

## CONSELHO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE NAVEGANTES

<b>PROCEDÊNCIA:</b> Conselho Municipal de Educação	
<b>OBJETO:</b> fixar normas para os procedimentos de atividades de comunicação comercial, publicidade e divulgação nas unidades escolares do Sistema Municipal de Ensino de Navegantes/SC.	
<b>PROCESSO:</b> SME 0005/2022	
<b>PARECER COMEN Nº:</b> 005/2022	<b>APROVADO</b> <b>EM:</b> ...../...../2022

### I – HISTÓRICO

Os membros do Conselho Municipal de Educação de Navegantes – COMEN, reunidos em sessão ordinária, indicaram a constituição de comissão especial para produção de resolução objetivando disciplinar, no âmbito do sistema municipal de ensino, as atividades de comunicação comercial, publicidade e divulgação nas unidades escolares de forma a preservar os educandos e garantir a consecução das horas letivas estabelecidas na legislação vigente.

É o breve relato.

### II – ANÁLISE

A atividade publicitária é inerente ao mercado de consumo contemporâneo. Seus efeitos, aliás, ultrapassam uma perspectiva meramente econômica, influenciando na definição de comportamentos sociais. Conforme afirma Baudrillard (2007):

A publicidade revela-se talvez como o mais notável meio de comunicação de massas da nossa época. Assim como, ao falar de qualquer objeto, os glorifica virtualmente a todos, referindo-se igualmente à totalidade dos objetos ao universo totalizado pelos objetos e pelas marcas em virtude da menção de tal objeto ou de tal marca – assim também, por meio de cada consumidor, se dirige a todos os consumidores e vice-versa, fingindo uma totalidade consumidora, retribalizando os consumidores no sentido que McLuhan atribui à expressão, isto é, através de imanente cumplicidade e conluio, imediatos ao nível da mensagem, mas, sobretudo ao nível do próprio meio de comunicação e do código. Cada imagem e cada anúncio impõem o consenso de todos os indivíduos virtualmente chamados a decifrá-los, ou seja, depois de descodificarem a mensagem, a aderir automaticamente ao código em que ela for codificada<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 2007, p. 131.

A atividade publicitária não pode ser mecanismo da lesão a direitos fundamentais. Ao contrário, no exercício das liberdades que fundamentam o exercício desta atividade legítima, de fins econômicos, há de se exigir sua conformação com outros direitos e liberdades fundamentais, de modo a prevenir-se sua colisão.

O desenvolvimento de ações de marketing em ambiente escolar deve ser objeto de especial atenção. Crianças são muito vulneráveis a campanhas publicitárias, em particular quando são realizadas em associação com escolas. Nessa faixa etária, elas não têm ainda plena compreensão das diferenças, eventualmente sutis mesmo aos adultos, entre a publicidade comercial e intervenções com fins didático-pedagógicos.

A escola é um espaço privilegiado para a formação de valores, a conformação de aspectos mais ou menos permanentes da personalidade que individualizam as crianças em desenvolvimento, a criação de desejos, entre outros. É o segundo espaço de socialização da criança, atrás apenas da família.

Considerando a centralidade do ambiente escolar na formação da linguagem e do pensamento das crianças, qualquer intervenção alheia ao fim estritamente educativo, não adequada ao escopo pedagógico das instituições de ensino ou com fins comerciais, deve ser encarada com reservas, mesmo quando desenvolvida com alegadas finalidades educativas e culturais.

Isso porque a entrada de empresas comerciais externas ao cotidiano das crianças e adolescentes, pela via da comunicação mercadológica, prejudica a autonomia político-pedagógica dos estabelecimentos de ensino. O marketing nas escolas, o endosso implícito de produtos, serviços e marcas de alguma forma anunciados comercialmente em ambiente escolar e a própria cultura do consumismo irresponsável relacionada à publicidade dirigida às crianças podem acabar interferindo no conteúdo curricular de forma negativa.

