

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**

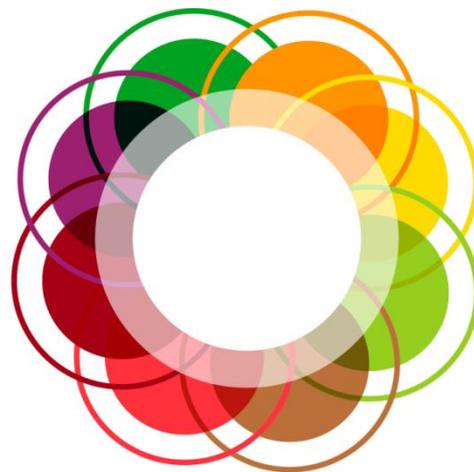


Possibilidades de regulamentação

**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



Núcleo de Alimentação e Nutrição em Políticas Públicas



Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição



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

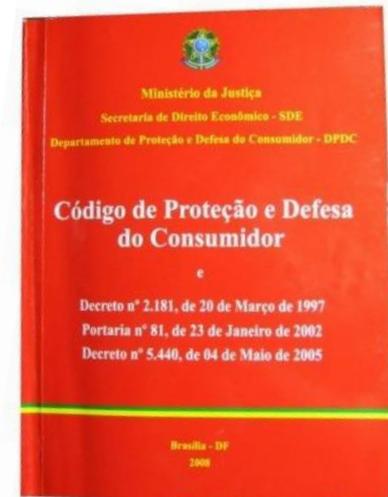
EMENTA: Publicidade Infantil. Publicidade e Prática Abusiva.
Publicidade dirigida às crianças em ambientes escolares.
Publicidade de alimentos direcionada ao público infantil.

bit.ly/nota_senacon

“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

The logo for IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) is displayed. It features the word "idec" in a bold, lowercase, sans-serif font, with the "i" and "d" in dark blue and the "e" and "c" in a lighter blue. To the right of "idec" is ".org.br" in a smaller, dark blue font. Below this, the full name "Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor" is written in a smaller, dark blue, sans-serif font, arranged in three lines.