

# Consulta pública sobre publicidade infantil

Formulário para comentários à minuta de portaria sobre publicidade infantil proposta pela Secretaria Nacional do Consumidor

\* Obrigatória

1. Art. 1º. O anúncio publicitário deverá preservar o direito ao o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social da criança, em condições de liberdade e de dignidade, e não lhe dirigirá diretamente apelo imperativo de consumo.

§ 1º Os anúncios deverão, exemplificativamente, abster-se de:

I - provocar deliberadamente qualquer tipo de discriminação, em particular daqueles que, por qualquer motivo, não sejam consumidores do produto;

II - associar crianças e adolescentes a situações incompatíveis com sua condição de hipervulneráveis;

III - impor a noção de que o consumo do produto proporcione superioridade ou, na sua falta, a inferioridade;

IV - provocar situações de constrangimento aos pais ou responsáveis, ou molestar terceiros, com o propósito de impingir o consumo;

V - empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo, admitida, entretanto, a participação deles nas demonstrações pertinentes de serviço ou produto;

VI - utilizar formato jornalístico, a fim de evitar que anúncio seja confundido com notícia;

VII - apregoar que produto destinado ao consumo por crianças e adolescentes contenha características peculiares que, em verdade, são encontradas em todos os similares;

VIII - utilizar situações de pressão psicológica ou violência que sejam capazes de infundir medo.

§ 2º. Quando os produtos forem destinados ao consumo por crianças e adolescentes, seus anúncios deverão:

I - procurar contribuir para o desenvolvimento positivo das relações entre pais e filhos, alunos e professores, e demais relacionamentos que voltados ao pleno desenvolvimento da sua personalidade;

II - respeitar a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência e o sentimento de lealdade do público-alvo;

III - dar atenção especial às características psicológicas do público-alvo, sendo presumida sua menor capacidade de discernimento;

IV - obedecer a cuidados tais que evitem eventuais distorções psicológicas nos modelos publicitários e no público-alvo;

V - abster-se de estimular comportamentos incompatíveis com a convivência civilizada em sociedade.

Insira sua resposta

2. Art. 2º É proibida qualquer ação de merchandising ou publicidade indireta contratada que empregue crianças, elementos do universo infantil ou outros artifícios com a deliberada finalidade de captar a atenção desse público específico, qualquer que seja o veículo utilizado.

Insira sua resposta

3. Art. 3º Nos conteúdos segmentados, criados, produzidos ou programados especificamente para o público infantil, qualquer que seja o veículo utilizado, a publicidade de produtos e serviços destinados exclusivamente a esse público estará restrita aos intervalos e espaços comerciais.

Insira sua resposta

4. Art. 4º. Para a avaliação da conformidade das ações de merchandising ou publicidade indireta contratada ao disposto nesta Portaria, levar-se-á em consideração que:
- I - o público-alvo a que elas são dirigidas deve ser adulto;
  - II - o produto ou serviço não deva ser anunciado objetivando seu consumo por crianças;
  - III - a linguagem, imagens, sons e outros artifícios nelas presentes sejam destituídos da finalidade de despertar a curiosidade ou a atenção das crianças.
- § 1º. Crianças e adolescentes não deverão figurar como modelos publicitários em anúncio que promova o consumo de quaisquer bens e serviços incompatíveis com sua condição, tais como armas de fogo, bebidas alcoólicas, cigarros, fogos de artifício e loterias, e todos os demais igualmente afetados por restrição legal.
- § 2º. O planejamento de mídia dos anúncios de produtos que sejam destinados ao consumo por crianças e adolescentes deverá ser avaliado considerando a aplicação desta portaria à luz da Constituição Federal e da Lei 8.069, de 13 de julho de 1990.

Insira sua resposta

5. Art. 5º. Considera-se anúncio publicitário, para fins desta portaria, qualquer mensagem, veiculada de forma escrita, por meio de sons ou por meio de sons e imagens, que, direta ou indiretamente, em mídia analógica ou digital, procure promover o consumo de produtos ou serviços postos no mercados por fornecedor nos termos do art. 3º da Lei 8.078, de setembro de 1990.

Insira sua resposta

6. Art. 6º O anúncio de refrigerantes:

I – deverá abster-se de utilizar crianças muito acima ou muito abaixo do peso normal, segundo os padrões biométricos comumente aceitos, evitando que elas e seus semelhantes possam vir a ser atingidos em sua dignidade; e  
II - quando se tratar de produto destinado à criança, deverá, ainda, abster-se de qualquer estímulo imperativo de compra ou consumo, especialmente se apresentado por autoridade familiar, escolar, médica, esportiva, cultural ou pública, bem como por personagens que os interpretem, salvo em campanhas educativas, de cunho institucional, que promovam hábitos alimentares saudáveis.

Insira sua resposta

7. Art. 7º. O anúncio de bebidas alcóolicas não terá crianças e adolescentes como público-alvo e nem terá crianças e adolescentes como figurantes, de qualquer forma, devendo qualquer pessoa que neles apareça ser maior de 25 anos de idade e ter aparência compatível com essa idade.

Parágrafo único. O anúncio de bebidas alcóolicas somente será inserido em programação, publicação ou website dirigidos predominantemente a maiores de dezoito anos, devendo o anunciante se abster da inserção em caso de dúvida quando houver dificuldade na aferição do público predominante.

Insira sua resposta

8. Art. 8º. O anúncio de produtos farmacêuticos isentos de prescrição não deverá ser feito de modo a induzir ao uso de produtos por crianças, sem supervisão dos pais ou responsáveis, aos quais a mensagem se dirigirá com exclusividade.

Insira sua resposta

9. Art. 9º. O anúncio de armas de fogo não exibirá crianças ou menores de idade.

Insira sua resposta

10. Art. 10. O anúncio de produtos cuja venda seja proibida a crianças e adolescentes deverá mencionar expressamente essa circunstância.

Insira sua resposta

11. Art. 11. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Insira sua resposta

12. Outras considerações que não constam do texto da minuta em consulta

Insira sua resposta

13. Identificação do comentarista. \*

Insira sua resposta

14. CPF ou CNPJ do comentarista. \*

15. E-mail do comentarista. \*

Enviar

Nunca forneça sua senha. [Relatar abuso](#)

Esse conteúdo foi criado pelo proprietário do formulário. Os dados que você enviar serão enviados ao proprietário do formulário.

Da plataforma Microsoft Forms | [Política de privacidade](#) | [Condições de uso](#)