 República Federativa do Brasil Poder Judiciário [STF](http://www.stf.jus.br/) | [CNJ](http://www.cnj.jus.br/) | [CJF](http://www.cjf.jus.br/cjf/) | [ENFAM](http://www.enfam.jus.br/)

Você está em: [Início](http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/)  >  [Comunicação](http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o)  >  [Notícias](http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o/noticias)  >  [Notícias](http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o/noticias/Not%C3%ADcias)

**Notícias**

**INSTITUCIONAL**

26/04/2017 21:25

**Lançada publicação que comemora um ano de decisão histórica sobre publicidade de alimentos dirigida às crianças**

Foi lançada nesta quarta-feira (26), no Espaço Cultural do Superior Tribunal de Justiça, a publicação *Direitos sem ruído: a histórica decisão do STJ sobre publicidade de alimentos dirigida à criança*, do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec).

A publicação trata do processo sobre a campanha publicitária promovida pela empresa Pandurata, detentora da marca Bauducco. O caso foi analisado pela Segunda Turma do STJ, que, em votação unânime, em 10 de março de 2016, [**considerou ilegal**](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1495560&num_registro=201500615780&data=20160415&formato=PDF) a campanha “É hora do Shrek”, divulgada em 2007.

Além do lançamento da publicação, o Idec promoveu um debate sobre a publicidade infantil, com o apoio da Bloomberg Philanthropies, para celebrar um ano da publicação do acórdão. O evento contou com a participação dos ministros Humberto Martins, Herman Benjamin, Mauro Campbell Marques e Assusete Magalhães, que à época do julgamento integravam a Segunda Turma.

Também estiveram presentes o subprocurador-geral da República Aurélio Rios e a chefe de cozinha e apresentadora do programa de TV “Bela Cozinha”, Bela Gil.

O relator do processo, ministro Humberto Martins, hoje vice-presidente do STJ, destacou que a decisão foi um precedente importante sobre a publicidade de alimentos ao caracterizar como venda casada a oferta de brindes mediante a compra de pacotes de biscoitos. “A prática representou violação do Código de Defesa do Consumidor”, destacou. O ministro lembrou ainda que é papel do STJ “fazer da vida do consumidor uma vida melhor, mais digna e de mais respeito”.

A publicidade incentivava as crianças a colecionar embalagens de qualquer produto da linha e a pagar uma quantia para receber um relógio exclusivo. A decisão levou em consideração o aumento da obesidade infantil no Brasil e no mundo e a necessidade de que os pais decidam sobre o consumo dos alimentos pelas crianças.

**Abuso**

Com esse processo, o STJ criou o primeiro precedente que considerou abusiva a publicidade de alimentos dirigida direta ou indiretamente ao público infantil. A decisão representa uma importante etapa do desafio enfrentado pela sociedade brasileira nesse campo ao reconhecer a vulnerabilidade das crianças, além de protegê-las de práticas publicitárias abusivas que conduzem à cultura do consumo.

A coordenadora executiva do Idec, Elici Bueno, lembrou que uma criança obesa tem maior risco de se tornar um adulto com obesidade, com sérias implicações para a saúde. A coordenadora ressaltou que a publicação está sendo traduzida para outras línguas, o que possibilitará a disseminação do julgamento do STJ em várias partes do mundo.

De acordo com a apresentadora Bela Gil, há atualmente uma difícil competição entre produtos naturais e itens industrializados, estes últimos apoiados por uma publicidade massiva. Segundo a apresentadora, a decisão do STJ contribui para que empresas de alimentos “percebam o que estão fazendo com as nossas crianças”.

A publicação do Idec oferece ainda informações sobre como seguir uma dieta balanceada e saborosa. O texto também está disponível em inglês e espanhol e conta com uma versão digital, a qual pode ser acessada no site do [**Idec**](http://www.idec.org.br/).

**Posição alinhada**

A decisão da Segunda Turma está alinhada com a Declaração dos Direitos da Criança da Organização das Nações Unidas (ONU) e recebe ainda mais destaque diante do aumento do consumo de alimentos ultraprocessados, reconhecidamente relacionados ao aumento da obesidade infantil.

A posição adotada pelos ministros naquele julgamento também segue as orientações da segunda edição do “Guia Alimentar para a População Brasileira”, elaborado pelo Ministério da Saúde em parceria com o Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo (Nupens/USP) e com o apoio da Organização Panamericana de Saúde (Opas).

Em 2014, a Opas publicou o plano de prevenção da obesidade infantil e recomendou a redução da exposição das crianças à publicidade de alimentos não saudáveis. Segundo a entidade, esse tipo de conteúdo estimula o consumo de alimentos ultraprocessados.

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), o excesso de peso e a obesidade são considerados fatores de risco para a hipertensão, o diabetes e o câncer. O número de crianças e adolescentes nessas condições passou de 32 milhões em 1990 para 42 milhões em 2013.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) informa que mais de 30% das crianças com idade entre 5 e 9 anos apresentam excesso de peso. Nesse grupo, 15% dos meninos e 10% das meninas são considerados obesos.

**Fonte:**http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt\_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o/noticias/Not%C3%ADcias/Lan%C3%A7ada-publica%C3%A7%C3%A3o-que-comemora-um-ano-de-decis%C3%A3o-hist%C3%B3rica-sobre-publicidade-de-alimentos-dirigida-%C3%A0s-crian%C3%A7as