

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS - CCJS
UNIDADE ACADÊMICA DE DIREITO

MARIA DA PENHA MEDEIROS

**O DIREITO À PROTEÇÃO INTEGRAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM
FACE DA PUBLICIDADE E DO CONSUMO DE PRODUTOS E SERVIÇOS
VEDADOS**

SOUSA
2014

MARIA DA PENHA MEDEIROS

**O DIREITO À PROTEÇÃO INTEGRAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM
FACE DA PUBLICIDADE E DO CONSUMO DE PRODUTOS E SERVIÇOS
VEDADOS**

Monografia apresentada no curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, da Universidade Federal de Campina Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador(a): Prof^ª. Msc. Cecília Paranhos Marcelino.

SOUSA

2014

MARIA DA PENHA MEDEIROS

**O DIREITO À PROTEÇÃO INTEGRAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM
FACE DA PUBLICIDADE E DO CONSUMO DE PRODUTOS E SERVIÇOS
VEDADOS**

Monografia apresentada no curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como exigência parcial da obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador(a): Prof^ª. Msc. Cecília Paranhos Marcelino.

BANCA EXAMINADORA:

DATA DE APROVAÇÃO 04/09/2014

Cecília Paranhos Marcelino

Examinador

Examinador

M488d Medeiros, Maria da Penha.

O direito à proteção integral de crianças e adolescentes em face da publicidade e do consumo de produtos e serviços vedados / Maria da Penha Medeiros. – Sousa, 2014.

56 f.

Monografia (Graduação em Direito) - Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, 2014.

Orientador: Profa. Ma. Cecília Paranhos Marcelino.

Referências.

1. Menores - estatuto. 2. Crianças - Proteção. 3. Publicidade.

I. Título.

CDU 34-053.2

Somos culpados de muitos erros e de muitas falhas, mas nosso pior crime é abandonar as crianças, desprezando a fonte da vida. Muitas coisas de que precisamos podem esperar. A criança não pode. É exatamente agora que seus ossos estão se formando, seu sangue é produzido, seus sentidos estão se desenvolvendo. Para ela não podemos responder “amanhã”. Seu nome é “hoje”.

(Gabriela Mistral)

Eu fico com a pureza da resposta das crianças
É a vida, é bonita e é bonita...

(Gonzaguinha)

AGRADECIMENTOS

Sou muito grata a Deus, Pai todo poderoso, que me despertou o sonho, dando-me forças para buscá-lo e capacidade para conquistá-lo.

Aos meus pais (Ambrósio in memória) e em especial a minha mãe (Maria Sabina de Andrade) pelo exemplo de sabedoria, minha fortaleza, sem ela nada disso seria possível.

Aos meus filhos (Maria Eduarda e Matheus) que souberam com paciência e amor suportar as ausências da convivência diária, é por vocês que luto por dias melhores.

Aos meus irmãos (Ana Maria Andrade e Mário Andrade) que sempre me apoiaram e aos demais familiares que acreditaram no meu sucesso.

A todos os amigos que me apoiaram e incentivaram nesta longa caminhada. Aos colegas de trabalho pela amizade e pelo exemplo profissional.

Aos colegas, pela amizade e cumplicidade, pois através de um ideal comum partilhamos cada incerteza, descoberta, desafio, companheiros fortes na luta pela realização do sonho.

A todos os mestres que tive ao longo de minha vida acadêmica, em particular aos professores do Curso de Direito do CCJS, e de maneira especial a minha orientadora Cecília Paranhos Marcelino, que com calma, paciência e muita sabedoria me incentivou e me ajudou a buscar o melhor de mim neste trabalho.

A todos meu MUITO OBRIGADA !

RESUMO

O presente trabalho se dedicou a analisar alguns aspectos referente a proteção integral de crianças e adolescentes em face da publicidade e dos produtos e serviços vedados, com o objetivo de assegurar os direitos estipulados em nossa Carta Magna, elencados com absoluta prioridade a proteção a esse público menorista, tendo o diploma básico de proteção à criança e ao adolescente, o ECA, enumerado uma série de produtos e serviços cuja comercialização é proibida, bem como, o Código de Defesa do Consumidor elencou mecanismos de proteção contra a propaganda destinada a criança e ao adolescente. No entanto, com o objetivo de aumentar a venda de produtos e serviços, temos diversas formas de publicidade abusiva. Procurou-se dar especial enfoque nos excessos cometidos pela publicidade voltada para o público infantil, pois é claramente perceptível que os agentes publicitários consideram-nas o melhor nicho de mercado para se investir, pois além de consumirem muito, elas estão sendo “adestradas” para consumirem ainda mais no futuro. Portanto, procurou-se demonstrar como essa publicidade influencia a vida das crianças e que, esses altos investimentos nesse setor vêm na contramão, não só da ética e da moral, como também da lei. O trabalho dedicou-se, ainda, em analisar todas as restrições legais para a publicidade abusiva, bem como apresentar os produtos e serviços vedados aos menores. No decorrer da pesquisa, foi constatada que esse tipo de publicidade já se encontra proibida em nosso ordenamento legal. Ao analisar de forma sistemática os diplomas legais específicos, concluiu-se que esses mecanismos destinados à promoção da proteção da criança e do adolescente se mostram ineficientes, uma vez que, o que se tem verificado na prática é que o menor de dezoito anos tem livre acesso a produtos e serviços proibidos, crianças consumindo drogas de diferentes tipos, conseguindo adquirir armas e munições, frequentando boates, bares e motéis, num flagrante desrespeito as normas constitucionais e legais.

Palavras-chave: Proteção Integral. Publicidade. Produtos e Serviços Vedados. Criança e Adolescente.

ABSTRACT

The present work is devoted to analyze some aspects concerning the integral protection of children and adolescents in the face of advertising and the products and services prohibited, since the 1988 Constitution, in its article. 227, created the Statute of Children and Adolescents (Law 8.069/90), aiming to ensure the rights set forth in our Constitution, listed with absolute priority to protect that *menorista public*, with the basic law of child protection and adolescents, the ECA, enumerated lists many products and services whose marketing is prohibited, as well as the Code of Consumer Protection part listed mechanisms of protection against propaganda aimed at children and adolescents. However as the goal to increase the sale of products and services, we have various forms of abusive advertising. We tried to give special focus on the excesses committed by the advertising aimed at children, with the main focus advertising geared toward children, it is clearly noticeable that advertisers consider them the best niche market to invest, as well consuming large, they are being "trained" to consume more in the future. Therefore, we sought to demonstrate how this advertising influences children's lives and that these high investments in this sector come against, not only gives moral and ethics, as well as the law. The work also devoted himself to examine all legal restrictions on advertising malpractice, as well as present the products and services prohibited to minors. During the research, it was found that this type of advertising is already banned in our legal system. By systematically examining the specific statutes, we concluded the work, realizing that these mechanisms to promote the protection of children and adolescents are shown to be inefficient, since what has been observed in practice is that of the lowest 18 years have free access to products and services prohibited, children consuming drugs of different types, achieving acquire weapons and ammunition, frequenting nightclubs, bars and motels, in flagrant disregard of the constitutional and legal norms.

Key-words: Protection. Advertising. Sealed Products and Services. Children and Adolescents.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1 INTRODUÇÃO | 9 |
| 2 A PROTEÇÃO À CRIANÇA E AO ADOLESCENTE NO BRASIL: UM RECORTE HISTÓRICO | 11 |
| 2.1 CONCEITO DE CRIANÇA E ADOLESCENTE | 11 |
| 2.2 DOCTRINA DA SITUAÇÃO IRREGULAR..... | 12 |
| 2.3 DOCTRINA DA PROTEÇÃO INTEGRAL..... | 13 |
| 2.4 PROTEÇÃO À CRIANÇA E AO ADOLESCENTE E OS DIREITOS HUMANOS | 17 |
| 2.5 LIBERDADE DE EXPRESSÃO FRENTE AOS PRINCÍPIOS DE PROTEÇÃO ÀS CRIANÇAS E ADOLESCENTES | 19 |
| 3 O CONSUMISMO E SEUS REFLEXOS NA VIDA DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES | 23 |
| 3.1 CONCEITO DE RELAÇÃO DE CONSUMO E PRINCÍPIOS GERAIS | 23 |
| 3.1.1 Conceito de Consumidor na Prática da Publicidade | 26 |
| 3.1.2 A Criança no Papel de Consumidora | 27 |
| 3.2 OS LIMITES LEGAIS DA PUBLICIDADE DIRIGIDA ÀS CRIANÇAS E ADOLESCENTES | 30 |
| 3.2.1 Os Limites Constitucionais | 30 |
| 3.2.2 Os Limites no Código de Defesa do Consumidor..... | 31 |
| 3.2.3 Os Limites no Estatuto da Criança e do Adolescente | 33 |
| 3.3 DIREITO DO CONSUMIDOR E RELAÇÃO DE CONSUMO LIGADO AO MENOR DE DEZOITO ANOS | 36 |
| 4 A PROTEÇÃO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE FRENTE AO CONSUMO DE SERVIÇOS E PRODUTOS VEDADOS..... | 38 |
| 4.1 DA PREVENÇÃO GERAL PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES | 38 |
| 4.2 DA PREVENÇÃO ESPECIAL PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES..... | 39 |
| 4.2.1 Espécies de Medidas Preventivas..... | 39 |
| 4.2.2 Considerações Gerais Acerca da Prevenção Especial | 40 |

| | |
|---|--------------------------------------|
| 4.2.3 Aplicabilidade das Medidas de Prevenção | 41 |
| 4.3 PRODUTOS E SERVIÇOS VEDADOS..... | 42 |
| 4.3.1 Sanção em Caso de Descumprimento das Medidas de Prevenção..... | 45 |
| 4.4 PROBLEMAS NAS ATUAIS RELAÇÕES DE CONSUMO ENVOLVENDO MENORES DE DEZOITO ANOS | 47 |
| 5 CONCLUSÃO..... | Erro! Indicador não definido. |
| REFERÊNCIAS..... | 53 |

1 INTRODUÇÃO

A Constituição de 1988, no seu art. 227, que criou o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8.069/90), com o objetivo de assegurar os direitos estipulados em nossa Carta Magna, elencados com absoluta prioridade, quais sejam, direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade, e a convivência familiar e comunitária, que devem ser assegurados pela família, pela sociedade e pelo Estado.

Como diploma básico de proteção à criança e ao adolescente, o ECA enumerou uma série de produtos e serviços cuja comercialização é proibida, com o objetivo claramente expresso de promover a proteção integral desse público especial, os menores de dezoito anos.

E como se vive em uma sociedade impulsionada pelo consumo, onde a publicidade é tida, pelo ponto de vista da economia, como uma atividade para estimular, cada vez mais esse consumo ou para seduzir o consumidor, em especial a criança e o adolescente, para aquisição de produtos ou serviços.

O presente trabalho justifica-se por vivermos em um modelo de sociedade contemporânea, globalizada, interagida, e essencialmente consumista e abordará a temática presente nos institutos de proteção ao público menorista, quais sejam: a Constituição Federal de 1988, o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto da Criança e do Adolescente.

Para expor o tema, e entendê-lo, necessário será que se trace algumas considerações iniciais, para posteriormente, apresentar o conceito, a aplicabilidade, em seguida estudar-se-á as medidas preventivas que proíbem o acesso de produtos e serviços as crianças e adolescentes, bem como as sanções a elas inerentes.

Neste trabalho, buscar-se-á discorrer sobre as relações de consumo envolvendo crianças e adolescentes e sua efetiva proteção, apresentando uma breve historização do Direito da Criança e do Adolescente no Brasil. De início conceitua-se os termos criança e adolescente, bem como, discorrendo sobre o tratamento dispensado à criança ao longo da história, passando pela doutrina da situação irregular e chegando a doutrina da proteção integral, relacionando a proteção de crianças e adolescentes ao princípio da liberdade de expressão e aos direitos humanos.

Em seguida, será apresentado o consumo e seus reflexos na vida das crianças e adolescente, trazendo o conceito de relação de consumo, de consumidor na prática da publicidade, a criança no papel de consumidora e os limites legais de proteção a esse público nos institutos jurídicos em estudo: Constituição Federal de 1988, Código de Defesa do Consumidor e Estatuto da Criança e do Adolescente.

