

# NEOPETS E MISS BIMBO: BRINCADEIRA INOCENTE OU APELO PUBLICITÁRIO DE GENTE GRANDE?

Rosane Leal da Silva<sup>1</sup>, Noemi de Freitas Santos<sup>2</sup>

Centro Universitário Franciscano – Pró-Reitoria de Pós Graduação, Pesquisa e Extensão, Santa Maria/RS  
e-mail: rosaneleals@terra.com.br<sup>1</sup>; noemi\_fsantos@hotmail.com<sup>2</sup>

## INTRODUÇÃO

Este trabalho é uma síntese dos resultados parciais do projeto de pesquisa realizado no Curso de Direito do Centro Universitário Franciscano sobre o tema: “A exposição da população infanto-juvenil à publicidade *on-line*”.

A análise da exposição dos infantes à publicidade no ambiente virtual deu-se através da observação direta, sistemática e não-participativa nos sites dos jogos virtuais Neopets e Miss Bimbo.

*Miss Bimbo*: é um site semelhante ao Neopets destinado a meninas que tem por finalidade cuidar de uma boneca virtual denominada Bimbo, mulher fútil em inglês. O jogo virtual estimula a competição entre as participantes cujo objetivo principal é obter sucesso, popularidade e um namorado milionário, além de ser um estímulo à erotização precoce e ao consumismo infantil exagerado.

## OBJETIVO

O objetivo deste trabalho é analisar o sistema de proteção integral de crianças e adolescentes em face da exposição à publicidade no ambiente virtual, identificando pontos de fragilidade da proteção existente.

## CONCLUSÃO

Através do presente projeto de pesquisa é possível chegar a conclusão que o ambiente virtual é um espaço livre de qualquer filtragem e que pode se revelar bastante nocivo ao saudável desenvolvimento do público infanto-juvenil.

Portanto, entende-se que a tutela do infante na internet faz-se necessária diante da exposição das crianças e adolescentes à publicidade *on-line* disfarçada sob a forma de jogos infantis inofensivos.

## ETAPAS DO PROJETO

A primeira etapa do projeto consiste na análise de pesquisa documental e consulta a material bibliográfico.

A segunda fase utiliza-se de técnica de observação direta, sistemática e não-participativa a sites, jogos virtuais e redes de relacionamento na internet.

A fase seguinte consiste no estudo dos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto da Criança e do Adolescente que se relacionam com a publicidade abusiva e subliminar.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. *Lei 8.069, de 13 de julho de 1990*. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências. Organização Yussef Said Cahali. 10. ed. São Paulo: RT, 2008.

\_\_\_\_\_. *Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Organização Yussef Said Cahali. 12. ed. São Paulo: RT, 2010.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Trad. De Maurício Santana Dias. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 11. ed. Traduzido por Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2008. v. 1.

ERIKSON, Erik H. *Infância e Sociedade*. Trad. de Gildásio Amado. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HENRIQUES, Isabelle Vieira Machado. *A publicidade abusiva dirigida à criança*. Curitiba: Juruá: 2006.

MISS BIMBO BRASIL. Disponível em: <<http://missbimbo.br.wordpress.com/>> Acesso em: 20 ago. 2010.

O QUE É NEOPETS? Disponível em: <<http://neopia.com.br/index.php?pagina=oquee.php>> Acesso em 25 mar. 2010.

WINNICOTT, D. W. *A criança e o seu mundo*. Trad. de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1966.

## CONCEITOS

*Publicidade abusiva*: é toda publicidade discriminatória de qualquer natureza, que incite a violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, que desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

*Publicidade subliminar*: é toda publicidade capaz de inserir mensagens inconscientemente nas pessoas tentando persuadi-las a adquirir determinado produto ou serviço.

*Neopets*: é um site de *Pets* virtuais destinado para crianças que reúne aproximadamente cem milhões de proprietários de *pets* que nesse ambiente virtual tem a capacidade de acessar mais de 160 jogos, trocar mensagens com outros internautas e adquirir produtos e serviços virtuais para seus animais de estimação.