



**PARECER TÉCNICO DA GERÊNCIA DE FISCALIZAÇÃO**

**Processo nº 0115-021-763-5**

*Referência: Análise preliminar do processo administrativo de ofício, instaurado em face de Tilibra Produtos de Papelaria Ltda.*

Trata-se de processo administrativo instaurado com vistas à apuração de prática infrativa às Normas de Defesa do Consumidor, onde o Procon/ES recebeu representação do Instituto Alana em face de Tilibra Produtos de Papelaria Ltda, onde a empresa é denunciada pela veiculação de publicidade abusiva.

A tônica da publicidade denunciada gira em torno do estímulo à aquisição de cadernos e materiais escolares da marca Tilibra, com a utilização de personagens atrativos ao público infantil (Jolie, The Simpsons, Garfield, Ben10, Transformers, Capitão América, Hot Wheels, Spider Man, Star Wars, Tinker Bell, Hora da Aventura, Power Rangers, Toy Story, Avengers, Mortal Combat e Monster High) e é composta de efeitos visuais que constroem uma ligação direta entre diversão e o consumo do produto.

As publicidades são amplamente veiculadas em canais de mídia, como TV e internet. Na TV, a veiculação se dá nos canais Cartoon Network, Nickelodeon e Discovery Kids, Disney Channel, Disney XD e internet por meio da página do Facebook da empresa.

Nota-se preliminarmente que o público alvo das publicidades veiculadas é o público infantil, dado o direcionamento da mesma à canais de TV de acesso majoritário deste público e considerando a linguagem utilizada, que estimula sempre a comunicação com as crianças.

Ainda na instrução probatória é possível verificar a contribuição do Conselho Federal de Psicologia, alertando sobre os riscos da veiculação de publicidade dirigida à criança assim como Nota Técnica do Grupo de Trabalho de Comunicação Social da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão e Parecer do Ilustre Professor Bruno Miragem sobre a



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**  
**Instituto Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON/ES**

Constitucionalidade da Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda).

É o relatório.

Inicialmente, é importante destacar que além dos princípios que norteiam as relações de consumo, o CDC, em seu **artigo 6º**, inciso IV, define alguns direitos básicos dos consumidores, que devem, em qualquer relação de consumo, ser obrigatoriamente respeitados:

*Art. 6º - São direitos básicos do consumidor:*

[...]

*IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;*

[...]

O artigo 6º do CDC destaca, portanto, entre outros direitos, o direito à proteção contra a publicidade abusiva. Neste sentido, o próprio Código de Defesa do Consumidor define como abusiva toda publicidade que se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança. Vejamos:

*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, despreze valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.*

Neste mesmo sentido, reforçando o cotejo do dispositivo acima destacado, o próprio Código de Defesa do Consumidor reforça que a direcionamento de práticas comerciais para determinadas categorias de consumidores, com o fito de influenciar na contratação de produtos e serviços, será considerada como prática abusiva, caso realizada, ao afirmar:



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**  
**Instituto Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON/ES**

*Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:*

*IV- prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;*

Ao realizarmos uma breve confrontação entre os dispositivos constantes no Código de Defesa do Consumidor que vedam expressamente o direcionamento de publicidade ao público infantil com o intuito de impingir produtos e serviços, com a vasta instrução probatória existente no processo, em que é notório o cunho infantil das publicidades veiculadas pela Tilibra Produtos de Papelaria Ltda, por si só já seria suficiente para uma conclusão em relação ao desrespeito evidente às normas protetivas das relações de consumo. Porém, faz-se necessário, no caso em tela, aprofundarmo-nos um pouco mais no tema.

No ordenamento jurídico Brasileiro, em relação à publicidade, a criança goza de tripla proteção legal, qual seja: como criança, como consumidora e como usuária de um serviço público de radiodifusão de sons e imagens. Em decorrência desta proteção especial, faz-se necessária uma interpretação literal dos dispositivos existentes, assim como uma regulação que permita a defesa do Público Infantil de programas que contrariem as normas protetivas, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e segurança dos mesmos.

Neste sentido, o CONANDA (Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente), dada sua competência normativa, publicou a resolução nº163/2014, que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. A referida Resolução assim determina:

*Art. 2º 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;*

---

Av. Princesa Isabel, nº 599, 7º andar – Ed. Março – Centro – Vitória/ES – CEP 29010-361  
Fone: 3381-6230 / Fax: 3381-6222 – [procon@procon.es.gov.br](mailto:procon@procon.es.gov.br) – [www.procon.es.gov.br](http://www.procon.es.gov.br)

Fls. N.º 199

70501035

PROCON/ES - Rubr.   L



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**  
**Instituto Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON/ES**

- II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;
- III - representação de criança;
- IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;
- V - personagens ou apresentadores infantis;
- VI - desenho animado ou de animação;
- VII - bonecos ou similares;
- VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e
- IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

Sendo a destacada Resolução um texto mais detalhado, que completa a lei, qual seja, o Código de Defesa do Consumidor, a fim de garantir sua exata e fiel execução, promovendo mais efetividade ao mesmo. Desta forma, a Resolução define critérios para interpretação do artigo 37, §2º do Código de Defesa do Consumidor.

Mediante todo o exposto, não podendo a atividade publicitária ser mecanismo da lesão a direitos fundamentais, faz-se necessária a identificação dos aspectos utilizados na publicidade em discussão que a tornam abusiva, quais sejam:

- A utilização de linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;
- Desenho animado ou de animação;
- Bonecos ou similares;

Evidenciada a prática infrativa, repudiada pelo Código de Defesa do Consumidor, conclui-se pela necessidade de lavratura de Auto de Infração, pelo desrespeito aos artigos 6º, IV; art. 37º, §2º e 39, IV da Lei 8.078/90 e Artigos 14, §2º e 22, IV do Decreto 2.181/97.

Vitória, 27 de Maio de 2015.

  
**Rodrigo Amorim Cristello**  
Gerente de Fiscalização do Procon/ES

  
Rodrigo Amorim Cristello  
Gerente de Fiscalização  
PRO 03 - N° Func.: 2762501  
PROCON/ES