Posteriormente, serão apresentadas as medidas de prevenção, seu conceito, espécies, e aplicabilidade, competência a ela inerente e por fim a delimitação dessas medidas de proteção elencando-as e informando a maneira de ser regularizada. Traz-se ainda, os produtos e serviços vedados e as sanções em caso de descumprimento na sua comercialização a crianças e adolescentes. Far-se-á ainda uma breve análise dos problemas nas atuais relações de consumo envolvendo a criança e o adolescente e suas consequências para a sociedade em geral.

Por fim, apresentar-se-á ainda o direito do consumidor e a relação de consumo ligado ao menor de dezoito anos, incitando alguns princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto da Criança e do Adolescente, dando ênfase especial à prevenção para crianças e adolescentes e aos produtos e serviços vedados a esse público.

O presente trabalho foi produzido mediante uma pesquisa bibliográfica, tomando por base o que já foi publicado em relação ao tema, de modo que foi possível delinear uma nova abordagem sobre o assunto, o que facilitou apresentar uma conclusão sobre o assunto em estudo, servindo de embasamento para pesquisas futuras.

2 A PROTEÇÃO À CRIANÇA E AO ADOLESCENTE NO BRASIL: UM RECORTE HISTÓRICO

2.1 CONCEITO DE CRIANÇA E ADOLESCENTE

Ao tratar da proibição da publicidade voltada para o público infantil e tendo como base os Princípios do ECA, é necessário fazer certos esclarecimentos quanto ao conceito do que é “criança”, para que de forma certa elas possam ser protegidas dos eventuais abusos cometidos pela publicidade.

Quanto à relevância de se esclarecer quando alguém deva ser tratado como criança é Jason Albergaria (1991) apud Momberger (2002, p.46), quem nos ensina que “a distinção tem grande importância. A infância é o período decisivo em que se desenvolve a pessoa humana. A socialização que se inicia na infância prossegue na adolescência para a aquisição da consciência moral”. Portanto não se pode tratar as crianças como adultos em miniatura, pois possuem características próprias da fase em que se encontram.

No Brasil, de acordo com o artigo 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente, considera-se criança “a pessoa até doze anos de idade incompletos”, e adolescente, “aquela entre doze e dezoito anos de idade”.

Essa classificação, contudo, não é pacífica na doutrina, alguns estudiosos entendem que o limite de 12 anos é muito precoce para se definir “criança”, e defendem que esse limite deveria ser estendido pelo menos para quatorze ou quinze anos.

Esse entendimento lastreia melhor os interesses envolvendo as crianças e adolescentes, que foi estipulado pelo ECA, pois ao analisar a classificação das diversas fases de desenvolvimento das crianças e adolescentes nota-se que o Brasil ao fixar a idade de 12 anos como início da adolescência, a fixou numa idade muito precoce, já que em países desenvolvidos, como, por exemplo, a Alemanha, na “Lei de Proteção à Adolescência em Lugares Públicos” (Gesetz zum Schutze der Jugend in der Öffentlichkeit (Jugendschutzgesetz-JÖSchG), define criança a pessoa menor de 14 anos, e adolescente a pessoa entre 14 e 18 anos de idade.

Neste sentido é interessante os dados estatísticos da ONU que para

conceituar “criança” no parâmetro da idade-limite é variável entre vários países, porém a maioria estabelece um limite bem maior que no Brasil, assim ficou provado que em 74 países o critério cronológico se fixa em 15 anos; em 10 países em 16 anos; em 31 países em 18 anos e em 6 países, mais de 18 anos.

Sobre a classificação da idade brasileira, Paulo Lúcio Nogueira (1998) apud Momberger (2002, p.46), expressa a seguinte opinião: “Assim, parece-nos que a fixação da adolescência aos doze anos completos contraria inclusive as regras mínimas das Nações Unidas para a Administração da Justiça de menores [...]”.

A importância em se estabelecer um parâmetro justo para conceituar criança também é um direito abrangido pelo Princípio da Proteção Integral, pois elas devem ser protegidas em todos os aspectos.

E ao se tratar da proteção contra a publicidade abusiva destinada ao público infantil, é importante destacar que é um dever do Estado, da sociedade e de todos os demais responsáveis pelas crianças. Assim, torna-se necessário observar se as crianças e adolescentes realmente estão sendo protegidos de forma integral e se as diversas fases e a condição peculiar de pessoa em desenvolvimento são observadas e respeitadas quando se trata da publicidade dirigida à elas, segmento tão vulnerável de nossa sociedade.

A partir desta compreensão, segue-se no sentido de conhecer as doutrinas que embasam a construção de direitos pertinentes a crianças e adolescentes.

2.2 DOCTRINA DA SITUAÇÃO IRREGULAR

Após uma sucinta explicação sobre a diferenciação etária entre crianças e adolescentes, cujo fator limítrofe, a idade, serve de balisador para conceituação legal, faz-se necessário adentrar na esfera da doutrina que rege a edificação dos direitos menoristas inseridos nos dispositivos legais brasileiros.

Neste sentido, segundo Cury (2002) entrando na história da conquista dos direitos da criança e do adolescente tem como primeira legislação no Brasil o Código de Mello Matos, de 1927. Trazendo a chamada doutrina da situação irregular, com a instituição da figura do juiz de menores, cuja função era tomar as decisões quanto ao destino do adolescente autor de atos infracionais.

Conforme Alberton (2005), nesse Código existiam duas classes de sujeitos menores de 18 anos: o abandonado e o delinquente, e o avanço se deu no fato de que a punição pela infração cometida deixa de ser vista como sanção-castigo, para assumir um caráter de sanção-educação por meio da assistência e reeducação de comportamento, sendo dever do Estado assistir os menores desvalidos.

O código de 1927 foi revogado no ano de 1979, através da Lei nº 6.697, de 10 de outubro de 1979. O novo Código de Menores de 1979, voltado para a assistência, proteção e vigilância, fundamentava-se na doutrina da situação irregular do menor. Segundo Azambuja (2004), da preocupação restrita ao menor delinquente e desassistido, a lei passa a abarcar os menores que se encontravam em situação irregular. Portanto, esse código, segundo Bitencourt (2009) foi alvo de muitas críticas, visto que não amparava todas as pessoas menores de idade, além do fato de que era o Juiz de Menores que decidia as penas e encaminhamentos, vindo a perspectiva de tutela ser assumida em caráter de controle social.

Tem-se assim, uma breve evolução da doutrina da situação irregular, que muito pouco contribuiu para a real proteção e garantia de direitos das crianças e adolescentes e que, em seguida, viria a ser substituída pela doutrina da proteção integral.

2.3 DOCTRINA DA PROTEÇÃO INTEGRAL

Após a segunda guerra mundial ocorreram várias discussões internacionais sobre os direitos humanos, sendo publicada pela Organização das Nações Unidas a Declaração dos Direitos da Criança, onde foram garantidos direitos, constituindo um grande avanço ao focar na Doutrina da Proteção Integral e substituindo a Doutrina da Situação Irregular anterior.

Assim, o primeiro grande marco concernente à proteção social da criança e do adolescente foi com certeza a Convenção Internacional sobre os Direitos da Criança, instituto que trouxe as bases para o estabelecimento da Doutrina da Proteção Integral. Já no ano seguinte, ficou estabelecido pela Cúpula Mundial de Presidentes de países signatários o plano de ação de 10 anos em favor da infância.

Sendo no ano de 1990 que foi instituído no Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente, por meio da Lei nº 8.069/90.

No ano seguinte, o Brasil adotou oficialmente o Pacto de São Juan da Costa Rica, e em 1996, instituiu as Regras Mínimas das Nações Unidas, visando à proteção dos Jovens Privados de Liberdade (PEREIRA, 2008). Assim sendo, foram instituídas as regras que deveriam ser impostas de forma imparcial, sem distinção de qualquer tipo.

Assim, a Doutrina da Proteção Integral da Organização das Nações Unidas foi inserida na legislação brasileira pelo artigo 227 da Constituição Federal de 1988, trazendo para a nossa sociedade os avanços obtidos na ordem internacional em favor da infância e da juventude.

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

O artigo supracitado traz claramente que os direitos da criança e do adolescente são de responsabilidade das gerações adultas. A família, a sociedade e o Estado são explicitamente reconhecidos como as três instâncias reais e formais de garantia dos direitos elencados na Constituição e nas leis. A referência inicial à família explicita sua condição de esfera primeira, natural e básica de atenção (OLIVEIRA, 2013).

Segundo Paulo Afonso Garrido de Paula (2002. p. 22 - 23):

A conceituação de proteção integral é essencialmente jurídica, muito embora seja reflexo da política de um povo em relação à criança e ao adolescente. A lei impõe obrigações à Família, à Sociedade e ao Estado, considerando, reitere-se, o valor da criança e do adolescente em determinado momento histórico-cultural. Quando a normativa internacional e o Estatuto da Criança e do Adolescente referem-se à proteção integral, estão indicando um conjunto de normas jurídicas concebidas como direitos e garantias frente ao mundo adulto, colocando os pequenos como sujeitos ativos de situações jurídicas. Moral ou valores sociais são apenas os elementos informadores ou determinantes da lei, devendo ser afastada qualquer consideração extrajurídica permissiva da intromissão de outros componentes na definição de seu conteúdo.

Cabendo assim, ao Estado garantir condições mínimas para que a família exerça sua função, para que não recaia sobre ela toda a responsabilidade e ônus. A palavra assegurar significa garantir, e garantir alguma coisa é reconhecê-la como direito. Reconhecer algo como direito, por sua vez, é admitir que o titular desse direito, pode recorrer à Justiça para fazer valer o que a lei lhe assegura (OLIVEIRA, 2013).

De acordo com Antônio Carlos Gomes da Costa (1991), com a Convenção das Nações Unidas de Direito da Criança, da qual o Brasil é signatário, instituiu-se uma nova ordem sendo promovida uma completa metamorfose no direito da criança, sendo introduzido um novo paradigma, elevando o menor a condição de cidadão, fazendo-o sujeito de direitos.

Segundo Oliveira (2013), com a promulgação do ECA, teve-se mais do que a regulamentação das conquistas em favor das crianças e adolescentes expressos na Constituição, e sim a promoção de um importante conjunto de revoluções que extrapola o campo jurídico e desdobra-se em outras áreas da realidade política e social no Brasil que é reconhecido internacionalmente como modelo de legislação para a infância.

Nesse estatuto a criança e o adolescente se constituem sujeitos de direitos e não mais meros objetos de intervenção social e jurídica por parte da família, da sociedade e do Estado.

A criança e o adolescente são reconhecidas como pessoas em condição peculiar de desenvolvimento, detentoras de todos os direitos que têm os adultos e que sejam aplicáveis à sua idade, além dos seus direitos especiais, decorrentes do próprio processo de desenvolvimento em que se encontram.

Eles não estão em condições de exigí-los do mundo adulto e não são capazes, ainda, de prover suas necessidades básicas sem prejuízo do seu desenvolvimento pessoal e social.

A referida Convenção tinha como objetivo, incentivar os países membros a implantarem o desenvolvimento pleno e harmônico da personalidade de suas crianças, favorecendo seu crescimento em um ambiente familiar sadio, a fim de que se tornassem aptos para viverem em sociedade e serem educadas nos princípios

instituídos na Carta das Nações Unidas, com espírito de paz, dignidade, tolerância, liberdade, igualdade e solidariedade (ALBERNAZ JÚNIOR E FERREIRA, 2011).

Entre os princípios estabelecidos nessa convenção que orientavam os Estados-Partes, destacam-se:

- a) Reconhecimento de Direitos Fundamentais resumidos em: sobrevivência, desenvolvimento, participação e proteção.
- b) Proteção Integral da Criança. Esta preocupação já estava presente na Declaração de Genebra de 1924 e na Convenção Americana sobre Direitos Humanos de 1969 (ratificada pelo Brasil). A Doutrina Jurídica da Proteção Integral passou a orientar os Estados-Partes que ratificaram a Convenção, na definição de suas políticas básicas de proteção à população infantojuvenil.
- c) Prioridade imediata para a infância, recomendando que este princípio tenha caráter de aplicação universal, sobrepondo-se às medidas de ajuste econômico e às crises decorrentes das dívidas dos países subdesenvolvidos e em desenvolvimento.
- d) Princípio do melhor interesse da criança, que leva em conta primordialmente a condição especial de serem pessoas em via de desenvolvimento e que em todos os atos relacionados com a criança deve ser considerado o seu melhor interesse (PEREIRA, 2008, p. 952-953).

