

073

PUBLICIDADE ABUSIVA DESTINADA À CRIANÇA: A TUTELA DO CONSUMIDOR NA INFÂNCIA. *Bárbara Fagundes, Claudia Lima Marques (orient.)* (UFRGS).

Não sendo dirigida, unicamente, ao contratante, a publicidade acaba por alcançar diversos partícipes sociais, dentre eles, as crianças, destinatários finais do produto anunciado. Esses indivíduos, que influenciam no consumo familiar, por sua vez, não apresentam completo desenvolvimento de personalidade, estando, assim, mais vulneráveis à abusividade publicitária comparado ao consumidor ordinário. O CDC apresenta um rol exemplificativo de casos em que a conduta do anunciante não se pauta no princípio da boa-fé, dentre eles está a publicidade abusiva infantil. A tutela ao elemento infanto-juvenil, consagrada no ordenamento jurídico nacional, mostra-se, por conseguinte, essencial no estágio de oferta do produto, porquanto a criança, dependendo de sua faixa etária, pode não dispor de meios cognitivos suficientes para reconhecer a publicidade. O discurso publicitário infantil necessita, dessa forma, amoldar-se aos princípios que norteiam a defesa do consumidor, como o dever de informação e a identificação da publicidade como tal. O presente trabalho visa, num primeiro momento, a analisar casos judiciais sobre a publicidade destinada à criança a fim de destacar elementos que caracterizam a abusividade, que desrespeita os valores básicos da comunidade. Numa segunda etapa, o estudo propõe-se a elencar meios de evitar a nocividade na divulgação de produtos infantis. Para realização da pesquisa serão utilizadas obras de pedagogia, doutrina e jurisprudência.