



TERMO DE COMPROMISSO

Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana

Por uma comunicação mercadológica livre de apelos ao público infantil

Considerando que a Constituição Federal e o Estatuto da Criança e do Adolescente determinam a proteção integral da criança, assim considerada a pessoa de até doze anos de idade incompletos;

Considerando que a Constituição Federal e o Estatuto da Criança e do Adolescente prevêm que criança goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, além daqueles especiais em decorrência de seu estágio de desenvolvimento;

Considerando que a Constituição Federal e o Estatuto da Criança e do Adolescente determinam ser dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária;

Considerando que a Constituição Federal e o Estatuto da Criança e do Adolescente determinam ser dever da família, da sociedade e do Estado colocar a criança a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão;

Considerando que o Código de Defesa do Consumidor determina que a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor fácil e imediatamente a identifique como tal;

Considerando que o Código de Defesa do Consumidor proíbe a publicidade abusiva, assim considerada, dentre outras, a que se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança;

Considerando que o Código de Defesa do Consumidor considera ilegal a publicidade que se vale da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe produtos ou serviços;

Considerando que o Código de Defesa do Consumidor permite o entendimento de que a criança será sempre considerada hipossuficiente em qualquer relação de consumo, em razão da peculiaridade de ser uma pessoa ainda em formação, não tendo a mesma capacidade de compreensão da realidade que um adulto;

Considerando que o Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária – CONAR – aplica o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária no país no sentido de que a publicidade não deve em hipótese alguma ser dirigida à criança, mas somente aos adultos, ainda que diga respeito a produtos ou serviços do universo infantil;

Considerando que os especialistas em criança, tais como, pediatras, psiquiatras, psicólogos, pedagogos, concordam que crianças de até doze anos de idade não conseguem entender a complexidade das relações de consumo;

Considerando que especialistas e pesquisadores diversos convergem no sentido de que a criança não possui autonomia intelectual e moral, ficando fortemente suscetível a fontes exteriores de prestígio e autoridade, como a publicidade, a qual é capaz enganá-la, induzindo-a ao erro e à ilusão, pois não tem condições de compreender criticamente a publicidade como um uma comunicação exclusivamente venal;

Considerando que os especialistas em criança, tais como, pediatras, psiquiatras, psicólogos, pedagogos, concordam que crianças de até dez anos de idade não conseguem sequer distinguir claramente conteúdo de programação – seja em televisão, internet, rádio ou em mídia impressa – da publicidade, ou seja, não identificam a publicidade como tal;

Considerando que as publicidades que privilegiam a veiculação nos horários e canais voltados para público infantil e que se valem de artifícios como personagens famosos, celebridades do mundo infantil, cores, desenhos infantis, animações gráficas infantis, atores mirins, efeitos especiais, são voltadas às crianças;

Considerando comunicação mercadológica como 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, também as embalagens, as promoções, o *merchandising*, e a forma de disposição de produtos em pontos de vendas, dentre outras.

Considerando que toda e qualquer comunicação mercadológica dirigida à criança, incluindo-se a publicidade, vale-se da própria ingenuidade e, portanto, da deficiência de julgamento e experiência da criança, para seu sucesso, ou seja, para formar convencimento na criança no sentido de que consuma ou influencie o consumo de produtos e serviços;

Considerando que toda e qualquer publicidade direcionada à criança é abusiva e ilegal e por isso crime tipificado no Código de Defesa do Consumidor;

A empresa abaixo qualificada,

C&A MODAS LTDA., empresa com sede na cidade de Barueri, Estado de São Paulo, na Alameda Araguaia, 1222, Alphaville, CEP 06455-000, inscrita no CNPJ/MF sob nº @@@@, neste ato representada na forma de seu Contrato Social na pessoa de @@@@,

publicamente e perante o

INSTITUTO ALANA, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos e duração por tempo indeterminado, com sede e foro no município de São Paulo, Estado de São Paulo, na Rua Sansão Alves dos Santos, 102, 4º andar, CEP 04571-090, neste ato representada na forma de seu Estatuto Social na pessoa de @@@@,

compromete-se a, a partir da assinatura do presente:

1. não mais realizar diretamente às crianças qualquer campanha publicitária, promoção, publicidade, anúncio, comercial, *merchandising*, e/ou comunicação mercadológica de qualquer forma, em todos os meios de comunicação social de massa, inclusive nas mídias existentes e nas que porventura venham a existir;

2. não fazer qualquer espécie de apelo ao público infantil nas suas campanhas publicitárias, promoções, publicidades, anúncios, comerciais e/ou comunicação mercadológica;
3. não usar personagens famosos, celebridades do mundo infantil, cores, desenhos infantis, animações gráficas infantis, atores e/ou modelos crianças, efeitos especiais que chamem a atenção de crianças nas suas campanhas publicitárias, promoções, publicidades, anúncios, comerciais e/ou comunicação mercadológica; e
4. não oferecer brinquedos, alimentos ou qualquer outro produto ou serviço que tenha apelo direto ao público infantil como formas de brindes em suas promoções.

O presente Termo de Compromisso produzirá efeitos em todo o território nacional, vinculando todas as lojas ou representantes da **C&A MODAS LTDA.**

E, por estarem de comum acordo, assinam o presente Termo de Compromisso, em duas vias de igual teor, sendo uma entregue ao representante da empresa **C&A MODAS LTDA.** e outra ao representante do **INSTITUTO ALANA**, concordando, ambos, que seu teor seja divulgado publicamente em qualquer meio de comunicação social de massa, inclusive, mas não somente, no site do Projeto Criança e Consumo, www.criancaeconsumo.org.br.

São Paulo, ___ de _____ de 2008

C&A MODAS LTDA.

INSTITUTO ALANA