Assim, o principal objetivo dos princípios era o de orientar os membros da convenção, para modificação de suas legislações internas. É importante salientar, que na época da promulgação dessa Convenção, o Brasil como membro signatário, já havia introduzido na Constituição Federal, dispositivos visando proteções efetivas das crianças (VIANNA, 2004). Assim, compreende-se que, o grande avanço em relação aos direitos da criança e do adolescente ocorreu com o advento da Convenção Internacional sobre os Direitos da Criança e do Adolescente no ano de 1989.

Cury dissertando sobre os fundamentos da proteção integral leciona que:

A proteção integral tem como fundamento a concepção de que crianças e adolescentes são sujeitos de direitos, frente à família, à sociedade e ao Estado. Rompe com a idéia de que sejam simples objetos de intervenção no mundo adulto, colocando-os como titulares de direitos comuns a toda e qualquer pessoa, bem como de direitos especiais decorrentes da condição peculiar de pessoas em processo de desenvolvimento (CURY, 2002, p.21).

A Doutrina da Proteção Integral ao reconhecer, amparada em dados biológicos, psicológicos e sociais, a infância como uma fase específica da vida humana e a condição peculiar da criança como pessoa em desenvolvimento, ainda

não apta a se auto determinar e manter, sustenta a imprescindibilidade de se assegurar a essa população cuidados e proteção especiais, diferenciadas, em virtude dessas diferenças e dessas peculiaridades.

É esta mudança de pensamento sobre o tratamento conferido a crianças e adolescentes que norteia a doutrina da proteção Integral, e permite o exercício por parte de menores, dos seus direitos humanos e garantias fundamentais.

2.4 PROTEÇÃO À CRIANÇA E AO ADOLESCENTE E OS DIREITOS HUMANOS

O artigo 1º, inciso III da Constituição Federal, estipula que o Estado democrático de Direito se assenta sobre o princípio da dignidade humana, e assim também os demais princípios referidos nos outros incisos desse dispositivo orientam, portanto, as esferas da ética, moral e legalidade que regem todas as outras normas de proteção da criança no ordenamento jurídico brasileiro.

Nesse sentido observa-se que o princípio da dignidade da pessoa humana é considerado o fundamento dos direitos humanos, por ser o núcleo essencial desses direitos.

Sobre a importância dos Direitos Humanos na proteção à criança e ao adolescente, Isabela Viera M. Henriques (2007, p. 107) ensina que “o Direito dos Direitos Humanos não rege as relações entre iguais; opera em defesa dos ostensivamente mais fracos”, e conclui que “nas relações entre desiguais, posiciona-se em favor dos necessitados de proteção. Não busca obter equilíbrio abstrato as partes, mas remediar os efeitos do desequilíbrio e das disparidades”.

Antônio Augusto Cançado Trindade (2006, p. 227), ao se manifestar sobre os Direitos Humanos em relação às crianças, assevera que:

[...] de fato, a garantia dos direitos fundamentais da criança é essencial forma de manifestação dos direitos humanos, pois trata da proteção dessas pessoas humanas ainda em formação, imensamente vulneráveis e, por isso, necessitadas de tratamento legal prioritário.

Ao tratar especificamente em relação à proteção à criança a Constituição Federal estabelece, no já citado artigo 227, o dever da família, da sociedade e do Estado de assegurar “com absoluta prioridade” à criança ao adolescente os direitos

à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, à liberdade e à convivência familiar e comunitária. Também determina que as crianças e os adolescentes devam ser protegidos “de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão”.

É importante destacar que mesmo o artigo 227 enumerando em primeiro lugar a família em segundo a sociedade e, por último, o Estado, não quis com isso responsabilizar o Estado com menor grau de importância em seu dever em relação às crianças e adolescentes.

Por serem os direitos sociais conferidos às crianças os mesmos direitos comuns a todos os cidadãos, então todos são responsáveis igualmente pela criança e adolescente e não é obrigatoriedade, exclusiva, de nenhuma dessas entidades assumirem a responsabilidade isoladamente, nem pode alguma delas se eximir de assumir a responsabilidade que lhe é devida.

Nesta esfera Constitucional dos Direitos das crianças e dos adolescentes, é importante destacar a Convenção dos Direitos da Criança, que, nas palavras de Flávia Piovesan (2002, p. 206), “acolhe a concepção do desenvolvimento integral da criança, reconhecendo-a como verdadeiro sujeito de direito, a exigir proteção especial e absoluta prioridade”.

A Convenção sobre os Direitos da Criança é um documento que enuncia um amplo conjunto de direitos fundamentais, entre eles os direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais de todas as crianças, bem como as respectivas disposições para que sejam aplicados. Tem, portanto, como meta incentivar os países signatários a implementarem o desenvolvimento pleno e harmônico da personalidade de suas crianças, favorecendo o seu crescimento em ambiente familiar em espírito de paz, dignidade, tolerância, liberdade, igualdade e solidariedade.

Esta convenção foi adotada pelas Nações Unidas, por unanimidade, em 20 de novembro de 1989, e ratificada pelo Brasil em 24 de setembro de 1990. Assenta -se em quatro pilares fundamentais que estão relacionados com todos os outros direitos das crianças:

- a não discriminação, que significa que todas as crianças, em todas as circunstâncias e em qualquer momento, em qualquer parte do mundo têm o direito de desenvolver todo o seu potencial.
- o interesse superior da criança, ela deve ser considerada prioritária em todas as ações e decisões que lhe digam respeito.

- a sobrevivência e desenvolvimento, que afirma a importância vital da garantia de acesso a serviços básicos e à igualdade de oportunidades para que as crianças possam desenvolver-se plenamente.
- a opinião da criança, que ela deve ser ouvida e levada em consideração em todos os assuntos que se relacionem com os seus direitos.

Assim, diante das normas constitucionais e internacionais que protegem as crianças e adolescentes, já é possível perceber determinados limites à publicidade dirigida ao público infantil no próprio artigo 227 da Constituição, ao estipular o dever do Estado em assegurar o direito à dignidade e ao respeito, inerentes a todos os cidadãos.

2.5 LIBERDADE DE EXPRESSÃO FRENTE AOS PRINCÍPIOS DE PROTEÇÃO ÀS CRIANÇAS E ADOLESCENTES

No artigo 5º, da Constituição Federal, traz que é assegurado a todos os direitos e garantias fundamentais, sendo no inciso IX consagrado o princípio da liberdade de expressão, que é considerado um dos preceitos fundamentais para a expressão do pensamento sem qualquer tipo de censura.

Sobre este princípio tem-se a seguinte redação, “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”, abrangendo a liberdade em sua face de expressão nas mais variáveis instâncias.

Quando se fala que a expressão do pensamento é livre de qualquer tipo de censura, deve-se entender que é proibido ao Estado criar mecanismos que impeçam a circulação de ideias sem nenhum critério realmente justo. Para Bastos (1989, p.59), que considera a censura um instrumento abominável, a define da seguinte forma:

“Censura vem a ser todo procedimento pelo qual os Poderes Públicos visam impedir a circulação de certas idéias. Há portanto uma pauta de valores que uma vez agredidos suscitam o desencadeamento de um processo impeditivo da sua consumação.”

O mesmo escritor, em compensação escreve que para defender padrões mínimos de moralidade o Estado pode exercer o controle, assim se expressando:

(...) é forçoso admitir que ao Estado é sempre lícito exercer um controle sobre a expressão da atividade intelectual, artística, etc., sobretudo quando feita por intermédio dos meios de comunicação de massa. Toda a sociedade tem que defender padrões mínimos de moralidade, e o Estado, diretamente por delegação tem de exercer esse mister. O que se pode admitir é que por meras razões de moralidade uma obra não venha a ser terminantemente proibida, mas é inegável que cabe ao Estado o designar o local onde se pode dar a sua comunicação, assim como as cautelas que deve cercá-la. (BASTOS, 1989, P. 59).

Sendo assim, é preciso pensar nas hipóteses em que o exercício da liberdade de pensamento acaba por ferir outros direitos constitucionalmente assegurados, e neste caso, não se pode dizer que qualquer regramento da publicidade afronta o direito de livre manifestação e criação. Não é o direito em si que é regrado, é o seu excesso que se torna objeto da regulamentação.

No caso da mensagem publicitária, em detrimento a proteção de crianças e adolescentes, não pode, por si só, ser considerada uma expressão de pensamento ou opinião, pois ela nada mais é do que um momento da atividade econômica produtiva da empresa, ou seja, é uma prática comercial, e sendo assim deve ser disciplinada pelo prisma da proteção ao consumidor e não pelo Princípio da Liberdade de Expressão que é uma garantia individual e coletiva.

Portanto, a regulamentação da publicidade não deve ser interpretada como restrição à liberdade de manifestação do pensamento, da expressão ou informação, como previsto no artigo 220, § 1º e 2º da Constituição Federal:

Art. 220 - A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º - Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no Art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º - É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

Os dispositivos que regulamentam a publicidade não têm por objetivo censurá-la, mas somente conter seus abusos para que os consumidores, considerados partes vulneráveis nas relações de consumo, não sejam prejudicados. Sobre o regramento da publicidade Benjamin (1994, p. 114) assim se manifesta:

Países democráticos, onde há absoluta liberdade de manifestação de pensamento exercem controle sobre a publicidade. Como por exemplo, pode-se citar a Suécia que proíbe totalmente a publicidade de produtos de fumo e de bebidas alcoólicas, no rádio, na televisão e na mídia impressa. Os legisladores consideraram que a proteção do consumidor é mais importante que a liberdade da mensagem publicitária. Esta lei é a The Freedom of the Press Act Chapter 1. On Freedom of the Press Art. 9.

Desta forma, a Liberdade de Expressão, mesmo sendo garantida pela constituição como direito fundamental e livre de censura, deve ser relativizada quando trata-se de publicidade, pois como já foi visto ela não pode ser considerada uma manifestação de pensamento, e neste caso ela pode ser controlada pelo poder público frente aos Princípios de proteção à infância e a juventude, que são bens de maior valia para a sociedade, constituindo-se objetos materiais a serem tutelados.

A criança e o adolescente gozam de certos princípios inerentes a eles, entre os quais cita-se o já visto Princípio da Proteção Integral, que diz respeito ao conjunto de direitos próprios dos cidadãos em formação e está expressamente estatuído no art. 1º do Estatuto da Criança e do Adolescente, que considera ser dever de todos para que esse público tenha o direito de viver com dignidade e sem submissão à publicidade.

Para tanto, sendo considerados as crianças e os adolescentes como sujeitos de direitos plenos, tendo, aliás, mais direitos do que os outros cidadãos, na medida em que lhes são dados direitos específicos, em conformidade com sua peculiar situação de pessoa em formação.

Também importante é o princípio da prioridade, que não deixa de ser uma complementação ao Princípio da Proteção Integral, na medida em que, para se garantir a proteção integral das crianças, muitas vezes será imprescindível garantir-se a sua prioridade de tratamento em detrimento dos adultos, como forma de se dar efetividade aos direitos que lhes são garantidos pela Constituição Federal e pelo Estatuto da Criança e do Adolescente.

Oriunda do direito fundamental previsto constitucionalmente, a tutela jurisdicional diferenciada nada mais é senão a própria expressão do Princípio da Igualdade, que se traduz no tratamento igualitário aos iguais e diferenciado na medida das diferenças existentes entre os indivíduos.

A tutela jurisdicional diferenciada, garantida pela Constituição Federal, é, como se verifica, valioso instrumento de defesa dos direitos e interesses das

crianças, pois permite que elas sejam tratadas da forma diferenciada, conforme seu estado natural de desenvolvimento determina quando comparadas aos adultos, propiciando, a possibilidade de serem integralmente defendidas.

Frente a esses princípios que protegem especialmente as crianças, é esclarecedor destacar as palavras de Edgar Rebouças (2006) apud Valente (2007), professor da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE):

O temor da censura e a exaltação da “liberdade de imprensa” fazem parte de um discurso que acaba servindo como escudo dos grandes grupos de mídia para minar qualquer tentativa de crítica da sociedade sobre o que é transmitido. Em que momento foi dado cheque em branco para que as empresas, grupos ou conglomerados falem o que quiserem em nome de todos?

