

1º Reunião do Conselho Consultivo
do Projeto Criança e Consumo
Fevereiro 2008

criança e
CONSUMO
Núcleo Alana de Defesa e Educação



INSTITUTO ALANA

PROJETO CRIANÇA E CONSUMO

BALANÇO DE ATIVIDADES E RESULTADOS

ANO 2007

INSTITUTO ALANA

O Instituto Alana é uma pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos e com duração por tempo indeterminado. Tem por finalidade estatutária o fomento e a promoção da assistência social, da educação e cultura, a proteção e o amparo da população em geral, visando à valorização do homem e a melhoria da sua qualidade de vida, conscientizando-o para que atue em favor de seu desenvolvimento, do desenvolvimento de sua família e da comunidade em geral, sem distinção de raça, cor, credo político ou religioso.

Diretoria

Presidente: Ana Lucia de Mattos Barretto Villela

Vice-Presidente: Alfredo Egydio Arruda Villela Filho

Vice-Presidente: Daniela Montingelli Villela

Tesoureiro: Claudio Lins Ventura

Conselho Fiscal

Alberto Dias de Mattos Barretto

Henri Penchas

Eduardo Marchetti Rios

Conselho Consultivo

Marcos Bessa Nisti

Frei Betto

Claudia Leme Ferreira Davis

Maria Lucia Zoega de Souza

SUMÁRIO

Projeto Criança e Consumo

Balanco de atividades e resultados obtidos em 2007

I – Área Jurídico-Institucional

Atividades	7
Relatório de representações e denúncias encaminhadas aos órgãos competentes pelo Projeto Criança e Consumo	7
Relatório de notificações encaminhadas pelo Projeto Criança e Consumo que não geraram representações ou denúncias	20
Relatório de manifestações a Projetos de Lei ou Propostas de Regulamentação	21
Participação do Projeto Criança e Consumo em eventos oficiais	21
Participação de integrantes do Projeto Criança e Consumo em eventos na qualidade de palestrantes ou expositores	22
Organizações e entidades parceiras do Projeto Criança e Consumo	23

II – Área Educação e Pesquisa

Atividades	24
Resenhas de obras produzidas pelo Projeto Criança e Consumo	24
Fornecimento de bolsas de estudo para alunos da graduação no Brasil	25
Projetos de acadêmicos que a equipe de pesquisa do Projeto Criança e Consumo ajudou com bibliografia e pesquisa	27
Participação de representante do Projeto Criança e Consumo no julgamento de trabalhos acadêmicos que envolvem o tema Infância	28
Participação de integrantes do Projeto Criança e Consumo em eventos na qualidade de ouvintes ou debatedores	28
Pareceres psicológicos elaborados para dar suporte às representações ou denúncias encaminhadas pelo Projeto Criança e Consumo	30
Aquisições para o acervo da biblioteca do Projeto Criança e Consumo	30

III – Área Comunicação e Eventos

Atividades	33
Portal do Projeto Criança e Consumo	33
1º Documentário do Projeto Criança e Consumo	33
Planejamento de produção de vinhetas para televisão	34
Desenvolvimento da programação visual do Projeto Criança e Consumo	34
Produção de artigos para divulgação em mídia impressa e na internet	34
Elaboração de sugestões de pauta	34
Inserções na mídia impressa e na internet	35
Inserções na mídia eletrônica	36

PROJETO CRIANÇA E CONSUMO

Criado em 2006, o Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana desenvolve atividades relacionadas ao fomento de uma consciência crítica na sociedade a respeito do consumo de produtos e serviços por crianças e adolescentes e, principalmente, atividades que buscam debater e apontar meios de minimizar os impactos negativos do consumismo no desenvolvimento infanto-juvenil.

As grandes preocupações do Projeto Criança e Consumo estão relacionadas com os resultados apontados como consequência do investimento maciço na mercantilização da infância e da juventude, a saber: o consumismo, a erotização precoce, a incidência alarmante de obesidade infantil, a violência na juventude, o materialismo excessivo e o desgaste das relações sociais, dentre outros.

Por conta disso, o Projeto Criança e Consumo trabalha para acabar com toda a comunicação mercadológica dirigida à criança – pessoas de até 12 anos de idade – no Brasil. Por comunicação mercadológica pode-se considerar qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços independentemente do suporte ou do meio utilizado, ou seja, além de anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádio e banners na internet, são exemplos de comunicação mercadológica as embalagens, as promoções, o merchandising e a forma de disposição de produtos em pontos-de-venda.

Para alcançar seus objetivos, o Projeto Criança e Consumo está fundamentado em três áreas de atuação: a Área Jurídico-Institucional acompanha as atividades dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, apóia projetos de lei que discutem a urgência em se regulamentar a publicidade no país, fiscaliza as práticas de comunicação mercadológica de empresas de diversos setores, recebe denúncias e toma medidas legais junto aos órgãos competentes, além de estabelecer relações institucionais com entidades e formadores de opinião; a Área de Educação e Pesquisa é responsável pela elaboração de um centro de referência científico-cultural sobre o consumismo e pela produção e distribuição de material de apoio pedagógico para educadores; por fim, a Área de Comunicação e Eventos divulga as atividades do Projeto, elabora materiais audiovisuais e realiza eventos, como o Fórum Internacional Criança e Consumo.

Balanco de atividades e resultados obtidos em 2007

O ano de 2007 foi um importante marco para o Projeto Criança e Consumo, pois foi quando se iniciou a formação da equipe de profissionais que hoje atuam em diferentes áreas.

Hoje, fevereiro de 2008, o Projeto Criança e Consumo conta com os seguintes profissionais, diretamente envolvidos no dia-a-dia dos trabalhos: Isabella Henriques, André Migliorini, Maria Helena Masquetti, Lais Fontenelle, Débora de Lucas, Kleverton Gonçalves, Tamara Amoroso, Pedro Duarte, Arthur Moreira e Nilcéa Lopes.

Além de ter sido o ano de formação da equipe, 2007 também foi o ano no qual se iniciou a alteração do site do Projeto Criança e Consumo – que, por estar inserido no site do Instituto Alana, gerou a necessidade de alteração deste último. O novo site do Projeto Criança e Consumo será a principal ferramenta para a área de pesquisa e também para a divulgação do trabalho do Projeto perante a sociedade em geral. Funcionará como um portal com a pretensão de ser um repositório de tudo o que tiver sido escrito, pesquisado e noticiado sobre temas ligados ao Projeto Criança e Consumo, como, por exemplo, monografias, dissertações, teses, artigos e textos jornalísticos.

Outro importante passo do Projeto Criança e Consumo no ano de 2007, também ligado a mudanças no próprio Instituto Alana, foi o planejamento da reforma das instalações da sede administrativa da organização, em cujas dependências encontra-se o espaço físico do Projeto Criança e Consumo. Atualmente, a sede do Instituto Alana está em franca reforma para absorver a demanda de espaço de trabalho para os novos integrantes do Projeto Criança e Consumo.

Foi também no ano de 2007 que se elaborou o Planejamento Estratégico do Projeto Criança e Consumo com o Professor Paulo Sabbag, da Fundação Getúlio Vargas. Foram realizadas 10 longas reuniões com a direção e a coordenação do Projeto Criança e Consumo, todas mediadas pelo professor, e que renderam, ao final, um plano para as atividades até o ano de 2015.

I – Área Jurídico-Institucional

Atividades: Recebimento e análise de denúncias sobre práticas comerciais abusivas dirigidas ao público infanto-juvenil, especificamente sobre publicidade dirigida a crianças, e elaboração de denúncias, notificações e representações encaminhadas a anunciantes, agências de publicidade, veículos de comunicação e órgãos competentes dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, tais como Ministério da Justiça (Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC), Ministérios Públicos Estadual e Federal, Fundações de Proteção e Defesa do Consumidor – Procons, além do Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária – Conar. Na área institucional, contato com formadores de opinião e pesquisadores de diversas áreas e participação em seminários, palestras e outros eventos de entidades governamentais, não-governamentais e privadas.

Relatório de representações e denúncias encaminhadas aos órgãos competentes pelo Projeto Criança e Consumo

1) Sky Brasil Serviços Ltda.

A empresa Sky Brasil Serviços Ltda., para a comercialização de pacotes de assinatura de sua programação televisiva, promoveu campanha publicitária por meio de spots veiculados em rádio e também no seu site. Esses spots, além de contarem com a participação de vozes infantis e adolescentes, confrontavam a ética e as condutas prezadas pela sociedade, induzindo o público infanto-juvenil a comportamentos reprováveis, como a mentira e o desrespeito aos pais.

Por conta da flagrante abusividade nessa publicidade, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, notificou o departamento jurídico da empresa em 2.7.2007, para que cessasse a veiculação da questionada campanha publicitária. Contudo, não tendo recebido qualquer resposta, o Instituto Alana encaminhou representação do caso ao Ministério Público do Estado de São Paulo na cidade de Campinas, que entendeu por bem enviar o caso ao mesmo órgão da Cidade de São Paulo, o qual, por sua vez, decidiu pela promoção de arquivamento, a qual aguarda parecer final do Conselho Superior do Ministério Público.

