

**XXVII CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI PORTO ALEGRE – RS**

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS II

BARTIRA MACEDO MIRANDA SANTOS

WILSON ANTÔNIO STEINMETZ

CLÁUDIA MANSANI QUEDA DE TOLEDO

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina

Vice-presidente **Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

Vice-presidente **Sudeste** - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais

Vice-presidente **Nordeste** - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe

Vice-presidente **Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI

Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro

Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo

Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)

Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará

Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM – Distrito Federal

Relações Internacionais para o Continente Americano

Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goiás

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo

Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch UFSM – Rio Grande do Sul

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho Unifor – Ceará

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta Fumec – Minas Gerais

Comunicação:

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro UNOESC – Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali – Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC – Minas Gerais

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

D597

Direitos e garantias fundamentais II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UNISINOS

Coordenadores: Bartira Macedo Miranda Santos; Wilson Antônio Steinmetz; Cláudia Mansani Queda de Toledo – Florianópolis: CONPEDI, 2018.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-729-8

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Tecnologia, Comunicação e Inovação no Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVII Encontro Nacional do CONPEDI (27 : 2018 : Porto Alegre, Brasil).

CDU: 34



XXVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI PORTO ALEGRE – RS

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS II

Apresentação

Os artigos contidos na presente publicação foram apresentados no Grupo de Trabalho "Direitos Fundamentais II", durante o XXVII Congresso Nacional do Conpedi – Porto Alegre-RS, sobre o tema geral Tecnologia, Comunicação e Inovação no Direito, nos dias 14, 15 e 16 de novembro de 2018. Neste conjunto de comunicações científicas consolidam-se os resultados das relevantes pesquisas desenvolvidas em diversos Programas de Pós-graduação de mestrado e doutorado em Direito, com artigos selecionados por meio de dupla avaliação cega por pares. São trabalhos advindos de pesquisas nacionais que levaram ao encontro científico várias controvérsias acadêmicas e desafios relativos às construções teóricas sobre direitos fundamentais e que contaram com relevantes pesquisas empíricas.

O número de artigos submetidos e aprovados foi de 18 ao todo, dos quais foram apresentados 17, com apenas uma ausência, sendo que dois deles com a participação dos coordenadores do Grupo de Trabalho. Todos foram permeados de intensos debates, desde o enfrentamento das dimensões gerais sobre o neoconstitucionalismo e a constitucionalização do direito, ao lado de outras duas contribuições acerca da fraternidade enquanto princípio. Discutiu-se a educação e seus atores a partir do conceito constitucional, alcançando-se reflexões a respeito dos direitos fundamentais ligados à saúde como direito fundamental, em abordagem sobre o espectro autista e também sobre a reprodução assistida, ao gênero feminino, à vulnerabilidade do idoso e acrescidos de discussões sobre os desafios relativos à infância e sua proteção integral, a englobar subtemas como as medidas sócio educativas até as questões que envolvem a nutrição infantil e a ciberpublicidade.

Foram igualmente objeto de análise temas relativos à liberdade religiosa e aos preconceitos relacionados às práticas ligadas à religião e à afro-descendência. Por derradeiro, houve também exposições sobre os conteúdos das perícias médicas como direito fundamental e a corrupção como um processo corrosivo em relação aos direitos fundamentais.

Os temas dialogados tem amplo espectro e demonstram a importância do encontro científico, além de enfrentarem problemas teóricos e práticos quanto à integridade dos direitos fundamentais, de forma que a leitura indicará a preocupação com a proteção efetiva da dignidade daqueles que integram o Estado Democrático de Direito.

Registre-se por parte desta coordenação os agradecimentos pela participação dos pesquisadores.

Prof. Dr. Wilson Antônio Steinmetz – UCS

Profa. Dra. Bartira Macedo Miranda Santos – UFG

Profa. Dra. Cláudia Mansani Queda De Toledo - FDSM

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

**OS CONTORNOS DA CIBERPUBLICIDADE E SUA RELAÇÃO COM O
DESENVOLVIMENTO DA OBESIDADE INFANTIL BRASILEIRA: UM ESTUDO
EM FACE DO DIREITO FUNDAMENTAL À SAÚDE**

