

Consumidor Direito + Grita

Bloqueio legal à manipulação comercial infantil

» FERNANDA CAVALCANTE*

Para o Dia das Crianças, comemorado no último sábado, pais e mães saíram à procura de um presente para os seus filhos. Alguns são brinquedos específicos, que surgem de uma lista de pedidos e que representam desejos a partir de animações com personagens populares, ou porque todos os amigos possuem e é necessário para ser aceito. Apesar da ilegalidade dos comerciais infantis na televisão, desde 2014, a publicidade infantil ainda é presente no Brasil por meio das plataformas digitais.

Essa proibição é uma medida essencial para proteger o desenvolvimento psicológico das crianças, segundo Artur Gomes, psicólogo cognitivo comportamental. A garotada, ainda em formação, não consegue discernir persuasão de manipulação, tornando-se vulnerável a mensagens que distorcem valores fundamentais, como a felicidade associada ao consumo, desenvolvendo uma visão distorcida do que é realmente importante. “Essa pressão consumista não apenas gera insatisfação nas crianças, que se frustram por não conseguirem aquilo que desejam, mas também conflitos familiares, com os pais sentindo que são os vilões ao colocar limites no consumo”, esclarece.

A legislação brasileira aborda a proteção das crianças de forma abrangente e rigorosa. O advogado especialista em direito do consumidor Rafael Fontenelle explica que como principais argumentos para proibição de veiculação de propaganda com fins comerciais para crianças e adolescentes está a própria proteção aos pequenos.

“O Código Civil, em seu artigo 3º, considera os menores de 16 anos como absolutamente incapazes de rea-

lizar atos da vida civil, refletindo a necessidade de proteção em razão da sua imaturidade. O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, proíbe a publicidade abusiva direcionada ao público infantil, reconhecendo a vulnerabilidade dessa faixa etária. Além disso, a Constituição Federal, no artigo 227, veda qualquer forma de exploração infantil, reforçando o compromisso do Estado em garantir um ambiente seguro e saudável para o desenvolvimento das crianças”, enumera Fontenelle.

Em 2014, O Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) publicou a Resolução nº 163, que considera abusiva a publicidade direcionada a crianças. Essa resolução, aprovada em 13 de março de 2014, estabelece diretrizes claras sobre o que caracteriza essa prática, incluindo o uso de linguagem infantil, personagens e elementos visuais atraentes para o público infantil.

Entretanto, ela foi editada, regulamentando a forma de se realizar as publicações para que não haja nenhuma ofensa à dignidade da criança. Como recorda a advogada especialista em direito do consumidor Jéssica Marques. E, caso haja o desrespeito das normas vigentes, é possível fazer uma denúncia ao Ministério Público, que procederá com a investigação dos comerciais publicitários.

“Lembrando que não é proibido realizar a divulgação de produtos ou serviços direcionados às crianças. No entanto, a publicação torna-se antiética quando a divulgação do produto foca em convencer a criança, por meio de métodos considerados duvidosos, a fazer a compra do produto ou serviço”, destaca a advogada.

As empresas que violarem qualquer norma de proteção à criança durante a sua publicidade poderão sofrer conse-

Marcas de brinquedos alegam seguir diretrizes, mas a presença de conteúdos voltados para crianças em plataformas digitais continua a gerar preocupações sobre a influência psicológica



Os brinquedos mais vendidos no Brasil em 2024

- 1 Barbie:** lançada em 1959 pela Mattel, é uma boneca icônica que representa diversas profissões e estilos de vida, promovendo a imaginação e a diversidade.
- 2 Hot Wheels:** criados em 1968, são miniaturas de carros de metal que se tornaram símbolos de velocidade e adrenalina, com pistas e acessórios inovadores.
- 3 Lego:** fundada em 1932, a empresa oferece blocos de construção que estimulam a criatividade e a resolução de problemas, permitindo que crianças construam qualquer coisa que imaginarem.
- 4 Marvel:** os brinquedos incluem figuras de ação e jogos baseados em super-heróis populares, incentivando brincadeiras criativas e aventuras épicas.
- 5 Uno:** jogo de cartas popular, criado em 1971, é fácil de aprender e promove interações sociais entre amigos e familiares.
- 6 Bonecas LOL:** lançadas em 2016, oferecem surpresas em cada embalagem, atraindo as crianças com suas características colecionáveis e divertidas.
- 7 Pokémon:** os brinquedos incluem cartas, figuras e jogos, baseados na famosa franquia, incentivando a estratégia e a amizade entre os jogadores.
- 8 Baby Alive:** essas bonecas interativas simulam cuidados com um bebê real, permitindo que as crianças pratiquem habilidades parentais enquanto brincam.
- 9 Bicicleta infantil:** veículo clássico que promove atividade física e coordenação motora, as bicicletas infantis são essenciais para o desenvolvimento das crianças.
- 10 Massinha de modelar:** um material moldável que estimula a criatividade e as habilidades motoras, permitindo que as crianças criem formas e figuras.
- 11 Funko:** são miniaturas colecionáveis de personagens da cultura pop, atraindo fãs com seu design estilizado e variedade de temas.