2) Renner S.A.

A rede de lojas Renner S.A., que comercializa vestuário e acessórios, realizou, entre os dias 27.9.2007 e 12.10.2007, a promoção “*Hora da Fuzarka*”, a fim de promover produtos da linha infantil para o Dia das Crianças. A campanha consistiu na oferta de seis tipos diferentes de ‘ecobichos’ – bichos de pelúcia em forma de sagüi, jacaré, tamanduá-bandeira, tartaruga-verde, jaguatirica e boto cor-de-rosa – a cada R\$40 em compra de produtos infantis.

Veiculada nos mais diversos canais de televisão, inclusive naqueles com programação exclusivamente voltada para o público infantil, a promoção incitava o consumo exagerado e irresponsável ao atrelar o ganho dos bichos de pelúcia aos produtos da loja. O filme, no qual duas crianças pequenas, com menos de 10 anos de idade, sugerem movimentos de hipnose para convencer a mãe, adormecida, a comprar produtos das Lojas Renner, confirmava os abusos cometidos pela campanha ao usar frases como: “O Lucas precisa de todas as roupas e tênis da Renner”. Tanto a promoção como a publicidade difundiram valores distorcidos e comandos imperativos de compra.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou representação denunciando os abusos cometidos pelo anunciante ao Ministério Público do Estado de São Paulo da cidade de Santo André, que está averiguando a denúncia.

3) São Paulo Alpargatas S.A. [sandálias Havaianas]

A empresa de calçados São Paulo Alpargatas S.A., também conhecida por fabricar as sandálias Havaianas, utilizou-se de cenas protagonizadas por meninas e pelo ator juvenil Kayky Brito, com forte apelo sexual para divulgar suas Havaianas Kids, que, como o próprio nome diz, é um produto direcionado às crianças.

A publicidade estimulava a erotização precoce uma vez que divulgava cenas com alto teor de apelo à sensualidade para promover um produto infantil: meninas novas na praia suspirando por um galã adulto. Além disso, promovia a deslealdade de uma criança em relação às outras.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, denunciou a abusividade da campanha primeiramente ao Conar, que recomendou arquivamento do caso por entender que o anúncio em questão respeitaria a moral e os bons costumes e não incitaria à sensualidade e deslealdade entre as crianças.

Por não concordar com o resultado da análise realizada pelo Conar, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou representação ao Ministério Público do Estado de São Paulo, que instaurou Inquérito Civil Público para apurar a denúncia.

4) Nestlé Brasil Ltda. [ração Purina Dog Chow]

Para a promoção da ração do alimento canino Purina Dog Chow, o anunciante Nestlé Brasil Ltda. veiculou filme publicitário no qual um filhote de cachorro empurrava uma criança no balanço, que, então, começava a rodar em giros muito velozes de 360 graus.

A abusividade foi constatada na exploração da credulidade da criança e incentivo ao público infantil de se comportar de forma prejudicial à saúde e à segurança, uma vez que giros rápidos sucessivos são impraticáveis em brinquedos infantis, ainda mais proporcionados por um animal.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou denúncia ao Conar, que foi arquivada no primeiro julgamento. Entretanto, o diretor executivo do órgão pediu seu reexame por constatar que o primeiro parecer não havia contemplado “as graves questões denunciadas: induzimento a comportamento inadequado da criança, apresentação de prática arriscada por criança, possibilidade de causar acidentes pela emulação despertada”. Ocorre que, mesmo com a advertência do diretor executivo, no segundo julgamento, o Conselho determinou o arquivamento do caso.

5) Kellogg’s Brasil Ltda. e Exim Character Licenciamento e Marketing [Shrek]

As empresas Kellogg’s Brasil Ltda. e Exim Character Licenciamento e Marketing desenvolveram a campanha promocional “*Sucrilhos – Grátis: 1 Shrek Voador*” e “*Sucrilhos Shrek Terceiro*” para a comercialização do Sucrilhos Kellogg’s. Essas promoções, associadas ao lançamento do filme “*Shrek Terceiro*” no Brasil, no primeiro caso condicionava o ganho de um brinquedo dos personagens do filme à compra do cereal; no segundo, exagerava no apelo comercial ao filme, até mesmo no alimento, configurado em bolinhas nas cores do personagem animado, verde e marrom.

Além de as campanhas terem sido claramente direcionadas ao público infantil, outros abusos e ilegalidades foram verificados, dentre eles o uso de personagem infantil e o estímulo ao consumo excessivo de alimentos. No caso da promoção “*Sucrilhos – Grátis: 1 Shrek Voador*”, a entrega do brinde colecionável configurava, ainda, prática de venda casada.

Assim, tendo constatado a abusividade de ambas as promoções, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, notificou as empresas envolvidas, que não apresentaram qualquer resposta, fato que motivou o encaminhamento de representação ao Ministério Público do Estado de São Paulo, o qual instaurou Inquérito Civil para apurar os fatos e tomar as providências cabíveis.

6) Renault do Brasil S.A. e Neogama / BBH

A fabricante de carros Renault do Brasil S.A. e sua agência de publicidade Neogama / BBH, para promover a linha de automóveis “*Scénic – Kids*”, divulgaram publicidade sobre o suposto diferencial do produto: um DVD player no teto do veículo acompanhado por um kit de filmes infantis, o que, segundo o

anúncio, traria felicidade e diversão para as crianças e tranqüilidade para toda a família, principalmente para seus pais.

No entanto, a associação entre o DVD player e a tranqüilidade das crianças e, por conseguinte, de seus pais, evidenciada pelo jargão utilizado no comercial – “tecnologia acalma-criança” –, é deturpada uma vez que contraria preceitos educacionais e valorativos da família como instituição forte e capaz.

Em razão da abusividade constatada na publicidade, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou representação ao Ministério Público do Estado de São Paulo denunciando o caso e dando conhecimento a ambas as empresas. Entretanto, o Ministério Público de Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude da capital encaminhou a denúncia para promoção de arquivamento, a qual foi homologada pelo Conselho Superior do Ministério Público.

7) C&A Modas Ltda.

A C&A Modas Ltda. – voltada pra o comércio de roupas e acessórios –, a fim de promover os produtos da linha de vestuário infantil para o Dia das Crianças, realizou a promoção “*Dia das Crianças 3x melhor*”. O cliente da loja, ao comprar três peças infantis, ganhava uma quarta peça de vestuário, um urso de pelúcia ou um minivideogame, além do direito a girar aleatoriamente um painel com seis prêmios disponíveis, os quais contemplavam desde chicletes até laptops.

A comunicação mercadológica dirigiu-se às crianças, uma vez que o filme publicitário – um desenho animado – e o site da promoção possuíam inúmeros recursos típicos do universo infantil, como cores, linguagem e, até mesmo, brincadeiras on-line. A promoção valeu-se da hipossuficiência das crianças para promover o consumo exagerado de produtos atrelados a brindes.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou notificação acerca das abusividades cometidas pela empresa ao seu departamento jurídico, que está analisando proposta de compromisso público, no sentido de se comprometer a não mais veicular publicidade dirigida às crianças.

8) Pepsico do Brasil Ltda. e Sanrio do Brasil Comércio e Representações Ltda. [Hello Kitty]

As empresas Pepsico do Brasil Ltda. e Sanrio do Brasil Comércio e Representações Ltda. – para comercialização do salgadinho “*Cheetos com surpresa – Hello Kitty*” –, em flagrante desrespeito à lei, utilizaram-se de comunicação mercadológica voltada eminentemente para o público infantil, o que se comprova pela análise atenta de sua embalagem, com cor excessivamente

chamativa, referência a personagem do ideário infantil e uso de imagem da mascote do produto.

Além da comunicação mercadológica dirigida ao público infantil verificada na embalagem do produto, as empresas infringiram a legislação pátria ao apresentar promoção com brindes colecionáveis, cujos valores individualmente considerados seriam praticamente idênticos ao do produto inteiro, configurando, também por isso, a abusiva prática de venda casada, bem como gerando o desejo do público infantil de consumir diversos produtos para conquistar sua coleção de 10 chaveiros da personagem Hello Kitty.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou notificação às empresas responsáveis pelos abusos, mas ambas não se pronunciaram. Em razão desse silêncio, ofereceu representação ao Ministério Público do Estado de São Paulo acerca da abusividade da referida promoção, bem como de outras que a seguiram, relativas ao mesmo salgadinho: (i) “*Cheetos com surpresa – Homem-Aranha*”; (ii) “*Cheetos – Vídeo Game*”; (iii) “*Cheetos – Promoção Conexão Alien*”.

Aquele órgão, após ter instaurado Inquérito Civil Público, quando as partes tiveram oportunidade de se manifestar, promoveu Ação Civil Pública em face da empresa Pepsico do Brasil Ltda. questionando a abusividade das promoções de venda do salgadinho “*Cheetos com surpresa – Hello Kitty*” e “*Cheetos Homem-Aranha*”. Referida ação judicial encontra-se em trâmite perante a 4ª Vara Cível do Foro de Santo Amaro da Capital do Estado de São Paulo.

