

A HIPERVULNERABILIDADE DA CRIANÇA FRENTE À PUBLICIDADE

INTRODUÇÃO

Hoje em dia, os meios de comunicação em massa exercem grande influência no desenvolvimento infantil, pois as crianças estão constantemente expostas a eles. A televisão e, agora, a internet, fazem parte do dia a dia das crianças. Desta forma, a publicidade veiculada nestes meios busca cada vez mais atrair o público infantil, incentivando-o a consumir desde cedo. Como, até os oito anos de idade, a criança ainda não é capaz de compreender o intuito publicitário, ela é considerada mais vulnerável à publicidade que os adultos.

A PUBLICIDADE E A PROPAGANDA

É importante ressaltar a diferença entre a publicidade (conceito utilizado neste trabalho) e a propaganda. A primeira visa a difundir uma informação, a fim de promover a aquisição de um produto pelo consumidor (no caso da publicidade comercial). A segunda, por sua vez, busca difundir uma ideia.

LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

No Brasil, não existe nenhuma legislação específica quanto à publicidade voltada à criança. No entanto, o Estatuto da Criança e do Adolescente, com base na Constituição Federal, regula a programação (e neste conceito se pode incluir a publicidade) infantil das emissoras de rádio e televisão, buscando que aquela tenha conteúdo educativo, cultural e informativo.

Da mesma forma, a Convenção da ONU sobre os Direitos da Criança define que os órgãos de comunicação devem difundir informações que beneficiem a criança.

Finalmente, o Código de Defesa do Consumidor proíbe a publicidade abusiva, definindo a mesma como aquela que se aproveita da deficiência de julgamento da criança.

O PROJETO DE LEI 5921/01

O projeto busca proibir a publicidade infantil, por considerá-la abusiva. Apresenta 79% de aprovação pela população brasileira (conforme enquete realizada no *site* da Câmara de Deputados), mas ainda não foi aprovado.

CONCLUSÃO

Os pais, sozinhos, não são capazes de impedir a exposição dos filhos ao massivo apelo comercial difundido pelos meios de comunicação. Por isto, se faz necessária uma regulamentação específica da publicidade infantil.