É neste sentido que se pode destacar que mesmo a publicidade tendo um papel importante para a economia ela não passa de um dos elementos usados para o aumento do consumo, e em relação às crianças e adolescentes, que não tem a mesma capacidade de entendimento e compreensão do adulto, não estão em condições de enfrentar com igualdade de força a pressão exercida pela publicidade no que se refere à questão do consumo, fazendo-se necessário uma proteção especial.

Portanto o que se busca com essa explicação é esclarecer que a proteção às crianças e adolescentes envolve uma preocupação essencial com o desenvolvimento de uma população infanto-juvenil menos voltada para o consumo, com maior capacidade de decisão e conscientes de que a posse de determinados bens não muda o que elas são.

Quando se trata de “colocar na balança” o peso de garantir integralmente a liberdade de expressão ou os Princípios de Proteção à criança e ao adolescente, deve-se optar por preferir meios de comunicação livres de conteúdos publicitários direcionados a este público, pois só assim se estará colocando seus direitos acima de outros interesses. É optar por tratá-los como cidadãos em processo de desenvolvimento ao invés de consumidores e consumidoras.

É realmente fazer valer o já citado artigo 227 da Constituição, pois as crianças e os adolescentes são prioridade absoluta, e em se tratando da publicidade estamos diante de uma situação onde é necessário se colocar os interesses das crianças em lado oposto ao dos anunciantes.

3 O CONSUMISMO E SEUS REFLEXOS NA VIDA DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Será apresentado neste capítulo o conceito de relação de consumo, de consumidor na prática da publicidade, da criança no papel de consumidora e os limites legais de proteção a esse público nos institutos jurídicos que refletem diretamente na vida das crianças e adolescentes, a partir da Constituição Federal de 1988, Código de Defesa do Consumidor e Estatuto da Criança e do Adolescente, como observar-se-á a seguir.

3.1 CONCEITO DE RELAÇÃO DE CONSUMO E PRINCÍPIOS GERAIS

A relação de consumo é formada por dois sujeitos, o consumidor e o fornecedor, assim considerados nos termos das suas respectivas definições legais apresentadas nos artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 2º - Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único - Equipara-se o consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º - Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º - Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º - Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Do conceito apresentado pelo Código, pode-se verificar que são três os elementos que compõe o conceito de consumidor: O primeiro deles é o sujeito (pessoa física ou jurídica), o segundo é o objetivo (aquisição de produtos ou

serviços) e o terceiro e último é o teleológico (a finalidade pretendida com a aquisição de produto ou serviço) caracterizado pela expressão destinatário final.

De maneira simplificada, pode-se dizer que a relação de consumo importa uma prática comercial na qual o fornecedor oferece, fornece, produz, cria, monta, constrói, distribui, comercializa, vende, importa um produto ou presta serviço ao consumidor, que simplesmente pode ter sido exposto à sua oferta. Já quanto ao termo atividade utilizado no artigo 3º, traduz o significado de que todo produto ou serviço prestado deverá ser efetivado de forma habitual, vale dizer, de forma profissional ou comercial.

Ao analisar o Código de Defesa do Consumidor, verifica-se no art. 4º, I que o consumidor é vulnerável. Isso decorre do reconhecimento de que o consumidor é a parte mais fraca, da relação de consumo. Por sua vez nos são apresentadas espécies de vulnerabilidade, a Vulnerabilidade Técnica, Jurídica, a Política ou Legislativa, a Vulnerabilidade Psíquica ou Biológica, a Econômica e Social e ainda a Vulnerabilidade ambiental.

Assim, tem-se que a relação de consumo é o vínculo jurídico entre o consumidor e o fornecedor, regulada pela Lei 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor – que dispõe sobre a proteção do consumidor. Essa relação jurídica é norteada por princípios que refletem os valores tutelados e protegidos.

O artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor apresenta os objetivos da Política Nacional de Defesa do Consumidor, que são o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos determinados princípios.

Conforme Marimpietri (2001), esses princípios consistem no estabelecimento de alguns pressupostos básicos previstos pela lei, a serem observados pela sociedade (também o Poder Público), que servem de diretrizes para todo o sistema de proteção e defesa do consumidor.

Também se constituindo, segundo Sodré (2007), como a proteção integral do consumidor, entendida como proteção que leva em consideração o consumidor (e suas relações) em seus mais diversos aspectos.

Essa proteção integral norteia-se nos objetivos e fundamentos que o Código de Defesa do Consumidor formou a partir de um sistema de princípios. Estes

princípios são conceituados como comportamentos normativos ideais, expressam os valores a serem buscados na interpretação e aplicação das normas que regulamentam as relações de consumo.

Entre os princípios aplicados a essas relações jurídicas estão: princípio da intervenção estatal ou da obrigação governamental que determina que o Estado tem o dever de promover a defesa do consumidor; princípio da harmonia das relações de consumo que tem por objetivo equilibrar os interesses envolvidos nesta relação jurídica.

Já o artigo 17 do Código de Defesa do Consumidor alarga o conceito de consumidor para “todas as vítimas do evento”, ou seja, do acidente de consumo, conforme a letra da lei “para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”.

Isto significa que a lei do consumidor equiparou a vítima do acidente do consumo, ou seja, a pessoa que foi atingida pelo fato do produto ou serviço, a consumidor, isto sendo para os fins de responsabilizar o fornecedor do produto ou serviço defeituoso de forma objetiva.

Pode exemplificar esta situação imaginando o caso de um ônibus de uma empresa de transporte coletivo, que causa lesão aos seus passageiros após brusca colisão com uma creche, ferindo diversas crianças. Na realidade o fato do acidente que causou a lesão aos passageiros foi o mesmo fato que causou a lesão nas crianças. Assim, os passageiros que são considerados consumidores, poderão valer-se das normas da lei consumeirista para responsabilizar o fornecedor (empresa de transporte coletivo) pelos danos causados, utilizando inclusive a responsabilidade objetiva. E as crianças, que o CDC chama de vítimas de um acidente de consumo, por serem equiparadas a consumidores, a elas também se estende os instrumentos do CDC para serem indenizadas das lesões sofridas.

Quanto ao artigo 29 do Código de Defesa do Consumidor que aduz: “ Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas. Conceitua claramente os consumidores equiparando-os “a todas as pessoas determináveis ou não” que forem expostas às práticas comerciais previstas no Código, observa-se que entre estas se inclui a publicidade.

Consoante a este entendimento é o ensinamento de Hélio Zaghetto Gama (1997, p. 92):

Equiparam-se ao consumidor na forma do art. 29 e art.2, parágrafo único do CDC, as pessoas expostas à oferta, à publicidade, às práticas comerciais abusivas, às cobranças de dívidas e aos bancos de dados e cadastros dos consumidores, bem como as vítimas dos acidentes de consumo.

Neste sentido, pode-se concluir que práticas comerciais são técnicas, meios de que o fornecedor se utiliza para comercializar, vender, oferecer o seu produto ao consumidor potencial, atingindo a quem se pretende transformar em destinatário final: o consumidor. Pela sistemática adotada pelo CDC, abrange a expressão “práticas comerciais” desde a oferta do produto até as cobranças de dívidas.

3.1.1 Conceito de Consumidor na Prática da Publicidade

No tocante a publicidade, o alargamento do conceito de ‘consumidor’ é de extrema importância, uma vez que se trata de uma prática comercial cuidada pelo Código de Defesa do Consumidor, que não exige para que se torne perfeita a utilização ou mesmo a aquisição do produto ou serviço anunciado, sendo suficiente que o consumidor tenha sido exposto, de alguma forma, ainda que potencialmente, à oferta consubstanciada na publicidade em si.

A doutrina ao estudar a potencialidade da publicidade ser enganosa ou abusiva criou o conceito de consumidor médio. No entanto, hoje muito se questiona sobre a indevida utilização desse conceito, e até mesmo sobre sua questionável utilidade, visto que é um termo doutrinário, e a seu respeito não há qualquer menção legal.

Tendo-se que “consumidor médio” seria o homem comum, normalmente crédulo e de pouco estudo, sendo possível e recomendada por outra parte da doutrina sua substituição por “consumidor típico” de determinado produto ou serviço, considerado como o mais vulnerável aos efeitos desse tipo de publicidade.

Antônio Herman V. Benjamin (1994, p. 199), um dos doutrinadores que se insurgiu contra a utilidade do conceito de ‘consumidor médio’, alerta para a dificuldade de usá-lo vagamente para fins de controle da publicidade. Neste sentido, também é o entendimento de Fernando Gherardini Santos (2000, p. 42), que diz

“dever-se utilizar, para a verificação da enganabilidade, o parâmetro do ‘consumidor hipossuficiente’, que é o conceito do mais vulnerável dentre todos os outros consumidores”.

Portanto, a melhor opção é a não utilização do conceito de ‘consumidor médio’, que em muitos casos gera mais confusões do que soluções para o caso. As opções de substituí-lo por outros referenciais como o “consumidor típico”, podem até serem boas, porém podem causar injustiças e equívocos.

Por isso, de todas as opções, a que deve prevalecer no âmbito da publicidade é a análise do caso concreto, com a verificação do consumidor que tenha sido ou que possa ser efetivamente atingido.

3.1.2 A Criança no Papel de Consumidora

Na atualidade o consumismo tem estado em destaque na vida das crianças, há um excesso de produtos prontos tomando o lugar que anteriormente era ocupado por brincadeiras de rua, pipas e bonecas.

Estes novos produtos vêm substituindo o tempo antigamente destinado às brincadeiras, sendo estas consideradas pelos especialistas como a forma mais saudável para as crianças se desenvolverem.

Pesquisas sobre o tema tratam da questão de forma cautelosa, conforme afirma Ana Lúcia Vilela (2006) apud Cavalcanti (2008), presidente do Instituto Alana de São Paulo, que alerta sobre o problema causado por essa falta de brincadeiras saudáveis:

A criança terá um déficit de desenvolvimento. Mais que isso, elas perdem a inocência, têm a sexualidade a florada de forma precoce e deixam de vivenciar os valores essenciais da vida. Na cabeça dessa geração norteada pelo consumo, você é aquilo que você tem.

Essas transformações, porém, não ocorrem por acaso, pode-se atribuir que elas foram consequências das alterações no ambiente em que a família vive, pois elas vêm crescendo em um ambiente familiar em que acabam passando mais tempo em espaços fechados e com pouco contato com outras crianças, então acabam

fazendo da TV e da Internet seu principal contato com o mundo exterior.

Outro fator importante que contribui para essas transformações no comportamento das crianças é analisado por Zozivalda Cruz de Freitas (2008) em seu estudo, dizendo que:

[...] é que os pais passam mais tempo fora de casa, o que faz a criança ter liberdade para fazer suas próprias escolhas e optar por itens que lhe dêem a sensação de individualidade. Assim, ao mesmo tempo em que as crianças têm uma opinião formada e participam mais das decisões da família.

Há uma socialização do consumidor infantil, as crianças são vistas tanto como consumidores primários, ou seja, quem adquire produtos para si próprio, como também influenciadoras na decisão de compra dos pais em diversos itens, do mais acessível ao bem de consumo mais caro, como um automóvel, por exemplo, e isso desperta o interesse do mercado publicitário em conquistá-las cada vez mais.

O mesmo raciocínio é claro nas palavras de McNeal (1998) apud Beulke (2007), para ele:

O poder aquisitivo das crianças como mercado de influência, ou seja, de exercer sua vontade através dos pais, é muito maior do que como mercado primário, por isso atraem tanto os profissionais de marketing interessados em influenciar os pais através das crianças.

Por causa dessa nova visão publicitária é possível perceber nos anúncios (em especial nos comerciais de televisão) uma mudança na abordagem, cujos apelos são direcionados muito mais às crianças do que aos pais. No entanto, para se chegar aos resultados positivos os publicitários estão investindo em como penetrar no universo infantil, conhecer o mundo delas e saber do que realmente gostam e, nesse sentido, Elaine Fantini (2007) apud Beulke (2007), afirma que “esses profissionais utilizam artifícios variados para alcançarem os resultados positivos com as crianças, como jingle, ídolos infantis e o mundo da imaginação”.

Frente a esta nova realidade percebe-se que os pais sentem-se algumas vezes pressionados a encherem o carrinho com produtos que as crianças desejam, e nem sempre os mesmos são de grande necessidade, e como a maioria das crianças acompanha, com frequência, os pais ao supermercado, eles devem observar bem o que compram para seus filhos porque esse aumento de produtos destinados às crianças pode ser prejudicial para elas.