9) Editora Escala Ltda. [revista Atrevidinha] e outros

A revista Atrevidinha, editada pela Editora Escala Ltda., é uma publicação mensal direcionada a meninas de oito a 12 anos de idade, mas trata suas leitoras como pequenas adultas, com matérias sobre como usar maquiagem ou como cuidar da pele e dos cabelos, todas atreladas ao consumo de produtos devidamente identificados com as marcas e preços. Além disso, vende espaço para anunciantes veicularem publicidades dirigidas ao público infantil. Os anunciantes em questão foram selecionados aleatoriamente na edição 42, ano IV. São eles: Mattel do Brasil Ltda., Chemist Laboratório e Cosméticos do Brasil Ltda., Ecologie Comercial Importadora Exportadora e Distribuidora Ltda., Nestlé Brasil Ltda., Turner International do Brasil Ltda. (Cartoon Network) e Calçados Dakota Ltda.

Dessa forma, ao direcionar publicidades a um público com pouca resistência crítica para entendê-las como tais, a revista e suas publicidades influenciam negativamente a formação das crianças, estimulando o consumismo e a

erotização precoce, além de atentarem contra a proteção integral e especial da qual são titulares todas as crianças.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou representação ao Ministério Público do Estado de São Paulo sobre a violação promovida pela Atrevidinha e seus anunciantes à Constituição Federal, ao Estatuto da Criança e do Adolescente e ao Código de Defesa do Consumidor. O Ministério Público instaurou Inquérito Civil Público e solicitou informações à Editora Escala sobre a denúncia. O prazo para a editora já se esgotou sem que houvesse apresentado resposta. Os autos do inquérito encontram-se com o promotor de justiça.

10) Editora Abril S.A. e Banco Panamericano S.A.

A Editora Abril S.A. e o Banco Panamericano S.A., para a promoção do álbum Livro Ilustrado Disney Stars Prêmios, realizou campanha válida entre os dias 28.9.2007 e 28.3.2008, anunciando mais de um milhão de prêmios aos consumidores do álbum de personagens da Disney que encontrassem vale-produtos em envelopes de figurinhas.

Constatou-se que o álbum não existia antes da promoção, e que, portanto, foi criado com o propósito de promover os produtos anunciados como prêmios, dentre eles brinquedos Estrela, bicicletas Caloi, aparelhos MP3 Dynacon e kits de shampoo e condicionador Hydrogen. Além disso, a publicidade que divulga mais de um milhão de prêmios é enganosa porque não esclarece o consumidor – no caso, crianças – de que, desses prêmios, apenas pouco menos de 16 mil são produtos; os demais são vales que dão direito a envelopes com quatro figurinhas cada, cujo custo unitário é de apenas R\$0,35.

A promoção foi considerada abusiva na medida em que estimulava a procura desenfreada do produto, atingindo e incentivando o público infantil a consumir. As crianças, foco da publicidade, eram facilmente persuadidas, particularmente pelos prêmios atrativos, frases de grande impacto, uso de personagens do ideário infantil e de recursos gráficos no comercial televisivo. Ao contrário do que justificaram os promotores da campanha, o álbum não tinha como objetivo a retomada de brincadeiras infantis com figurinhas.

Dessa forma, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou em 11.12.2007 representação ao Procon, que está analisando o caso.

11) BCP S.A. – Grupo Claro

A BCP S.A. – Grupo Claro realizou para o Natal passado publicidade de telefones celulares e planos de serviços móveis pessoais com quatro crianças

meninas – bem novas ainda – conversando próximas a uma árvore de Natal. A intenção foi divulgar a promoção “Claro 0,6 centavos por minuto”.

Durante a mensagem publicitária, as crianças manuseavam um aparelho celular e uma das meninas contava como recebia o assédio de um menino, tanto no telefone celular como no telefone fixo de sua casa, para receber votos de “Feliz Natal”. A conversa incluía comentários das amigas, que manifestavam opinião sobre a conduta do menino e ponderavam sobre a suposta relação amorosa. Além de a publicidade falar diretamente com o público infantil, ainda mostrava as crianças se comportando como adultos, sugerindo verdadeira ‘adultização’, erotização precoce e favorecendo a supressão de estágios do desenvolvimento infantil. Diante de tal situação, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou em 20.12.2007 notificação à empresa para que cessasse imediatamente a veiculação da referida publicidade, sob pena de sofrer denúncia nos órgãos competentes. O departamento jurídico da empresa não respondeu, mas sua assessoria de imprensa, em contato com a assessoria de imprensa do Projeto Criança e Consumo, enviou comunicação justificando que a publicidade não seria ofensiva, mas apenas procurava ser divertida, e que já não estava mais sendo veiculada.

12) Candide Indústria e Comércio Ltda. [Xuxa]

A empresa Candide Indústria e Comércio Ltda. veiculou esporadicamente mensagens publicitárias sobre produtos da linha Xuxa. Ao todo, são 12 itens, quais sejam: (i) diversos modelos de máquinas fotográficas digitais da Xuxa; (ii) X-Game – jogo eletrônico; (iii) microsystem da Xuxa; (iv) filmadora da Xuxa; (v) talkgame da Xuxa; (vi) CD player da Xuxa; (vii) MP3 player; (viii) discmen; (ix) laptop – diversos; (x) dance mix; (xi) carro da Xuxa; e (xii) moda e beleza da Xuxa: tattoo X e bijouterias.

A veiculação da publicidade (referente a todos os produtos) estava sendo realizada em canais televisivos, bem como disponibilizada no site [www.candide.com.br/filmes.html]. Além de utilizarem crianças, as mensagens mostravam a apresentadora indicando o consumo dos produtos. Também eram explorados recursos como a transformação de ambientes pelo uso dos produtos e de cores chamativas.

A presença da animadora infantil em todos os comerciais tinha a intenção de influenciar mais intensamente as crianças, pois elas tendem a acreditar e a confiar nos produtos indicados por alguém que admiram, como é o caso da apresentadora. Frente a isso, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, apresentou em 20.12.2007 denúncia ao Conar.

Este, por sua vez, em manifestação favorável ao pedido do Instituto Alana, recomendou liminarmente a sustação da veiculação do comercial denunciado.

13) Indústria de Calçados Grendene Ltda. e Escala Comunicação & Marketing Ltda. [sandália Moranguinho]

A empresa Indústria de Calçados Grendene Ltda. e a agência de publicidade Escala Comunicação & Marketing Ltda., responsáveis pelo anúncio do comercial “*Sandália da Moranguinho que vem com a fantasticorda*”, veicularam publicidade abusiva e ainda promoveram a venda casada, ao condicionar o fornecimento da 'fantasticorda' à compra da sandália Moranguinho. Essa prática é expressamente proibida pelo Código do Consumidor.

A peça publicitária aproveitava-se da deficiência de julgamento e experiência da criança além de desrespeitá-la, na medida em que tinha seu foco na prática comercial abusiva de venda casada realizada pela empresa. Além disso, o comercial em questão era uma mistura de mundo encantado com realidade, confundindo a criança, posto que todo o cenário era infantilizado, e a atriz, uma menina. Assim, a publicidade em questão era claramente dirigida às crianças, confrontando a legislação pátria.

Devido a isso, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, enviou denúncia ao Conar em 21.12.2007, demonstrando como o comercial ofendia a legislação pátria e o próprio Código de Ética aplicado pelo conselho. O conselho, em manifestação favorável ao pedido do Instituto Alana, recomendou a sustação de veiculação do comercial denunciado.

14) Cadbury Adams Brasil Indústria e Comércio de Produtos Alimentícios Ltda. [Bubbaloo]

A empresa Cadbury Adams Brasil Indústria e Comércio de Produtos Alimentícios Ltda. lançou campanha publicitária veiculada pela mídia televisiva para a promoção “*Bubbaloo – Charada*”. Na embalagem, havia dois sabores diferentes: o picante e o congelante. Como as embalagens e o próprio aspecto das duas gomas de mascar eram iguais, só se descobria se a charada era “quente” ou “fria” ao se consumir o produto.

No comercial, três crianças e o gato mascote do Bubbalo deixavam na janela de uma adolescente uma embalagem do “*Bubbaloo – Charada*” e observavam a menina de cima de uma árvore por meio de um binóculo. Ao mascar uma das gomas, a garota sentia muito calor e abria a blusa, dando a entender que ela havia mascado a goma de sabor picante. As crianças reagem com tal euforia ao verem a menina se despir, que um deles até caía da árvore. Tudo isso acompanhado pelo êxtase do gato mascote – apresentado em animação –, que tinha os olhos saltados.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou, em setembro de 2007, representação ao Ministério Público do Estado de São Paulo da cidade de Campinas sobre a campanha publicitária por entender que o filme veiculado na televisão estimulava a erotização precoce, a violação do direito à privacidade e o consumo da goma de mascar, que contém excesso de açúcar e carboidratos. O Ministério Público de Campinas enviou a representação para o mesmo órgão em São Paulo, que instaurou Inquérito Civil Público em 22.11.2007, por meio do qual o caso está sendo investigado.

