



LUANA ELISABETH DE VITO LUCAS

**O PRINCÍPIO DA PROTEÇÃO INTEGRAL EM RELAÇÃO À PROPAGANDA
INFANTIL ABUSIVA**

LUANA ELISABETH DE VITO LUCAS

**O PRINCÍPIO DA PROTEÇÃO INTEGRAL EM RELAÇÃO À PROPAGANDA
INFANTIL ABUSIVA**

Artigo apresentado no Curso de Direito, em Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Universitário São Lucas 2019, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientadora: Profa. Renata Miranda de Lima

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Gerada mediante informações fornecidas pelo(a) autor(a)

L933p Lucas, Luana Elisabeth de Vito
O princípio da proteção integral em relação à propaganda infantil
abusiva /Luana Elisabeth de Vito Lucas. -- Ji-Paraná, RO, 2019.
32 p.
Orientador: Prof. Renata Miranda de Lima

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Direito) Centro
Universitário São Lucas

1. Exploração Infantil. 2.Direito a infância. 3. Dignidade humana.
I. Lima, Renata Miranda de. II. Título

CDU 342.727

Bibliotecário(a) Alex Almeida CRB 11.853

LUANA ELISABETH DE VITO LUCAS

**O PRINCÍPIO DA PROTEÇÃO INTEGRAL EM RELAÇÃO À PROPAGANDA
INFANTIL ABUSIVA**

Artigo apresentado à Banca Examinadora do Centro Universitário São Lucas, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientadora: Prof^a.Renata Miranda de Lima

Ji-Paraná, ____ de _____ de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Resultado: _____

_____	CentroUniversitário São Lucas
Titulação e Nome	
_____	CentroUniversitário São Lucas
Titulação e Nome	
_____	CentroUniversitário São Lucas
Titulação e Nome	

O PRINCÍPIO DA PROTEÇÃO INTEGRAL EM RELAÇÃO À PROPAGANDA INFANTIL ABUSIVA¹

Luana Elisabeth de Vito Lucas²

RESUMO: Com o advento da Constituição Federal de 1988, é notório que a proteção do infante foi instituída pela norma infraconstitucional e tem a chancela da Lei Maior como preceito de origem. Ademais, tal abrangência frisa que não é só o Estado que tem o dever de assegurar direitos fundamentais da criança e adolescente como também compete a família e a sociedade também o devém. Frente a isso, tem a figura da propaganda infantil abusiva que é uma afronta aos direitos da criança, que tem a prerrogativa de não ser exposta a nenhuma forma de exploração. O presente artigo possui como propósito abordar o princípio da proteção integral, que é um instituto predominantemente da Lei 8.069/90, mas tem um caráter ampliativo no tocante à responsabilidade de salvaguardar os direitos básicos das crianças frente à propaganda infantil abusiva. Portanto, o trabalho é de suma importância, apresentando um problema que é social e ao mesmo tempo jurídico, uma vez que todos têm o dever de sealar pelo infante e no cenário atual é possível observar que o anúncio abusivo acarreta muitos prejuízos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa e partiu de uma abordagem dedutiva, tendo em vista às técnicas de coleta, que, basicamente, realizou-se na doutrina a discussão da temática apresentada. Como resultados, verificou-se que o Estado, a sociedade e a família têm o dever de velar pela criança, buscando fazer com que todos os seus direitos sejam respeitados, não podendo ser colocado à mercê de qualquer forma de abuso a sua deficiência de julgamento em decorrência da pouca idade, nem mesmo em relação à publicidade.

Palavras – Chave: Proteção. Criança. Abusiva.

THE PRINCIPLE OF FULL PROTECTION AGAINST ABUSIVE CHILD ADVERTISING

ABSTRACT: With the advent of the 1988's federal Constituion, as we know, the protection of the childhood was institute for the infraconstitucioanllaw anwith the Major Law's *acquiescence like origem commandment*. Besides, this coverage emphasizes that it is not only the State that has the duty to ensure the fundamental rights of children and adolescents, but it also falls to the family and society as a whole. Against this, there is the figure of abusive child advertising that is an affront to the child's right that has the prerogative of not being exposed to any form of exploration. The purpose of this article is to aproach the principle of full protection, which is a predominantly instituted by law 8.069 /90, but has a broader scope regarding the responsibility to safeguard the basic rights of children against abusive child advertising. For that reason, this paper is of paramount importance, presenting a problem that is social and at the same time legal, since all have the duty to seal by the infant and in the current scenario it is possible to observe that the abusive advertisement entails many damages. It is a qualitative research and started from a deductive approach, in view of the techniques of collection, basically the doctrine was held the discussion of the presented theme. As a result, it was verified that the State, society and the family have a obligation to care for the child, seeking to ensure that all their rights are respected, and their deficiency of judgment may not be placed at the mercy of any form of abuse their deficiency of judgment as a result of the little age, not even in relation to publicity.

Keywords: Protection. Childhood. Abusive.

¹Artigo apresentado no curso de graduação em Direito do Centro Universitário São Lucas 2019, como pré-requisito para obtenção de grau de Bacharel em Direito, sob a orientação da professora Renata Miranda de Lima. E-mail:renata.lima@saolucas.edu.br.

²Graduanda do 9º período do Curso de Direito do Centro Universitário São Lucas de Ji-Paraná. E-mail:luanaelizabethd@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

Em uma primeira análise é difícil criar um liame entre duas normativas protecionistas diversas, mas quando se observa que elas possuem pontos em comum e que pode haver uma composição, a dúvida é dissipada. Dentro disso, o Estatuto da Criança e do Adolescente de 1990 procura salvaguardar a criança e ao adolescente, montando uma estrutura com várias temáticas. Em outra frente, o Código de Defesa do Consumidor de 1990 também tem como escopo a proteção. Por fim, se unir a base principal do estatuto que é a proteção integral e a defesa do consumidor contra a publicidade abusiva, têm-se uma eclosão do direito que, em suma, tem o condão de fazer com que a norma tenha efetividade.

Em análise ao dispositivo que prevê a vedação quanto ao anúncio abusivo, é possível constatar que dentro das especificações do artigo há publicidades que vão além da titulação quanto à inexperiência, tendo outras formas que podem afetar a criança. Questões ligadas à saúde, segurança e há casos em que a incitação a violência são constatados.

O mesmo raciocínio é utilizado para analisar os meios que os três pilares de proteção (Estado, sociedade e família) utilizam para tentar barrar a publicidade infantil abusiva. O Estado com seus órgãos auxiliares, como o CONAR, as Promotorias de Defesa do Consumidor e o Procon, tem o condão de barrar as publicidades abusivas, podendo aplicar penalidades. A sociedade por seu turno compreende a função de prevenir que o problema ocorra e acionar os órgãos competentes quando for o caso. Por fim, a família, célula mater da sociedade, é o sujeito mais próximo do infante, e será essa responsável por controlar o que a criança terá acesso ou não, sendo, portanto, a base mais segura de garantir que o ser humano em desenvolvimento não tenha contato com a publicidade abusiva.

Assim, a temática do trabalho possui relevância prática, uma vez que o problema dos anúncios abusivos é algo que infelizmente acabou sendo inserido na sociedade do século XXI, em que as tecnologias são aperfeiçoadas e mais pessoas acabam tendo acesso a tal mecanismo. Dentro disso, é possível constatar que as crianças estão tendo contato com veículos midiáticos precocemente, pois não é algo estranho nos dias atuais ver uma criança de menos de um ano assistindo desenhos em um smartphone, tablet ou em uma televisão. O problema desse tipo de comportamento é que com o crescimento do público, as publicidades aumentaram e

na busca por ser o melhor no mercado, abusos acontecem, devendo por esta razão serem sanados.

Desta forma, vários problemas são ocasionados por causa da veiculação midiática. Questões de saúde, como a obesidade, são cada vez mais frequentes em crianças, além da temática da violência, que é o foco em muitos programas infantis e acaba sendo imitada pelos infantes, resultando assim em questões que merecem ser analisadas e discutidas.

A metodologia utilizada foi uma pesquisa qualitativa e partiu de uma abordagem dedutiva, tendo em vista às técnicas de coleta, que basicamente realizou-se na doutrina a discussão da temática apresentada.

Desta feita, nesse primeiro ponto há uma abordagem geral de tudo que será posteriormente apresentado, trazendo conceitos iniciais e apresentações breves da temática a ser pormenorizada a seguir, e colocando a baile o fundamento da pesquisa e métodos empregados para tal.

2 CONTEXTO HISTÓRICO DE PROTEÇÃO À CRIANÇA E O ADOLESCENTE

2.1 ÂMBITO INTERNACIONAL

Depreende-se que a proteção à criança é um instituto do direito que passou por várias etapas até possuir a estrutura que há na atualidade. Para abrir tais arguições sobre o contexto histórico da proteção à criança e ao adolescente, é relevante apresentar o caso de Mary Ellende 1874, em que a criança foi totalmente privada de qualquer proteção (CASTILIO, 2013, Disponível em: <<https://aviagemdosargonautas.net/2013/01/14/leis-de-proteccao-primeiro-foi-para-os-animais-depois-para-as-ciancas-por-clara-castilho/>>. Acesso em: 04abr2019).