Nesse sentido Christiane Gade (1998, p. 205) é quem afirma que “a Influência do comportamento de compra infantil aumenta com a idade”, e então se constata que as crianças influenciam nas compras familiares fazendo suas próprias exigências em relação aos produtos pagos e comprados pelos pais, influenciam na escolha dos pais por produtos destinados ao consumo conjunto, por exemplo, férias familiares ou carros, ou em até mesmo, produtos usados somente pelos pais.

Percebe-se que mesmo se na visão econômica a criança não é considerada consumidora por não ter poder aquisitivo, elas são um nicho de mercado muito apetitoso para os publicitários. É confirmado este entendimento pela manifestação de Rita Ribes (2007), Doutora em Educação, em entrevista concedida a Encontros com a Mídia:

Dizer que a criança é ou não é consumidora, tendo como base a posse do dinheiro, é uma questão complexa que tem relação com a forma como as crianças habitam/vivenciam a família e a escola. Hoje a criança pode não ter dinheiro. Mas faz diferença ir ao supermercado com ela.

Por isso que atualmente quando se fala em consumidor, a primeira coisa que vem em mente são as crianças, pois na maioria dos produtos lançados, elas constituem o alvo, sendo comprovado pela imensidão de produtos que são lançados com grande frequência no mercado direcionado a esse público. Trazendo as embalagens, os brindes e as guloseimas que causam euforia no público infantil, fazendo com que as mesmas obriguem seus pais a adquirir produtos que não estão em sua lista de compras, ou seja, materiais supérfluos para muitos cidadãos brasileiros.

Interessante destacar uma observação que Laurindo Leal Filho (2008), sociólogo e jornalista, faz em sua pesquisa, lembra ele que na 4ª Conferência Anual de Publicidade e de Promoção para Crianças, um evento que dá prêmios aos melhores publicitários voltados para o mercado infantil, realizado em setembro de 2001, um dos participantes ressaltou o aumento da influência das crianças no consumo, dizendo que são elas hoje o setor mais poderoso do mercado a se aproveitar. Sobre ética, responsabilidade social, respeito à criança como um ser em formação, nada foi dito.

Conclui-se, portanto que a publicidade destinada às crianças é como uma violência sutil instalando hábitos e ditando valores na vida infantil desde cedo, podendo desta forma moldar toda uma vida, pois os anúncios ensinam que só

através do consumo se chega à felicidade e que a posse de determinados produtos torna algumas pessoas superiores a outras. Fazendo despertar nelas hábitos de consumo que levarão para vida adulta.

É neste contexto de consumo praticado por crianças e adolescentes, que observa-se a necessidade de um estudo e de uma análise sobre o suporte legal para proteção destes consumidores especiais, que estão sujeitos a todo tipo publicidade, violando-lhes, em determinadas situações direitos fundamentais, como a proteção integral, por constituir pessoa em desenvolvimento.

3.2 OS LIMITES LEGAIS DA PUBLICIDADE DIRIGIDA ÀS CRIANÇAS E ADOLESCENTES

3.2.1 Os Limites Constitucionais

A criança por estar em sua peculiar condição de desenvolvimento de todos os seus atributos deve assim ser considerada e respeitada, conforme assevera Afonso Garrido de Paula (2002, p. 93) “evidente a especialidade da criança ou adolescente, impondo consideração permanente de seus atributos individualizados, constante transformação e em seus múltiplos aspectos: físico, mental, moral, espiritual e social”.

Para as crianças terem seu desenvolvimento completo e saudável dependem dos cuidados devidos pelos adultos, pois elas são naturalmente frágeis e vulneráveis às situações a que são impostas e por estarem em desenvolvimento de suas capacidades físicas, emocionais e sociais, é que a proteção à criança é tão importante para o ordenamento jurídico.

Constata-se, portanto, que a completa preservação da infância depende de um contexto sociocultural harmonioso. O fato de as crianças serem diferentes dos adultos gera a indeclinável responsabilidade da família, da sociedade e do Estado quanto ao seu crescimento e desenvolvimento da melhor forma possível.

A Constituição Federal, no seu Título II, elenca os direitos e garantias fundamentais de todos, assim as crianças e adolescentes também têm assegurados

seus direitos individuais e coletivos à vida, à liberdade, à segurança e à propriedade, entre outros, além dos direitos sociais à educação, à saúde, ao lazer, à segurança, à proteção, à maternidade e à infância.

Frente às normas constitucionais que protegem as crianças, já é possível perceber determinados limites à publicidade dirigida ao público infantil no próprio artigo 227 da Constituição, que ao estipular o dever do Estado em assegurar o direito à dignidade e ao respeito, assim como colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, já é evidente que deveriam ser consideradas proibidas as publicidades que anunciam seus produtos exclusivamente para as crianças, ou que as utilizam como meio para convencimento de compra dos seus pais.

Isto porque a criança é considerada uma pessoa em desenvolvimento, e por ainda não possuir senso crítico completo, não é capaz de discernir sobre os meios utilizados pela publicidade para convencimento de compra de determinado produto, e também por serem mais vulneráveis e crédulas, acreditam plenamente que as qualidades anunciadas dos produtos são mensagens verdadeiras.

Portanto, a publicidade que apoia suas vendas na ingenuidade das crianças deveria ser considerada por todos como uma forma de exploração, violência e opressão contra este ser cidadão mais hipossuficiente da sociedade, que são as crianças.

3.2.2 Os Limites no Código de Defesa do Consumidor

Com a transformação da publicidade de instrumento de informação, em instrumento de persuasão, uma vez que se tornou um estímulo às necessidades das pessoas como também acabou interferindo em valores sociais e culturais, sendo inclusive direcionada as crianças e levando-as ao consumismo. A publicidade interessa muito ao direito para proteger adequadamente os consumidores, devendo, portanto ser regulada e controlada.

Como o objetivo da publicidade é persuadir o consumidor, ninguém duvida da forte influência que ela exerce sobre as pessoas, principalmente sobre as crianças, de modo que estimula a imaginação, cria necessidades e expectativas em relação

ao produto anunciado, portanto, necessita sim ser controlada legalmente a fim de que sejam evitados abusos, sendo o controle justificado de diversas formas, porém muito bem esclarecido por Benjamin (1994, p.118) quando diz que “ao estabelecer um controle, o legislador não tem por objetivo eliminar a publicidade, pois reconhece a sua importância no mundo atual, mas somente conter os abusos”.

Porém, quando se trata da necessidade da proibição da publicidade voltada para o público infantil e que para tanto se utiliza das diversas justificativas materiais, motivos e efeitos da exposição das crianças ao mercado de consumo, é necessário chamar a atenção para um fato: a publicidade voltada a crianças já está proibida, mesmo sem a aprovação de novos textos legais que estão com propostas no Congresso.

Ou seja, pela interpretação, principalmente sistemática do ordenamento jurídico atual, pode-se identificar normas que proíbem ou que restringem a veiculação de publicidade visando a atingir o público infantil. No próprio Código de Defesa do Consumidor pode ser feita a interpretação de seus dispositivos sobre a publicidade que se chegará a este entendimento.

Inicialmente é importante ressaltar o artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor, que traz em seu texto disposição afirmando que, “a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal”.

Portanto, esse dispositivo deixa bem claro que toda publicidade será ilegal se ela não puder ser identificada como uma prática comercial pelo consumidor de forma clara, fácil e explícita.

Para isso a lei se refere que a publicidade deva ser facilmente identificada pelo perfil do determinado grupo de consumidores à que ela é destinada, assim deve-se identificar se é razoável a esse grupo identificá-la sem fazer confusão com os outros elementos da mídia ou da comunicação.

Nesse sentido, há que se considerar um aspecto importante: no caso em questão, trata-se de publicidade dirigida ao público infantil, que como já foi abordado anteriormente neste trabalho, é facilmente influenciada e possui desenvolvimento mental incompleto.

Para fins de direito do consumidor, considera-se a publicidade veiculada à crianças e adolescentes como uma forma abusiva de oferta ao consumidor. Esta é a

definição legal extraída do Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 37 que estabelece:

Art. 37 - É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.
§ 2º- É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se portar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. (original não grifado)

É possível concluir, que apenas esses dois dispositivos do CDC já bastariam para justificar a proibição da publicidade dirigida às crianças, pois não está em julgamento a qualidade ou honestidade, mas sim que qualquer anúncio ao provocar sugestões de consumo em um público que não possui ainda a compreensão da lógica do mercado de consumo, estará sempre se aproveitando da deficiência de julgamento e experiência da criança, algo que já é coibido por se tratar de uma forma de publicidade abusiva.

3.2.3 Os Limites no Estatuto da Criança e do Adolescente

O Estatuto da Criança e do Adolescente é um instrumento de desenvolvimento social que garante a proteção especial a uma parte da população considerada mais vulnerável.

O ECA baseou-se na doutrina da proteção integral, por meio da qual a criança e o adolescente são vistos sujeitos de direitos que, em razão de sua peculiar condição de pessoas em desenvolvimento, necessitam de proteção diferenciada, especializada e integral.

O ECA, em consonância com a Convenção Internacional dos Direitos da Criança, estabelece em seu artigo 1º o Princípio da Proteção Integral, sendo que esta proteção deva ser entendida em seu sentido mais amplo, a fim de que as necessidades da criança sejam atendidas em sua totalidade, tais como de amparo físico, material e psicológico.

Importante também ressaltar o artigo 3º do ECA que complementa o disposto no artigo 1º e norteia todo o espírito do ECA:

Art. 3º - A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade.

Portanto para que esse princípio seja cumprido, as crianças e os adolescentes devem, com efeito, ser protegidos de toda e qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, sendo punido qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais, inclusive no artigo 5º do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Nesse sentido, também é o artigo 4º do Estatuto da Criança e do Adolescente, que repete o disposto no artigo 227 da Constituição Federal, determinando a responsabilidade da família, da sociedade e do Estado de assegurar os interesses da criança e do adolescente - e incluindo também a comunidade nesse rol dos responsáveis, destacando-a como forma de agrupamento entre pessoas de valores e costumes comuns:

Art. 4º - É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária.

Parágrafo único - A garantia de prioridade compreende:

- a) primazia de receber proteção e socorro em quaisquer circunstâncias;
- b) precedência de atendimento nos serviços públicos ou de relevância pública;
- c) preferência na formulação e na execução das políticas sociais públicas;
- d) destinação privilegiada de recursos públicos nas áreas relacionadas com a proteção à infância e à juventude.

Assim, o artigo 6º completa o entendimento de proteção integral, determinando claramente que as crianças e adolescentes são pessoas ainda em desenvolvimento, o que norteia toda essa especial proteção destinada a eles:

Art. 6º - Na interpretação desta Lei levar-se-ão em conta os fins sociais a que ela se dirige, as exigências do bem comum, os direitos e deveres individuais e coletivos, e a condição peculiar da criança e do adolescente como pessoas em desenvolvimento.

Sobre essa situação de pessoas em desenvolvimento, certas são as palavras do pedagogo Antônio Carlos Gomes da Costa (1992, p. 89), para ele não significa que “a criança não sabe, não tem condições e não é capaz, mas que vivencia uma vida distinta da etapa adulta que, como todas as etapas deve ser reconhecida como revestida de singularidade e completude relativa. A criança e o adolescente são seres inacabados, a caminho de uma plenitude a ser consumada na adulta”.

Já o artigo 17 do ECA, também de grande importância, estabelece o direito ao respeito, em seus termos proclama:

Art. 17 - O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais.

Pode-se concluir, a partir de sua interpretação, que para garantir o direito ao respeito também não deve de modo algum permitir que seja violada a integridade física, moral e psíquica da criança e do adolescente, é nesse diapasão que está incluído um dos fundamentos para se dizer que a publicidade voltada para o público infantil já é proibida pelo ordenamento brasileiro.

Complementando este entendimento, o artigo 18 do ECA, em seguida, prevê como um dever de todos da sociedade colocar as crianças e os adolescentes à salvo das formas de tratamento desumano, assim como garantido pelo artigo 227 da Constituição Federal.

O direito à dignidade é o ponto inicial para se ver respeitado o Princípio da Proteção Integral:

Art. 18 - É dever de todos velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor.

Tratando-se exclusivamente da legalidade da publicidade voltada para as crianças, pode-se citar o artigo 76 do ECA que é claro ao estipular que “as emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o

público infante-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.”

