

PUBLICIDADE INFANTIL

Monique C. ROCHA^{*}

Orientadora: Prof. Fabiana Junqueira Tamaoki NEVES[†]

RESUMO: Nos dias de hoje, tudo o que desejamos, sonhamos e até concretizamos, é um simples processo decorrente da própria publicidade. É através dela que somos incentivados a comprar ou possuir um produto, seja ele benéfico ou ruim para o indivíduo. Ao mesmo tempo, é transformadora de opiniões, pois muitas vezes por inexistência de informações, não sabemos "nada" sobre um determinado produto, mas ele começa a ser mostrado, com muitas cores, nos demonstrando uma vida saudável na qual acreditamos e desejamos. Partindo do que acabamos de citar, se a propaganda manipula e persuade de maneira intensa a mente dos adultos que de certa forma, já tem opinião formada, e as crianças? Sendo vista pelo âmbito infantil, a publicidade é poderosa, arriscando e depositando todos os seus recursos naturais, enfim ela é mais do que nunca persuasiva. Altamente perigosa, a propaganda dirigida às crianças e jovens, instituiu dentro delas, um desejo incontrolável de possuir algo que na maioria das vezes seus pais não podem dar devido a sua classe social, sem falar que determinados produtos não trazem nenhum benefício a essas crianças, apenas o fator da compulsividade; a idéia fixa de que "eu tenho que ter". No entanto quando citamos todos esses tópicos em um só processo, podemos observar que de alguma maneira vai haver um distúrbio no lado psicológico da criança. Favorável ou desfavorável, não importa, o que vem ao caso é que sem sombras de dúvidas, essa criança pode vir a se tornar rebelde se não concretizar seu desejo de posse, e se conseguir adquiri-lo, com muita facilidade, venha a se tornar uma criança mimada e totalmente arrogante e insuportável. Para se obter uma aceitação do público em relação aos produtos lançados é necessário que se utilize de vários artifícios, que levem o público alvo a consumir o tal produto. E é justamente nesse momento que se faz necessário a interferência estatal, mais especificamente, do Poder Judiciário, na elaboração de leis protecionistas e sua posterior efetivação e fiscalização, a fim de que o direito de liberdade de expressão, se necessário, seja restringido na busca de um bem maior que reflete em toda sociedade futura. Os recursos a serem utilizados para a coleta de dados serão a pesquisa bibliográfica, onde se demonstrará o que conceituados doutrinadores disciplinam sobre o assunto; notícias veiculadas pela imprensa, no qual se verificará a importância dada por esse meio à questão; legislação em vigor, pois esta rege a matéria em nosso país; e entrevista, onde se demonstrará a opinião populacional e até mesmo de crianças acerca do tema.

PALAVRAS-CHAVES: Publicidade. Criança. Efetividade.

* A autora é graduanda em Direito, aluna do 4º ano C das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente, estagiária da Procuradoria Geral do Estado de São Paulo e está sob a orientação da mestre Fabiana Junqueira Tamaoki Neves.

† A orientadora, Advogada e mestre em Direito Constitucional pela Instituição Toledo de Ensino de Bauru-SP, professora de Estágio Supervisionado Processual, supervisora do cartório criminal do Fórum simulado e coordenadora do grupo de estudos “Processo Penal Constitucional” das Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo, de Presidente Prudente-SP.