Mary Ellen Wilson nasceu em 1864, sendo que seus genitores eram imigrantes irlandeses. Todavia, seu pai morreu quando esta era apenas um bebê e, em decorrência do evento trágico, sua mãe foi forçada a ir trabalhar longe, deixando a filha no “Departamento de Caridade” de onde moravam. Adotada ilegalmente por uma família que não a acolheu bem, a privava de brincar fora, nem lhe davam roupas para se proteger do frio. Com nove anos de idade apresentava um desenvolvimento físico de apenas cinco anos, pois era forçada a realizar trabalhos braçais que não condiziam com sua idade, apresentado assim,

cotidianamente, hematomas e marcas pelo corpo. Por sua sorte, a pedido de uma vizinha que sabia dos maus tratos sofridos pela criança, chamou uma missionária metodista para visitar a família e constatar o que a menina passava. Ao ir até a residência e observar o crime que ocorria, procurou as autoridades, mas nada foi feito. Não satisfeita, a missionária procurou o líder do movimento 'Sociedade Americana para a Prevenção da Crueldade contra Animais' (ASPCA), que levou o caso para o judiciário e se utilizou da analogia da proteção utilizada para os animais. Por fim, a madrasta foi condenada pelos crimes que cometeu, e a criança, após ir para uma instituição, seguiu sua vida normalmente e morreu aos 92 anos de idade. Ressalta-se que a história de Mary Ellen inspirou a criação da primeira organização voltada para proteger os direitos da criança nos Estados Unidos, a "Sociedade Protetora da Criança" (SPCC) (CASTILIO, 2013. Disponível em: <<https://aviagemdosargonautas.net/2013/01/14/leis-de-proteccao-primeiro-foi-para-os-animais-depois-para-as-ciancas-por-clara-castilho/>>. Acesso em: 04 abr 2019).

Conforme ficou evidente, o caso de Mary Ellen foi uma brutal ofensa aos direitos que hoje são positivados. Na época, não existiam as normativas de proteção à criança e as poucas que tinham não eram aplicadas, sendo usado por conseguinte analogia à proteção aos animais para o caso.

Ademais, por meio da repercussão do caso de Mary Ellen, pode-se observar a relevante influência para os diversos movimentos internacionais a favor da proteção de crianças e adolescentes.

Com o período da Revolução Industrial em meados do século XVIII, a estrutura do *Pater Familias* rompeu, tirando a centralidade da renda na figura do pai, mas a criança ainda não possuía proteção. Agora, com a mudança da família para as cidades, todos os indivíduos tinham que trabalhar por longas horas, inclusive os filhos menores de idade, sendo levados para as fábricas (GAGLIANO, 2012, p.43).

Contudo, esse triste evento foi um ponto de partida para o início de um novo tempo em que a sociedade se desenvolveu e se iniciou a criação de normas buscando maiores proteções à criança. O sofrimento ocorreu de forma a causar danos irreparáveis, mas ao ser observado por aqueles que se incomodavam com tais atos, houveram ações contrárias.

Em 1919 ocorreu a Convenção da Organização Internacional do Trabalho, que trouxe uma idade mínima para o trabalho infantil. Através da Convenção supracitada foi instituído o Decreto nº 4.134/02, que em seu art. 2º prevê que em

observância “do art. 2º, item 1, da Convenção, fica estabelecido que a idade mínima para admissão a emprego ou trabalho é de dezesseis anos” (BRASIL, 2002, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4134.htm>. Acesso em: 12 abr 2019). Com isso, o trabalho infantil só poderia ocorrer depois do 16 (dezesseis) anos de idade, havendo, portanto, uma evolução na proteção ao trabalho infantil.

Já em 1924 ocorreu a Declaração de Genebra ou Carta da Liga, que veio complementar o que a Convenção da OIT em 1919 trouxe, com uma abordagem mais ampla. Importe frisar o contexto histórico que envolveu a referida Declaração, uma vez que em 1919 estava ocorrendo a Primeira Guerra Mundial, e através do Tratado de Versalhes foi criada a Liga das Nações, que tinha como objetivo trazer um clima de paz entre as nações, não obtendo êxito, pois a guerra fora travada, havendo consequências em âmbito mundial (MATTIOLI; OLIVEIRA, 2013, Disponível: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ImagensEduc/article/viewFile/20176/pdf>>. Acesso em: 13abr2019).

Todavia, foi em detrimento desses acontecimentos que se iniciou na Inglaterra um movimento em busca de ajuda humanitária e apadrinhamento para ‘os órfãos da guerra’. Por iniciativa privada de Eglantyne Jebb, a Associação Internacional Salve as Crianças tinha como escopo proteger esses infantes que tiveram seus pais mortos na guerra, tendo a referida associação ajudado na elaboração da Declaração de Genebra.

Por mais que o texto trazido pela Declaração de Genebra expressasse uma proteção muito abrangente e asseguradora, acabou não tendo aplicabilidade prática. Em decorrência do contexto histórico já citado, a declaração acabou por “[...] não possuir força coercitiva perante as nações, figurando como recomendação da Liga das Nações aos governos [...] mas apresenta como pioneira na busca internacional pela proteção e defesa da criança” conforme explica (MATTIOLI; OLIVEIRA, 2013, Disponível: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ImagensEduc/article/viewFile/20176/pdf>>. Acesso em: 13mai2019).

Todavia, posteriormente à Carta da Liga, em 1959 ocorreu a Declaração dos Direitos da Criança, que foi um grande passo para a doutrina da proteção. Observa-se que inovou a temática ao considerar “que a criança, em decorrência de sua imaturidade física e mental, precisa de proteção e cuidados especiais, inclusive proteção legal apropriada, antes e depois do nascimento” (ORGANIZAÇÃO DAS

NAÇÕES UNIDAS. Declaração universal dos direitos humanos. 1959. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/os-direitos-das-criancas-e-dos-adolescentes>>. Acesso: 14 mar2019). Instituído pela primeira vez a proteção integral a pessoa em desenvolvimento, fazendo com que fosse dada a largada para as normas que surgiriam a seguir. Tal normativa concretizou aquilo que já era orquestrado por aqueles que não concordavam com a atipicidade que havia em relação à proteção do ser humano em desenvolvimento.

Temos, por fim, em 1989 a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, comungando das mesmas ideias da Declaração dos Direitos da Criança, mas tendo como foco “consagrar uma estrutura que tem por finalidade examinar os progressos realizados no cumprimento das obrigações contraídas pelos Estados-partes, constituída pelo Comitê para os Direitos da Criança” (GUERRA, 2017, p. 269). Portanto, a convenção em epígrafe vem asseverar o que já foi disposto em outros diplomas, mas traz um tom mais incisivo para que os Estados Partes de fato concretizem aquilo que é expresso no que tange a proteção integral, não trazendo esse termo, mas descrevendo mecanismos que estão a ela vinculados.

2.2 ÂMBITO NACIONAL

Inicialmente, ao se tratar do direito da criança em relação ao ordenamento jurídico pátrio, é possível vislumbrar que inicialmente só existiam algumas citações no código civil no título de família ou capacidade civil; no código penal e criminal quanto à inimputabilidade e algumas relações com normativas esparsas de natureza assistencial (FERREIRA, 2008, p.10).

Nesse sentido, é possível identificar que até o século XIX não existia nenhum tratamento protetivo diferenciado para os infantes, ou seja, aplicava-se o Direito Penal Indiferenciado, onde todos eram segregados dentro mesmo estabelecimento prisional, inclusive com adultos, sendo inobservado, portanto, os critérios de idade ou discernimento mental (MARINHO; GALINKIN, 2017, Disponível em: <[1959http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082017000200004](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082017000200004)>. Acesso em: 17 abr2019).

Sendo assim, vale mencionar que em 1927 o Código de Menores, também conhecido como “Código de Mello Matos”, faz referência ao primeiro juiz de menores do Rio de Janeiro, instituído pelo Decreto 17.943-A/1927, sendo a primeira

normativa exclusiva para infantes no Brasil, que em seu art. 1º expressava que o objetivo e fim da lei era “O menor, de um ou outro sexo, abandonado ou delinquente, que tiver menos de 18 anos de idade, será submetido pela autoridade competente às medidas de assistência e proteção contidas neste Código” (BRASIL, 1927, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1910-1929/D17943A.htm>. Acesso em 17 abr2018). Tal disposição foi fortemente criticada pela doutrina, por usar características notórias de centralidade na penalidade daqueles que consideram como ‘delinquentes’.

Frisa-se que nessa época aplicava-se a doutrina do menor, ou seja, o Estado apenas protegia os órfãos, abandonados e delinquentes, devido ao incômodo que geravam para a sociedade. Sendo assim, a única solução era a institucionalização de todos, em conjunto e indistintamente.

Mesmo sendo uma legislação que continuou asseverando uma maior punição do que proteção, o Código anteriormente explanado foi o;

[...] primeiro Código de Menores da América Latina. Posteriormente, uma nova legislação, o Código de Menores de 1979 – Lei nº. 6697 de 10 de outubro de 1979 –, disciplinou a questão do menor e adotou o princípio da situação irregular, surgindo daí a figura do ‘menor em situação irregular’ (FERREIRA, 2008, p.9).