Assim, se as emissoras de televisão devem apenas exibir programas educativos, culturais e artísticos naqueles horários, sendo que todos têm de, previamente, passar pelo crivo do Ministério da Justiça para sua classificação, deve também a publicidade televisiva, veiculada nos intervalos desses programas, respeitar a mesma imposição legal.

Neste sentido é o entendimento que Sergio Ruy David Polimeno Valente (2008), que declara em seu trabalho:

Ou seja, veda-se a propaganda de produtos infantis, uma vez que a função informativa da publicidade, que existe com relação ao público adulto, não se verifica com o público infante em razão de sua limitada capacidade de compreender o que é informação e o que é sugestão. Logo, a publicidade voltada à criança, visando a sugestão de consumo, é imprópria para tais horários, não ocorrendo o mesmo com aquela voltada para o público adulto, que pode diferenciar a parte sugestiva da informativa.

Entende-se por esta questão, portanto, que através de uma interpretação sistemática das normas de proteção às crianças e adolescentes, pode-se extrair que somente pelo que é estabelecido no ECA, a publicidade voltada as crianças já está proibida.

Assim também aquelas que se utilizam da imagem infantil de forma inadequada e as que incluem elementos do universo infantil em produtos destinados exclusivamente para os adultos, o que constitui uma tentativa de promover o princípio da proteção integral, quando das relações de consumo publicitário por menores.

3.3 DIREITOS DO CONSUMIDOR E RELAÇÃO DE CONSUMO LIGADO AO MENOR DE 18 ANOS

Atualmente, o consumismo se destaca na vida das crianças e adolescentes, pois existe um excesso de produtos sendo oferecidos através da mídia.

A massificação do consumo tem demonstrado ser um dos grandes problemas a ser enfrentado pela sociedade contemporânea. Inúmeros debates são promovidos em diversas reuniões de cúpula ao redor do mundo, salientando a importância da

defesa do consumidor contra os abusos cometidos pelos fornecedores nas relações de consumo, dada a vulnerabilidade que àqueles atinge, em especial quando se trata de crianças e adolescentes.

A publicidade voltada ao público infantil é abusiva e ilegal, pois viola o disposto nos artigos 36 e 37 do Código de Defesa do Consumidor como também as regras de defesa dos direitos da criança postas na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente. (SAMPAIO, 2000).

Portanto, a publicidade que apoia suas vendas na ingenuidade das crianças e adolescentes deveria ser considerada por todos como uma forma de exploração, violência e opressão contra estes cidadãos mais hipossuficiente da sociedade, que são as crianças e adolescentes, uma vez que o ECA é um instrumento de desenvolvimento social que garante a proteção especial a uma parte da população considerada mais vulnerável com base na já citada Doutrina da Proteção Integral.

Ainda, esse tipo de propaganda afronta os princípios: da boa-fé objetiva, que busca assegurar que as partes nas relações contratuais se tratem com lealdade e com ética, coibindo comportamentos abusivos; da transparência e da informação, que determinam que o fornecedor tem a obrigação de prestar as informações sobre os produtos ou serviços de forma clara, precisa e adequada, desde o momento da oferta até a execução do contrato; da educação que tem a finalidade de minimizar a desigualdade existente entre as partes nas relações de consumo; da vulnerabilidade do consumidor, que reconhece, *iure et de iure*, que o consumidor é a parte mais frágil na relação jurídica de consumo, merecendo a proteção de tutela específica da lei, da sociedade e do Poder Público.

4 A PROTEÇÃO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE FRENTE AO CONSUMO DE SERVIÇOS E PRODUTOS VEDADOS

Neste capítulo, discutir-se-á a proteção de crianças e adolescentes frente ao consumo publicitário e produtos vedados e as implicações que estas questões trazem ao direito, no tocante a sua abordagem e a suas garantias inseridas no Estatuto da Criança e do Adolescente, que divide o tema em secções de prevenção geral para menores e prevenção especial, conforme observar-se-á a seguir.

4.1 DA PREVENÇÃO GERAL PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES

O Estatuto da Criança e do Adolescente apresenta alguns princípios de imprescindível importância para garantir o amparo as crianças e adolescentes. São elencados 14 princípios, dentre outros, que nortearam a elaboração do referido Estatuto. Tais princípios são derivados da Declaração Universal dos direitos das Crianças e servem de balisadores na construção da prevenção destes menores.

Dentre estes princípios destaca-se o Princípio da Prevenção Geral, que caracteriza-se pela obrigação de todos zelar pela integridade e pelos direitos fundamentais deste grupo vulnerável. O Estatuto da Criança e Adolescente no seu artigo 70 assegura que “ é dever de todos prevenir a ocorrência de ameaça ou violação dos direitos da criança e do adolescente”.

A regra sob análise impõe à sociedade o dever de evitar ameaças ou violações dos direitos da criança e do adolescente. A sociedade aparece representada por todos os seus integrantes, pessoas físicas ou jurídicas, poderes, instituições e entidades, que tem o dever de zelar pelo respeito e atendimento aos institutos de proteção, inscritos nesse importante instituto jurídico.

Assim, a prevenção ocorre através da abstenção da prática de atos nocivos ao desenvolvimento da criança ou adolescente, mediante iniciativas tendentes a promover seus direitos fundamentais e também por meio do cumprimento espontâneo de obrigações relacionadas à prevenção especial, que figuram em

normas complementares para assegurar o cumprimento dos direitos insculpidos no Estatuto da Criança e do Adolescente.

4.2 DA PREVENÇÃO ESPECIAL PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Já as medidas de prevenção especial vêm inseridas no Estatuto da Criança e do Adolescente nos artigos 74 a 85 e visam estabelecer direitos, assegurando a todas as crianças e adolescentes direito a informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento, conforme traz o artigo 71 do mesmo diploma legal:

Art. 71. A criança e o adolescente têm direito a informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.

Tendo-se que medida preventiva é aquela que vem a prevenir ou evitar que possa a parte ser privada de ver cumprido seu objetivo, exarado no pedido, por embarço decorrente de ato da outra parte, ou vem para prevenir ou evitar gravame de maior monta, em consequência de violência praticada contra sua pessoa ou contra seus direitos.

Logo, conclui-se que as medidas de prevenção, prevista no ECA, nada mais são do que prevenir a ocorrência de atos violadores dos direitos e integridade dos seus tutelados. Tendo-se, portanto, a prevenção geral (Direitos Fundamentais): artigos 70 a 73; e a prevenção especial: artigos 74 a 85 do Estatuto da Criança e do Adolescente que vai ser estudado a seguir.

4.2.1 Espécies de Medidas Preventivas

Pelo conceito apresentado sobre medidas preventivas, foi possível observar que essas medidas visam a evitar situação de risco à criança e ou adolescente, sendo divididas pelo legislador em três seções, cuja a primeira delas visa proteger o

adolescente quando esse frequentar locais de cultura, lazer, esportes, diversões e espetáculos; a segunda são proibições quanto a produtos e serviços; e a terceira se refere a autorização para viagem.

Quanto às proibições de venda de produtos e serviços as crianças e adolescente, serão especificadas ao longo desse trabalho com o estudo do artigo 81 ao artigo 85 do Estatuto, ora analisado.

4.2.2 Considerações Gerais Acerca da Prevenção Especial

Sabendo-se que as medidas de prevenção especial estão presente no ECA nos artigos 74 a 85, visando assegurar as crianças e aos adolescentes o direito a informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento. É preciso observar que a própria lei estabeleceu uma restrição a esses direitos que passariam a respeitar condições peculiares.

Assim admite-se que o Poder Público, através de órgão responsável, regule as diversões e os espetáculos. Todavia tal atribuição não será exclusiva do Poder Público que a exercerá em concorrência com a própria autoridade judiciária, que nos termos do disposto no artigo e artigo 149, §§ 1º e 2º do ECA, autorizará através de portaria ou alvará a entrada ou permanência de criança ou adolescente, desacompanhado dos pais ou responsável, em: estádio, ginásio e campo desportivo; bailes ou promoções dançantes; boate ou congêneres; casa que explore comercialmente diversões eletrônicas; estúdios cinematográficos, de teatro, rádio e televisão. Ou ainda a participação de criança e adolescente em: espetáculos públicos e seus ensaios, bem como, em certames de beleza.

Considerando-se que a decisão do juiz, nos termos do disposto no artigo 93, IX da Constituição Federal, deverá ser fundamentada e levará em conta critérios, a saber: os princípios desta Lei; as peculiaridades locais; a existência de instalações adequadas; tipo de frequência habitual ao local; a adequação do ambiente a eventual participação ou frequência de crianças e adolescentes e por último, a natureza do espetáculo.

Havendo o cumprimento das restrições impostas, poderá a criança e adolescente assistir livremente a espetáculos e diversões pública, sendo certo, outrossim, que o menor de 10 anos, sempre exigirá o acompanhamento de um responsável.

Ademais, as medidas de prevenção em caráter genérico abordarão a restrição advinda da venda de fitas e revistas, sem a observância da proibição adstrita a idade, ou seja, a faixa etária da criança ou do adolescente.

4.2.3 Aplicabilidade das Medidas de Prevenção

Essas restrições a que se refere o artigo 74 do Estatuto da Criança e do Adolescente deverão ser estabelecidas através do Poder Público, contudo a mesma não é restrita a União, sendo facultado ao Ministério da Justiça, a quem se delega legitimidade para publicar Portaria de Restrição de horário que regulamenta a classificação, para efeitos indicativos, de diversões públicas e de programas de rádio e de televisão.

Sendo possível que a autoridade judiciária, mediante portaria ou alvará, discipline a entrada e permanência de crianças e adolescentes, quando estiverem desacompanhadas de seus pais ou responsáveis, em conformidade com o art. 149, inciso I do ECA em estádio, ginásio e campo desportivo; bailes ou promoções dançantes; boate ou congênere; casa que explore comercialmente diversões eletrônicas; estúdios cinematográficos, de teatro, rádio e televisão.

Também, é cabível a autoridade judiciária, através dos mesmos instrumentos citados anteriormente, regular à participação de criança ou adolescente, esteja ela ou não autorizada ou acompanhada dos pais ou responsável, segundo o art.149, inciso II do ECA em espetáculos públicos; seus ensaios e certames de beleza.

Importante estabelecer que "responsável" não é, como querem estabelecer alguns, "qualquer pessoa maior", ainda que expressamente autorizada pelos pais da criança ou adolescente, mas sim deve ser entendido apenas como o tutor ou guardião, razão pela qual não basta estar a criança ou adolescente, para fins de evitar a incidência da portaria judicial disciplinadora, estar acompanhado de seu "irmão", "primo" ou qualquer outra pessoa capaz.

O entendimento supra decorre da interpretação sistemática do ECA, na medida em que, quando o legislador entendeu suficiente a presença de "pessoa maior", expressamente autorizada pelo pai ou mãe, o fez expressamente, como é o caso do disposto nos artigos 82 (que trata da hospedagem de crianças e adolescentes em hotel, motel, pensão ou congêneres) e 83, §1º, alínea "b", in fine (que trata da viagem de criança desacompanhada dos pais no território nacional), do citado Diploma Legal.

Importante ainda observar que, caso não haja a expedição de portaria, a entrada nos locais relacionados no art.149, inciso I será livre, pois como se analisou, a criança e o adolescente têm o direito de "ir, vir e estar nos logradouros públicos e espaços comunitários, ressalvadas as restrições legais" (art.16, inciso I do ECA).

4.3 PRODUTOS E SERVIÇOS VEDADOS

Quanto às proibições de venda de produtos e serviços as crianças e adolescente, há que se especificá-las, conforme insertas no artigo 81 do Estatuto analisado.

Seção II

Dos Produtos e Serviços

Art. 81. É proibida a venda à criança ou ao adolescente de:

I - armas, munições e explosivos;

II - bebidas alcoólicas;

III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;

IV - fogos de estampido e de artifício, exceto aqueles que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o art. 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes.

Assim, é vedada a venda destes produtos sob pena de caracterização do crime previsto no artigo 242 do Estatuto da Criança e Adolescente, sendo na parte que referente à venda de arma de fogo e explosivos foi tacitamente revogado pela lei n.º 9.437, de 20/02/97, que instituiu o sistema nacional de armas (SINARM) e previu, em seu artigo 10, penas mais rigorosas para tais condutas. Já a venda de bebidas alcoólicas e produtos cujos componentes possam causar dependência física

ou psíquica, ainda que por utilização indevida pode acarretar pena pela prática do crime previsto no artigo 243 do diploma em estudo.

