

## O CONTROLE DA PUBLICIDADE INFANTIL NA INTERNET

Dionas Alesandro Paloski<sup>1</sup>

Izabel Preis Welter<sup>2</sup>

### INTRODUÇÃO

Devido ao capitalismo e a incessante busca pela lucratividade e o consumismo desenfreado, sobreveio a questão da vulnerabilidade do público infanto-juvenil no mercado publicitário, alicerce do consumismo. Desse modo, considerou-se um mercado perigoso, abusivo e ilícito, que pudesse aproveitar-se da característica básica de uma criança que tanto enfatiza a Proteção Integral, supracitada como pessoa em desenvolvimento.

### METODOLOGIA

Método de Abordagem: dedutivo.

Método de Procedimento: histórico e analítico.

Método de Técnicas de Pesquisa: documental indireta.

### RESULTADOS E DISCUSSÕES

No Brasil o grande passo nessa evolução histórica advém com a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 227<sup>3</sup>, incorporando a Doutrina da Proteção Integral como um projeto a ser desenvolvido no país, contemplando assim, crianças e adolescentes como sujeitos de direitos, com características próprias frente ao processo de desenvolvimento a qual se deparam.

---

<sup>1</sup> Acadêmico Dionas Alesandro Paloski do Curso de Graduação em Direito pela UCEFF-Itapiranga. E-mail: dionaspalloski@hotmail.com

<sup>2</sup> Izabel Preis Welter professora e orientadora do Curso de Graduação em Direito pela UCEFF-Itapiranga. Email: izabel@uceff.edu.br

<sup>3</sup>Art. 227. “É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, 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”. BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao). Acesso em: 30 ago. 2018.

Para consolidar as diretrizes da Constituição foi promulgado ainda antes o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) da Lei nº 8.069 de 13 julho de 1990, que significou uma revolução em relação à doutrina da Proteção Integral. A mesma, instituiu que toda criança e adolescente deveriam exercer direitos próprios e especiais, visto sua condição específica de pessoas em desenvolvimento, sendo assim, necessitando de proteção especial, diferenciada e integral.<sup>4</sup>

Com o advento do Estatuto da Criança e do Adolescente tratou-se de introduzir a participação efetiva da família, da comunidade, da sociedade e do Estado como responsáveis defensores dos direitos das crianças. Trazendo mecanismos eficazes para sua plena efetivação, interpretando como pessoas de tratamento diferenciado e especial, tendo em vista que dispões de absoluta prioridade, respeitando suas condições de pessoas em desenvolvimento, determinando pelo seu direito de proteção integral.<sup>5</sup>

Infelizmente, inúmeras vezes à Doutrina da Proteção Integral não consegue mitigar fatores que afrontam direitos das crianças e adolescentes, ao passar do tempo, fatores como a nova cultura da sociedade, a economia, acabam ocasionando novos conflitos.

Nesse contexto, surgiu a publicidade abusiva, que adentra a questão da obesidade, bebidas alcoólicas, violência, pornografia, que constantemente se depara com novas mudanças, violando a proteção integral, basilar da Constituição Federal e do Estatuto da Criança e Adolescente.

O Código de Defesa do Consumidor, logo após desdenhou à questão da publicidade enganosa ou abusiva, conhecida por publicidade ilícita, estabelecendo em seu artigo 37, § 2º<sup>6</sup> um possível controle a mesma.

---

<sup>4</sup> VERONESE, Josiane Rose Petry. A proteção integral da criança e do adolescente no direito brasileiro. **Revista TST**. Vol. 79, nº1, jan/mar, 2013. Disponível em : <https://juslaboris.tst.jus.br>. Acesso em: 30 ago. 2018.

<sup>5</sup> VERONESE, Josiane Rose Petry; CUSTÓDIO, André Viana. **Trabalho Infantil**: A negação do ser criança e adolescente no Brasil. Florianópolis: OAB/SC Editora, 2007, p.75-76

<sup>6</sup> 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 comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. Disponível em: BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm)>. Acesso em: 30 ago.2018.

Mas, visto a necessidade de uma diretriz mais ampla no tocante da publicidade infantil, o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) publicou a Resolução 163, que dispõe sobre a abusividade de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente, explicando as características dessa atividade. Diante disso, logo após tendo em vista as constantes mudanças do mercado publicitário, afeiçãoou-se na internet que dispunha de vários entretenimentos, que na busca por diversão, o consumidor acessa jogos on-line, sites de piadas e charges, site de vídeos e animações se depara com as publicidades. Aproveitando-se assim da vulnerabilidade e da hipossuficiência da criança como um grande centro de mercado.

## CONCLUSÃO

Tendo em vista a atual relação do público infanto-juvenil com as novas tecnologias de informação e comunicação, revelou-se necessário analisar a exposição que se encontra esse público diante das consequências que o mercado publicitário e sua comunicação propicia.

Mostra-se primordial indagar-se a si mesmo se o Estado frente a esses novos meios publicitários (internet), possui mecanismos suficientes para coibi-la, frente ao princípio da proteção integral previsto no Estatuto da Criança e do Adolescente. Visto que hoje, a internet é um território a ser desvendado e não possui muitas regulamentações sobre a referida.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm)>. Acesso em: 30 ago. 2018.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao). Acesso em: 30 ago. 2018.

LESSA, João Marcos Gomes. **A regulação da publicidade dirigida a crianças e adolescentes**. In: Projeto Criança e Consumo. Instituto Alana (Org.). Infância e Consumo, estudos no campo da comunicação. Brasília: Instituto Alana, 2011.

MENDES, Moacyr Pereira. **A Doutrina da Proteção Integral da Criança e do Adolescente frente à Lei 8.069/90**. Dissertação de Mestrado em Direito. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC: São Paulo, 2006.

REVISTA Luso Brasileira de Direito de Consumo. Volume I, número 3, Setembro, 2011.

VERONESE, Josiane Rose Petry. A proteção integral da criança e do adolescente no direito brasileiro. **Revista TST**. Vol. 79, nº1, jan/mar, 2013. Disponível em: <https://juslaboris.tst.jus.br>. Acesso em: 30 ago. 2018.

VERONESE, Josiane Rose Petry; CUSTÓDIO, André Viana. **Trabalho Infantil: A negação do ser criança e adolescente no Brasil**. Florianópolis: OAB/SC Editora, 2007.