Por seu turno, a Constituição Federal de 1988 em seu art. 227 recepcionou a doutrina da proteção integral. Foi instituído que todos têm o dever de contribuir para eficiência da proteção do infante, saindo então de uma questão tão somente familiar para uma integração efetiva de todo um aglomerado. A família, a sociedade e o Estado são responsáveis por garantir os direitos fundamentais da criança, tendo como base o texto constitucional:

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, 1988, disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 06 mar 2019).

Com isso, a Lei Maior veio para mudar todo o contexto histórico sobre o posicionamento nacional em relação à criança e ao adolescente: o que antes era só um meio de punição maquiada com supostos meios de uma proteção da sociedade decaiu. Foi então instituído um dispositivo que amparou toda uma classe da sociedade que estava desde então excluída, não sendo antes contemplada com direitos que se faziam necessários para tal fase da vida.

Sabe-se que ainda hoje ocorrem muitos desrespeitos aos direitos desses tão vulneráveis da sociedade, principalmente se não possuem uma boa condição financeira. Contudo, a legislação traz mecanismos que procuram barrar tais ações, e mesmo que em passos lentos, estão sendo efetivos em casos concretos. Nota-se que o outro indivíduo colocado para proteger a criança e ao adolescente, a sociedade, também vem participando de movimentos que têm buscado garantir os mandamentos legais, mesmo que em uma pequena parcela.

3 ABORDAGEM DOS DIPLOMAS ESPECÍFICOS

Em 13 de julho de 1990, no Brasil, foi publicado o Estatuto da Criança e do Adolescente como norma infraconstitucional, incorporando os dispositivos alienígenas e normas constitucionais recepcionadas em relação à proteção integral, sendo uma evolução na norma pátria em relação ao ser humano em desenvolvimento, pois com a inserção das prerrogativas que o diploma legal trouxe, retirou-se aquilo que anteriormente era vigente.

Ressalta-se que o “Código de Menores” de 6.697/1979 que prevalecia no ordenamento jurídico pátrio. Conforme Liberati (2015, p.17), “O Código revogado não passava de um Código Penal do ‘Menor’, disfarçado em sistema tutelar; suas medidas não passavam de verdadeiras sanções, ou seja, penas, disfarçadas em medidas de proteção.” Tendo assim, a retirada da normativa estabelecida até 1990 não tinha os moldes constitucionais que a Lei 8.069/1990 já incorporou como os direitos fundamentais.

Por conseguinte, após esta trajetória foram inseridos direitos básicos e necessários para tal classe vulnerável da sociedade, área em que a Lei 8.069/1990 completou a norma constitucional, trazendo prerrogativas mais completas e específicas, tendo como exemplo os artigos a seguir expostos:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente.
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 (BRASIL, 1990, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm>. Acesso em: 12 mai2019).

Ademais, como já expressado, após a ratificação de preceitos internacionais pela Constituição, a norma infraconstitucional completou a Constituição Federal de 1988 e positivou prerrogativas mais específicas, estando como fundamento do mandamento legal a proteção integral a criança.

O art. 4º, já transcrito, tem sua redação nos moldes do texto constitucional expresso no art. 227, colocando os três pilares; família, sociedade e Estado, como asseguradores dos direitos fundamentais da criança. Frisa-se que quando o legislador colocou a terminologia “por absoluta prioridade” devemos entender que a criança deve estar em um patamar superior de preocupação da administração pública, devendo ser atendidas as necessidades dos infantes primeiro (LIBERATI, 2015, p. 20-21). Com isso, a Constituição Federal e a Lei 8.069/1990 têm a mesma redação e preveem que o infante deve ter preferência/prioridade para destinação de recursos públicos, devendo ser contemplada todas as áreas de sua vida.

Portanto, o princípio da proteção integral teve toda uma trajetória de criação e desenvolvimento. Passando primeiro por organismos internacionais, depois pela recepção no nosso ordenamento jurídico, e criando-se uma norma infraconstitucional para tratar especificamente sobre a temática, está hoje inserida em todos os ramos do direito que envolvem a criança, seja na esfera criminal, como também no direito do consumidor, que é o foco central do presente artigo científico.

Segundo Benjamin, Marques e Bessa (2017, p.41) o Direito do Consumidor é uma “[...] disciplina transversal entre o direito privado e o direito público, que visa proteger um sujeito de direito, o consumidor, em todas as suas relações jurídicas frente ao fornecedor, um profissional, empresário ou comerciante”. Com essa explicação se extrai que o ramo de direito em comento acaba trafegando nas duas pistas existentes, tanto públicas como privado, uma vez que isso é necessário para consagrar os dois personagens principais que o compõem.

A relação de consumo é à base do Direito do Consumidor, descrevendo dois indivíduos necessários para configurá-lo. De um lado está o fornecedor do produto ou serviço ofertado, previsto no art. 3º da Lei 8078/1990;

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (BRASIL, 1990, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 16 mar 2019).

No outro prisma da relação jurídica temos o consumidor, disposto no art. 2º, do mesmo diploma legal;

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (BRASIL, 1990, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 17 mai 2019).

É importante a comprovação dessa relação de consumo para inserção do Código de Defesa do Consumidor, pois não o sendo, serão aplicadas as regras civis comuns, pois para aplicação das normativas consumeristas é imprescindível ter a figura do fornecedor e do consumidor. Dentro disso, há o conceito legal de consumidor equiparado quando mesmo que se tratar de uma coletividade, este indivíduo tenha intervindo na relação de consumo.

4 PRINCÍPIOS (VULNERABILIDADE E HIPOSSUFICIÊNCIA)

Os princípios são os pilares do direito, mantendo todo o arcabouço jurídico estável para composição das demais ramificações. No direito do consumidor existem fundamentos próprios, com definições específicas para tal ramo. Dentro dessa perspectiva serão apresentados dois princípios que detêm aquiescência com a temática abordada.

Em um primeiro plano, anota-se que a vulnerabilidade do consumidor é presumida. Segundo Tartuce (2017, p.34) é um elemento posto, “uma vez que todos os consumidores têm tal condição, decorrente de uma presunção que não

admite discussão ou prova em contrário”, pois o “fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido” (NUNES, 2018, p.122). Assim, aquele que adquire um produto tem que assumir o risco do que está comprando, porque não detém todo o conhecimento de como é feito e o que contém. Frente a isso, se tem a vulnerabilidade presumida como uma forma de proteção a aquele que compra.

Em que pese à análise de um produto, saber sua composição e forma de produção é algo difícil para qualquer tipo de consumidor, quanto mais para uma pessoa que possui menos de 12 (doze) anos de idade. Até essa idade o ser humano não tem o intelecto completamente formado para conseguir compreender as artimanhas do fornecedor com aquilo que está sendo colocado em exposição. Haja vista que muitos adultos também não conseguem, às vezes, não porque detém uma deficiência ou uma capacidade mental reduzida, mas sim em razão das táticas de mercado elaboradas que tem o condão de induzir o consumidor a buscar ter aquilo que muitas vezes não é necessário e pode estar fora de seu orçamento.

Outro princípio que merece destaque é o da hipossuficiência, que no direito do consumidor possui um conceito mais amplo do que o do Direito Civil, pois neste último caracteriza-se somente em relação a uma pessoa que não detém condições financeiras para arcar com as custas judiciais.

Ressalta-se que o doutrinador Flávio Tartuce desenvolveu uma classificação para o princípio da hipossuficiência, que em resumo, coloca que ela pode ser técnica, quando advém das características da vulnerabilidade, onde aquele que adquire o produto ou serviço não dispõe de todas as informações relacionadas com aquilo que está comprando. Já a fática tem relação com a condição financeira do consumidor. Por seu turno, a jurídica diz respeito à dificuldade da parte mais vulnerável da relação de consumo de provar o que alega quanto à responsabilidade daquele que efetua o serviço ou oferta um produto (TARTUCE, 2017, p.37). Diante disso, é possível concluir que há várias vertentes para o princípio da hipossuficiência, onde o doutrinador em comento procura trazer uma definição que engloba uma proteção de várias áreas.

