

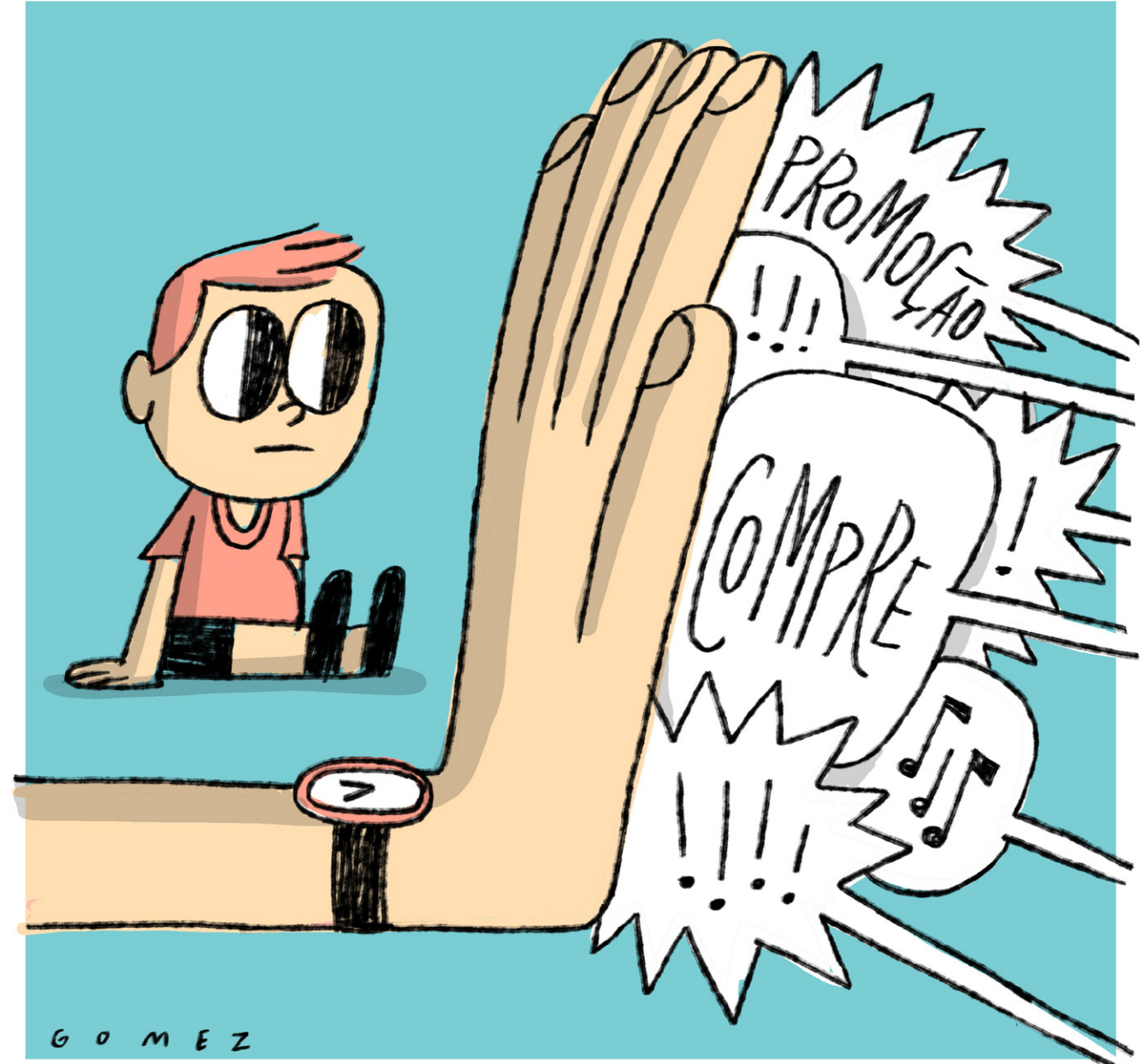
Consumidor Direito + Grita

Como proteger as crianças da publicidade infantil

» ANA LUIZA MORAES*

Em um mundo cada vez mais conectado, a publicidade infantil pode ser quase imperceptível. Pesquisas divulgadas pelo Tic Kids Online Brasil no ano de 2021 mostram que 67% das crianças e dos adolescentes que estão na internet são expostos à publicidade por meio de vídeos. As crianças, como são seres mais suscetíveis aos estímulos persuasivos, não possuem desenvolvimento mental necessário para tomar decisões por si mesmas. Por isso, a legislação nacional proíbe as marcas de direcionarem propagandas ao público infantil, a fim de evitar que se aproveitem de sua hipervulnerabilidade. Ainda assim, as crianças podem ser sujeitas a eventuais formas de exploração comercial, o que pode colocar a segurança da família inteira em risco. Marcela Carneiro, 27, é mãe de duas crianças: Mariana, de 2 anos, e Catarina, de 5 meses de idade, que ainda não consome conteúdo digital. “A Mariana assiste desenho normalmente, mas eu particularmente não gosto de colocar pelo YouTube, por ter muita propaganda e porque o acesso para trocar de desenho é mais fácil”, conta a arquiteta. “Não acho seguro, acho que expõe muito a criança a consumir o que não deve”, diz. Marcela relata que prefere colocar vídeos ou desenhos em plataformas que não tenham publicidade de qualquer tipo, onde ela tem mais controle do conteúdo consumido pelos filhos. Juliana Barbosa, psicóloga infantil e coordenadora da clínica Espaço

Dialógico, diz que a publicidade afeta o desenvolvimento das crianças em diversos aspectos. A psicóloga menciona que os pequeninos passam a atrelar felicidade ao comportamento de comprar e possuir algo. A autoestima deles também pode ser afetada quando eles se comparam com os influenciadores. “Muitas vezes, os influencers incentivam comportamentos de consumo, vício em jogos e coreografias inapropriadas para a idade; na formação de hábitos alimentares nada saudáveis, já que a publicidade infantil colabora, em sua maioria, com o consumo de açúcar e alimentos ultraprocessados, entre outros aspectos”, exemplifica a psicóloga. Para reduzir os danos causados às crianças no mundo digital, a psicóloga infantil esclarece que é preciso saber dosar a intensidade e a quantidade da relação com a Internet. Além disso, alerta os pais a tomar cuidado com o exemplo que passam aos filhos. “As crianças acabam repetindo o que elas vivenciam com aqueles que são os seus maiores influenciadores, os pais ou