15) Hyundai Caoa Brasil Ltda.

A empresa automobilística Hyundai Caoa Brasil Ltda. promoveu comercial televisivo com um bebê dirigindo o carro denominado Santa Fé. Nele, a criança, de fraldas, pulava agilmente de seu berço, pegava a chave do carro e ia dar um passeio. O bebê era mostrado com o braço para fora do carro, freando bruscamente e dando carona para uma bebê menina. Assim, entre outras abusividades, o comercial difundia a idéia de que em propriedade do carro e a direção “agressiva” seria possível a conquista de alguém.

Já banido na Austrália, é um claro exemplo de publicidade abusiva, pois transmite valores distorcidos, estimula a criança, futuro adolescente, a colocar em risco a sua própria segurança, além de incitar transgressões à lei.

Por isso, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, ofereceu representação ao Ministério Público do Estado de São Paulo. No entanto, a Promotoria de Justiça do Consumidor optou pelo arquivamento do caso, em razão da informação proveniente da empresa anunciante, de que já havia retirado o comercial de veiculação.

16) Nestlé Brasil Ltda.

A empresa Nestlé Brasil Ltda., para divulgar seu chocolate Chokito, veiculou comercial estimulando crianças a falsear sentimentos e bajular adultos para obter guloseima como recompensa por elogios.

A peça publicitária aproveitava-se da deficiência de julgamento e experiência da criança e desrespeitava-a, na medida em que violava sua integridade psíquica e moral e atingia seus valores. O comportamento da criança exibido na publicidade em questão demonstrava valores socialmente reprováveis, como, por exemplo, a apologia da adulação. Assim, estimulava a manipulação das pessoas e a falsidade como expedientes justificáveis a fim de atingir interesses próprios.

Uma vez tendo recebido denúncia sobre essa publicidade, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, ofereceu representação e enviou ao

Ministério Público do Estado de São Paulo laudo baseado no parecer da psicóloga Maria Helena Masquetti, mostrando como o comercial era reprovável para a educação das crianças. O Ministério Público instaurou Inquérito Civil contra a empresa para analisar as ilegalidades. Após exame, visando indenizar os danos morais difusos causados com a veiculação de publicidade abusiva, promoveu Ação Civil Pública também fundada em parecer do Conselho Regional de Psicologia (SP) em 26.7.2007. Atualmente, está em trâmite na Vara da Infância e Juventude da Comarca de São Paulo e tramita em segredo de justiça.

17) Sadia S.A.

A empresa Sadia S.A. lançou a promoção “*Mascotes Sadia*” em maio de 2007, por meio da qual consumidores de produtos da marca que juntassem cinco selos de cores diferentes obtidos nas embalagens de seus produtos e pagassem mais R\$3,00 poderiam adquirir bonecos de pelúcia da mascote existentes em cinco versões distintas. O mote da campanha “*Cinco lindos bonecos de pelúcia pra você colecionar*” foi publicado no site da promoção.

A campanha foi direcionada ao público infantil, na medida em que os premiava com bonecos de pelúcia colecionáveis, e aproveitou-se da vulnerabilidade e ingenuidade das crianças. Além disso, a campanha ainda incentivava o consumo exagerado de alimentos que podem causar danos à saúde. Também utilizou comandos imperativos e a prática de venda casada, ao condicionar a aquisição dos bonecos à compra dos produtos, o que é explicitamente proibido pelo Código de Defesa do Consumidor.

Em razão da constatação de tantas abusividades, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, promoveu representação ao Procon, denunciando a promoção. Como o trâmite do processo administrativo se dá em sigilo, o resultado poderá ser publicado somente por ocasião da decisão final.

18) Alimentos Zaeli Ltda. e TV Bandeirantes

A empresa Alimentos Zaeli Ltda. lançou a promoção “*Receba um Zaelinho em sua casa*”, no Programa Raul Gil, no qual o apresentador, juntamente com uma criança menina – bem nova ainda –, fazia merchandising dos produtos da empresa. O consumidor que enviasse 10 embalagens de produtos Zaeli ganhava a mascote Zaelinho. A promoção foi válida de fevereiro a agosto de 2007.

O merchandising veiculado foi de grande apelo infantil: primeiro porque o objeto da promoção era um gato de pelúcia, um presente admirado pelas crianças; segundo porque a presença de uma criança enaltecendo e deliciando-se com o produto tem influência sedutora em outras crianças. Além disso, a promoção estimulava o consumo excessivo de alimentos (10 produtos) e

forçava as pessoas a comprarem mais do que necessitavam somente para receber o Zaelinho.

Baseado na tese de que produtos de gêneros alimentícios devem ser anunciados para pais ou responsáveis e não para crianças, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou notificação à empresa e à rede de TV Bandeirantes. Como não foi obtida resposta, o Projeto enviou representação ao Procon contra os abusos da promoção e do merchandising em questão. O órgão permanece analisando a denúncia.

19) Pandurata Alimentos Ltda. [Bauducco]

A empresa Pandurata Alimentos Ltda., conhecida como Bauducco, realizou, entre 12.6.2007 e 19.8.2007, a promoção “*É hora de Shrek*”, lançada no mesmo período de estréia do terceiro filme da série do desenho Shrek, personagem famoso entre os pequenos. As crianças que juntassem cinco embalagens de qualquer produto da linha Gulosos Bauducco e pagassem mais R\$5,00 ganhavam um relógio exclusivo do filme.

A campanha foi pensada para atingir diretamente o público infantil, valendo-se da vulnerabilidade e ingenuidade das crianças, e incentivou o consumo exagerado de alimentos excessivamente açucarados. Também utilizou comandos imperativos e a prática de venda casada, ao condicionar a aquisição dos relógios à compra dos produtos, o que é explicitamente proibido pelo Código de Defesa do Consumidor. Até mesmo o Conar já se posicionou contra a estratégia de marketing da empresa.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, primeiramente notificou as empresas Pandurata Alimentos Ltda. e Exim Character Licenciamento e Marketing sobre os abusos dessa promoção. Como as empresas não responderam à notificação, omitindo-se sobre a abusividade e continuando com a questionada promoção, foi encaminhada representação ao Ministério Público de São Paulo relatando as ilegalidades cometidas por ambas. O Ministério Público instaurou Inquérito Civil Público.

20) Recofarma Indústria do Amazonas Ltda. [Coca-cola]

As empresas Recofarma Indústria do Amazonas Ltda., mais conhecida como Coca-Cola, e Avon Cosméticos Ltda. lançaram a promoção “Colecione Elogios” no final de agosto de 2007. Para participar, era necessário juntar seis pontos, obtidos por meio das tampas dos produtos Coca-Cola – em que as brancas valiam um ponto e as vermelhas, dois – e pagar o valor de R\$7,50. Assim, o consumidor receberia um copo da marca Coca-Cola e um produto da marca Avon.

No comercial da promoção havia um diálogo entre duas meninas elogiando a beleza da mãe. Uma delas, deitada na cama, estava com o copo da Coca-Cola; a outra, em frente ao espelho, estava com um batom da marca Avon nas mãos. A campanha cometia, ao menos, dois abusos: i) associar o consumo de alimento, no caso bebida sem valor nutricional, à aquisição de brindes; ii) enaltecer qualidades supérfluas, tal como a beleza física e estética.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou notificação às duas empresas pedindo a suspensão da campanha. Ambas manifestaram-se formalmente alegando que o comercial em questão só havia sido veiculado até o dia 5.10.2007 e que a referida promoção não seria abusiva porquanto não era dirigida ao público infantil, mas sim às mães. Discordando dos motivos das contranotificações recebidas, o Projeto Criança e Consumo enviou representação ao Ministério Público de São Bernardo do Campo em 13.12.2007.

21) Sulake Corporation Ltd. [Habbo Hotel]

A empresa Sulake Corporation Ltd., responsável pelo site [www.habbo.com.br], disponibiliza-o como forma de viabilizar o jogo Habbo Hotel. Neste, após a inscrição, o usuário pode montar seu próprio quarto dentro do hotel virtual, fazer amigos ao participar de bate-papos em tempo real, criar jogos, jogar os jogos existentes e disputar a pontuação com outros jogadores, além de ter acesso a informações diversas.

Ainda há uma mistura confusa entre o jogo e a prática comercial, entre a fantasia e a realidade, o dinheiro virtual e o real, fazendo com que o vício surja ainda mais potencialmente danoso. Assim, além de afetar a saúde física e psíquica das crianças e adolescentes usuários, afeta também seu patrimônio. Não há dúvidas de que existe um forte estímulo ao consumismo irresponsável e imprevidente direcionado ao público infanto-juvenil. Por isso, viola as normas legais de proteção às crianças e aos adolescentes expostos aos aludidos serviços.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, respondeu a solicitação encaminhada pelo Ministério Público do Estado de São Paulo acerca do referido site, apresentando os motivos pelos quais entende que merece ser reformulado. O Ministério Público está tomando as devidas providências para que seja firmado acordo que garanta a modificação do site em prol de crianças e adolescentes.