Munido da classificação supracitada, fica fácil de compreender o disposto no art. 6º, inciso VIII da Lei 8 078/1990 “a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo

as regras ordinárias de experiências;”. Retirando assim a interpretação do direito básico do consumidor ao ônus da prova, será possível se este for hipossuficiente, não se limitando apenas em uma questão financeira, mas também técnica e jurídica. Para demonstrar tais alegações, é imprescindível trazer a baile o entendimento do Supremo Tribunal de Justiça, *in verbis*:

Direito Processual Civil. Recurso especial. Ação de indenização por danos morais e materiais. Ocorrência de saques indevidos de numerário depositado em conta poupança. Inversão do ônus da prova. Art. 6º, VIII, do CDC. Possibilidade. Hipossuficiência técnica reconhecida. O art. 6º, VIII, do CDC, com vistas a garantir o pleno exercício do direito de defesa do consumidor, estabelece que a inversão do ônus da prova será deferida quando a alegação por ele apresentada seja verossímil, ou quando constatada a sua hipossuficiência. Na hipótese, reconhecida a hipossuficiência técnica do consumidor, em ação que versa sobre a realização de saques não autorizados em contas bancárias, mostra-se imperiosa a inversão do ônus probatório. Diante da necessidade de permitir ao recorrido a produção de eventuais provas capazes de ilidir a pretensão indenizatória do consumidor, deverão ser remetidos os autos à instância inicial, a fim de que oportunamente seja prolatada uma nova sentença. Recurso especial provido para determinar a inversão do ônus da prova na espécie” (STJ –REsp915.599/SP – Terceira Turma – Rel. Min. Nancy Andrighi – j. 21.08.2008 – DJe 05.09.2008. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/788271/recurso-especial-resp-915599-sp-2006-0275021-0>>. Acesso em: 14abr2019).

Por seu turno, a criança acaba por ser tanto vulnerável, como hipossuficiente nas relações de consumo que está incluída, uma vez que para ser considerado consumidor não existem classificações de idade e nem de contrapartida financeira. Através disso se extrai que é necessário haver uma proteção; por parte do Estado, sociedade e o judiciário para que não aconteçam abusos, uma vez que a relação de consumo envolvendo infantes acaba por ser inevitável na sociedade atual.

5 PUBLICIDADE ABUSIVA

Segundo Benjamin, Marques e Bessa (2017, p.296) “Não há sociedade de consumo sem publicidade”, pois esse é o mecanismo usado para fazer com que os dois protagonistas se encontrem.

A publicidade e a propaganda são termologias muito empregadas no Direito do Consumidor. Todavia, a própria lei não cria uma definição consistente, utilizando ora do termo propaganda art. 220,§3º, II da Constituição Federal de 1988, e em outros momentos publicidade, como no art. 37, caput e § 1º da Constituição Federal

de 1988 (NUNES, 2018, p.76). Ficando a cargo da doutrina a explicação da dicotomia existente entre os institutos. Rizzatto Nunes (2018, p. 75-76) ensina uma diferença que busca fundamenta-se na origem dos termos, em que:

[...] o termo 'propaganda' tem origem no latim propaganda, do gerundivo de propagare, 'coisas que devem ser propagadas'. Donde afirmar-se que a palavra comporta o sentido de propagação de princípios, ideias, conhecimentos ou teorias.

O vocábulo 'publicidade', por sua vez, aponta para a qualidade daquilo que é público ou do que é feito em público.

Ambos os termos, portanto, seriam bastante adequados para expressar o sentido desejado pelo anunciante de produto ou serviço.

Como é possível concluir através do conteúdo supracitado, há sim diferenças terminológicas, mas acabam se fundindo no que tange ao anúncio do produto posto em oferta.

Por outra vertente, Benjamin, Marques e Bessa diferenciam os dois institutos colocando que a “publicidade tem um objetivo comercial, enquanto a propaganda visa a um fim ideológico, religioso, filosófico, político, econômico ou social. Fora isso, a publicidade, além de paga, identifica seu patrocinador, o que nem sempre ocorre com a propaganda” (2017, p. 298).

Assim, por essa visão há uma dicotomia paradoxal entre os mecanismos em epigrafe, onde a publicidade é algo mais direto e preciso, e a propaganda, que pode estar relacionada com vários outros ramos e nem sempre envolve alguém que a banca para ter algum reconhecimento.

Quanto à publicidade abusiva especificamente, “é aquela ilícita por trazer como conteúdo o abuso de direito” (TARTUCE, 2017, p.457). Ao que a norma descreve como sendo propaganda/publicidade abusiva, esta positivada no rol exemplificativo do art. 37, § 2º do Código de Defesa do Consumidor:

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 (BRASIL,1990, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 26 mar 2019).

Em análise ao dispositivo supracitado, a doutrina explica que a disposição trouxe um cujo nitidamente social, vedando atitudes socialmente reprováveis (TARTUCE, 2017, p.457).

Assim, a publicidade abusiva discriminatória “tem a ver com a raça, com o sexo, com a preferência sexual, com a condição social, com a nacionalidade, com a profissão e com as convicções religiosas e políticas” (BENJAMIN; MARQUES e BESSA, 2017, p.315). Tendo também como abusiva a publicidade que se utiliza do medo e da superstição do consumidor. Na mesma esteira corre o anúncio que afronta o meio ambiente, tendo como exemplo “o anúncio de um motosserra em que o anunciante a testa em uma área protegida ou contra uma árvore centenária. Isso mesmo que nenhum conteúdo enganoso tenha a publicidade” (BENJAMIN; MARQUES e BESSA, 2017, p.316).

Ressalta-se que o foco central em análise é a criança, conforme as diretrizes do que aduz o art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente “Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade” (BRASIL, 1990, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm>. Acesso em: 06 mar 2019). Portanto, a base de estudo é o ser humano com doze anos incompleto.

Assim, a publicidade abusiva que incita a violência percorre também a publicidade infantil. Jogos e programas com personagens agressivos incentivam os infantes a tais comportamentos. Ao observar que seu personagem favorito tem uma atitude brutal para com o seu adversário e vence, faz com que esse indivíduo em desenvolvimento tenha a convicção que tendo ações da mesma natureza alcançará sucesso.

Importante anotar uma ação do Instituto Alana sobre temática da violência, em que em agosto de 2012, por meio de sua equipe do Projeto Criança e Consumo, o Instituto teve “conhecimento, por meio de denúncia enviada por e-mail, da veiculação inadequada de comunicação mercadológica dirigida à criança inserida na linha de brinquedos UFC (Ultimate Fighter Championship) da empresa DTC” (CONSUMO, 2013. Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/acoes/diamond-trading-company-ltda-dtc-linha-de-produtos-ultimate-fighter-championship-ufc/>>. Acesso em: 12 mai2019). Restou apurado que os brinquedos tinham como faixa etária a idade de 3 (três) anos;

[...] e a linha é composta por bonecos de ação, um octógono (brinquedo que simula o local onde são realizadas as lutas) e um brinquedo que simula um cinturão de campeão. Foi constatado que além de fomentarem hábitos violentos, os brinquedos da linha UFC incentivam o consumismo, ao colocar a criança em contato com as marcas patrocinadoras do evento, inserindo o logo das mesmas nas roupas dos bonecos de ação e no octógono. Deste modo, a empresa notificada invade o território da infância ao expor a criança à publicidade no momento em que ela está mais receptiva e vulnerável, o momento do brincar, aproveitando-se de sua falta de raciocínio crítico e alta capacidade de absorção de informações (CONSUMO. 2013, Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/acoes/diamond-trading-company-ltda-dtc-linha-de-produtos-ultimate-fighter-championship-ufc/>>. Acesso em: 12 mai2019).

Em resposta a denúncia a DTC Trading CompanyEireli:

Informa que o brinquedo UFC ou linha MMA, com estímulo ao esporte, está saindo de linha do portfólio da empresa, mas ressalva que o produto obedeceu direito de imagem do personagem, vinculado aos seus patrocinadores, o qual a DTC está obrigada a seguir em contrato as marcas que patrocina os atletas.

[...]

Todavia, a DTC não exime de atualizar e ajustar as novas informações comerciais complementares às mídias visando o bem da criança. Ressalva que o limite etário 0/3 está de acordo com as determinações do Inmetro, o qual está obrigado a publicar e informar, isso não quer dizer que seja a idade ideal, mas a idade legal (CONSUMO. 2013, Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/acoes/diamond-trading-company-ltda-dtc-linha-de-produtos-ultimate-fighter-championship-ufc/>>. Acesso em: 12 mai2019).

Na mesma vertente quanto à publicidade abusiva incitadora de violência das crianças:

“Ação civil pública. Publicidade abusiva. Propaganda de tênis veiculada pela TV. Utilização da empatia da apresentadora. Induzimento das crianças a adotarem o comportamento da apresentadora destruindo tênis usados para que seus pais comprassem novos, da marca sugerida. Ofensa ao art. 37, § 2º, do CDC. Sentença condenatória proibindo a veiculação e impondo encargo de contrapropaganda e multa pelo descumprimento da condenação. Contrapropaganda que se tornou inócua ante o tempo já decorrido desde a suspensão da mensagem. Recurso provido parcialmente” (TJSP – Apelação Cível 241.337-1, São Paulo – Terceira Câmara de Direito Público – Rel. Ribeiro Machado – Data da Publicação: 30.04.1996. Disponível em: <http://ambito-juridico.com.br/site/index.php/materias.asp?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=19862>. Acesso em: 04 mai2019).

Quanto à publicidade ser prejudicial ou perigosa à sua saúde é possível observar a questão da obesidade infantil. Conforme demonstra os índices da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2008-2009);

[...] revelou um salto no número de crianças de 5 a 9 anos com excesso de peso ao longo de 34 anos: em 2008-09, 34,8% dos meninos estavam com o peso acima da faixa considerada saudável pela OMS. Em 1989, este índice era de 15%, contra 10,9% em 1974-75. Observou-se padrão semelhante nas meninas, que de 8,6% na década de 70 foram para 11,9% no final dos anos 80 e chegaram aos 32% em 2008-09 (Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?busca=1&id=1&idnoticia=1699&t=pof-20082009-desnutricao-cai-peso-criancas-brasileiras-ultrapassa-padrao-internacional&view=noticia>>. Acesso em: 15 mai2019).