responsáveis”, pontua. “Além disso, aplicativos de controle de pais, supervisão do que é visto e a oferta de outras alternativas de diversão são estratégias importantes e necessárias”, completa a especialista. Nayana Buta, 40, relata que não tem segurança em deixar os filhos assistirem vídeos e desenhos sozinhos nas plataformas digitais. Mãe de dois filhos, Caetano, de 7 anos, e Tomás, de 5, diz que hoje em dia prefere pagar mais caro para evitar as propagandas. “Os meninos chegavam a cantar músicas de



Como identificar publicidade infantil?

- linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;
- trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de crianças;
- representação de criança;
- pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;
- personagens ou apresentadores infantis;
- desenho animado ou de animação;
- bonecos ou similares;
- promoção com distribuição de prêmios, brindes colecionáveis ou apelos ao público infantil;
- promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

Fonte: Criança e Consumo (criancaconsumo.org.br/chega-de-publicidade-infantil/como-identificar-publicidade-infantil/)

propagandas dos produtos. Não fazia nem sentido estar ali para eles”, conta. “Aqui em casa, eles já sabem que não podem assistir sozinhos. Eu vejo problema, não só pela questão do consumo, mas pela influência dos valores que a gente não escolhe. Acho que a gente tem que preservar nossas crianças”, conclui Nayana. Para a advogada Luiza Montenegro, a publicidade infantil é um dos temas mais polêmicos que envolvem marketing e publicidade no Brasil. Ela

diz que a legislação determina inúmeras exigências legais para a realização de estratégias publicitárias voltadas às crianças, mas é importante diferenciar a publicidade infantil e a publicidade de produtos infantis. Luiza explica que a publicidade de produtos para crianças é permitida, uma vez que é condicionada ao público adulto, que possui capacidade para a tomada de decisão de compra. Já a publicidade infantil se aproveita da falta de discernimento da criança para

vender produtos, o que é proibido pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). Segundo a especialista, “é unânime a ilegalidade da utilização de meios abusivos para tal”. No Brasil, a fiscalização da publicidade infantil é de responsabilidade da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon). Caso a família note qualquer tipo de irregularidade, é possível registrar no site consumidor.gov, procurar o Procon do seu estado ou solicitar auxílio do Ministério Público.