Sendo também proibida a venda de fogos de estampido e artifício, exceto os que por seu reduzido potencial não possam causar dano físico no caso de utilização indevida, sob pena da caracterização do crime previsto no artigo 244 do mesmo diploma legal; bem como a venda de revistas e publicações a que alude o artigo 78 e de bilhetes lotéricos e equivalentes, valendo lembrar que a entrada de criança e adolescente em casas que realizam apostas é vedada (artigo 80), sob pena da prática da infração administrativa prevista no artigo 258 do próprio Estatuto de proteção em análise.

Outra vedação referente ao local de permanência da criança e do adolescente, são explicitados no artigo 82 do ECA:

Art. 82. É proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se autorizado ou acompanhado pelos pais ou responsável.

Assim, é proibida a hospedagem de criança ou adolescente em hotel, motel, pensão ou estabelecimento congênere, salvo se expressamente autorizado (e a autorização deve ocorrer por escrito, através de documento idôneo) ou devidamente acompanhado pelos pais ou responsável, importando o descumprimento desta regra na infração administrativa prevista no artigo 250. Esta proibição visa coibir a prostituição infanto-juvenil, embora seja irrelevante, para fins de caracterização da infração, que a "hospedagem" tenha esta finalidade.

No entanto, na prática do dispositivo acima é comumente descumprido, e isso viola os direitos de proteção a crianças e adolescentes que ficam a mercê das ações de exploração sexual, que ocorre no interior de vários estabelecimentos.

Já os artigos 83 a 85 do Estatuto da Criança e do Adolescente, que trata da autorização para viagens traz a seguinte redação abaixo explicitada:

Seção III

Da Autorização para Viajar

Art. 83. Nenhuma criança poderá viajar para fora da comarca onde reside, desacompanhada dos pais ou responsável, sem expressa autorização judicial.

§ 1º A autorização não será exigida quando:

a) tratar-se de comarca contígua à da residência da criança, se na mesma unidade da Federação, ou incluída na mesma região metropolitana;

b) a criança estiver acompanhada:

1) de ascendente ou colateral maior, até o terceiro grau, comprovado documentalmente o parentesco;

2) de pessoa maior, expressamente autorizada pelo pai, mãe ou responsável.

§ 2º A autoridade judiciária poderá, a pedido dos pais ou responsável, conceder autorização válida por dois anos.

Art. 84. Quando se tratar de viagem ao exterior, a autorização é dispensável, se a criança ou adolescente:

I - estiver acompanhado de ambos os pais ou responsável;

II - viajar na companhia de um dos pais, autorizado expressamente pelo outro através de documento com firma reconhecida.

Art. 85. Sem prévia e expressa autorização judicial, nenhuma criança ou adolescente nascido em território nacional poderá sair do País em companhia de estrangeiro residente ou domiciliado no exterior.

Nesses artigos é apresentada uma terceira forma de prevenção a exigência de autorização para viajar, em primeiro lugar: viagem dentro do território nacional: nenhuma criança (não há, portanto, qualquer restrição para viagem de adolescente) poderá viajar para fora da comarca onde reside desacompanhada dos pais ou responsável, sem expressa autorização judicial, sendo dispensada tal autorização apenas em se tratando de comarca contígua à da residência da criança, se na mesma unidade da federação (no mesmo estado), ou incluída na mesma região metropolitana ou, se estiver acompanhada de ascendente ou colateral maior, até o 3º grau, comprovado documentalmente o parentesco ou de pessoa maior, expressamente autorizada pelo pai, mãe ou responsável, que poderá ter validade de até dois anos.

Num segundo momento, é disciplinada viagem ao exterior, a regra é a necessidade da autorização judicial tanto para a viagem da criança quanto para a viagem do adolescente, que somente será dispensada caso estejam eles acompanhados de ambos os pais ou responsável ou, quando na companhia de apenas um dos pais, houver autorização expressa do outro, através de documento com firma reconhecida. Esta regra visa impedir que, quando da separação de um casal, um dos pais "fuja" com seus filhos para o exterior.

4.3.1 Sanção em Caso de Descumprimento das Medidas de Prevenção

Todas as medidas preventivas que visam assegurar os direitos das crianças e adolescentes trazem em seu bojo uma sanção para cada hipótese de descumprimento, conforme apresentar-se-á a seguir.

Assim cumpre estabelecer que a venda de armas, munições e explosivos a menores implica na caracterização do crime previsto no artigo 242 do Estatuto da Criança e do Adolescente, na parte referente à venda de arma de fogo e explosivos foi tacitamente revogado pela lei n.º 9.437, de 20/02/97, que instituiu o sistema nacional de armas (SINARM) e previu, em seu art.10, penas mais rigorosas para tais condutas.

Seguindo pela venda de bebidas alcoólicas e produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, implica na prática do crime previsto no artigo 243 do mesmo instituto jurídico:

Art. 243. Vender, fornecer ainda que gratuitamente, ministrar ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente, sem justa causa, produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica, ainda que por utilização indevida:
Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa, se o fato não constitui crime mais grave.

Já a venda de fogos de estampido e artifício, implica na prática de crime previsto no artigo 244:

Art. 244. Vender, fornecer ainda que gratuitamente ou entregar, de qualquer forma, a criança ou adolescente fogos de estampido ou de artifício, exceto aqueles que, pelo seu reduzido potencial, sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida:
Pena - detenção de seis meses a dois anos, e multa.

Ainda, a venda de revistas e publicações a que alude o artigo 78 e artigo 81, inciso V do ECA) e venda de bilhetes lotéricos e equivalentes, implica na prática da infração administrativa prevista no artigo 258:

Art. 258. Deixar o responsável pelo estabelecimento ou o empresário de observar o que dispõe esta Lei sobre o acesso de criança ou adolescente aos locais de diversão, ou sobre sua participação no espetáculo:

Pena - multa de três a vinte salários de referência; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até quinze dias.

Também a hospedagem em desconformidade ao estabelecido no artigo 82 importa na infração administrativa prevista no artigo 250 do mesmo diploma legal:

Art. 250. Hospedar criança ou adolescente, desacompanhado dos pais ou responsável ou sem autorização escrita destes, ou da autoridade judiciária, em hotel, pensão, motel ou congêneres:

Pena - multa de dez a cinquenta salários de referência; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até quinze dias.

Esta regra visa coibir a prostituição infanto-juvenil, embora seja irrelevante, para fins de caracterização da infração, que a "hospedagem" tenha esta finalidade de exploração.

Nesta mesma esfera a proibição de hospedagem de crianças, que podem significar que o local está sendo utilizado para a exploração sexual de crianças e/ou adolescentes, interessante observar o disposto nos §§1º e 2º do artigo 244 do ECA (acrescido pela lei n.º 9.975, de 23/06/2000), segundo os quais os proprietários, gerentes, e/ou responsáveis pelos estabelecimentos onde ocorre a prostituição ou exploração sexual de crianças e adolescentes estão sujeitos a uma pena de quatro a dez anos de reclusão e multa, sendo que, na forma da lei, "constitui efeito obrigatório da condenação a cassação da licença de localização e de funcionamento do estabelecimento"

Por fim, a prática de transporte de criança ou adolescente com inobservância do disposto nos artigos 83 a 85 importa na prática de infração administrativa prevista no artigo 251 do mesmo diploma legal, qual seja:

Art. 251. Transportar criança ou adolescente, por qualquer meio, com inobservância do disposto nos arts. 83, 84 e 85 desta Lei:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

Todas essas sanções visando, ao mesmo tempo, punir e prevenir a ocorrência de crimes contra as crianças e adolescentes, elas se distribuem em infrações administrativas, que possuem punição mais branda, com notificação e

multa; bem como em crimes contra menores de 18 anos, passível de detenção, quando observadas a gravidade do ato.

4.4 PROBLEMAS NAS ATUAIS RELAÇÕES DE CONSUMO ENVOLVENDO MENORES DE DEZOITO ANOS

Há duas questões que possibilitam o ingresso das crianças e dos adolescentes nas esferas públicas midiáticas, uma das questões esta relacionada ao fato da mídia oferecer para as crianças e adolescentes condições facilitadoras de acesso às comunicações. E a outra questão, é o fato da mídia televisiva estimular a posição do interlocutor para o público infantil. (SAMPAIO, 2000).

É uma tendência global essa enorme participação das crianças e dos adolescentes na mídia televisiva, que aumenta ainda mais o consumismo desenfreado, assim como esse enorme acréscimo nas ofertas de comunicação e de produtos dirigidos para o público infantil, por isso a tendência a valorizar esse segmento. (SAMPAIO, 2000).

A expressividade desse segmento na mídia tende a ser correlata à sua importância no mercado de consumo dos diversos países. Isso se verifica em função do seu peso no mercado consumidor de cada país, da sua autonomia como consumidor, da sua capacidade de influir nas decisões de compras de outros segmentos, etc. A natureza de sua presença e antecipação na mídia obedece, ainda, a regulamentações particulares de cada país que visam proteger a sua imagem e evitar a sua exposição em situações constrangedoras. (SAMPAIO, 2000, p 146 - 147).

O descobrimento da criança e do adolescente como um consumidor em potencial foi fundamental para seu ingresso como alvo da publicidade de massa. Em 1986 houve uma ampliação da programação infantil das emissoras que vieram a ocupar espaços que antes eram destinados ao público feminino. Assim, “os programas infantis ofereceram as emissoras a chance de ampliar significativamente seu público. Não só o mercado infantil, no caso do Brasil, apresenta proporções gigantescas, como se tem à possibilidade de comunicação com a família através dos programas infantis”. Do ponto de vista comercial essa fórmula é um sucesso, tanto

que em diversas emissoras a programação infantil movimentou um mercado econômico bem alto. (SAMPAIO, 2000).

No Brasil, a programação infantil começou buscando uma maior audiência, os programas eram pensados para divertir as crianças e prender sua atenção com desenhos, brincadeiras, músicas, e algo recente é a introdução de mininovelas. (SAMPAIO, 2000).

Um programa atrativo tem sua base no apresentador, que deve ser carismático, e também nos desenhos animados, que responde por uma parcela expressiva da programação. As emissoras melhoram a imagem do apresentador e este já sendo um apresentador em foco, empresta sua imagem para produtos e marcas. Assim com o sucesso de venda, novas verbas entram na emissora que continuam a investir no financiamento dos mesmos programas e também no apresentador. (SAMPAIO, 2000).

É a descoberta, portanto, do enorme potencial de consumo da criança e do adolescente que funciona como mola propulsora da dual presença e expressividade nas esferas públicas mediáticas. Por um lado, verifica-se a extensão das ofertas de comunicação dirigidas à criança e ao adolescente. Tanto programações tradicionais do público adulto passam a incluir ingredientes considerados atrativos para esse segmento de público quanto as propagandas a ele dirigidas proliferam na mídia como apresentadores na programação infantil, atores com presença acentuada nos diversos gêneros (novelas, minisséries, comédias, etc.), entrevistados em talk-shows, anunciantes de produtos e serviços, garotos (as)-propagandas em campanhas de utilidade pública ou governamentais. (SAMPAIO, 2000, p.150)

Tanto a criança como o adolescente têm um destaque no mercado de consumo, o qual impulsiona uma maior visibilidade na mídia. A publicidade já reconhece neste público infanto-juvenil, sua condição privilegiada de um consumidor em potencial, e com poder razoável de decisão na compra de artigo infantil, como um futuro consumidor fiel às marcas, e sua influência no consumo da família.

Desde o fim de 1980 há no Brasil o interesse no consumidor infantil, como um público que vem crescendo muito no mercado de consumo e, além disso, vem ganhando um enorme espaço nas revistas, jornais, rádio e televisão. Há um grande consumo infantil também em outros segmentos. (SANTOS, 2000.)

Assim, ainda em pleno desenvolvimento e, portanto, mais vulneráveis que os adultos, as crianças e os adolescentes não ficam fora dessa lógica, pelo contrário, e

sofrem cada vez mais cedo as graves consequências relativas aos excessos do consumismo.

Portanto, torna-se necessário e urgente proteger e prevenir as crianças e adolescentes das armadilhas publicitárias que as espreitam com o objetivo de, cada vez mais, torná-las consumidoras em potencial.