Fonte: Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq)

quências administrativas, como multas pelo desrespeito ao regramento jurídico de publicidade infantil, responsabilização cível por eventuais prejuízos decorrentes da propaganda realizada, e responsabilização penal pela divulgação de propaganda abusiva dirigida ao público infantil com informações que visem se aproveitar do inexperiente julgamento de uma criança, configurando os crimes previstos nos artigos 67 e seguintes do Código de Defesa do Consumidor.

Educação digital

As emissoras têm buscado alternativas para financiar conteúdos infantis sem direcionar anúncios a crianças. E apesar de algumas marcas afirmarem seguir diretrizes éticas, a presença de conteúdos voltados para crianças em plataformas digitais ainda levanta preocupações sobre a influência no comportamento de consumo infantil.

Rosália Vasconcelos, 40 anos, apresentou seu filho Francisco, 7, com um carrinho de uma marca famosa, para adicionar à coleção dele. O interesse da criança aumentou ao assistir a uma série voltada para o brinquedo. Ele não tem a maioria dos modelos que aparecem nos episódios e, desde o lançamento, que ocorreu em março, o menino vem pedindo por eles. “Eu fui fazendo uma lista dos que ele pedia, porque, à medida que são lançados os episódios e novas temporadas, novos modelos vão surgindo, e combinei de dar alguns no Dia das Crianças e outros no Natal, por causa do preço”, conta.

A proteção das crianças contra a exploração comercial exige uma abordagem multifacetada, que inclui medidas legais, sociais e educativas, como aponta o advogado especialista em direito do consumidor Watson Silva. “A educação digital e de mídia é fundamental para capacitar crianças e famílias a reconhecer e criticar práticas publicitárias, desenvolvendo um senso crítico sobre o consumo. Além disso, a fiscalização rigorosa por órgãos como o Procon e o Ministério Público, juntamente com canais de denúncia, é essencial para combater abusos. A autorregulamentação do Conar deve ser reforçada para punir campanhas que desrespeitam as diretrizes de comunicação com o público infantil. Por fim, é crucial estabelecer regras mais rígidas sobre marketing digital, limitando o uso de algoritmos em plataformas voltadas para crianças, garantindo assim um ambiente mais seguro e saudável para o desenvolvimento infantil”, declara.

* Estagiária sob a supervisão de Patrick Selvatti

» SALON LINE CREME ESTOURADO

Patrícia Nadir nos procurou para expressar sua frustração após um problema com a entrega de um pedido da Salon Line, com o qual gastou o total de R\$ 250 em produtos. “Quando chegaram, vieram todos estourados, vazando para todo lado, a caixa toda de qualquer jeito. Eu perdi vários cremes”, conta. A cliente está há duas semanas tentando entrar em contato com a empresa, por meio de mensagens, sem retorno.

Resposta da empresa

» Sobre o caso mencionado, a empresa esclarece que, assim que recebeu o e-mail inicial da consumidora, solicitou fotos dos produtos avariados para entender melhor o ocorrido e oferecer o suporte necessário. “No entanto, não obtivemos retorno com as informações necessárias”, explicou. Foi feito um contato por intermédio da equipe de Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) com a consumidora. “Assim que recebermos as fotos, daremos continuidade ao processo para garantir que tudo seja resolvido conforme o esperado”, concluiu.



Comentário da consumidora

» Entraram em contato comigo para o envio das fotos, e a situação está sendo resolvida.

» SANTA LÚCIA CONTRATO SEM VALOR DA CONSULTA

Em 29 de setembro, Humberto de Alcântara Pellizzaro, residente na Asa Norte, registrou uma reclamação após visitar o Hospital Santa Lúcia para uma consulta ortopédica. Ele relatou que foi solicitado que assinasse um contrato sem o valor da consulta explicitado. “A atendente informou em algum momento, verbalmente, o valor, mas se recusou a colocar no contrato explicitamente, agora não sei o preço. Ainda nesse contrato consta que eu assumiria todas as responsabilidades cíveis e criminais pelo não cumprimento”, afirmou Humberto.

Resposta da empresa

» O contrato que Sr. Humberto assinou no Santa Lúcia é de prestação de serviços, e não precisa incluir o valor da consulta, pois esse documento trata de condições gerais, não de cobranças específicas. A inclusão de cláusulas de responsabilidade cível e criminal é padrão em contratos hospitalares, sem representar uma prática abusiva.

Comentário do Consumidor

» O contrato precisa, sim, informar explicitamente o valor, senão terei que honrar o pagamento que estipulem a posteriori. Aplicação pura e simples do Código de Defesa do Consumidor.

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