»CLARO

SERVIÇO COM DEFEITO

» CLÉLIA M. DE ABREU, 82 ANOS, APOSENTADA ASA SUL

Clélia de Abreu, 82, procurou a coluna Grita do Consumidor para relatar um problema que teve com a empresa de telefonia Claro. “No dia 5 de maio fui à loja Claro do Brasília Shopping e junto ao atendente fiz a portabilidade do meu pacote Oi para o Combo Multi”, conta a aposentada. “No dia seguinte, o técnico fez a instalação e o aparelho não era compatível com os canais religiosos, TV Câmara, Senado e os analógicos. Basicamente, todos os que eu uso.” Clélia diz que retornou à Claro e foi atendida pela gerente, que ofereceu como únicas opções o cancelamento do contrato ou pagamento de um pacote mais caro para ter outro decodificador. “Foram horas de conversa com o técnico, duas idas ao shopping e nenhum retorno. Os atendentes da loja são despreparados, assim como o técnico”, diz a moradora da Asa Sul. “A pessoa que me vendeu não atende as minhas ligações. O técnico passou cabo e abriu furos na parede sem necessidade. Na



loja solicitei o cancelamento e mandaram ligar no 0800. Se eu comprei na loja, depois de todo o transtorno, eles não agilizaram o cancelamento. Quero a retirada do aparelho, dos cabos e reparo na parede”, completa.

Resposta da empresa

» A Claro informa que está em contato com a cliente para realizar os ajustes necessários. A operadora continua à disposição por meio de todos os canais de atendimento.

»IFOOD

VALOR DEBITADO EM DOBRO

» CARLA SOUZA, 38, ANALISTA DE MARKETING ASA NORTE

Carla Souza, 38, procurou a coluna Grita do Consumidor para relatar um valor debitado em dobro após ter realizado a compra de um lanche no aplicativo do iFood. A analista diz que após o ocorrido, tentou resolver o problema pelo próprio aplicativo, mas não obteve êxito. Depois de ter reclamado perante ao Procon-DF, Carla diz que a empresa entrou em contato e disse que tomaria as providências. Contudo, até hoje não recebeu a devolução do valor. “É irrisório, cerca de 60 reais. Mas fiquei aguardando, e até o fim do prazo, que é de 20 dias corridos, eles não se pronunciaram, e acabou que encerraram a solicitação”, completa a moradora da Asa Norte.

Resposta da empresa

» A empresa entrou em contato com a consumidora e realizou a devolução dos valores devidos.

Comentário do consumidor

» “Me mandaram mensagem pedindo desculpas, dizendo que iam devolver o valor pago e pedindo meus dados bancários. Eu fico muito feliz de eles terem agido assim”.

*Estagiária sob a supervisão de Márcia Machado

RECLAMAÇÕES DIRIGIDAS A ESTA SEÇÃO DEVEM SER FEITAS DA SEGUINTE FORMA:

- » Breve relato dos fatos
- » Nome completo, CPF, telefone e endereço
- » E-mail: consumidor.dfg@dabr.com.br
- » No caso de e-mail, favor não esquecer de colocar também o número do telefone

» Razão social, endereço e telefone para contato da empresa ou prestador de serviços denunciados

» Enviar para: SIG, Quadra 2, nº 340 CEP 70.610-901 Fax: (61) 3214-1146

Telefones úteis

Anatel 1331 | Anac 0800 725 4445 | ANP 0800 970 0267 | Anvisa 0800 642 9782 | ANS 0800 701 9656 | Decon 3362-5935 | Inmetro 0800 285 1818 | Procon 151 | Prodecon 3343-9851 e 3343-9852