

MP apura se anúncio incentiva criança a desrespeitar leis de trânsito

Corrida de carrinhos de brinquedo agora é assunto do Ministério Público. Um anúncio de carrinhos que estimula as crianças a desenharem pistas para brincar, fazendo corridas e desafios, como ultrapassar obstáculos na pista ou derrapar por mais tempo foi motivo para a instauração de um inquérito civil pelo MP do Rio de Janeiro.

“O primeiro passo é criar uma pista radical para desafiar seus amigos. Obstáculos, armadilhas, vale tudo. Quem acelerar fundo e chegar primeiro fica com todos os carrinhos”, diz a propaganda. A ideia é que quem ganhar fique com o carrinho do perdedor, como nas brincadeiras de “bafo”, onde as crianças apostam as figurinhas repetidas de seus álbuns da Copa do Mundo ou de desenhos animados.

123RF



Quatro anos depois de ir ao ar, publicidade de brinquedo é alvo de inquérito.
123RF

A campanha é de 2012, mas foi em março deste ano que o MP-RJ abriu uma investigação para apurar se a Mattel, que produz os carrinhos Hot Wheels, incentiva as crianças a desrespeitarem regras de trânsito. Além disso, o órgão apura se a propaganda apresenta “distorção de valores, estímulo ao consumismo e à agressividade”.

A denúncia partiu de uma entidade que combate a publicidade voltada para o público infantil, o Instituto Alana. A organização levou o caso primeiro ao Procon de Londrina (PR), que encaminhou a questão para a Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça (Senacom).

O Ministério da Justiça encomendou um parecer da psicóloga Roseli Goffman, do Conselho Federal de Psicologia. Segundo ela, “não há como descartar a possibilidade da banalização da violência no comportamento de crianças, por meio da atividade do jogo eletrônico e acesso a páginas da internet (...). Em se tratando da influência no comportamento de crianças com sugestões quanto a decisões e escolhas, não há como justificar a intolerância de qualquer natureza”.

A Mattel, por sua vez, sustentou que a campanha “foi plenamente condizente com os padrões publicitários infantis e em nenhum momento incentivou as crianças a adotarem comportamentos



antiéticos ou amorais”.

Sem mais quaisquer procedimentos no Procon sobre o caso, a Senacom, em março de 2016, instaurou um processo administrativo. No mesmo mês, cerca de quatro anos depois de a campanha ir ao ar, o MP-RJ, por meio da 1ª Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva da Infância e da Juventude da capital fluminense, decidiu abrir um inquérito civil para investigar a prática de publicidade abusiva.

A campanha sequer está no passando na TV ou no canal da Mattel no YouTube, como explica o próprio Instituto Alana, que aproveitou a abertura do inquérito para desfiar [mais acusações](#) contra a empresa, que, segundo a entidade, usa anúncios que traduzem “explicitamente a intenção de que esses brinquedos [carrinhos] sejam colecionados” e misturam “fantasia e realidade”.

Assista algumas das propagandas alvo de investigação:

Date Created

08/08/2016