22) Level Up! Interactive S.A.

A empresa Level Up! Interactive S.A., responsável pelo site [www.levelupgames.com.br], disponibiliza diversos jogos, que representam diferentes mundos virtuais, muitas vezes voltados ao público infanto-juvenil.

O referido site anuncia, de maneira enganosa, que seus jogos geram benefícios ao desenvolvimento da criança e do adolescente. Alardeados como gratuitos, os jogos são, na verdade, pagos, compra de um código (CD-Key) que autoriza a primeira visita (o código pode ser adquirido como brinde de cereal ou diretamente na internet), assim como pela compra dos créditos que fazem os personagens e jogos bem mais atraentes.

Os créditos podem ser comprados em revendedores especiais ou mesmo pela internet. No site também são vendidos produtos como pelúcias e camisetas, de forma bastante mascarada em meio aos jogos. Alguns deles são bastante violentos, possuem forte apelo sexual nos personagens femininos ou têm conceitos de raças bem divididos. A classificação etária de cada um dos jogos, conforme informado no site, está de acordo com as regras do Ministério da Justiça, mas não há controle eficaz para o bloqueio do acesso de crianças com idade inferior à definida, sendo que quase todos têm muito apelo ao público infantil, por meio das cores, desenhos, fantasias e histórias.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, por ocasião de sua manifestação no caso do Habbo Hotel, ofereceu representação perante o Ministério Público do Estado de São Paulo acerca dos jogos. O Ministério Público então instaurou o competente Inquérito Civil Público, que se encontra aguardando o resultado do Inquérito Civil Público do caso do Habbo Hotel para prosseguir, haja vista que estão anexados e tratam de temas semelhantes.

23) Lei do Município de Curitiba [que permite publicidade em material escolar]

A proposição nº 05.00136.2003 (Lei Municipal nº 11.537) refere-se à permissão de divulgação de publicidade em material escolar distribuído para escolas municipais, a critério da Prefeitura Municipal da cidade de Curitiba.

Por considerar abusiva e danosa, além de ilegal, a prática de veiculação de publicidades em materiais escolares, o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, encaminhou denúncia de inconstitucionalidade da referida lei municipal à Procuradoria Geral do Estado do Paraná, à Procuradoria da República do Estado do Paraná e ao Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil – OAB. Até o momento, a OAB-DF respondeu informando ter levado a denúncia ao Conselho Nacional de Estudos Constitucionais. Já a Procuradoria Geral do Estado do Paraná, em resposta, justificou que "a lei tem caráter meramente autorizatório" e que o artigo específico dessa matéria na lei, o 3º, ainda não foi regulamentado, motivo pelo qual não tomará quaisquer medidas.

Relatório de notificações encaminhadas pelo Projeto Criança e Consumo que não geraram representações ou denúncias [porque o notificado resolveu a questão ou porque ainda aguarda-se o término do prazo para recebimento de resposta por parte do notificado]

24) IG Internet Group do Brasil Ltda.

Em razão de denúncia recebida relativa ao banner do site Sexy Clube, inserido em Portal IG, destinado às crianças sob o domínio de Trem Encantado [www.tremencantado.hph.ig.com.br], o Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo encaminhou ao IG Internet Group do Brasil Ltda. uma carta solicitando esclarecimentos sobre o denunciado.

A empresa IG respondeu à carta encaminhada pelo Instituto Alana, alegando que não possuía responsabilidade sobre os conteúdos veiculados nos portais IG. De toda forma, a empresa se comprometeu a melhorar os filtros de publicidade de todos os sites, a fim de evitar que publicidades impróprias para crianças e adolescentes sejam veiculadas em qualquer site abrigado pelo IG dirigido a esse público.

25) Banco Itaú S.A.

O Banco Itaú S.A., para divulgar as diversas opções de investimentos, como fundos, poupança e previdência, realizou publicidade que tinha como protagonista e interlocutor uma criança, que, por meio da fala direta ao público, discorria um texto que fazia alusão ao conforto e segurança que uma aplicação no Banco Itaú proporcionaria.

O Instituto Alana, por meio do Projeto Criança e Consumo, constatou a abusividade do comercial, uma vez que se utilizava do vocativo infantil para tornar crianças promotoras de vendas, gerava fatos e situações-modelo de inserção precoce da criança no mundo adulto, além de divulgar valores distorcidos, como a supremacia de valores fundados nos bens materiais em detrimento das conquistas emocionais e intelectuais.

Diante de tais observações, foi encaminhada notificação à empresa para que cessasse a questionada publicidade. Em resposta, além de esclarecer que não foi o objetivo cometer tais abusividades, comprometeu-se a redobrar a atenção “na futura e eventual utilização de protagonistas infantis”.

26) Educação Infantil ES [publicidade em material escolar]

No mês de maio de 2007, a equipe do Projeto Criança e Consumo recebeu denúncia, por telefone, de um pai residente no estado do Espírito Santo que estava preocupado com a interferência da publicidade no material escolar de sua filha.

Segundo as informações fornecidas, a escola de sua filha, acidental ou propositadamente, estava inserindo publicidade no dia-a-dia escolar, inclusive em forma de merchandising, em provas e comunicações com os alunos e pais. Perante tal situação e conforme solicitado, a equipe do Projeto Criança e Consumo preparou manifestação para o denunciante encaminhar à escola de sua filha e tentar reverter a situação.

Ao que tudo indica, o material do Projeto Criança e Consumo surtiu efeito, visto que a escola realizou atividades com pais, professores e alunos para discutir o consumismo na sociedade atual, consoante informações recebidas posteriormente pelo correio.

Relatório de manifestações a Projetos de Lei ou Propostas de Regulamentação

- 27) Manifestação à Consulta Pública nº 71 da Anvisa – Agência Nacional de Vigilância Sanitária – acerca da publicidade de alimentos e com especial atenção à proposta de proibição de publicidade dirigida a crianças de alimentos com altos teores de sódio, açúcares e gorduras trans e saturadas.
- 28) Manifestação ao Projeto de Lei nº 5.921/2001 em trâmite perante a Câmara dos Deputados Federais sobre a proibição de publicidade de produtos infantis.

Participação do Projeto Criança e Consumo em eventos oficiais

- 1) Audiência Pública para discussão do Projeto de Lei nº 5.921/2001 com assento na mesa na qualidade de organização não-governamental especializada no tema com tempo para exposição de motivos e apresentação de áudio-visual, Câmara dos Deputados Federais – DF. Também participaram da mesa: Gilberto Leifert, presidente do Conar; Ricardo Moretzsohn, representando o Conselho Federal de Psicologia; Noemi Momberger, advogada especialista em publicidade; Stalimir Vieira, representante da Abap – Associação Brasileira de Agências de Publicidade; além dos deputados federais Luiz Carlos Haully e Maria do Carmo Lara, autor e relatora do PL, respectivamente, e demais ouvintes da sessão pública [30.8.2007]

Participação de integrantes do Projeto Criança e Consumo em eventos na qualidade de palestrantes ou expositores

- 2) Seminário Dia Mundial das Comunicações – As crianças e os meios de comunicação social: um desafio para a educação. Sepac – Serviço à Pastoral da Comunicação – Editora Paulinas. Palestra “*A criança e o consumo*” – Isabella Henriques [17.5.2007]
- 3) Manhã Tecnológica do Colégio São Luis – Cetae – Centro de Estudos de Tecnologias Aplicadas à Educação. Palestra “*A criança e o consumo*” – Isabella Henriques [19.5.2007]
- 4) 23º Encontro de Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo – Procon-SP. Realizado na AASP – Associação dos Advogados do Estado de São Paulo. Palestra “*Publicidade e infância*” – Isabella Henriques [30.5.2007]
- 5) Seminário Internacional Os Caminhos da Infância: situação atual e perspectivas – Aliança pela Infância / Sesc-SP – Ana Lucia Villella [11.7.2007]
- 6) Seminário Mulher e Mídia. Palestra “*Infância e publicidade*” – Isabella Henriques [6.8.2007]
- 7) Aula para estudantes de graduação em publicidade pela PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – sob a coordenação do Professor Vitor Andrade. Aula “*A criança e o consumo*” – Isabella Henriques [4.9.2007]
- 8) 8º Semat – Seminário de Atendimento Bancário – Educando os consumidores de amanhã. Centro Fecomércio. Palestra “*Consumo e infância*” – Isabella Henriques [19.9.2007]
- 9) Evento comemorativo do Dia das Crianças. OAB – Ordem dos Advogados do Brasil – Seção Santo André. Palestra “*A criança e o consumo*” – Lais Fontenelle e Isabella Henriques [9.10.2007]
- 10) I Colóquio Mídia e Agenda Social da ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância. Mesa Que infância queremos. Publicidade e entretenimento em questão. Palestra “*Consumo e infância*” – Isabella Henriques [18.10.2007]
- 11) Seminário Aliança pela Infância – Umapaz – Parque do Ibirapuera. Palestra “*A criança, a mídia e as novas tecnologias*” – Ana Lucia Villella [20.10.2007]
- 12) Seminário de Dança Contemporânea para Crianças – Grupo Balangandança – Põe o dedo aqui. Sesc Pinheiros. Palestra “*A criança e o consumo*” – Ana Lucia Villella [27.10.2007]
- 13) Aula para estudantes de graduação em Publicidade pela PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – sob a coordenação da Professora Mariângela Sarrubo. Aula “*A criança e o consumo*” – Isabella Henriques [31.10.2007]

