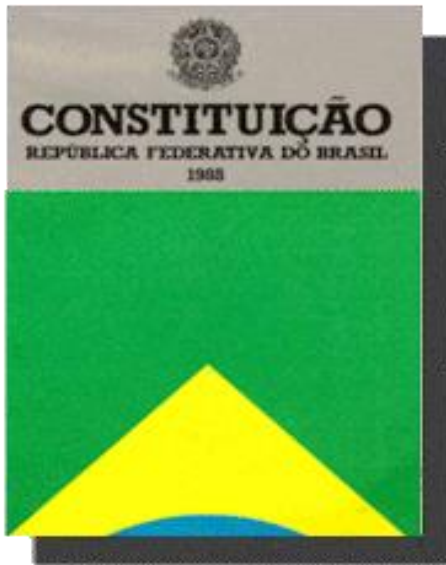
**EMENTA:** Publicidade Infantil. Publicidade e Prática Abusiva.  
Publicidade dirigida às crianças em ambientes escolares.  
Publicidade de alimentos direcionada ao público infantil.

**[bit.ly/nota\\_senacon](http://bit.ly/nota_senacon)**

*“é fundamental que a publicidade dirigida às crianças seja abolida dos ambientes escolares, tendo em vista a vedação legal (...) do CDC, o que deve ser objeto de atuação dos órgãos de defesa do consumidor.”*

# Legislação brasileira

- Constituição Federal (1988)
- Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8.069/90)
- Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90)



- **Constituição Federal**

**Art. 227.** É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente [...] com absoluta prioridade, o direito [...] à alimentação, [...] à liberdade [...], além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, [...] exploração.

- **Marco Legal da Primeira Infância (Lei 13.257/2016)**

**Art. 5º** Constituem áreas prioritárias para as políticas públicas para a primeira infância [...] a proteção contra toda forma de [...] de pressão consumista, [...] e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce à comunicação mercadológica.

**PL 1.755/2007** (Fabio Ramalho)

Dispõe sobre a proibição de venda de refrigerante em escolas de educação básica

**PL 4.910/2016** (Alfredo Nascimento)

Dispõe sobre restrições à publicidade de bebidas açucaradas.

**PL 2.640/2015** (Luciano Ducci)

Veda o apelo ao consumo nos estabelecimentos públicos e privados da educação básica.

## **PL 3.515/2015**

“Art. 37. ....

§ 2º É abusiva, entre outras, a publicidade:

I - ...

II - que contenha apelo imperativo de consumo à criança, que seja capaz de promover qualquer forma de discriminação ou sentimento de inferioridade entre o público de crianças e adolescentes ou que empregue criança ou adolescente na condição de porta-voz direto da mensagem de consumo.”

## PL 3.515/2015 (Parecer do Dep. Eli Correa Filho)

“Art. 37. ....

§ 4º Para os efeitos deste código, não se presume que a publicidade se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança, salvo se a abusividade decorrer de imperativo de consumo à criança ou da promoção de discriminação entre o público de crianças e adolescentes.”

**Obrigado!**

**Igor Rodrigues Britto**

**igor.britto@idec.org.br**

**Associe-se!**

**www.idec.org.br**



**idec.org.br**  
Instituto Brasileiro de  
Defesa do Consumidor