Através disso é possível constatar que, com o passar dos anos, problemas ligados com a alimentação das crianças vem se instalando. As redes de *fast-food*, por exemplo, não tinham o reconhecimento que tem hoje nos anos 90 ;a praticidade que tais redes disponibilizam faz com que muitos escolham por consumir tais alimentos em vez de uma alimentação saudável, fazendo então com que os índices de obesidade entre as crianças cresçam em larga escala. Nota-se que o *fast-food* é só um exemplo das inúmeras variedades de artifícios mercadológicos que colaboram para obesidade infantil, tendo também várias marcas de biscoitos, salgadinhos, refrigerantes e demais ramos alimentícios que investem pesado na publicidade infantil.

Na esteira do que foi esmiuçado, a propaganda abusiva em apressado é aquela que “aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança”, como dito anteriormente, daquele que possui doze anos incompleto. Na explicação de Benjamin, Marques e Bessa (2017, p.317) a publicidade;

Não pode exortar diretamente a criança a comprar um produto ou serviço; não deve encorajar a criança a persuadir seus pais ou qualquer outro adulto a adquirir produtos ou serviços; não pode explorar a confiança especial que a criança tem em seus pais, professores, etc.; as crianças que aparecem em anúncios não podem se comportar de modo inconsistente com o comportamento natural de outras da mesma idade.

Por conseguinte, a publicidade abusiva descrita no art. 37, § 2º da Lei da Lei 8078/1990 tem a titulação de várias formas, não só a infantil. Ocorre que muitas dessa modalidade descritas no artigo acabam se fundindo e sendo também aplicadas quanto à criança. Sendo elas questões ligadas à saúde, principalmente quanto à obesidade, a incitação à violência que leva a insegurança e a derradeira propaganda que aproveita da inexperiência do infante.

6 OS RESPONSÁVEIS PELA PROTEÇÃO DA CRIANÇA POR FORÇA DA CONSTITUIÇÃO

O Estado é a instituição incumbida de criar mecanismos legais de defesa quanto a publicidade infantil abusiva. Dentro disso, há órgãos que o auxiliam no controle e regulamentação da propaganda no Brasil. Desse modo, será apresentado alguns de tais órgãos que compõem a defesa do Estado.

De início, é de extrema relevância trazer a baila a função e ações do CONAR (Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária). Tendo que a sua missão principal é “Impedir que a publicidade enganosa ou abusiva cause constrangimento ao consumidor ou a empresas e defender a liberdade de expressão comercial” (CONAR, 2019, Disponível em: <<http://www.conar.org.br>>. Acesso em: 16 mai2019). A forma de regulamentação publicitária ocorre á partir de denúncias no próprio site, as quais podem ser feitas por cidadãos da sociedade, ou seja, qualquer consumidor, empresas concorrentes ou por membros do CONAR. Depois de haver uma decisão final, as denúncias são colocadas em um banco de dados e disponibilizadas no próprio site do CONAR. (LEÃO, 2013, Disponível em: <<https://propaganut.wordpress.com/2013/06/24/regulamentacao-publicitaria-no-brasil-panorama-atual/>>. Acesso em: 16 mai2019).

Desse modo, o CONAR tem autonomia para regulamentar a publicidade, recebendo denúncias e julgando estas, criando assim um círculo de proteção para a criança e buscando fazer com que os fornecedores não contrariem a norma existente. Ressalta-se uma das decisões mais recentes desse órgão, que em resumo;

A direção do Conar questionou no Conselho de Ética a existência de estímulo ao consumo excessivo em anúncio em TV de linha de brinquedos, destacando ‘5 surpresas, mais de mais de mil combinações’.

A anunciante negou, em defesa enviada ao Conar, tal interpretação, considerando que o anúncio em tela apenas informa sobre as características da linha de produtos.

O relator aceitou estes argumentos, mas identificou na peça publicitária uma frase - "Procure também pelo 'Furry' e o 'Sparkle'" que, entende, pode estimular competitividade e indicador de superioridade, contrariando recomendações do artigo 37 do Código, que trata da publicidade de produtos e serviços dirigidos a crianças e adolescentes. Seu voto, pela alteração, foi acompanhado por unanimidade (Representação nº 261/2018. Autor: Conar por iniciativa própria. Anunciante: Candida. Relator: Conselheiro Marcelo Migliori. Câmara: Sétima Câmara. Julgamento:

Fevereiro/2019. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em: 14 abr2019)

Outra instituição de renome é o Ministério Público, nas atuações das Promotorias de Defesa do Consumidor. A criação de uma promotoria especializada em defesa do consumidor depende da organização interna da instituição. Em regra, nas capitais existe o trabalho das promotorias especializadas e nos municípios menores um mesmo promotor assume várias áreas, inclusive a defesa do consumidor (BENJAMIN, MARQUES e BESSA, 2017, p. 467).

A atuação do Ministério Público ocorrerá em prol da defesa de direitos e interesse dos consumidores, podendo ser exercida de forma individual ou coletiva, sendo eles direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos (arts. 81 e 82 do Código de Defesa do Consumidor).

Impera que o Ministério Público pode promover inquérito civil ou outras medidas e procedimentos administrativos pertinentes no exercício de sua função (art. 26, inciso I, alínea “a”, Lei 8.625/1993). Após realizar sua investigação e constatado ofensa ao direito coletivo, a Promotoria poderá convidar o fornecedor um Termo de Ajuste de Conduta (TAC) que em uma de suas cláusulas adverte que em caso de descumprimento terá a sanção de uma multa por descumprimento (art. 5º, § 6º, da Lei 7.347/1985).

Em caso de não ser aceito o TAC, a pendenga será levada para o âmbito judicial, com uma ação coletiva que ao final poderá ser julgada procedente e a empresa ser condenada a deixar de veicular determinada publicidade, retirar de circulação algum produto, excluir cláusula-padrão dos contratos, dentre outras penalidades. Ressalta-se que em caso de constatação de ofensa à direito individual o cidadão pode ser orientado a procurar o Procon e não havendo nenhuma ofensa à direito o caso será arquivado (BENJAMIN; MARQUES e BESSA, 2017,p.469).

Por derradeiro, o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon) é parte integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (art. 105 da Lei 8.078/1990). Cabe destacar que sua “principal atribuição é aplicar diretamente, as sanções administrativas aos fornecedores que violam as normas de proteção ao consumidor” (BENJAMIN; MARQUES e BESSA, 2017, p. 473) e pode ter uma estrutura estadual ou municipal.

O processo administrativo tem início com a denúncia de algum interessado ou por iniciativa do próprio órgão. Após a formalização, será disponibilizado ao fornecedor apresentar defesa frente ao conteúdo da representação. Podendo haver ao final arquivamento ou a aplicação de uma sanção administrativa correspondente a multa; apreensão do produto; inutilização do produto; cassação do registro do produto junto ao órgão competente; proibição de fabricação do produto; suspensão de fornecimento de produto ou serviço; suspensão temporária de atividade; revogação de concessão ou permissão de uso; cassação de licença do estabelecimento ou de atividade; intervenção total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou atividade; intervenção administrativa ou imposição de contrapropaganda (BRASIL, 1990, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 22 mai2019).

Após receber uma ou combinadas sanções administrativas, o fornecedor pode optar por questionar tal aplicação no âmbito judicial. Assim, a discussão envolverá se de fato a empresa violou alguma norma de proteção ao consumidor ou somente questões de valores de tal penalidade.

Uma importante questão quanto à função do Estado na publicidade é quanto o horário indicado para as programações em rede aberta. Vários projetos foram criados para acordar um horário indicado para cada faixa etária de idade e sacões para o descumprimento de tais horários. A Portaria nº 368 do Ministério da Justiça, de fevereiro de 2014, em seu art.10, traz uma faixa de programação por idade, em que das 6 horas às 20 horas só poderia ter classificações livres e para menores de 10 (dez) anos de idade, a partir das 20 horas a programação recomendadas seria para maiores de doze anos, a partir das 21 horas a faixa etária seria de maiores de catorze anos, a partir das 22 horas a programação poderia ser para maiores de dezesesseis anos e a partir das 23 horas a programação poderia ser para maiores de dezoito anos. A referida Portaria, em seu art. 48 trazia que seria aberto processo administrativo contra a emissora que descumprisse as normas.

Entretanto, o Supremo Tribunal Federal, decidiu na ADI 2404/DF, Rel. Min. Dias Toffoli, julgada em 31/8/2016;

Ação direta de inconstitucionalidade. Expressão “em horário diverso do autorizado”, contida no art. 254 da Lei nº 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente). Classificação indicativa. Expressão que tipifica como infração administrativa a transmissão, via rádio ou televisão, de programação em horário diverso do autorizado, com pena de multa e suspensão da

programação da emissora por até dois dias, no caso de reincidência. Ofensa aos arts. 5º, inciso IX; 21, inciso XVI; e 220, caput e parágrafos, da Constituição Federal. Inconstitucionalidade.