- 14) Reunião da OAB – Ordem dos Advogados do Brasil. Secção São Paulo – Núcleo de Estudos do Consumidor. Palestra “*A criança e o consumo*” – Isabella Henriques [5.11.2007]
- 15) V Mostra de Informática Educacional. Aulas (quatro) para estudantes de Ensino Médio no Colégio São Luís sob a coordenação dos Professores Willian Ribeiro e Savina Allodi a respeito do material produzido para a Feira de Ciências – André Migliorini, Lais Fontenelle e Isabella Henriques [12.11.2007]
- 16) Aula para estudantes de graduação em Pedagogia pela PUC-SP sob a coordenação da Professora Maria José Pinheiro Machado. Aula “*A criança e consumo – publicidade dirigida à infância: impactos e conseqüências*” – André Migliorini e Lais Fontenelle [29.11.2007]

Organizações e entidades parceiras do Projeto Criança e Consumo

- 1) Aliança pela Infância
- 2) ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância
- 3) Campanha Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania
- 4) CCFC – Campaign For a Commercial-Free Childhood
- 5) Conectas – Direitos Humanos
- 6) Criança Segura
- 7) Ética na TV
- 8) Idec – Instituto de Defesa do Consumidor
- 9) Instituto Akatu
- 10) Instituto Pró-Bono
- 11) MEF – Media Education Foundation
- 12) Movimento Propaganda Sem Bebida
- 13) Proteste
- 14) Screen Time Awareness
- 15) Unifesp – Universidade Federal de São Paulo

II – Área Educação e Pesquisa

Atividades: Pesquisas, em bibliotecas de universidades de São Paulo e Rio de Janeiro, de livros, dissertações de mestrado e teses de doutorado ligadas aos temas do consumismo infantil, mídia, infância e consumo, contato com pesquisadores, leitura e resenha de artigos e livros, organização de bibliografia para o novo site do Projeto, gestão de bolsas de estudo para estudantes de graduação, elaboração de apresentações e palestras e participação em eventos relacionados ao tema.

No ano de 2007 foram realizadas pesquisas exploratórias nas bibliotecas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro [PUC-RJ] e da Escola de Comunicação e Artes da Universidade do Estado de São Paulo [ECA / USP], tendo sido levantada a bibliografia pertinente aos trabalhos do Projeto Criança e Consumo, bem como elaboradas resenhas das obras consideradas mais importantes.

Resenhas de obras produzidas pelo Projeto Criança e Consumo

- BUCKINGHAM, David. *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Editora Loyola, 2007.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CAMARGO, Ricardo Zagallo. *Nuances do diálogo entre educação, criança e consumo: estudo do caso Pão de Açúcar Kids*. Dissertação de mestrado, CRP / ECA / USP, 2003.
- CAMPO, Vanessa Patrícia Monteiro. *Querer, poder e conseguir. O processo de socialização para o consumo: o caso Xuxa*. Departamento de Comunicação Social – PUC-RJ, 2006.
- OSAKI, Lilian de Freitas. *A representação tipológica da criança em comerciais de TV*. Dissertação de mestrado, CRP / ECA / USP, 2003.
- PAZA, Alexandre Dias. *A infância capturada: o mito de mid(Í)as*. Dissertação de mestrado, CCA / ECA / USP, 2002.
- PAZA, Alexandre Dias. *A infância capturada: o mito de mídias*. ECA / USP, 2003.
- POSTMAN, Neil. *O desaparecimento da infância*. Rio de Janeiro: Editora Graphia, 1999.
- RIBES PEREIRA, Rita Marisa. *Nossos comerciais, por favor! Infância, televisão e publicidade*. Tese de doutorado, Departamento de Educação – PUC-RJ.

- ROBIN, Vicky e DOMINGUEZ, Joe. *Dinheiro e vida*. São Paulo: Editora Cultrix, 2007.
- VENEGAS, Sílvia Eloísa Fernandes. *Olhar a televisão com olhos de aprendiz: a relação da criança com a linguagem publicitária televisiva*. Departamento de Educação – PUC-RJ, 1992.
- VIANNA, Claudemir. *O lúdico e a aprendizagem na cibercultura: jogos digitais e internet no cotidiano infantil*. ECA / USP, 2005.
- VIANNA, Claudemir Edson. *O processo educacional: a mídia na escola*. ECA / USP, 2000.
- VITORINO SAMPAIO, Inês Silva. *Televisão, publicidade e infância*. São Paulo: Editora Annablume, 2000.
- YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. *As representações sociais do receptor infantil de duas escolas da cidade de São Paulo, a partir de comerciais de TV*. Tese de doutorado, CCA / ECA / USP, 2005.
- YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. *O universo infantil enquanto target em dois contextos: brasileiro e japonês*. Dissertação de mestrado, ECA / USP / CRP, 2000.

Fornecimento de bolsas de estudo para alunos de graduação no Brasil

Parceria com a ANDI no Programa InFormação, por meio do qual o Projeto Criança e Consumo concedeu 10 bolsas para alunos que trabalharam temas relativos à 'Criança, Mídia e Consumo', que foram acompanhadas também por e-group formado com os ganhadores das bolsas e gerenciado pela equipe de pesquisa do Projeto Criança e Consumo:

1) Título: *Pequenos grandes consumidores: uma abordagem crítica sobre consumo infantil na sociedade contemporânea*

Nome: Alessandra Moína Martins de Souza Pinto

Orientador: Fernanda Martinelli

Instituição de Ensino Superior: UFRJ (RJ)

2) Título: *Análise do poder da publicidade: um estudo da linguagem publicitária e sua recepção junto ao público infantil*

Nome: Cecília Pires Giovanetti, Natália Seraphim de Araújo e Thaís Cristina Schneider

Orientador: Talvani Lange

Instituição de Ensino Superior: UFPR (PR)

3) Título: *Jovem Informação: protagonismo juvenil e leitura crítica da mídia*

Nome: Flávia da Guia e Cleymenne Cerqueira

Orientador: Janara Sousa

Instituição de Ensino Superior: UCB (DF)

- 4) Título: *Televisão, comunicação e educação: uma visualidade crítica*
Nome: Jaqueline Dalpizzolo
Orientador: Maria Beatriz Furtado
Instituição de Ensino Superior: PUC-RS (RS)
- 5) Título: *Propaganda infantil: reflexões pós-modernas sobre consumo e mídia*
Nome: José Ednilson Gomes de Souza Júnior
Orientador: Camila Hildebrand Gaza
Instituição de Ensino Superior: Faculdade Estácio de Sá (MS)
- 6) Título: *A educação pela TV: estratégias e discursos sobre o programa Cocoricó*
Nome: Juliane Aurélio
Orientador: Maria Beatriz Alonso do Nascimento
Instituição de Ensino Superior: Fundação Educacional do Município de Assis (SP)
- 7) Título: *A influência da programação infantil na cultura e educação: estudo de caso sobre a Rede Globo*
Nome: Kédna da Silva Alves
Orientador: Ada Kesea Guedes Bezer
Instituição de Ensino Superior: Faculdades Integradas de Patos no Estado da Paraíba (PB)
- 8) Título: *TV, sexualidade e adolescência*
Nome: Michele Carvalho
Orientador: Andréa Túbero Silva
Instituição de Ensino Superior: Centro Universitário de Araraquara (SP)
- 9) Título: *A experiência da regulamentação das campanhas publicitárias de cigarro como subsídios para regular a comunicação de alimentos direcionados ao público infantil*
Nome: Paulo Alan D. Fragoso
Orientador: Hugo Santos Silva Juni
Instituição de Ensino Superior: Universidade Estácio de Sá (RJ)
- 10) Título: *Padrões de comportamento e identidade sobre crianças afrodescendentes*
Nome: Regina Guena dos Santos
Orientador: Jan Alyne Barbosa e Si
Instituição de Ensino Superior: Faculdade da Cidade do Salvador (BA)

Projetos de acadêmicos que a equipe de pesquisa do Projeto Criança e Consumo ajudou com bibliografia e pesquisa

1. Carla Rabelo Rodrigues
Projeto de mestrado
Título: *Perto do alcance das crianças: elementos do universo infantil nas propagandas de produtos tóxicos*
ECA / USP – SP
Orientador: Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista

2. Adriana Alves dos Santos
Projeto para monografia de final de curso de Licenciatura plena em Pedagogia
Título: *Educação, televisão e escola*
Centro Universitário São Camilo – SP

3. Kelly Cristina Ribeiro da Rocha
Projeto para pesquisa institucional de iniciação científica
Título: *A erotização do vestuário feminino infantil no Brasil contemporâneo*
Centro Universitário Senac São Paulo – SP

