PARECER PROCON/PE N°001/2016-GG

Solicitante: Instituto Alana

Ref: Análise de existência de abusividade em 02 (duas) publicidades audiovisual da empresa Hasbro.

Reporto-me ao Ofício, por meio do qual o Instituto Alana, pessoa jurídica de Direito Privado, inscrita no CNPJ n° 05.263.071/0001-09, com sede na Rua Fradique Coutinho, n° 50, 11° andar, Pinheiros, São Paulo, Brasil, CEP 05416-000, encaminhou para análise duas (02) publicidades audiovisual da empresa Hasbro, destinada ao público infantil.

Fora averiguado nos referidos comerciais, indicado pelo Instituto solicitante, no qual eram exibidas crianças, aparentemente contentes, que brincavam com os produtos, objetos da propaganda, demonstrando imenso agrado e absoluto entusiasmo com aquele passatempo.

Durante o período de análise deste órgão, fora publicada a Resolução CONANDA n° 163/2014, no qual dispõe sobre "a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.", tema muito discutido nos dias atuais, por se tratar de indivíduos que ainda não têm o discernimento crítico e experiência a respeito de determinados assuntos.

Primeiramente vale ressaltar que a publicidade infantil não fora proibida, uma vez que esse não é o propósito da resolução n° 163/2014, mas sofrera uma maior

restrição em forma e conteúdo. Essa resolução visa considerar abusiva a publicidade e comunicação mercadológica, voltada para as crianças. Além disso, é importante lembrar que o termo abusividade, nesse caso, se refere às publicidades que atentam contra os valores sociais.

A Resolução CONANDA nº 163/2014 tem seu cumprimento integral obrigatório, uma vez que possui força normativa e vinculante.

O Código de Defesa do Consumidor no artigo 37, § 2º dispõe:

> Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.
>
> § 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Dessa forma, é notável que o citado artigo exemplifica, de forma não taxativa, as publicidades consideradas abusivas, e quanto a isso, os comerciais, objetos desse parecer, em primeira análise não fora constatado o abuso, pois o teor destes se limitavam às crianças brincando com os produtos da referida empresa, e

portanto, não atentavam contra valores sociais e morais.

O artigo 2° da Resolução em questão dispõe:

> Art. 2°. Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:
> **I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;**
> **III - representação de criança;**
> **VII - bonecos ou similares;** (Grifei)

Dessarte, as publicidades audiovisuais que estão em análise, não se encontram ajustadas ao artigo acima citado, em especial os incisos destacados (I, III, VII), dado que os comerciais são direcionados ao público infantil e, consequentemente, utilizam-se da linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores para chamar a atenção do seu público alvo. Além disso, há presença de crianças que atuam como protagonistas do comercial, exteriorizando total felicidade com a aquisição daquele brinquedo, e há também o manuseio de bonecos, transparecendo, dessa forma, o não enquadramento da publicidade em questão ao artigo 2° da Resolução CONANDA n° 163/2014.

As propagandas publicitárias devem se adequar a norma da Resolução CONANDA n°163, direcionando-as para o público

adulto, já que seriam eles os responsáveis por fazer a mediação das crianças com a mensagem passada pelo comercial.

Diante disso, o nosso parecer é de que os anúncios publicitários apresentam abusividade legal, sendo tal fato comprovado com fundamentos legais do Código de Defesa do Consumidor (CDC), em conjunto com a Resolução CONANDA nº 163/2014.

À consideração Superior.

Recife - PE, 03 de agosto de 2016

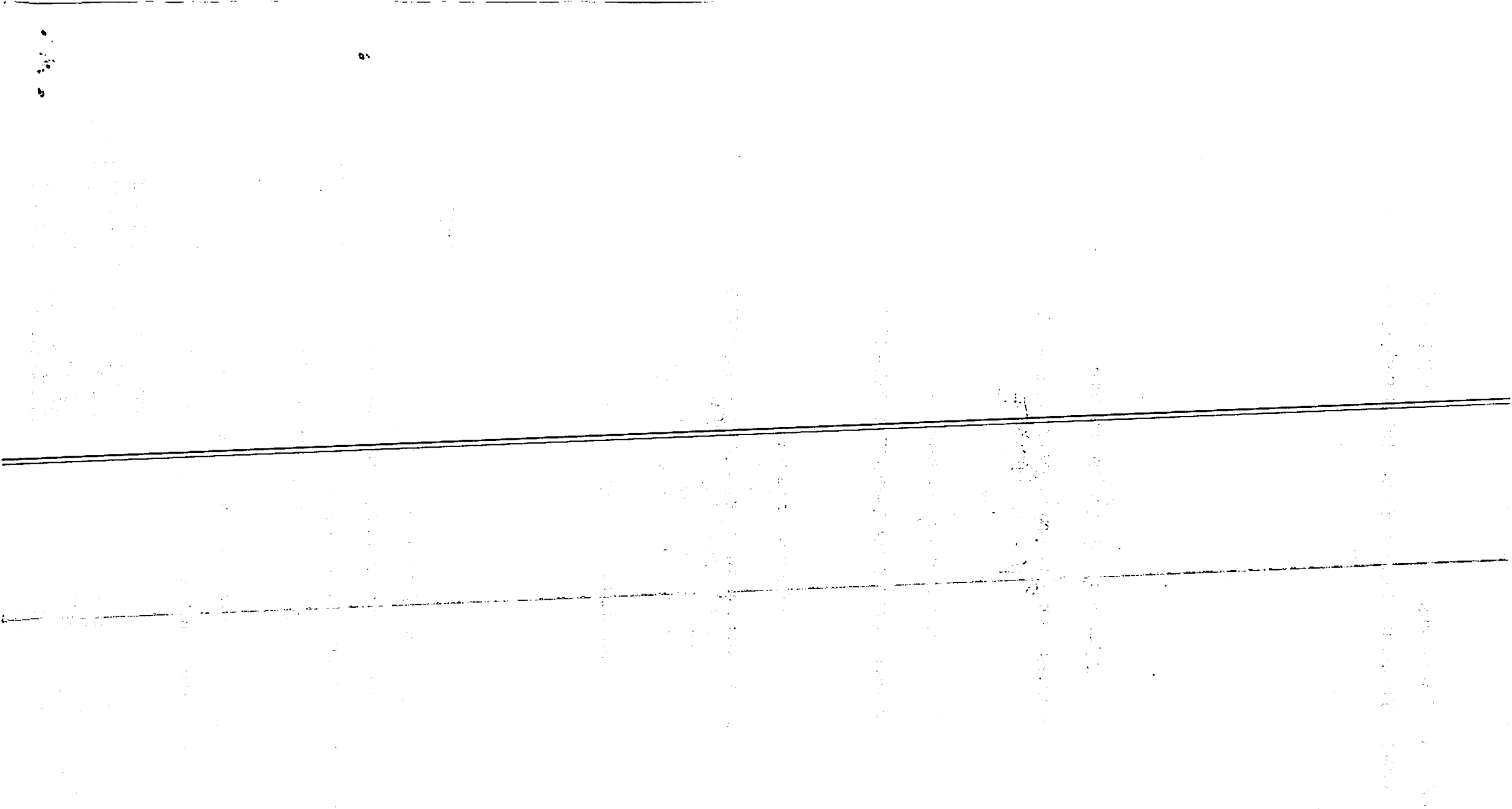
Cláudio Roberto Marinho Campos Filho

Assessor Jurídico

Isabelle Paschoal de Araujo Lucena

Acadêmica de Direito

De acordo,

Erivaldo José Coutinho dos Santos

Gerente Geral do Procon/PE