**THE CONTOURS OF CYBERPUBLICITY AND ITS RELATIONSHIP WITH THE
DEVELOPMENT OF BRAZILIAN CHILDHOOD OBESITY: A STUDY IN THE
FACE OF FUNDAMENTAL HEALTH LAW**

Patrícia Dos Reis ¹
Daniela Richter ²

Resumo

O presente trabalho propicia uma análise do Direito Fundamental à Saúde em face da obesidade infantil brasileira. Quer verificar se a exposição dos infantes a ciberpublicidade contribui para o desenvolvimento da doença. Especificamente apresenta o direito fundamental à saúde sob os ditames da doutrina da proteção integral, bem como, analisa os contornos da ciberpublicidade no contexto da sociedade em rede e qual o seu papel para o desenvolvimento da obesidade infantil. Utilizou-se do método de abordagem dedutivo, procedimento monográfico e técnica de pesquisa bibliográfica. Conclui-se que a ciberpublicidade, como fator externo contribui para o desenvolvimento da doença no país.

Palavras-chave: Direito fundamental à saúde, Proteção integral, Ciberpublicidade, Obesidade infantil

Abstract/Resumen/Résumé

The present work provides an analysis of Fundamental Right to Health in face of Brazilian child obesity. Wants check the exposure of infants to cyberadvertising contributes to the development of the disease. Specifically presents the fundamental right to health under the dictates of the doctrine integral protection, as well, analyzes the contours of cyberadvertising in the context of the network society and what its role for the development of childhood obesity. The method of deductive approach, monographic procedure and bibliographic research technique. Concluded that cyber advertising as an external factor contributes to the development of the disease in the country

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Fundamental right to health, Integral protection, Cyberadvertising, Child obesity

¹ Mestre em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Professora da Faculdade Metodista de Santa Maria – FAMES. Coordenadora da Cátedra de Direitos Humanos da FAMES

² Doutora em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Professora adjunta da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Pesquisadora do NEJUSCA - UFSC

INTRODUÇÃO

Diante das possibilidades introduzidas pela Internet verifica-se um significativo aperfeiçoamento das formas comunicativas, estando entre elas a publicidade infantil. Essa, quando veiculada por meio do ciberespaço, tem atuado de maneira ainda mais incisiva no incentivo ao consumo precoce. Dentre as principais estratégias, registra-se as direcionadas para implementação de novos hábitos alimentares aos infantes por meio de uma nova lógica denominada ciberpublicidade.

Essa nova estratégia se descortina como possível violadora do direito fundamental à saúde de crianças e adolescentes, visto que manobra com a falta de discernimento dos infantoadolescentes para oferecer produtos com alto teor de sódio, gorduras e açúcares embasados em um relação de experiência, afeto e fidelidade com determinadas marcas e produtos. Conjuntamente ao crescimento desse novo fazer publicitário, se observa um crescimento exponencial no número de doenças crônicas não transmissíveis no Brasil.

Considerando que a obesidade infantil se apresenta como um exemplo bastante expressivo dessas doenças, o presente trabalho se propôs a analisar qual o papel da ciberpublicidade no desenvolvimento da obesidade infantil brasileira? Para a viabilização do desenvolvimento da pesquisa adotou-se como método de abordagem dedutivo, já que a pesquisa partiu de um aparato histórico e evolutivo sobre o direito fundamental à saúde sob a ótica da doutrina da proteção integral no Brasil e, posteriormente, apresentou os contornos da ciberpublicidade na sociedade em rede para, após, demonstrar sua relação com o consumo de alimentos e o conseqüente desenvolvimento de doenças precoces no país. Já como método de procedimento adotou-se o monográfico, aliado às técnicas de pesquisa bibliográfica e documental.

O trabalho foi dividido em dois capítulos, sendo o primeiro direcionado à abordagem do direito fundamental à saúde no Brasil sob a égide da doutrina da proteção integral para crianças e adolescentes e o segundo demonstrando breves contornos sobre a ciberpublicidade na sociedade em rede e qual a relação entre a ciberpublicidade e o consumo de alimentos para o desenvolvimento de doenças precoces, como os casos de obesidade infantil.

A presente pesquisa se justifica por apresentar relevância tanto no campo do Direito, quanto na seara social visto a gravidade do problema atrelada a um direito fundamental. Pessoalmente essa temática é trabalhada, tendo em vista a preocupação com os direitos da criança e do adolescente e seu desenvolvimento físico e psíquico em tempos de Internet. Em

especial quando da sua relação com doenças precoces, como os casos de obesidade infantil considerada hoje a grande epidemia brasileira.