4. Vivien Euletério e Soraia Schlosser
Projeto de trabalho de conclusão de curso de Pedagogia
Título: *A criança e o consumo - um desafio na educação*
Instituto Sumaré de Educação Superior – Isis Faculdade Sumaré – SP

5. Daniel Perrault
Projeto para monografia de conclusão de curso de Publicidade e Propaganda
Título: *Ética publicitária nos comerciais de cerveja no Brasil para crianças e adolescentes*
Universidade Federal de Santa Maria – RS

6. Rodrigo Santos
Projeto de monografia para conclusão de curso de Publicidade e Propaganda
Título: *A forma abusiva que as empresas utilizam para persuadir crianças ao consumo*
Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM – SP

7. Fabio Lisboa
Projeto para um trabalho da disciplina Estudos de Cultura no curso de graduação em Letras na USP

Tema: *A criança e a mídia*
Letras / USP – SP

8. Heloisa Grein Vieira

Projeto para monografia de conclusão do curso de Direito

Título: *O consumidor infantil e a influência da publicidade de acordo com o Código de Defesa do Consumidor*

Universidade Federal do Paraná – PR

Participação de representante do Projeto Criança e Consumo no julgamento de trabalhos acadêmicos que envolvem o tema ‘Infância’

- Reunião do Júri do Concurso de Monografias, Dissertações de Mestrado e Teses de Doutorado do Programa InFormação da ANDI [19.10.2007]

Participação de integrantes do Projeto Criança e Consumo em eventos na qualidade de ouvintes ou debatedores

- 17) ProXXima – Evento sobre publicidade nos meios eletrônicos. Meio & Mensagem – Isabella Henriques [6 e 7.3.2007]
- 18) Seminário e Mesa Redonda sobre a Consulta Pública da Anvisa nº 71/06. Idec e Faculdade de Nutrição da USP – Isabella Henriques [8.3.2007]
- 19) Lançamento do livro “Código de Defesa do Consumidor para crianças – Essa turma ninguém passa para trás”. Idec / Criança Segura / Fundação Abrinq / AASP – Isabella Henriques [15.3.2007]
- 20) Seminário Proteste – A internet e o consumidor – Isabella Henriques [27.3.2007]
- 21) Seminário no Conselho Regional de Psicologia – CRP – Publicidade dirigida às crianças – Isabella Henriques e Maria Helena Masquetti [27.3.2007]
- 22) Apresentação de pesquisa realizada pelo Instituto Akatu – Isabella Henriques [28.3.2007]
- 23) Seminário Consumidor Moderno Marketing Show 2007 – Marketing e interatividade: o consumidor da era digital. “Revista Consumidor Moderno” – Maria Helena Masquetti [3 e 4.4.2007]
- 24) Seminário Idec – Direitos e desafios da assistência à saúde – Isabella Henriques [10.4.2007]
- 25) Pensando o consumo hoje: novas abordagens. Ciclo de palestras com Alan Warde – Manchester University. ESPM / Fecomércio / UFRJ – André Migliorini [maio]

- 26) Programa Roda Viva – TV Cultura – Classificação indicativa no centro dos debates – Isabella Henriques [25.6.2007]
- 27) Seminário Internacional Os Caminhos da Infância: situação atual e perspectivas. Sesc-SP / Aliança pela Infância no Brasil – Maria Helena Masquetti e Lais Fontenelle [11 e 12.7.2007]
- 28) Kid Power & Tweens Brasil – IQPC – André Migliorini [24 a 26.7.2007]
- 29) 20º Aniversário Idec – palestras e entrega de prêmios – Isabella Henriques [26.7.2007]
- 30) Jornadas Nisan – Unifesp – Isabella Henriques [9.8.2007]
- 31) Seminário Tramas e Dramas na Problemática Alimentar. Instituto Sedes Sapientiae – Maria Helena Masquetti [14 e 15.9.2008]
- 32) Seminário Internacional Televisão – educação, cultura e inserção social. TVE Brasil / Midiativa / Sesc-SP – Maria Helena Masquetti [19.9.2007]
- 33) 3º Encontro Internacional Rio Mídia: MidiAmérica – indicada para crianças e adolescentes em parceria com o 1º Colóquio Mídia e Agenda Social da ANDI: desafios para formação de estudantes e profissionais de comunicação. Planetário da Cidade do Rio de Janeiro – Lais Fontenelle [17,18 e 19.10.2007]
- 34) Simpósio Adolescência, Lei e Contemporaneidade – Cria – Unifesp – As adaptações de conduta na interface da Clínica, Educação e Justiça – Maria Helena Masquetti [19 e 20.10.2007]
- 35) Palestras sobre o lançamento de livro da Fundação Abrinq –Projeto Empresa Amiga da Criança – Isabella Henriques [22.10.2007]
- 36) Seminário Uso do álcool como produto doméstico e suas conseqüências para a sociedade – Proteste / Criança Segura / Associação Médica Brasileira / Associação Paulista de Medicina – Isabella Henriques [23.10.2007]
- 37) Encontro com o Futuro – Consumo e sustentabilidade (Mube) – Núcleo de Estudos do Futuro e a Agência Internacional pela Paz – Maria Helena Masquetti [25.10.2008]
- 38) Serviços Bancários – 1ª etapa – Informação como instrumento de equilíbrio no crédito e serviços bancários. Cenacon / Procon-SP / Proteste – Arthur Moreira [29.10.2007]
- 39) A prática das ações civis públicas e das ações coletivas nos 16 anos de vigência do Código de Defesa do Consumidor – Comemorações dos 20 anos do Idec e do CEAF / ESMP – Arthur Moreira e Pedro Duarte [6 e 7.11.2007]
- 40) Colóquio de Direitos Humanos – Conectas – Isabella Henriques [3 a 10.11.2007]
- 41) Serviços Bancários – 2ª etapa – Informação como instrumento de equilíbrio no crédito e serviços bancários. Cenacon / Procon-SP / Proteste – Tamara Amoroso, Arthur Moreira e Pedro Duarte [4.12.2007]

- 42) Direitos Básicos do Consumidor. Procon-SP – Tamara Amoroso e Pedro Duarte [14.12.2007]

Pareceres psicológicos elaborados para dar suporte às representações ou denúncias encaminhadas pelo Projeto Criança e Consumo

- Havaianas Kids
- McLanche Feliz
- Neston
- Chokito
- Jogo Manhunt 2
- Scenic
- Danoninho
- Renner
- Itauzão
- Publicidade Escolar
- Macarrão Zaeli
- Spots Sky
- Renner
- Dog Chow
- Sadia
- Bubbalo
- Álbum Disney
- Atrevidinha
- Sandálias Moranguinho
- Xuxa - Candide

Aquisições para o acervo da biblioteca do Projeto Criança e Consumo

- ALMEIDA, Maria Isabel Mendes e EUGENIO, Fernanda (orgs). *Culturas Jovens: novos mapas do afeto*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007.
- ANTAS JR., Ricardo Mendes (org.). *Desafios do Consumo*. Petrópolis (RJ): Editora Vozes.
- BUCKINGHAM, David. *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 1999.
- CARLSSON, Ulla e FEILITZEM, Cecília von (orgs.). *A Criança e a mídia*. São Paulo: Editora Cortez, 2002.

- CASCUDO, Luís da Câmara. *Dicionário do folclore brasileiro*. São Paulo: Global Editora, 2005.
- D´AQUINO, Cássia. *Educação financeira*. Editora Campus, 2007.
- DEL PRIORE, Mary (org.). *História das crianças no Brasil*. São Paulo: Editora Contexto, 2007.
- GORE, Albert. *The assault on aeason*. New York: Penguin Press, 2007.
- GOVATO, Ana Cláudia Marques. *Propaganda responsável*. São Paulo: Editora Senac, 2007.
- GUARESCHI, Pedrinho A. e BIZ, Osvaldo. *Mídia, educação e cidadania*. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2005.
- JOBIM E SOUZA, Solange (org.). *Subjetividade em questão: a infância como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2002.
- _____, (org.). *Educação @pós modernidade*. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2003.
- _____. *Infância e linguagem: Bakhtin, Vygotsky e Benjamin*. São Paulo: Papirus Editora, 2005.
- LEMOS, Inês. *Pedagogia do consumo: família, mídia e educação*. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A fidelidade paradoxal*. São Paulo: Editora Schwarcs Ltda., 2007.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.
- MANDER, Jerry., *Quatro argumentos para acabar com a televisão*. Lisboa: Edições Antígona, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- _____. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- MIGUELES, Carmen (org.). *Antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- MONTIGNEAUX, Nicolas. *Público-alvo: crianças*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.
- PAIVA, Flavio. *A festa do saci*. Editora Cortez, 2007.
- POSTMAN, Neil. *Tecnopólo*. São Paulo: Livraria Nobel, 1994.
- _____. *O fim da educação*. Rio de Janeiro: Graphia editorial, 2002.
- _____. *O desaparecimento da infância*. Rio de Janeiro: Graphia editorial, 1999.
- ROCHA, Everardo. *Representação do consumo: estudo sobre a narrativa publicitária*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, Mauad X, 2006.
- ROCHA, Everardo, ALMEIDA, Maria Isabel Mendes e EUGENIO, Fernanda (orgs). *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas*

sensibilidades nas culturas jovens. Rio de Janeiro: Mauad Editora PUC-Rio, 2007.

