

Uma reflexão acerca das abusividades da publicidade destinada ao público infantil no ordenamento jurídico brasileiro

ACADÊMICA: *Rafaela Macedo Coelho*

ORIENTADOR: *Denis de Souza Luiz*

EXAMINADOR: *João Batista Da Silva*

EXAMINADORA: *Priscila De Azambuja Tagliari*

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso tem por objetivo verificar os casos de publicidade patológica infantil e analisar os limites para que as crianças não sejam prejudicadas em decorrência da utilização de técnicas publicitárias vedadas no ordenamento jurídico brasileiro. A presente pesquisa será desenvolvida com o fito de responder a pergunta: Deve a publicidade ser dirigida diretamente ao público infantil? Para melhor entendimento do tema em questão, será utilizado o método dedutivo, com base na legislação vigente, bem como no posicionamento doutrinário acerca da matéria. Será realizado breve estudo acerca da conceituação de propaganda, publicidade, *marketing* e suas diferenças, assim como realizada análise em torno do surgimento da sociedade de consumo e as necessidades apresentadas pelo consumidor ante a publicidade. Ademais, serão objetos de estudo os conceitos dos elementos subjetivos e objetivos da relação de consumo, a questão da vulnerabilidade presumida do consumidor, como também sua hipossuficiência relativa, sendo realizada análise acerca dos princípios básicos norteadores da publicidade. Outrossim, para melhor compreensão do tema, far-se-á uma introdução à proteção dos direitos da criança com base na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente para que, enfim, sejam observados os aspectos positivos do controle da publicidade destinada ao público infantil.

Palavras-chave: *Publicidade. Direito do Consumidor. Proteção integral da criança. Restrição da publicidade infantil.*