1 O DIREITO FUNDAMENTAL À SAÚDE DOS INFANTES SOB A ÓTICA DA DOUTRINA DA PROTEÇÃO INTEGRAL

Antes de adentrar a temática do direito à saúde enquanto direito fundamental, mister respeitar a ordem principiológica de que tal garantia tem como propedêutica jurídica e natural o direito à vida. Disposto no art. 5º, caput da Constituição Federal da República, o direito à vida é inviolável e traz como corolário o direito à saúde (BRASIL, 1988).

Esse, conforme os ditames do art. 6º do mesmo texto normativo vêm assegurar que todos os cidadãos, sejam eles crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos, tenham acesso independentemente de suas classes econômicas, aos meios de saúde preventiva e de recuperação, as quais devem ser disponibilizadas pelo Estado por meio de políticas econômicas e sociais (BRASIL, 1988).

Nesse sentido é dever do Estado resguardar o direito à saúde como a concretização de uma qualidade de vida sadia e minimamente digna ao povo brasileiro. Conseqüentemente, sua compreensão deve assegurar a cidadania plena e a efetivação dos direitos sociais, conforme texto normativo disposto na Carta Magna Federal.

Entretanto, a premissa elucidada perdurou longo caminho para que pudesse hoje preencher o texto constitucional dos direitos e garantias sociais. Ademais, reportando-se a faixa etária abarcada pelo trabalho, a relação temporal foi ainda maior, haja vista que até o século XX, a legislação brasileira não havia se pronunciado sobre os direitos das crianças e adolescentes no país. Assim, importante ressaltar breves apontamentos históricos sobre a inserção desse direito no ordenamento jurídico brasileiro, bem como o reconhecimento do princípio da proteção integral.

Nessa seara, um dos primeiros passos percorridos na direção dos direitos dos infantoadolescentes brasileiros, se deu em meados de 1927 com a promulgação do primeiro Código de Menores, também conhecido como Código Mello Mattos. Tal regramento veio regulamentar principalmente as questões inerentes ao abandono e tutela, tendo em vista as diretrizes da situação irregular do “menor”, a qual reconhecia crianças órfãs, mendigas e pobres ou quem cometera um ato infracional, como perigo a ordem pública (LOPES; FERREIRA, 2013).

Na seara constitucional, a Constituição Federal da República de 1934 foi a primeira a se pronunciar em relação aos direitos das crianças brasileiras, com ênfase na proibição do trabalho infantil. Já a Constituição de 1937, outorgada pelo então Presidente Getúlio Vargas, se preocupou com a proteção dessas crianças, sobretudo as mais carentes. Além disso, estabeleceu que o Estado deveria promover assistência aos infantes, bem como assegurar seu desenvolvimento físico e moral. Dessa forma, as famílias mais necessitadas contavam com um auxílio do Estado para subsistência e educação de seus filhos. Com a mesma acepção assistencial, a Constituição de 1969, se preocupou com a proteção da maternidade e da infância, bem como estipulou a obrigatoriedade das empresas em disponibilizar ensino primário gratuito para seus funcionários e filhos, incluindo nesse grupo, também os excepcionais (VERONESE, 1999).

Já em 1988, com a promulgação da atual Constituição Federal da República, houve um considerável avanço no direito brasileiro, ao passo que se normatizaram os direitos e garantias fundamentais e se tratou de maneira específica dos direitos sociais, quais sejam, direito à educação, à saúde, ao trabalho, à segurança, à previdência social, à proteção aos desamparados e à proteção à maternidade e à infância¹ (BRASIL, 1988).

Nessa seara, inovou em seu capítulo VII, dispondo dos direitos da família, crianças e adolescentes e dos idosos, registrando sob os ditames do art. 227, o marco inicial do princípio da proteção integral no direito brasileiro, intensificando a preocupação com o melhor interesse da infância (PEREIRA JÚNIOR, 2011).

