

Sabemos que no mundo de hoje uma publicidade de qualidade é vital para um bom seguimento de qualquer empresa. Contudo, a legalidade da publicidade infantil no país divide opiniões no âmbito jurídico.

Para entender melhor sobre o tema, é necessário entender o que é considerado **publicidade infantil** e quais são os seus [limites legais no Brasil](#).

CONCEITO



A publicidade infantil é qualquer comunicação mercantil realizada para atingir o público infantil. Esse tipo de comunicação tem o intuito de divulgar o consumo de determinados produtos, marcas ou serviços para esse mesmo público.

Geralmente, esse tipo de publicidade utiliza de uma linguagem estratégica, para assim, se

comunicarem diretamente ao público desejado, as crianças.

Por isso, utilizam cores vibrantes, músicas infantis, dentre outros meios, para chamar a atenção da criança para o seu produto.

Outra estratégia utilizada para atingir o público desejado, é apelar para a realização de associações do produto ou serviço com personagens infantis importantes no meio.

Desta forma, esse tipo de publicidade deve ter muito cuidado, visto que se trata de um público que geralmente, não tem capacidade cível para lidar com as consequências das campanhas publicitárias, podendo assim, ter um potencial nocivo na vida das crianças.

A PRÁTICA PUBLICITÁRIA

Atualmente, no Brasil, a publicidade infantil não é mais permitida, não podendo realizar propagandas no meio televisivo. Tal decisão foi tomada oficialmente em 2014 pela Resolução de Conanda.

Esse tipo de [publicidade](#) é tratado desta forma, visto a fragilidade de seu público alvo e a sua facilidade de influenciar diretamente nos hábitos das crianças, obtendo assim, um alto potencial nocivo.

A publicidade para as crianças também se torna uma prática abusiva, quando a divulgação do produto ou serviço foca em convencer o seu público alvo, por meios questionáveis a realizar uma compra.

Desta forma, veio à necessidade de regulamentar de fato as práticas de publicidade e marketing utilizadas no meio infantil, estabelecendo **limites legais** para aqueles que comercializam algo para as crianças.

PAR METROS LEGAIS

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, é proibido direcionar publicidade de qualquer produto ou serviço ao público infantil, independente do meio de comunicação realizado.

Contudo, no Brasil existem várias normas que tratam deste assunto. Atualmente, há 22 (vinte e duas) normas diferentes que regulamentam a atividade de publicidade para o público infantil no país.

Além disso, em 2016, o Superior Tribunal de Justiça (STJ), reconheceu que a publicidade para crianças é abusiva, determinando-a como uma prática ilegal.

Desta forma, não é possível fazer publicidade e propaganda de produtos destinados ao público infantil.

Há, contudo, um meio de realizar propagandas de produtos infantis, sem ferir tais legislações e normas.

As propagandas devem ser voltadas aos pais das crianças, para que estes sintam a necessidade de comprar os produtos ou serviços para seus filhos.

Para que as propagandas de produtos infantis sejam realizadas de alguma forma, elas sempre devem evitar a realização de qualquer **prática abusiva** abaixo:

- Incentivar uma alimentação não saudável
- Realizar qualquer tipo de constrangimento à criança, incentivando-a adquirir o produto ou serviço em questão
A utilização de palavras como: “compre”, “adquira” e “peça”
- Criar uma falsa realidade para a criança ser incentivada a comprar algo
- Desvalorizar a figura dos pais e sua autoridade
- Qualquer tipo de venda casada

Por fim, a **publicidade infantil** ainda é um tema controverso, com projetos de lei surgindo frequentemente, devendo ser tratada com a seriedade que o assunto necessita. Gostou do conteúdo sobre e quer aprender mais sobre o universo do Direito? [Continue acompanhando nosso blog e siga nosso Instagram.](#)