

NOTA PÚBLICA PELA REJEIÇÃO DO PROJETO DE DECRETO LEGISLATIVO 1.460 DE 2014

O Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - Conanda vem manifestar-se pela rejeição do Projeto de Decreto Legislativo (PDC) 1.460 de 2014, de autoria do Exmo. Deputado Milton Monti, o qual visa sustar os efeitos da Resolução 163 do Conanda, que detalha o conceito de abusividade da publicidade dirigida ao público infantil, pelos motivos a seguir detalhados.

Para tanto, propõe-se apresentar **(i)** as competências do Conanda; **(ii)** a existência prévia de regulação sobre publicidade dirigida ao público infantil; **(iii)** a função e o escopo da Resolução 163 de Conanda, como forma de comprovar **(iv)** a necessidade de rejeição o PDC 1.460 de 2014.

(i) Sobre as competências do Conanda.

Trata-se de órgão deliberativo que atua como instância máxima de formulação, deliberação e controle das políticas públicas de promoção, proteção e defesa dos direitos da criança e do adolescente no Brasil, na forma da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, criado pela Lei 8.069 de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente, conforme os seus artigos 86 e 88, inciso II, e instituído pela Lei 8.242 de 1990.

O Conanda é formado por conselheiros da sociedade civil e do governo, o que lhe assegura legitimidade democrática. Dentre suas atribuições, tem a competência de elaborar as normas gerais da política nacional de atendimento dos direitos da criança e do adolescente, conforme artigo 2º da referida Lei 8.242 de 1990, o que faz, especialmente, por meio de Resoluções, que são atos normativos previstos no artigo 59 da Constituição Federal.

É com base nessa competência e legitimidade, legalmente asseguradas, que o Conanda elabora e aprova resoluções¹ em diferentes temas relacionados aos direitos de crianças e adolescentes, dentre as quais, a Resolução 163, publicada no Diário Oficial da União em 4 de abril de 2014.

¹ De maneira semelhante, o Conselho Nacional de Meio Ambiente e o Conselho Nacional de Trânsito têm poder deliberativo e elaboram resoluções.

(ii) Sobre a existência prévia de regulação sobre publicidade dirigida ao público infantil, que subsidiou a elaboração da Resolução 163 do Conanda.

A Resolução 163 do Conanda, como traz em sua fundamentação, é amparada pelo artigo 227 da Constituição Federal e por dois diplomas legais: a Lei 8.069/90, que cria o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), e a Lei 8.078 de 1990, que cria o Código de Defesa do Consumidor (CDC).

O artigo 227 da Constituição Federal inaugura a doutrina da proteção integral da infância e adolescência e estabelece que os direitos de crianças e adolescentes devem ser promovidos e protegidos em primeiro lugar, de forma absolutamente prioritária, pelo Estado, pela família e pela sociedade.

A partir dessa norma constitucional, o Estatuto da Criança e do Adolescente reconhece crianças e adolescentes como pessoas em especial condição de desenvolvimento e como sujeitos de direito, dignas de receber proteção integral e de ter garantido seu melhor interesse, e por isso estabelece que seus direitos devem ser priorizados em políticas, orçamento e serviços públicos. Ainda, assegura a integridade biopsíquica e veda qualquer tipo de exploração de crianças e adolescentes, o que é violado pela publicidade dirigida a esse público, na medida em que esta desrespeita sua condição de desenvolvimento e contribui para o agravamento de problemas sociais como: o consumismo, a erotização precoce, os transtornos alimentares e a obesidade, os transtornos de comportamento, o estresse familiar, o alcoolismo, a violência, a diminuição das brincadeiras criativas e a insustentabilidade ambiental², dentre outros.

Já o Código de Defesa do Consumidor, em seu capítulo destinado à regulação da publicidade, fixa a necessidade de que qualquer publicidade seja fácil e imediatamente reconhecida por seu interlocutor, em seu artigo 36, e proíbe publicidade enganosa ou abusiva, dentre as quais se inclui aquela que se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança, conforme artigo 37.

Há evidências da hipervulnerabilidade infantil frente à publicidade, especialmente aquela que fala diretamente com crianças: o Conselho Federal de Psicologia³ entende que a publicidade tem maior possibilidade de induzir ao erro as crianças até os 12 anos, quando não possuem todas as ferramentas necessárias para compreender o real, e que as crianças não têm a mesma capacidade de resistência mental e de compreensão da realidade que um adulto, nem estão com condições de enfrentar com igualdade de força a pressão exercida pela publicidade no que se refere à questão do consumo.