Igualmente, no ano de 1990, com a promulgação da Lei 8.069/90 - Estatuto da Criança e do Adolescente, o legislador passou a priorizar o melhor interesse dos infantes, bem como instaurou um novo referencial político-jurídico ratificando os preceitos fundamentais e reconhecendo crianças e adolescentes como sujeitos de direitos. Além disso, passou a declarar os infantes como cidadãos e não mais como projeto de adultos, reconhecendo seus direitos em razão de indivíduos que estão crescendo, em condição peculiar e, portanto, necessitam de proteção especializada (VERONESE, 2003).

Isto posto, registra-se que o texto constitucional do art. 227, cumulado as normativas do art. 4º do Estatuto da Criança e do Adolescente, passaram a estabelecer proteção prioritária para os infantes, sobre a perspectiva da proteção integral. Nesse passo, sempre que houver afronte aos interesses de tais indivíduos, a rede de proteção integral formada pela família,

¹ Reitera-se que a Emenda Constitucional nº 20/2000 inseriu ainda no rol dos Direitos Sociais, o direito a moradia. Igualmente a Emenda Constitucional nº 64/2010 inseriu o direito à alimentação.

Estado e sociedade civil, deve estar apta para suprir quaisquer necessidades, sob a ótica da tutela coletiva.

No cenário internacional, dois pontos merecem destaque, ao passo que tratam da Declaração Universal dos Direitos da Criança ratificada pelo Brasil no ano de 1959, bem como da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças, promulgada em 1989. Apesar da primeira não ter relação direta com o direito à saúde, inerente ressaltar que foi a partir dessa, que se instaurou a preocupação com a infância no ordenamento jurídico universal (SARAIVA, 2005).

Já a Convenção sobre os Direitos das Crianças de 1989, dispôs em seu art. 6º sobre o direito à vida registrando que todos os Estados membros devem assegurar esse direito embasado na sobrevivência digna e no desenvolvimento eficaz da infância. Além disso, reconheceu os infantes como sujeitos de direitos e obrigações, enfatizando sua condição peculiar em desenvolvimento. Apesar de ratificada pelo Brasil, somente dois anos depois, tal normativa instaurou sob a ótica internacional a ordem principiológica integral (SARAIVA, 2005).

Diante o exposto, superada a questão evolutiva dos direitos das crianças e adolescentes brasileiros, bem como comprovado o paradigma da proteção integral no Brasil e no mundo, passa-se a tratar de tal princípio sob a perspectiva de suas diretrizes no âmbito do direito fundamental a saúde.

Para tanto, registra-se que, o disposto normativo do art. 227 da Carta Política, além de parametrizar o princípio da proteção integral, combinado com o art. 6º e 196 do mesmo texto constitucional, bem como com o Capítulo I do Título II do Estatuto da Criança e do Adolescente, passou a reconhecer o direito à saúde, específico aos infantes, como um dos pilares do princípio da proteção integral, e, portanto passível de tutela jurisdicional prioritária.

No plano infraconstitucional, o Estatuto da Criança e do Adolescente em seu art. 7º especifica que crianças e adolescentes tem direito a proteção à vida e à saúde mediante a promoção de políticas públicas propostas pelo Estado para o desenvolvimento saudável da infância. Registre-se que essa proteção deve ocorrer antes mesmo do nascimento, ao passo que o Estatuto prevê em seu art. 8º o atendimento pré e perinatal para as gestantes por meio do Sistema único de Saúde – SUS. Igualmente o art. 9º obriga o poder público bem como as empresas privadas a promover condições para o aleitamento materno, inclusive para mães em cumprimento de pena privativa de liberdade. Ademais, insta destacar o art. 11 do presente Estatuto, o qual assegura o atendimento integral dos infantes por meio do SUS garantindo-lhes acesso universal, igualitário e prioritário (BRASIL, 1990).

Nesses termos, cumpre destacar que, tendo em vista o avanço no campo normativo e instrumental na área da saúde em prol da infância, o Estado implantou um mecanismo, capaz de garantir, sob a ordem constitucional, a proteção integral, prioritária, preventiva e recuperatória dos infantoadolescentes. Foi regulamentado por meio da Lei nº 8.080/90 o Sistema Único de Saúde - SUS, conjunto normativo vigente até os dias de hoje. Sobre o sistema dispõe Custódio (2009, p.44):

O Sistema Único de Saúde promoveu transformações profundas nas políticas públicas e práticas referentes à saúde da população, compartilhando responsabilidades entre família, sociedade e Estado na garantia de atendimento integral à criança e ao adolescente, nos termos previstos no artigo 227 da Constituição.