[...]

3. Permanece o dever das emissoras de rádio e de televisão de exibir ao público o aviso de classificação etária, antes e no decorrer da veiculação do conteúdo, regra essa prevista no parágrafo único do art. 76 do ECA, sendo seu descumprimento tipificado como infração administrativa pelo art. 254, ora questionado (não sendo essa parte objeto de impugnação). Essa, sim, é uma importante área de atuação do Estado. É importante que se faça, portanto, um apelo aos órgãos competentes para que reforcem a necessidade de exibição destacada da informação sobre a faixa etária especificada, no início e durante a exibição da programação, e em intervalos de tempo não muito distantes (a cada quinze minutos, por exemplo), inclusive, quanto às chamadas da programação, de forma que as crianças e os adolescentes não sejam estimulados a assistir programas inadequados para sua faixa etária. Deve o Estado, ainda, conferir maior publicidade aos avisos de classificação, bem como desenvolver programas educativos acerca do sistema de classificação indicativa, divulgando, para toda a sociedade, a importância de se fazer uma escolha refletida acerca da programação ofertada ao público infanto-juvenil.

4. Sempre será possível a responsabilização judicial das emissoras de radiodifusão por abusos ou eventuais danos à integridade das crianças e dos adolescentes, levando-se em conta, inclusive, a recomendação do Ministério da Justiça quanto aos horários em que a referida programação se mostre inadequada. Afinal, a Constituição Federal também atribuiu à lei federal a competência para “estabelecer meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221” (art. 220, § 3º, II, CF/88).

5. Ação direta julgada procedente, com a declaração de inconstitucionalidade da expressão “em horário diverso do autorizado” contida no art. 254 da Lei nº 8.069/90. (Disponível em: <<http://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=312302190&ext=.pdf>>. Acesso em: 13 abr2019).

Assim, após a decisão do STF a faixa etária trazida pela Portaria supracitada perdeu seu caráter sancionatório e agora é somente uma recomendação para as emissoras de televisão. Com isso, o Estado se retira do controle da programação exibida, dando espaço para a liberdade de expressão. Ressaltasse que quando a publicidade infantil abusiva terá sua penalidade se for constatada.

O artigo 227 da Constituição Federal de 1988 tipifica que a sociedade também deve buscar a proteção integral quanto à criança. Consta que cominando isso e a publicidade infantil abusiva, o ponto central é a conscientização e a denúncia de tais práticas aos órgãos competentes. Assim, por força de um mandamento constitucional, apoiado por normas infraconstitucionais, faz com que a sociedade seja convocada a também contribuir para defesa ao infante.

Nesse pensamento, é importante citar o primeiro projeto que foi criado no Brasil com foco no consumo e na infância de maneira conjunta, com fundamento em

estudos do que se entende por publicidade dirigida. O projeto Criança e Consumo, foi criado em 2006 pelo Instituto Alana, e é baseado no projeto desenvolvido pela ONG international Campaign for a Commercial Free Childhood – CCFC, de Boston (EUA), trazendo reflexões sociais envolvendo o infante e o consumo (SALES, 2017, Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/publicidade-infantil/os-desdobramentos-daquelles-que-lutam-por-uma-infancia-livre-de-publicidade/>>. Acesso em: 11 mai 2019).

Esse projeto é um grande exemplo de como a sociedade pode atuar na temática da publicidade. Em uma primeira frente há o trabalho preventivo com conscientização da criança quanto ao consumo, com palestras e demais atividades que tenham como escopo fazer com que a pessoa em desenvolvimento saiba o que é bom e ruim para ela no meio publicitário. Já quando ocorre de fato a veiculação de uma publicidade abusiva, a atitude a ser tomada é tentar conversar com o autor a propaganda ou buscar os órgãos competentes.

Assim, a sociedade tem o papel de procurar criar medidas de antecipação, com práticas que busquem formar uma consciência de consumo ou denunciar os atos contrários à norma para aqueles que podem punir tais ações.

O Código de Defesa do Consumidor é um meio legal de combater a publicidade infantil abusiva, tipificando tal conduta e disponibilizando meios de sanções para fornecedores que desrespeitarem as regras que tal instituto impõe. Impera que os próprios pais podem buscar defender seus filhos de tais “ameaças”, monitorando os programas que este assiste e se mantendo atento quanto ao conteúdo de tais e as propagandas que são disponibilizadas para este.

Em decorrência de táticas de mercado para atrair o público infantil, muitos problemas se dissipam. Havendo um impacto familiar, pois a criança, quando não mantida por um prisma de disciplina, acaba por comandar as ações dos seus pais ou responsáveis, estima-se que hoje no Brasil;

As crianças chegam a participar de 80% das decisões de compra em uma família - do vestido da mãe ao carro, apontam dados estatísticos do Instituto Alana, organização sem fins lucrativos voltado ao direito das crianças e dos adolescentes. Levantamento do instituto indica que, em 60% das compras de automóveis, por exemplo, as crianças são consultadas (SARRES, 2013, Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/03/criancas-participam-de-80-das-decisoes-de-compra-de-uma-familia-aponta>>. Acesso em: 15 mai 2019).

De posse dos dados apresentados fica evidente que a criança está constantemente envolvida com aquilo que se adquire para família, sendo conforme indica a pesquisa, consultada até para compra de um automóvel. Em uma análise disso, a criança ganha uma posição de destaque no âmbito familiar, o que foi uma evolução em relação ao que já foi demonstrado na parte histórica. Em contrapartida, tudo isso é preocupante, uma vez que quando os pais ou responsáveis perdem a autonomia frente à criança, faz com que estas, que não possuem experiência para tal ato, acabem por assumir as escolhas de consumo, sendo então alvo de publicidades abusivas que tem o objetivo de “aproveitar da deficiência de julgamento e experiência da criança” (art. 37, §2º da Lei 8.078/1990).

Com isso, fora a defesa direta para com os filhos, alguns aplicativos de vídeo e música estão disponibilizando um meio de fazer com que possa haver o acesso a suas plataformas sem precisar ver anúncios, modo “Premium”. É necessário pagar uma quantia X por mês e o conteúdo publicitário não aparece enquanto o programa é visto.

O objetivo central de tal possibilidade não é somente para conteúdos infantis, mas em geral, todavia, muitos pais estão se utilizando desse artifício para defender seus filhos do gama de informações midiáticas que estes são expostos.

Assim além de defesas legais, e necessárias, há possibilidades particulares de barrar conteúdos publicitários, havendo formas de fazer com que o infante não seja vítima de publicidades infantis abusivas.

Anota-se que em 2014, o tema escolhido para a temida redação do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), foi “Publicidade infantil em questão no Brasil”. Um exemplo de como o assunto foi tratado por uma estudante que realizou a prova em comento foi a redação da Larissa Freisleben, que teve como título “Publicidade Infantil- perigoso artifício” obteve nota 1000 no exame supracitado, tendo assim, excelência nas cinco competências exigidas.

Uma criança imitando os sons emitidos por porcos já foi atitude considerada como falta de educação. No entanto, após a popularização do programa infantil “PeppaPig”, essa passou a ser uma cena comum no Brasil. O desenho animado sobre uma família de porcos falantes não apenas mudou o comportamento dos pequenos como também aumentou o lucro de uma série de marcas que se utilizaram do encantamento infantil para impulsionar a venda de produtos relacionados ao tema. Peppa é apenas mais um exemplo do poder que a publicidade exerce sobre as crianças.
[...]

Contudo, nenhum controle publicitário ou bom exemplo sob a forma de um desenho animado é suficiente sem a participação ativa da família. É essencial ensinar as crianças a diferenciar bons produtos de meros golpes publicitários. Portanto, em se tratando de propaganda infantil, assim como em tantos outros casos, a educação vinda de casa é a melhor solução (NOVA, 2014, Disponível em: <https://radioboanova.com.br/evangelho_e_reforma/redacao-nota-mil-enem-2014-fala-sobre-importancia-da-educacao-vinda-de-casa/>. Acesso em: 27 mar 2019)

Nota-se que o exemplo utilizado pela estudante apresenta relevância, juntamente com a análise que é desenvolvida. É demonstrando que um personagem de desenho animado protagonizado por um animal que tem características que são rechaçadas para um ser humano, com o direcionamento midiático acaba por fazer com que crianças tenham o mesmo comportamento de tal e isso seja considerado comum. Provando assim, que a publicidade infantil é um artifício poderoso para ditar atitudes em sociedade, principalmente daquele que não tem seu intelecto completamente formado.

Por fim, a solução da pendenga trazida por Larissa é a ação mais coerente e certa a ser desenvolvida, uma vez que quem vai comandar, ou deveria, o conteúdo publicitário que a criança terá contato são os pais ou responsáveis. Tendo em vista que aquele que está com a guarda do infante, deve busca fazer com que este seja protegido de todas as formas de abuso e deve também, procurar orientado sobre os “golpes publicitários” como foi acertadamente exposto no texto supracitado.