A respeito dos motivos comerciais que levam as empresas a realizar ações de marketing em escolas, pesquisadores do **Center for Science in the Public Interest (CSPI)**, entidade não governamental localizada em Washington D.C, Estados Unidos, afirmam que:

Marketing em escolas se tornou um grande negócio. As empresas vêm como uma oportunidade de fazer vendas diretas e cultivar a lealdade à marca. Eles percebem que as escolas são um ótimo lugar para atingir as crianças, uma vez que quase todas vão à escola e gastam uma grande parte das horas em que estão acordadas lá. O marketing nas escolas também acrescenta credibilidade às atividades de comercialização, associando o nome da empresa e do produto com escolas ou professores confiáveis<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> "Pestering Parents: How Food Companies Market Obesity to Children". Disponível em: [http://cspinet.org/new/pdf/pages\\_from\\_pestering\\_parents\\_final\\_pt\\_2.pdf](http://cspinet.org/new/pdf/pages_from_pestering_parents_final_pt_2.pdf). Acesso em: 23 ago. 2022. pg. 14. Tradução livre,

A escola deveria ser capaz de alterar as lentes pelas quais as crianças veem o mundo e ter em vista a maneira como construir uma vida plena, e não apenas como ganhar a vida. No entanto, as escolas, muitas vezes, focam a utilidade econômica do ensino, ou seja, no preparo para ganhar a vida, unindo-se, assim, ao consumo. Ou seja, os alunos, no seu tempo letivo, se concentram no que vão poder ser quando crescerem, enquanto profissionais e, conseqüentemente, desde seus primeiros anos de vida, almejam ganhar dinheiro para poder consumir.

Desta forma, deve haver preocupação com a criação de currículos para crianças para que não estejam a serviço de interesses comerciais, em que o ensino e a cultura se fundem com valores de mercado e exploram a fantasia e o desejo das crianças.

A escola deve ser um espaço institucional descompromissado com os interesses da indústria, muito embora não ignore sua presença no cotidiano e no imaginário das crianças.

A escola deve abrir seu espaço ao lúdico, à brincadeira, e também deve promover o ensino científico. Pode trazer elementos externos para auxiliá-la em sua missão de educar, mas deve estar atenta aos objetivos reais dos interlocutores e aos impactos que tais ações podem representar na formação dos hábitos.

Cumpre-nos recordar o disposto na Resolução do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA n.º 163 de 13 de março de 2014, que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente, em seu art. 2º:

Art. 2º Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, **com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço** e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos: [...]

§ 2º Considera-se abusiva a publicidade e comunicação mercadológica **no interior de creches e das instituições escolares da educação infantil e fundamental**, inclusive em seus uniformes escolares ou materiais didáticos.

§ 3º As disposições neste artigo não se aplicam às campanhas de utilidade pública que não configurem estratégia publicitária referente a informações sobre boa alimentação, segurança, educação, saúde, entre outros itens relativos ao melhor desenvolvimento da criança no meio social.

Ao eliminar a publicidade dos espaços voltados às crianças, forma-se uma geração mais consciente e saudável, pois incentivar o consumismo na infância não gera impacto tão somente no âmbito ambiental, mas também na saúde, na convivência social e comunitária, nas relações familiares e em todo o processo de desenvolvimento biológico, psíquico e social das futuras gerações. Isso tudo se deve ao fato de que a publicidade não vende apenas produtos e

serviços, mas propaga valores e desejos a eles atrelados, que também serão passados ao público infantil.

Por fim, entendemos que a Resolução proposta não impede ações complementares à atividade pedagógica. Não priva as crianças do contato com conteúdo culturalmente enriquecedor, nem compromete a liberdade de expressão. Ela barra a publicidade comercial transvestida de ação educativa, artística ou cultural, que busca promover a fidelização das crianças e adolescentes a suas marcas e personagens.

### Referências

BRASIL. Secretaria de Direitos Humanos / Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. **Resolução n.º 163, de 13 de março de 2014**, que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Brasília: Diário Oficial da União, n.º 65, sexta-feira, 4 abr. 2014. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014>. Acesso em: 24 ago. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação / Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão. **Nota Técnica n.º 21/2014/CGDH/DPEDHC/SECADI/MEC**. Brasília: Ministério da Educação, 2014. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2013/08/Nota-T%C3%A9cnica-MEC.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2022.

MIRAGEM, Bruno. **A Constitucionalidade da Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda)**. São Paulo: Instituto Alana, 2014. 47p.

### III – VOTO DO RELATOR

Com fundamento na análise e nas normas em vigor, voto por recepcionar a Resolução COMEN n.º 2/2022, para conferir aplicabilidade ao Sistema Municipal de Educação de Navegantes.