Esse sistema deve além de promover, proteger e recuperar a saúde dos infantes, também desenvolver programas viabilizando assistência médica e odontológica, bem como criar campanhas de educação sanitária para pais, alunos e professores, corroborando para a prevenção de possíveis enfermidades apresentadas pelo público infantil. Por conseguinte, tendo em vista ser o direito à saúde um dos pilares do princípio da proteção integral, tal sistema está diretamente ligado ao direito à vida. Diante disso, de forma primária, o SUS deve assegurar além de todas as obrigações acima citadas, a prevenção de doenças precoces, como os casos de obesidade infantil, por meio de programas de incentivo ao aleitamento materno e alimentação adequada (ISHIDA, 2013).

Entretanto, a situação da saúde pública brasileira e do SUS - Sistema único de Saúde por vezes se opõe aos preceitos e garantias fundamentais, ao passo que não reconhecem o direito à saúde como requisito para exercício da cidadania, mas apenas como ausência da doença. Nesse cenário, os recursos destinados aos Fundos Municipais de Saúde passam a ser mal distribuídos além de mal administrados, o que representa a falta de política de recursos humanos e financeiros, bem como um desafio para sua consolidação (PEREIRA, 2008).

Diante disso, a saúde pública brasileira merece atenção especial das autoridades políticas e sociais, tendo em vista se tratar de um direito fundamental a ser efetivado, em sobreposição da ótica administrativa e fiscal. Registra-se ainda, a necessária atualização às transformações da medicina e o surgimento de novas doenças precoces que tem atingido de maneira preocupante o público infantil. Partindo dessa premissa as discussões devem ser mais incisivas quando tratados os deveres do Estado em face dos direitos e garantias fundamentais de crianças e adolescentes. Por se tratar de indivíduos em condição especial, essas questões devem ser tratadas com reporte direto ao princípio da proteção integral vinculado ao princípio do melhor interesse. Para Machado (2003, p. 109):

[...] por se acharem na peculiar condição de pessoas humanas em desenvolvimento – crianças e adolescentes encontram-se em situação especial e de maior vulnerabilidade, ensejadora da outorga de um regime especial de salvaguardas, que lhes permitam construir suas potencialidades humanas em sua plenitude.

Ademais, tendo em vista que a direção do SUS – Sistema Único de Saúde é unicamente estatal, torna-se sua, a responsabilidade solidária enquanto parte da rede de proteção integral, de promover, manter, atualizar e fiscalizar a saúde preventiva e recuperatória dos infantes. Assim, a União, os Estados, Distrito Federal e Municípios, não podem alegar ilegitimidade para se esquivar de possíveis afrontas aos direitos e garantias fundamentais do público infantil.

Nesse contexto, o direito fundamental à saúde deve ser pensado como norma jurídica e protetiva do princípio da proteção integral, ao passo que esse se relaciona diretamente com a busca de melhores condições em favor da criança e do adolescente, bem como na implementação de políticas públicas que assegurem a efetivação de seus direitos. Ainda, para Machado (2003, p.140): “na base da noção de proteção integral está à ideia de efetivação dos direitos fundamentais. Logo, na criação de instrumentos jurídicos que assegurem essa efetivação”.

Dessa forma, por ser o direito à saúde um direito fundamental ao desenvolvimento das crianças e adolescentes e responsabilidade subsidiária da rede de proteção integral, tem o Estado o dever de proporcionar mecanismos de acessos eficientes e preventivos relacionados ao desenvolvimento físico, psíquico e moral dos infantes, bem como viabilizar o atendimento prioritário de forma orientada e atualizada as transformações médicas e sociais.

Contudo, o direito à saúde ainda que pacificado, traz consigo o estereótipo de um longo caminho a ser percorrido, no que diz respeito a faixa etária abarcada pela pesquisa. Isso porque o Estado não é o único legitimado para zelar pela saúde e prevenção de doenças precoces atinentes ao público infantil. As famílias possuem um importante papel nesse processo, bem como a sociedade civil, em especial as empresas, visto que essas estão cada vez mais presentes no dia a dia dos infantes atreladas a outros grandes setores, como o setor publicitário, o qual mostra-se onipresente na vida dos infantes interferindo nas suas decisões de consumo.