7 A PRIORIZAÇÃO DA PROTEÇÃO AO INFANTE EM RELAÇÃO À PROPAGANDA INFANTIL ABUSIVA

Conforme foi abordado no projeto de pesquisa (LUCAS, 2018, p.5) as veiculações midiáticas tem estratégias de vendas para persuadir a criança que está tendo acesso ao seu conteúdo publicitário, consistindo em “propagandas em que os envolvidos ganham poderes quando utilizam o objeto” e em decorrência da pouca idade, este “não tem consciência que se trata apenas de um efeito de câmera, acredita verdadeiramente que vai ganhar poderes ao usa este”. Além disso, outra artimanha utilizada é o fato de colocar o “produto com as estampas de personagens infantis, fazendo com que o infante deseje adquiri-los, mesmo que aquele bem de consumo seja algo que ele não utilize”.

Frente a isso, o princípio da proteção integral contido no Estatuto da Criança e do Adolescente procura positivar que todas as esferas tenham o condão de proteger a criança. O Estado com o auxílio do judiciário e demais órgãos auxiliares tem a função de punir aqueles que transgridam as normativas impostas. A sociedade acaba por auxiliar como iniciativas de prevenção e manifestação aos responsáveis quando constatarem alguma irregularidade. Por fim, a família, que tem o controle direito sobre o infante e o que este vai ter acesso.

O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, tipifica a propaganda abusiva. Com base no art. 37, § 2º, o diploma legal traz as situações que vão ensejar para que o anúncio seja então considerado abusivo. Como já foi exposto, as opções que configuram o artigo têm fundamento em questões sociais.

Ocorre que por haver dois lados em tudo que já foi apresentado. Tendo o fornecedor de produtos e serviços com relações publicitárias e em outro prisma há o consumidor que foi vítima da publicidade que contraria a norma.

Dentro dessa temática, o Tribunal de Justiça de São Paulo, na análise de um recurso de apelação interposto pelo Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon), em detrimento da empresa, Arcos Dourados Comércio de Alimentos Ltda – Mcdonald's, em que a decisão foi favorável a tal fornecedor:

MULTA ADMINISTRATIVA – Sanção cominada pelo PROCON em razão de publicidade considerada abusiva – Veiculação da comercialização de lanches e brinquedos atrelados a ocasiões de convívio – Kit "Mc Lanche Feliz" – Abusividade não verificada, não comportando interpretação literal o disposto na Resolução nº 163/2014 do CONANDA – Responsabilidade familiar pela educação dos filhos que não pode ser absorvida pelo Estado em todas as hipóteses, em paternalismo injustificável – Precedente jurisprudencial – Apelação do PROCON não provida. (TJ-SP - APL: 00182341720138260053 SP 0018234-17.2013.8.26.0053, Relator: Fermino Magnani Filho, Data de Julgamento: 29/06/2015, 5ª Câmara de Direito Público, Data de Publicação: 30/06/2015. Disponível em: <<https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/204200291/apelacao-apl-182341720138260053-sp-0018234-1720138260053>>. Acesso em: 18 mai2019).

Esse julgamento teve como escopo inicial a aplicação de uma multa administrativa imposta pelo Procon no valor de R\$ 3,19 milhões em detrimento de uma propaganda que o órgão considerava abusiva por veicular venda de um kit Mc Lanche Feliz. Para a imposição da multa, foi observado que o produto não saudável só era adquirido porque era associado a personagens e atores infantis, além de brinquedos. Entretanto, conforme foi demonstrado, o judiciário não encontrou

indícios de que a publicidade foi abusiva, mas que, em razão de liberalidade que os pais e responsáveis possuem frente à criança, esses é que devem escolher se o infante consome ou não o produto alimentício.

Em um estudo diverso, o Supremo Tribunal de Justiça condenou um fornecedor por violação ao art. 37, § 2º do Código de Defesa do Consumidor. O marketing da campanha publicitária tinha como protagonistas personagens muito conhecidos pelo público infantil, como o Shrek, em que para adquirir um relógio com a estampa de algum personagem era necessário apresentar 5 (cinco) embalagens da marca “gulosos” e ainda uma quantia de R\$ 5,00 (cinco reais):

PROCESSUAL CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. VIOLAÇÃO DO ART. 535 DO CPC. FUNDAMENTAÇÃO DEFICIENTE. SÚMULA 284/STF. PUBLICIDADE DE ALIMENTOS DIRIGIDA À CRIANÇA. ABUSIVIDADE. VENDA CASADA CARACTERIZADA. ARTS. 37, § 2º, E 39, I, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. 1. Não prospera a alegada violação do art. 535 do Código de Processo Civil, uma vez que deficiente sua fundamentação. Assim, aplica-se ao caso, *mutatis mutandis*, o disposto na Súmula 284/STF. 2. A hipótese dos autos caracteriza publicidade duplamente abusiva. Primeiro, por se tratar de anúncio ou promoção de venda de alimentos direcionada, direta ou indiretamente, às crianças. Segundo, pela evidente “venda casada”, ilícita em negócio jurídico entre adultos e, com maior razão, em contexto de marketing que utiliza ou manipula o universo lúdico infantil (art. 39, I, do CDC). 3. In casu, está configurada a venda casada, uma vez que, para adquirir/comprar o relógio, seria necessário que o consumidor comprasse também 5 (cinco) produtos da linha “Gulosos”. Recurso especial improvido. (STJ - REsp: 1558086 SP 2015/0061578-0, Relator: Ministro HUMBERTO MARTINS, Data de Julgamento: 10/03/2016, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 15/04/2016. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/465790018/re-nos-edcl-no-recurso-especial-re-nos-edcl-no-resp-1558086-sp-2015-0061578-0/decisao-monocratica-465790035?ref=serp>>. Acesso em: 18mai2019).

Através disso, há duas frentes com defesas atinentes e solidas que são em seus pontos de vistas, válidas. O fornecedor é aquele que almeja um lucro com o seu trabalho, da mesma forma que qualquer trabalhador busca receber seu salário, procura estar em conformidade com as normativas, na medida em que isso não lhe cause mais prejuízos do que ganhos e quando é atacado por não estar nos padrões exigidos utiliza seu direito constitucional de rebater as alegações contra ele imputadas. A outra fase, que em apressa é aquele que não tem seu intelecto completamente formado e precisa ser supervisionado, tem o auxílio desses que respondem por ele, da sociedade e dos órgãos do Estado para procurar penalizar aqueles que abusarem de sua deficiência de julgamento para se beneficiarem.

Por fim, a proteção ao infante é uma forma de defender a criança frente os abusos midiáticos que ocorrem. Com prerrogativas constitucionais e na norma infraconstitucional, em suma, coloca que todos são responsáveis por positivar os direitos do infante e acaba por trazer o fundamento legal para não ocorrência de tais atos abusivos, priorizando assim a proteção a criança. O fornecedor, por sua vez, procura ofertar seu material publicitário conforme as exigências legais e pode se valer do contraditório e da ampla defesa quando é atacado, e é sancionado quando comprovado que descumpriu as regras estabelecidas.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O princípio da proteção integral tem origem em uma luta esmera para ser concretizada. Havendo no âmbito internacional, toda uma evolução envolvendo períodos históricos que encadeiam para formação da ideia da proteção do infante em uma perspectiva que envolve nações. Em relação ao avanço pátria não é diferente, contudo, sua abrangência se limita a soberania do Estado.

A Lei 8.069/90 e a Lei 8.078/90 possuem características singulares de cada uma. O Estatuto da Criança e do Adolescente de 1990 garante diversos direitos e traz algumas sanções em casos que são necessários. Já o Código de Defesa do Consumidor de 1990 tipifica a relação de consumo e passa a dispor de prerrogativas e penalidades quando algum fornecedor age em contrariedade a conduta esperada. Como já expressado, mesmo havendo dicotomias acabam tendo pontos em comum, em que uma positiva sobre a proteção da criança e o outro sobre a publicidade infantil abusiva, criando um ponto sólido de busca pelo direito.

Na esteira da busca pela proteção a veiculação midiática abusiva estão presentes os princípios da vulnerabilidade e hipossuficiência. A vulnerabilidade é um mecanismo intrínseco no direito consumerista: não precisa ser provado, pois todo consumidor é vulnerável frente ao fornecedor. A hipossuficiência possui uma classificação segundo Flávio Tartuce e é um elemento de defesa processual quanto ao ônus da prova.

O instituto da publicidade infantil sanciona outras situações além daquela que se aproveita da inexperiência da criança, mas algumas destas outras opções também podem ser aplicadas para com menor de 12 (doze) anos incompleto. A instigação a violência é uma destas questões, onde através de brinquedos e

programas com foco em rivalidades onde aquele que consegue destruir seu oponente é ovacionado, faz com que o infante deseje ser como esse “herói” e tenha objetos com a temática. A saúde é outro ponto que merece destaque, uma vez que a obesidade infantil é um problema atinente.

