

Adalberto Pasqualotto
Ana Maria Blanco Montiel Alvarez
(Organizadores)

PUBLICIDADE E PROTEÇÃO DA INFÂNCIA

Ana Maria Blanco Montiel Alvarez

Andréia Mendes dos Santos

Carina Zin Lemos

Cibele Gralha Mateus

Cláudia Lima Marques

Gracy Keim

Isabella Henriques

Jaderson Costa da Costa

Káren Rick Danilevicz Bertoncello

Maria Regina Fay de Azambuja

Renata Gralha Mateus

Renata Pozzi Kretzmann



livraria
DO ADVOGADO
editora

Porto Alegre, 2014

© dos autores, 2014

Capa, projeto gráfico e diagramação
Livraria do Advogado Editora

Revisão
Rosane Marques Borba

Desenho da capa
Stock.xchng

Direitos desta edição reservados por
Livraria do Advogado Editora Ltda.
Rua Riachuelo, 1300
90010-273 Porto Alegre RS
Fone/fax: 0800-51-7522
editora@livrariadoadvogado.com.br
www.doadvogado.com.br

Sumário

| | |
|---|-----|
| Apresentação | 7 |
| Parte I – PUBLICIDADE, SAÚDE E DESENVOLVIMENTO INFANTIL | 15 |
| 1. A publicidade e o cérebro da criança <i>Jaderson Costa da Costa</i> | 17 |
| 2. Uma relação que dá peso: propaganda de alimentos direcionada para crianças, uma questão de saúde, direitos e educação <i>Andréia Mendes dos Santos</i> | 35 |
| 3. Publicidade infantil e modos de construção do sujeito: uma breve abordagem psicanalítica das relações objetais <i>Gracy Keim</i> | 53 |
| 4. A publicidade e seus reflexos no desenvolvimento da criança: o papel da família e da educação <i>Maria Regina Fay de Azambuja</i> | 68 |
| Parte II – PUBLICIDADE, LIBERDADE E TRATAMENTO JURÍDICO DO TEMA | 91 |
| 5. Publicidade e infância: sugestões para a tutela legal das crianças consumidoras <i>Cláudia Lima Marques e Káren Rick Danilevicz Bertoncello</i> | 93 |
| 6. O capitalismo, a sociedade de consumo e a importância da restrição da publicidade e da comunicação mercadológica voltadas ao público infantil <i>Isabella Henriques</i> | 112 |
| 7. Publicidade dirigida à criança e regulação de mercado <i>Ana Maria Blanco Montiel Alvarez</i> | 128 |
| 8. Vinculação de particulares aos direitos fundamentais. O princípio da proteção integral da criança e a liberdade na publicidade: até onde podemos IR? <i>Cibele Gralha Mateus e Renata Gralha Mateus</i> | 147 |
| 9. O princípio da identificação da publicidade como meio de proteção do consumidor <i>Renata Pozzi Kretzmann e Carina Zin Lemos</i> | 165 |