### IV – DECISÃO DA COMISSÃO

A Comissão de Educação Básica acompanha por unanimidade dos presentes o voto do Relator. Em 31 de agosto de 2022.

### V – DECISÃO DO PLENÁRIO

O Conselho Municipal de Educação, reunido em Sessão Plena, no dia 31 de agosto de 2022, deliberou, por unanimidade dos presentes, o voto do Relator.

Navegantes, 31 de agosto de 2022

Evandro Robson Schaefer – **Relator**  
Fernando Cardoso de Souza – **Conselheira**  
Martinha Correa da Silva – **Conselheira**

**JAISON FERNANDO LOTÉRIO**  
Presidente do Conselho Municipal  
de Educação de Navegantes – COMEN

**RESOLUÇÃO Nº 005 DE XX DE XXXXXX DE 2022**

FIXA NORMAS PARA OS PROCEDIMENTOS DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO COMERCIAL, PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO NAS UNIDADES ESCOLARES DO SISTEMA MUNICIPAL DE ENSINO DE NAVEGANTES/SC.

O CONSELHO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO NAVEGANTES - COMEN, no uso das suas atribuições legais, e

CONSIDERANDO o inciso II, art. 3º da **Lei nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996**, que preconiza que o ensino será ministrado com base nos princípios de liberdade de aprender, ensinar, pesquisar e divulgar a cultura, o pensamento, a arte e o saber;

CONSIDERANDO o inciso III, art. 12 da **Lei nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996**, que estabelece que os estabelecimentos de ensino terão a incumbência de assegurar o cumprimento dos dias letivos e horas-aula estabelecidas;

CONSIDERANDO o artigo 22 da **Lei nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996**, que dispõe que a educação básica tem por finalidades desenvolver o educando, assegurar-lhe a formação comum indispensável para o exercício da cidadania e fornecer-lhe meios para progredir no trabalho e em estudos posteriores;

CONSIDERANDO a **Resolução CONANDA n.º 163, de 13 de março de 2014**, que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente;

CONSIDERANDO a Convenção de Nova York relativa aos Direitos da Criança, ratificada pelo Brasil através do Decreto nº 99.710, de 1990.

**RESOLVE:**

Art. 1º É vedado a qualquer estabelecimento de ensino da educação básica, público ou privado, veicular nas suas dependências qualquer atividade de comunicação comercial, inclusive publicidade, para a divulgação de produtos, serviços, marcas ou empresas, independentemente do suporte, da mídia ou do meio utilizado, ressalvada aquela diretamente oriunda da instituição de ensino e

sua comunidade, relativa às atividades a elas inerentes, bem como as atividades de caráter cultural ou educativo, tais como, feiras de livros ou de ciências, apresentações teatrais e de caráter artístico, exposições e outras complementares à atividade educacional.

§ 1º Compete exclusivamente à mantenedora da instituição de ensino a avaliação e a autorização quanto as atividades ressaltadas no caput deste artigo.

§ 2º Cuidar-se-á para que as atividades de divulgação ressaltadas no caput deste artigo sejam organizadas no âmbito escolar de forma a não acarretarem prejuízos as horas de efetivo trabalho escolar garantidas aos educandos.

Art. 2º Não constituirá comunicação comercial, publicidade ou divulgação de produtos, serviços, marcas ou empresas, a aplicação do logo, logotipo ou símbolo de apoiador em banner ou material de divulgação relativo às atividades ressaltadas no caput do artigo 1º.

Art. 3º Não se enquadram nesta resolução as atividades comerciais ou de prestação de serviços promovidas diretamente pela Associação de Pais e Professores – APP no âmbito das unidades públicas de ensino ou pelas mantenedoras nas unidades privadas de ensino.

Parágrafo único. As atividades mencionadas no caput deste artigo são de responsabilidade única e exclusiva das mantenedoras, devendo estas atender às disposições que constam na legislação vigente.

Art. 4º Os casos omissos serão resolvidos pelo Conselho Municipal de Educação - COMEN.

Art. 5º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se as Resoluções do COMEN Nº 007 de 30/11/2009 e Nº 002 de 29/01/2018 e demais disposições em contrário emitidas por este conselho até a presente data.

Navegantes/SC, 31 de agosto de 2022.

**JAISON FERNANDO LOTÉRIO**  
Presidente do Conselho Municipal  
de Educação de Navegantes – COMEN