5 CONCLUSÕES

Estudado o tema foi possível perceber que apesar de com o objetivo expresso de promover a proteção integral das crianças e adolescentes o Estatuto da Criança e do Adolescente alertar que todos devem prevenir a ocorrência de ameaça ou violação dos direitos da criança e a do adolescente, no que tange a proteção contra a mensagem publicitária que impulsiona ao consumismo, bem como, aquisição de produtos e serviços vedados a esse público, a família, a sociedade e o estado não estão cumprindo o seu papel.

Mesmo com todo o aparato legal, instituído pela Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor e Estatuto da Criança e do Adolescente assistiu-se um flagrante desrespeito na relação de consumo publicitária que não atendem as limitações impostas pelos institutos jurídicos de proteção, expondo o público menorista, caracterizados como hipossuficientes nessa relação desigual, a serem lesionados na sua proteção integral que lhes é atribuída por sua condição especial e impedindo-os do consumo legal.

Verificou-se que a publicidade, ponto estudado nesse trabalho, visa exatamente levar o consumidor a adquirir ou utilizar produtos e serviços, disponibilizados no mercado de consumo, fazendo com que o consumidor efetivamente compre ou utilize determinado bem ou serviço.

Buscou-se esclarecer que no dia a dia, a publicidade faz parte da vida cotidiana das pessoas, estando presente em todos os meios de comunicação, agindo de forma pouco inocente, ela está elaborada de forma a produzir boas vendas para o fornecedor do produto e atinge diretamente e violentamente o público infantil.

Porém, o trabalho fez uma análise do artigo 37 do CDC que proíbe as publicidades que se enquadrem como abusivas, que se caracteriza como aquela que se aproveitar da deficiência de julgamento e experiência da criança, sob pena de ser considerada abusiva e, portanto, ilegal.

Complementa-se tal estudo com a informação de especialistas de que crianças de até 12 anos de idade não tem desenvolvimento crítico completo para entenderem a intenção publicitária, e muitas não conseguem nem diferenciar a publicidade do programa que está assistindo, então é clara a conclusão que

qualquer publicidade de qualquer produto voltada para crianças estará sendo abusiva e, portanto, ilegal e proibida.

Assim, o grande problema da publicidade voltada ao público infantil no país, que a torna intrinsecamente carregada de abusividade e ilegalidade, é o fato de valer dessa estratégia para conseguir vender os produtos que anuncia e atrair a atenção desse público alvo, justamente da deficiência de julgamento e experiência da criança e do adolescente, o que de certa forma contribui para a aquisição de serviços e produtos vedados.

E apesar de claramente o Estatuto da Criança e do Adolescente instituir medidas de prevenção geral e especial, essas não são aplicadas de forma devida e mesmo existindo sanções a sua não observância, assistiu a não efetivação de medidas tão necessárias à proteção de nossas crianças e adolescentes.

A realidade atualmente vivenciada no Brasil, ou até mesmo no mundo, mostra que os mecanismos destinados à promoção da proteção da criança e do adolescente se mostram ineficientes, uma vez que, o que se tem verificado na prática é menor de 18 anos com livre acesso a produtos e serviços proibidos, crianças consumindo drogas de diferentes tipos, conseguindo adquirir armas e munições, frequentando boates, bares e motéis num flagrante desrespeito aos princípios constitucionais e legais.

Nas últimas décadas, vem se estimulando entre esse público juvenil, o consumismo desmedido, se verificando que em muitos casos, as crianças e os adolescentes são incentivados, por adultos que deveriam protegê-las, a procurarem produtos e serviços vedados por lei e a travarem, desde muito cedo, contato com o álcool, as drogas, a prostituição e o crime.

Diante do exposto e frente às medidas de prevenção e proteção estabelecidas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, bem como, da regulação feita pelo Código de Defesa do Consumidor a propaganda que gera um consumismo perigoso, fica-se diante de um questionamento bastante complicado.

Primeiramente porque, indubitavelmente, a proposta da lei é ampla, complexa e importante para a obtenção de uma sociedade mais justa e com um menor índice de desrespeito à criança e ao adolescente, trazendo no seu bojo medidas concretas de prevenção e sanções ao seu descumprimento.

No entanto, percebe-se claramente a necessidade da abertura de um amplo debate de toda a sociedade quanto à efetividade das leis, uma vez que o que se vê

na prática, no dia a dia, são crianças desamparadas, exploradas pelos seus pais ou responsáveis e com conivência do próprio Estado que simplesmente se omite da sua responsabilidade apesar dos dispositivos do Estatuto serem claros e cristalinos.

O que se vê é falta de vagas nas escolas, falta de vagas em abrigos, a inexistência de lares substitutos, crianças sendo assassinadas (caso Bernardo) e maltratadas, etc., de forma que a Lei não é efetivamente aplicada, isso nível de Brasil, falando-se a nível internacional, percebe que hoje o massacre violento de milhares de criança vítimas da chamada “guerra santa”, travada entre Israel e a Palestina.

Assim, seja a nível nacional ou internacional é preciso proteger nossas crianças e adolescentes, pois de nada adianta termos leis de vanguarda se as mesmas são reiteradas vezes descumpridas por todos. O que se deve agora é tentar obter a obrigação de que uma Lei completa e importante como o Estatuto da Criança e do Adolescente seja, efetivamente, levado a sério pelos governantes, doutrinadores e membros do Poder Judiciário.

Talvez, somente assim conseguir-se-á um cumprimento das Leis, e conseqüentemente o restabelecimento de uma sociedade mais justa, fraterna, com menos desigualdades sociais e educacionais, com um menor reflexo de violência e capaz de oferecer uma vida digna a todos os seus cidadãos, em especial as suas crianças e adolescentes.

REFERÊNCIAS

ALBERNAZ JÚNIOR, Victor Hugo; FERREIRA, Paulo Roberto Vaz. **Convenção Sobre os Direitos da Criança**. Disponível em: <<http://www.dhnet.org.br/direitos/sip/onu/textos/tratado11.htm>>. Acesso em: 24 nov. 2014.

ALBERTON, Maria Silveira. **Violação da infância: crimes abomináveis: humilham, machucam, torturam e matam!** Porto Alegre, RS: AGE, 2005.

AZAMBUJA, Maria Regina Fay de. **Violência sexual intrafamiliar: é possível proteger a criança?**. Revista Virtual Textos & Contextos, nº 5, nov. 2006. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fass/article/viewFile/1022/802>>. Acesso em: 24 nov. 2014.

BASTOS, Celso Ribeiro; MARTINS, Ives Gandra. **Comentários À Constituição do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988**. São Paulo: Saraiva, 1989.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. **Das Práticas Comerciais. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 7ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991.

_____, **O controle jurídico da Publicidade**. São Paulo: Revista de direito do Consumidor, n. 9, jan/mar. 1994.

BEULKE, Carla Simone. **Consumidor Infantil Sobre os Pais na Tomada de Decisão de Compra de Produtos Alimentícios**. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/17144/1/R1528-1.pdf>> Acesso em: 08 jul. 2014.

BITENCOURT, Luciane Potter. **Vitimização Secundária Infanto-Juvenil e Violência Sexual Intrafamiliar: Por uma Política Pública de Redução de Danos**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

_____. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF: Senado Federal, 1990.

_____. **Convenção Sobre os Direitos da Criança**. DECRETO Nº 99.710, DE 21 DE NOVEMBRO DE 1990. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/D99710.htm. Acesso em: 19 jul. 2014.

_____. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Organizado por Luiz Roberto Curia, Livia Céspedes e Juliana Nicoletti. 13.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

CAVALCANTI, Vítor. **Entidades alertam para o consumismo infanto-juvenil**.

Disponível em:

<http://ultimosegundo.ig.com.br/materias/brasil/24085012409000/2408670/2408670_1.xml>. Acesso em: 08 jul. 2014.

COSTA, Antonio Carlos Gomes da. **Natureza e implantação do novo direito da criança e do adolescente**. In: PEREIRA, Tânia da Silva (Coord.). Estatuto da Criança e do Adolescente: Lei 8.069/90: estudos sócio-jurídicos. Rio de Janeiro: Renovar, 1992.

COSTA, Antônio Carlos Gomes. **De menor á cidadão**: notas para uma história do novo direito da infância e da juventude no brasil. Brasília: CBIA, 1991.

CURY, Garrido Marçura. **Estatuto da Criança e do Adolescente anotado**. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2002.

FRANCISCHINI, Nadialice. **Sistemas de Princípios das Relações de Consumo**. Publicado em Revista Direto. Disponível em <http://revistadireito.com/sistema-de-principios-das-relacoes-de-consumo/>. Acesso em: 05 mar. 2013.

FREITAS, Zozivalda Cruz Duarte de. **A influência das embalagens no comportamento de compra do consumidor infantil**. Disponível em: <http://www.artigocientifico.com.br/uploads/artc_1162836219_37.pdf> Acesso em: 05 jan. 2014.

GADE, Christiane. **Psicologia do Consumidor e da Propaganda**. São Paulo: EPU Editora, 1998.

Hélio Zaghetto Gama. **Direitos do Consumidor, Código de Defesa do Consumidor Referenciado e Legislação Correlata**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

HENRIQUES, Isabella Vieira Machado. **Publicidade abusiva dirigida à criança**. Curitiba: Juruá, 2007.

LEAL Filho, Laurindo. **Propaganda e crianças**. Disponível em:

<http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/revistas_link.cfm?Edicao_Id=202&Artigo_ID=3159&IDCategoria=3411&reftype=2>. Acesso em: 22/01/2014.

MARIMPIETRI, Flávia. **Direito Material do Consumidor**. Salvador: Endoquality, 2001. - See more at: <http://revistadireito.com/sistema-de-principios-das-relacoes-de-consumo/#sthash.hvkpkNPB.dpuf>. Acesso em: 05 mar. 2014.

MOMBERGER, Noemi Friske. **A publicidade dirigida às Crianças e adolescentes: Regulamentações e restrições**. Porto Alegre: Memória Jurídica Editora, 2002.

OLIVEIRA, Heloisa Helena de. **Proteção Integral da criança e do adolescente é responsabilidade de todos**. Publicado em 23/08/2013. Disponível em: <http://m.congressoemfoco.uol.com.br/opiniaocolumnistas/protecao-integral-da-crianca-e-do-adolescente-e-responsabilidade-de-todos/>. Acesso em: 05 mar. 2014.

PAULA, Paulo Afonso Garrido de. **Direito da criança e do adolescente e tutela jurisdicional diferenciada**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

PEREIRA, Tânia da Silva. **Direito da criança e do adolescente: Uma proposta interdisciplinar**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

PIOVESAN, Flávia. **Direitos Humanos e o Direito Constitucional Internacional**. 5 ed. São Paulo: Max Lemonad, 2002. PROCON. Fundação de proteção ao consumidor. Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br>>. Acesso em: 19 dez. 2013.

RIBES, Rita. **Infância, televisão e publicidade**. Disponível em: <http://www.cvl.g12.br/04_pvcler_art_070213_2.asp>. Acesso em: 05 dez. 2013.

SAMPAIO, Fernanda Tiosso. **As Abusividades da Publicidade e o Público Infantil**. (2008). Disponível in: <http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/Juridica/article/viewFile/681/752>. Acesso: 05 jul. 2014.

SAMPAIO, Inês Silva Vitorino. **Televisão, Publicidade e Infância**. São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceara, 2000.

SANTOS, Luiz Cezar S. **A Tevê Como Meio de Comunicação de Massa de Modelar Crianças**. MOVENDO Idéias- ARTIGOS. 2000. Disponível em: <www.nead.unama.Br/site/bibdigital/pdf/artigos/204.pdf>. Acesso 05 mar. 2014.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. - See more at: <http://revistadireito.com/sistema-de-principios-das-relacoes-de-consumo/#sthash.hvkpKNPB.dpuf>. Acesso: em 05 mar. 2014.

TRINDADE, Antonio Augusto Cançado. **Humanização do Direito Internacional**. São Paulo: Delrey, 2006.

VALENTE Jonas. **Conteúdo audiovisual será submetido a novas regras**. Disponível em: <http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=11631> Acesso em: 05 jul. 2014.

VALENTE, Sergio Ruy David Polimeno. **O lobo perde o pêlo?** Disponível em: <http://www.valente.adv.br/index.php?option=com_content&task=view&id=64&Itemid=30> Acesso em: 24 jan. 2014.

VIANNA, Guaraci de Campos. **Direito infanto-juvenil: teoria, prática e aspectos multidisciplinares**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2004.