

Em mais uma peça comemorativa de seus 10 anos de existência, o [projeto Criança e Consumo](#), do [Instituto Alana](#),

lançou livro detalhando os principais projetos de Lei (PL) sobre a relação publicidade e infância que tramitam no Congresso Federal.

Caderno Legislativo

ainda esclarece as principais dúvidas para a regulamentação desse campo, mostrando as diversas consequências para a infância desse tipo de publicidade. A publicação foi lançada nessa quinta-feira, 24, em cerimônia na Câmara dos Deputados.

Ao todo, são analisados 14 PLs, com comentários ressaltando avanços ou retrocessos trazidos por eventuais aprovações, além de detalhes técnicos, como autoria e resumo da tramitação.

Sobre o [projeto de decreto legislativo 1460/2014](#), por exemplo, *Caderno Legislativo* sugere a rejeição, já que é pretendido que seja sustada a

[resolução nº 163, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente \(Conanda\)](#)

, sobre a abusividade da comunicação mercadológica dirigida a menores de 12 anos. "A Resolução nº 163 do Conanda teve o mérito de detalhar o conceito de abusividade previsto no artigo 37 do

[Código de Defesa do Consumidor](#)

e explicitar um paradigma que deve reger toda a atividade de publicidade e de comunicação mercadológica, sendo a proposta do Projeto de Decreto Legislativo 1.460/2014 um verdadeiro retrocesso e desrespeito à necessária atuação do Conanda na promoção e defesa dos direitos da criança e adolescente no Brasil", comenta a publicação sobre o projeto do deputado Milton Monti (PR/SP).

Já o [PL 1746/2015](#) deve ser aprovado, aponta, uma vez que "representa um avanço na proteção da criança, por garantir sua segurança na *web*, evitando a coleta de dados não permitida, bem como o seu uso para fins comerciais e publicitários". A proposta do deputado Giovani Cherini (PDT/RS) quer acrescentar ao Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) a garantia do direito de proteção dos dados de crianças e adolescentes na internet, proibindo expressamente coleta de informações pessoais desse público para ações de marketing. Atualmente, o projeto aguarda relator na Comissão de Seguridade Social e Família (CSSF). Só após essa apreciação, a proposta pode seguir para a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania e, finalmente, para o Plenário da Câmara dos Deputados.

Para uma melhor compreensão dos projetos, o texto ainda traz um guia do trâmite pelo qual precisam passar os textos para se transformar em lei. Também são expostos argumentos pró-regulamentação, com embasamento de pesquisas científicas, estatísticas e peças que já

tem força de lei, tanto no Brasil, quanto em outros países. Análise desses materiais leva, inclusive, a publicação a já considerar ilegal a publicidade infantil no País. Para isso, após elencar trechos da Constituição Federal, do Estatuto da Criança e do Adolescente, da Convenção das Nações Unidas sobre as Crianças, do Código de Defesa do Consumidor, da [Resolução nº 163 do Conanda](#)

, é citado o jurista Vidal Serrano Júnior: "Com efeito, se não pode captar eventual conteúdo informativo e não tem defesas emocionais suficientemente formadas para perceber os influxos de conteúdos persuasivos, praticamente em todas as situações, a publicidade comercial dirigida a crianças estará a se configurar como abusiva e, portanto, ilegal".

Essa reunião de elementos de diversas naturezas (de várias áreas acadêmicas, jurídicos, políticos, etc) é um dos grandes méritos da publicação, que traz — em tom didático mas não superficial — itens que tornam o leitor bem informado sobre a gravidade do tema e sua situação parlamentar. Torna-se, assim, uma das peças mais completas para a introdução do atual cenário de luta pela proibição da publicidade destinada a crianças. Uma obra fundamental de leitura e consulta para um ativismo melhor qualificado em luta por uma sociedade mais apropriada e saudável para o desenvolvimento infantil.

Serviço

O texto está disponível na íntegra em: <http://migre.me/vBHru>