O artigo 227 da Constituição Federal de 1988 positiva que o Estado, a sociedade e a família têm o dever de selar e proporcionar os direitos fundamentais da criança, criando uma rede de proteção, que por sua vez é também disposta no Estatuto da Criança e do Adolescente de 1990. Dentro dessa análise, o Estado possui seus órgãos auxiliares e normativos que punem os fornecedores que disponibilizam publicidades infantis consideradas abusivas. A sociedade procura caminhar em auxílio ao Estado e a família, com iniciativas de antecipação ao problema e manifestação aos que são competentes para punir aqueles que desrespeitam as regras. A família, como o organismo mais eficaz para evitar e banir a questão, por ser aquele com o contato mais próximo com a criança e desempenhar um papel de poder sobre este.

Através de tudo que foi apresentado, leva a acreditar que a proteção ao infante, estabelecida pela Constituição e confirmada na Lei 8.069/90 é aplicável ao instituto da publicidade abusiva em relação a criança. Mesmo que existam lados opostos, de um o fornecedor, e do outro o infante que é contemplado com a proteção do Estado, sociedade e família, estes podem manter uma relação harmônica se a criança tiver uma base familiar que controla os seus acessos e o fornecedor seguir as normativas atinentes a sua atividade.

REFERÊNCIAS

ANDREATO, Elifas. A história da heroína que criou a Declaração dos Direitos da Criança. Almanaque Brasil, 2013. Disponível em: <<http://ultimato.com.br/sites/maosdadas/2013/01/22/a-historia-da-heroina-que-criou-a-declaracao-dos-direitos-da-crianca/>>. Acesso em: 17 abr 2019.

BENJAMIN, Herman Antônio; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

BRASIL, **Código Brasileiro de Autorregulação Publicitária. 1980**. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/orientacoes-gerais/publicidade/codigo-bras-de-autorregulamentacao.pdf>>. Acesso em: 16 mar 2019.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**.1990. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 26 mar 2019.

BRASIL. **Constituição Federal**.1988. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm
>. Acesso em: 26 mar 2019.

BRASIL. **Decreto nº 4.134/2002**. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4134.htm>. Acesso em: 20mai 2019.

BRASIL. **Decreto nº 17.943-A/1927** Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1910-1929/D17943A.htm>. Acesso em: 20 mai 2019.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. 1990.Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm>. Acesso em: 26 mar 2019.

BRASIL. STJ –REsp 915.599/SP – **Terceira Turma** – Rel. Min. Nancy Andrighi – j. 21.08.2008 – DJe 05.09.2008. Disponível em:
<<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/788271/recurso-especial-resp-915599-sp-2006-0275021-0>>. Acesso em: 14abr2019.

BRASIL. STJ - REsp: 1558086 SP 2015/0061578-0, Relator: Ministro HUMBERTO MARTINS, Data de Julgamento: 10/03/2016, T2 - **Segunda Turma**, Data de Publicação: DJe 15/04/2016. Disponível em:
<<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/465790018/re-nos-edcl-no-recurso-especial-re-nos-edcl-no-resp-1558086-sp-2015-0061578-0/decisao-monocratica-465790035?ref=serp>>. Acesso em:18 mar 2019.

BRASIL. STF - Plenário. **ADI 2404/DF**, Rel. Min. Dias Toffoli, DJ: 31/8/2016 (Info 837).Disponível em:
<<http://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=312302190&ext=.pdf>>. Acesso em: 13mai2019.

CASTILIO, Clara. **Leis de proteção**: primeiro foi para os animais, depois para as crianças. A viagem dos Argonautas. 2013. Disponível em:
<<https://aviagemdosargonautas.net/2013/01/14/leis-de-proteccao-primeiro-foi-para-os-animais-depois-para-as-ciancas-por-clara-castilho/>>. Acesso em: 04 abr2019.

CHAGAS, Jakeline Afonso. **Publicidade infantil abusiva**. Disponível em:
<<https://jakechagas.jusbrasil.com.br/artigos/308250329/publicidade-infantil-abusiva>>. Acesso em: 14 mai2019.

CONAR, **Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária**.Disponível em:
<<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em: 16 mai 2019.

CONSUMO, Criança e. **DTC Linha de Produtos**. UltimateFighterChampionship (UFC). Publicado em: 04/06/2013. São Paulo. 2013. Disponível em:

<<http://criancaeconsumo.org.br/acoes/diamond-trading-company-ltda-dtc-linha-de-produtos-ultimate-fighter-championship-ufc/>>. Acesso em: 15 mai2019.

COSTA, Antônio Carlos Gomes. **Brasil Criança Urgente a Lei 8069/90**. São Paulo: Columbus Cultural, 1990.

CURY, Munir; PAULA, Paulos Afonso Gavido de; MARÇURA, JurandiNoberto. **Estatuto da Criança e do Adolescente anotado**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

ESTATÍSTICA, Instituto Brasileiro de Geografia e. **POF 2018-19: desnutrição cai e peso das crianças brasileiras ultrapassa padrão internacional**. Disponível em:<<https://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?busca=1&id=1&idnoticia=1699&t=pof-20082009-desnutricao-cai-peso-criancas-brasileiras-ultrapassa-padrao-internacional&view=noticia>>. Acesso em: 29 mai2019.

FERREIRA, Luiz Antônio Miguel. **Estatuto da Criança e do Adolescente e os Direitos Fundamentais**. São Paulo: Associação Paulista do Ministério Público,2008.

FREITAS, Danielli Xavier. **Os limites da publicidade infantil no direito brasileiro**. Disponível em: <<https://daniellixavierfreitas.jusbrasil.com.br/artigos/138708616/os-limites-legais-da-publicidade-infantil-no-direito-brasileiro>>. Acesso em: 10 mai 2019.

GAGLIANO, Pablo Stolze. **Novo curso de direito civil: Direito de Família**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

GUERRA, Sidney. **Direitos Humanos**. Curso Elementar. 5.ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

LEÃO, Camila. **Regulamentação Publicitária no Brasil**. Panorama Atual.Publicado em: 24/06/2013. 2013. Disponível em: <<https://propaganut.wordpress.com/2013/06/24/regulamentacao-publicitaria-no-brasil-panorama-atual/>>. Acesso em: 10 mai2019.

LIBERATI, Wilson Donizeti. **Comentários do Estatuto da Criança e do Adolescente**. 12.ed. São Paulo: Malheiros, 2015.

LUCAS, Luana Elisabeth de Vito. **O princípio da proteção integral em relação à publicidade infantil abusiva**. Projeto de Pesquisa Ji-Paraná, CEULJI, 2018.

MARINHO, Fernanda Campos; GALINKIN, Ana Lúcia. **A história das práticas diante do desvio social de jovens no Brasil: reflexões sobre o ideal de ressocialização**. 2017. Disponível em: <[1959http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082017000200004](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082017000200004)>. Acesso em: 17 abr2019.

MATTIOLI, Daniele Dirzel; OLIVEIRA, Rita de Cássia da Silva. **Direitos Humanos de Criança e Adolescente: O percurso da luta pela proteção**. Imagens educação, 2013. Disponível em:

<<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ImagensEduc/article/viewFile/20176/pdf>>. Acesso em: 13 mai2019.

NOVA, Boa Rádio. **Redação nota 1000 do ENEM 2014 fala sobre a importância da educação vinda de casa**. Publicado em: 16/01/2015. Disponível em: <https://radioboanova.com.br/evangelho_e_reforma/redacao-nota-mil-enem-2014-fala-sobre-importancia-da-educacao-vinda-de-casa/>. Acesso em: 27 mar 2019.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração universal dos direitos humanos**. 1959. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/os-direitos-das-criancas-e-dos-adolescentes>>. Acesso: 22 mar2019.

REPRESENTAÇÃO nº 261/2018. Autor: Conar por iniciativa própria. Anunciante: Candida. Relator: Conselheiro Marcelo Migliori. **Câmara**: Sétima Câmara. Julgamento: Fevereiro/2019. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>> Acesso em: 14 abr2019.

SALES, Ana Gabriela. **A luta por uma infância livre de publicidade**. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/publicidade-infantil/os-desdobramentos-daquelles-que-lutam-por-uma-infancia-livre-de-publicidade/>>. Acesso em: 11 mai2019.

SÃO PAULO. TJ-SP - APL: 00182341720138260053 SP 0018234-17.2013.8.26.0053, Relator: Fermino Magnani Filho, Data de Julgamento: 29/06/2015, **5ª Câmara de Direito Público**, Data de Publicação: 30/06/2015. Disponível em: <<https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/204200291/apelacao-apl-182341720138260053-sp-0018234-1720138260053>>. Acesso em: 18 mai2019.

SÃO PAULO. TJSP – Apelação Cível 241.337-1, São Paulo – **Terceira Câmara de Direito Público**– Rel. Ribeiro Machado – Data da Publicação: 30.04.1996. Disponível em: <http://ambitojuridico.com.br/site/index.php/materias.asp?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=19862>. Acesso em: 04 mai2019.

SARRES, Carolina. **Crianças participam de 80% das decisões de compra de uma família**. São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/03/criancas-participam-de-80-das-decisoes-de-compra-de-uma-familia-aponta>>. Acesso em: 15 mai 2019.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **A Construção do Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2009.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2017.