² Disponível em: <http://publicidadeinfantilnao.org.br/participe/10-motivos-para-nao-expor-as-criancas-a-publicidade/>. Acesso em 17.05.2018.

³ Parecer sobre PL 5.921/2001 do Conselho Federal de Psicologia, 'A Publicidade Dirigida ao Público Infantil – Considerações Psicológicas'. Disponível em: https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf. Acesso em 17.05.2018.

Portanto, por meio de uma interpretação sistemática, que considera Constituição Federal, Estatuto da Criança e do Adolescente e Código de Defesa do Consumidor, já era possível concluir pela abusividade da publicidade dirigida a crianças, dado que representa um desrespeito às garantias atribuídas à infância.

Evidência desse entendimento é o julgamento do Superior Tribunal de Justiça (STJ), que, ao julgar, em 2016, o Recurso Especial nº 1.558.086, relativo à campanha “É Hora de Shrek” da empresa Pandurata, detentora da marca Bauducco, de 2007 e, portanto, anterior à Resolução 163 do Conanda, reconheceu por unanimidade a abusividade da campanha por se dirigir ao público infantil, embasando a sua decisão no corpo normativo acima citado⁴. No mesmo sentido, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) julgou abusiva, por unanimidade, a campanha publicitária veiculada pela Sadia, em 2007, direcionada ao público infanto-juvenil⁵.

(iii) A função e o escopo da Resolução 163 de Conanda.

Apesar da legislação nacional já resultar na proibição da publicidade dirigida ao público infantil, como inexiste ainda uma interpretação totalmente homogênea sobre o tema, a Resolução 163 do Conanda foi necessária e teve o escopo de clarificar essa vedação e detalhar o conceito de abusividade da publicidade e comunicação mercadológica dirigidas à criança, definindo especificamente as características dessa prática e fixando princípios para a publicidade dirigida a adolescentes, de modo a amparar a atuação do Sistema de Garantia dos Direitos de Crianças e Adolescentes e, especialmente, dos operadores do Direito.

Trata-se de um olhar – pautado pelo melhor interesse e pela proteção integral da criança, bem como pela norma da prioridade absoluta da infância – para o conceito de abusividade instituído pelo Código de Defesa do Consumidor.

(iv) A necessidade de rejeição o PDC 1.460 de 2014.

Conclui-se que o Projeto de Decreto Legislativo 1.460 de 2014 deve, portanto, ser arquivado, conforme parecer da relatora, Exma. Sra. Deputada Benedita da Silva, dado que a Resolução 163 do Conanda foi elaborada dentro da competência e legitimidade

⁴ Disponível em: <https://idec.org.br/publicacao/direito-sem-ruído-histórica-decisão-do-stj-sobre-publicidade-de-alimentos-dirigida>. Acesso em 21.05.2018.

⁵ No caso, o ministro Herman Benjamin, relator do caso, argumentou em seu voto que a campanha representou caso de violação ao artigo 37, parágrafo 2º, do Código de Defesa do Consumidor, o qual estabelece que são ilegais as campanhas publicitárias de fundo comercial que utilizem ou manipulem o universo infantil. Disponível em: http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o/noticias/Not%C3%ADcias/Campanha-da-Sadia-%C3%A9-considerada-abusiva-por-incentivar-consumo-de-alimentos-cal%C3%B3ricos-pelas-crian%C3%A7as. Acesso em 21.05.2018.

deste Conselho e visto que sua aprovação implicaria enfraquecimento e retrocesso nos direitos de crianças e adolescentes, em flagrante e inaceitável violação à norma constitucional da absoluta prioridade dos direitos de crianças e adolescentes.

Destaque-se ainda que eventual votação contrária à Resolução 163 choca-se com a vontade da maioria da sociedade brasileira: 60% dos brasileiros é contra qualquer tipo de publicidade para o público infantil (Datafolha, 2016)⁶ e 94% da população é favorável à aplicação da norma constitucional da absoluta prioridade dos direitos de crianças e adolescentes (Datafolha, 2013)⁷.

Ante o exposto, por fim, o Conanda reitera seu respeito por essa Casa Legislativa e se coloca à inteira disposição para dialogar e tratar desse e de outros temas, especialmente na Comissão de Seguridade Social e Família, tão importante para o fortalecimento de pautas relevantes aos direitos de crianças e adolescentes.

24 de maio de 2018.

CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

⁶ Disponível em: http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/Datafolha_alimentos_regulacao_ACT.pdf. Acesso em 21.05.2018.

⁷ Disponível em: http://prioridadeabsoluta.org.br/wp-content/uploads/2014/07/pesquisa_datafolha_prioridade-absoluta-v2.pdf. Acesso em 21.05.2018.