

Opinião: Sobre o guia de boas práticas para a publicidade infantil

No mês passado foi divulgado o "Guia de Boas Práticas para a Publicidade Online Voltada ao Público Infantil", documento firmado entre o Google e o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), como fruto da composição da empresa com o Ministério Público, derivada de uma ação civil pública na qual se questionava publicidade irregular voltada ao público infantil por suposta



O [documento](#) foi produzido no formato de um manual, ou

seja, é um guia de "boas práticas" destinado a anunciantes, agências, influenciadores e outros atores a fim de que possam se balizar ao desenvolver materiais publicitários e de comunicação comercial voltados ao público infantil, em ambiente *online*.

Sobre sua força jurídica, vale debater alguns pontos. É certo que o manual não tem a força cogente de uma lei, assim como a sua não adoção não redundará num descumprimento da decisão judicial da citada ação civil pública. Seu perfil aproxima-se de um instrumento de consulta para eventuais ações publicitárias voltadas ao público infantil, já que não é uma norma em si e não tem o poder de condicionar campanhas publicitárias, eis que esse não é o papel do Conar: esta é uma organização não governamental voltada à promoção da liberdade de expressão publicitária e à defesa das prerrogativas constitucionais da propaganda comercial.

Nesta primeira camada de análise, pode-se pensar no guia possivelmente como um marco de *compliance* entre os atores das ações publicitárias. Entretanto, devemos avançar para outras visões mais complexas.

O primeiro avanço remete ao perfil dos assuntos tratados: publicidade e infantil. Tratando em outros termos: direito do consumidor e direito das crianças. Ambos direitos fundamentais e políticas públicas a serem perseguidas pelo Estado brasileiro, de modo que se faz fazer princípios destas leis: o "*estudo constante das modificações do mercado de consumo*" (artigo 4º, VIII do CDC) e a "*efetivação dos direitos referentes à cultura, à dignidade, ao respeito*" das crianças e adolescentes (artigo 4º, caput do ECA).

Além do que, e talvez com mais vigor, o guia concretiza os fundamentos da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 10709/2018), desenvolvendo o conteúdo jurídico do critério ambivalente da *proteção da liberdade unida ao livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural* (artigos 1º e 2º). Em especial, mostra-se como uma ótima aplicação das diretrizes da LGPD para os dados de crianças e adolescentes presentes no artigo 14, com destaque para a consideração do melhor interesse destas na ação publicitária.

Considerando o vácuo e/ou o engessamento legislativo voltados à publicidade *online* infantil, é de bom grado ter em conta esse guia principalmente pelo protagonismo de atores privados (Google e Conar) na sua realização, já que são os verdadeiros detentores do acervo das boas práticas relacionadas a esse tema.

Date Created

10/11/2021