- RODRIGUES, José Carlos. *Comunicação e significado*. Rio de Janeiro: Mauad X – PUC-Rio, 2006.
- SAMPAIO, Inês Silvia Vittorino. *Televisão, publicidade e infância*. São Paulo: Annablume Editora, 2000.
- SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *Narcisismo e publicidade*. São Paulo: Annablume Editora, 2007.
- VASCONCELOS, J. *Democracia pura*. São Paulo: Editora Nobel, 2007.

III – Área Comunicação e Eventos

Atividades: Definição de estratégias de comunicação, idealização de eventos, coordenação da produção de documentários e peças de divulgação para veiculação em canais educativos, elaboração de um novo site institucional, idealização de um novo logotipo para o Projeto Criança e Consumo, supervisão da elaboração de um manual de marca para o logotipo, produção de clipping diário sobre consumo e temas relacionados à infância e ao mercado publicitário, elaboração de pauta e realização de matérias e entrevistas para newsletter quinzenal sobre as atividades do Projeto Criança e Consumo, redação de textos institucionais e assessoria de imprensa e sugestão de pauta para veículos de comunicação.

Portal do Projeto Criança e Consumo

- Em fase final de implementação, o novo site do Projeto Criança e Consumo foi planejado no ano de 2007 por sua equipe juntamente com uma empresa especializada na área de internet e deve estar disponível na web a partir do mês de abril de 2008. Será uma ferramenta muito importante para a divulgação do conteúdo que tem sido armazenado pela equipe de pesquisa e também para que as práticas comerciais, inclusive publicidade, abusivas sejam denunciadas. A idéia é que haja também um acompanhamento das denúncias realizadas e do desenrolar dos procedimentos perante os órgãos competentes. O site também será o centro de referência para a imprensa obter mais informações a respeito do trabalho do Projeto Criança e Consumo e tornar acessível perante a sociedade em geral a preocupação com o consumismo e as práticas comerciais abusivas voltados para a infância e adolescência no país. Contará também com informação sobre a legislação nacional e estrangeira acerca dos temas de interesse do Projeto e a possibilidade de que pessoas interessadas em ajudar na divulgação das idéias e debates formem uma rede de contatos por meio do portal.

1º Documentário do Projeto Criança e Consumo

- Em fase de realização, o documentário foi planejado pela equipe do Projeto Criança e Consumo no ano de 2007 juntamente com a equipe de produção contratada. Contará com a participação dos conselheiros do Projeto Criança e Consumo e de especialistas em diferentes áreas de atuação, que falarão sobre a questão partindo de diferentes pontos de vista. Intercalado com os depoimentos dos especialistas, o documentário também apresentará imagens de publicidades diversas e a gravação de um grupo focal com crianças na presença de profissionais especializados.

Planejamento de produção de vinhetas para televisão

- No ano de 2007 foi planejado o desenvolvimento de seis vinhetas para divulgação em emissoras de televisão comunitárias e educativas, internet e mídias diversas sobre seis diferentes causas do consumismo na infância e/ou adolescência. O primeiro vídeo está em fase final de produção e será apresentado no evento do Nisan – Núcleo Interdepartamental de Segurança Alimentar e Nutricional da Unifesp –: Jornada Epidemia da Obesidade: Reflexões sobre a propaganda de alimentos e sua regulamentação, que acontecerá dia 26.3.2007.

Desenvolvimento da programação visual do Projeto Criança e Consumo

- Em 2007 foi desenvolvida a nova programação visual do Projeto Criança e Consumo, que será utilizada em toda a comunicação oficial do Projeto, a partir do ano de 2008.

Produção de artigos para divulgação em mídia impressa e na internet:

- 1) Migalhas / Artigo – *A competência da Anvisa para regulamentar a publicidade* – Vidal Serrano e Isabella Henriques [10.7.2007]
- 2) Folha de S.Paulo / Tendências e Debates – *Que infância estamos construindo?* – Lais Fontenelle [12.10.2007]
- 3) Última Instância / Artigo – *O Conar e o controle social da ética publicitária no Brasil* – João Lopes Guimarães Jr. e Isabella Henriques [4.12.2007]

Elaboração de sugestões de pauta

- 1) Elaboração de sugestão de pauta em conjunto com a ANDI, por ocasião da realização de audiência pública na Câmara dos Deputados Federais, que deu origem à matéria no site da ANDI e pautou diversos meios de comunicação em todo o país [agosto 2007].
- 2) Elaboração de sugestão de pauta em conjunto com a Agência Estado, por ocasião do Dia das Crianças, que deu origem à matéria “*Hora de controlar o consumismo infantil*” e pautou diversos meios de comunicação em todo o país [outubro 2007].

Inserções na mídia impressa e na internet

- 1) Revista ProNews – *Mundo de sonhos na vitrine da TV*, edição nº 85 [janeiro]
- 2) Revista do Idec – *Marketing infantil é ilegal* [15.1.2007]
- 3) Revista Sua Escolha [janeiro]
- 4) Fit Magazine [janeiro]
- 5) Portal [www.itu.com.br] [abril]
- 6) Facamp – entrevista sobre a proibição de publicidade dirigida às crianças [abril]
- 7) O Estado de S.Paulo / Suplemento Feminino – *Crianças consumidas* [9.4.2007]
- 8) Revista Claudia – Conexão Claudia – *Contra o consumismo* [17.4.2007]
- 9) Jornal da Universidade Metodista [maio]
- 10) O Dia – Rio de Janeiro [maio]
- 11) Revista do Procon-SP – *Palmas Consumeristas* – 23º Encontro de Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo – 1º Painel [maio / junho]
- 12) Rudge Ramos Jornal [junho]
- 13) O Globo Online – *Kellogg's vai restringir propaganda de alimentos para crianças* [14.6.2007]
- 14) Site [www.plenarinho.gov.br] – da Câmara dos Deputados Federais – *Publicidade voltada para crianças preocupa especialistas* [18.6.2007]
- 15) A Tribuna – Santos [julho]
- 16) ANDI – *Aumenta influência das crianças sobre compras da família* [29.8.2007]
- 17) Agência Amazônia – *Criança é vulnerável ao consumismo* – [30.8.2007]
- 18) Jornal Agora [setembro]
- 19) O Estado do Paraná – *Consumidor cada vez mais precoce* [9.9.2007]
- 20) Jornal O Popular – *Manhê, eu quero!* [15.9.2007]
- 21) Revista Pesquisa Fapesp – *Guerra ao consumismo infantil* [setembro]
- 22) Jornal 24 – Portugal [setembro]
- 23) Revista do Idec – *Não embarque nessa aventura* [5.10.2007]
- 24) Site do Intervezes – Publicidade Infantil – semana das crianças [outubro]
- 25) Jornal do Colégio Saint John [outubro]
- 26) Jornal Hoje em Dia / Economia – *Crianças enlouquecem pais nas compras* [8.10.2007]
- 27) Instituto Akatu – *Criança e consumo, uma relação delicada* [15.10.2007]
- 28) Observatório do Direito à comunicação – *Com 'semana das crianças', televisão radicaliza incentivo ao consumo* [15.10.2007]
- 29) Jornal da Tarde [outubro]
- 30) Revista UMA – *Lições de finanças: quanto antes melhor* [18.10.2007]

- 31) Jornal A Tarde / Economia – *Crianças são vítimas do abuso publicitário* [10.11.2007]
- 32) Site da Universidade Metodista – *A Ética e a legislação que regulam a publicidade para as crianças* [novembro]
- 33) Revista do Procon-SP – *Consumo sem brincadeira* [outubro, novembro e dezembro]

Inserções na mídia eletrônica

- 34) TV Gazeta – Jornal da Gazeta [fevereiro]
- 35) TV Legião da Boa Vontade – Programa Sociedade Solidária [fevereiro]
- 36) TV Boa Vontade [março]
- 37) Rede Mulher – Jornal da Rede Mulher [abril]
- 38) Rio Super Rádio Brasil [abril]
- 39) TV Câmara-SP [abril]
- 40) Rádio Itatiaia [maio]
- 41) TV Câmara-DF – Ver TV [agosto]
- 42) TV Câmara-DF – jornal [agosto]
- 43) TV Bandeirantes – Jornal da Band [setembro]
- 44) Rádio MEC AM RJ – Espaço Educação [outubro]
- 45) Rádio CBN – dia das crianças [outubro]
- 46) Rádio Clube Paranaense [outubro]
- 47) Canal Futura – Jornal Futura [outubro]
- 48) Rádio Eldorado AM – Programa Pesquisa Brasil [outubro]
- 49) MTV – [dezembro]
- 50) Rede Viva – Tribuna Independente [dezembro]