Logo, a tríplice rede de proteção integral formada pelo Estado em conjunto com a família e sociedade civil tem o dever de prevenir e alertar crianças e adolescentes sobre as implicações de doenças precoces e qual a relação do surgimento dessas com seus hábitos de consumo. Nesse norte salutar reportar-se para os altos índices de obesidade infantil, doença não transmissível que têm tomado proporções preocupantes em nível nacional. Desse modo, tal

enfermidade reconhecida como epidemia brasileira, será tratada no tópico com vistas a demonstrar qual o papel do setor publicitário por meio da ciberpublicidade para o desenvolvimento da doença.

1 OS CONTORNOS DA CIBERPUBLICIDADE NA SOCIEDADE EM REDE E SUA RELAÇÃO COM OS CASOS DE OBESIDADE INFANTIL.

A publicidade conceituada por Dias (2010, p. 21) como: “o meio de divulgação de produtos e serviços com a finalidade de incentivar o seu consumo”, tornou-se uma das maiores fontes de estímulo ao consumo no Brasil e no mundo, acabando por atingir todas as faixas etárias, com crescente ascensão no mercado de produtos voltados ao público infantil.

Inerente destacar a diferença entre os termos publicidade e propaganda, os quais por vezes são usados como sinônimos na prática comercial, porém apresentam objetivos diferentes. Destarte, Dias (2010, p. 22) apresenta o conceito de propaganda como uma: “técnica de persuasão, porém, sem qualquer intuito econômico *apriori*. A influência que visa exercer sobre o homem é no sentido de adesão de alguma ideia política, religiosa ou cívica, retomando, portanto, a ideia original de propagar”.

Contudo, Erenberg, entende que não há diferença entre essas terminologias, ao passo que não há diferença entre o conceito técnico e jurídico disposto no art. 5º da Lei 4.680/65 a qual trata da profissão de publicitário, bem como no art. 4º do seu Decreto regulador nº 57690/66. Esses definem propaganda como: “qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um anunciante qualificado”, generalizando o termo “propaganda” as noções de divulgação, quais sejam, propaganda (divulgação de ideias) e publicidade (divulgação de produtos) (ERENBERG, 2003).

Ademais, para Erenberg (2003, p. 20): “a publicidade busca estabelecer uma relação de dependência psicológica entre o consumidor [...] e determinado produto, serviço ou marca, que resulte em última análise na compulsão para o consumo”.

Suas estratégias foram modificadas, especialmente quando em se tratando daquelas voltadas ou desenvolvidas para a internet, a qual segundo Castells (2003, p. 7) pode ser considerada hoje “o tecido das nossas vidas”.

A internet tornou-se uma rede de comunicação global. Foi graças a essa nova tecnologia que a sociedade em rede² se estendeu transcendendo os seus limites históricos de

² Primeiramente faz-se necessário explicar o que se entende por rede. Para Castells (2013, p. 52), a rede é “um conjunto de nós interligados. Os nós podem ter maior ou menor relevância para o conjunto da rede, de forma que

organização social e pode ser vista como uma sociedade em rede global, cuja estrutura é composta por tecnologias de informação e comunicação (CASTELLS, 2013, p. 58)

Esse processo emergente acabou por influenciar diretamente no comportamento dos infantoadolescentes. Atualmente o uso dessas tecnologias por crianças e adolescentes tornou-se algo natural, visto que esses nasceram em uma época onde os meios eletrônicos são comuns e, portanto, são denominados como “nativos digitais”³.

Para Silva (2015, p. 280):

Esses nativos digitais empregam a internet, telefones móveis e seus mais variados aplicativos com muita facilidade e nessa condição assumem um protagonismo que os distingue das crianças e adolescentes de outras épocas, porquanto o uso dessas ferramentas lhes amplia os canais de informação e comunicação, conferindo novas possibilidades de ser e estar no mundo.

Em se tratando da faixa etária abarcada pela pesquisa, um estudo realizado pelo Ibope Nielsen Online detectou que os infantes brasileiros são os que mais ficam conectados na internet chegando a uma média de 14 horas diárias. Crianças com idade entre 2 a 5 anos utilizam a internet cerca de três horas ao dia. Já para aquelas entre 6 e 11 anos, a quantidade de tempo em frente a *web* aumenta consideravelmente, cerca de 10 horas e quarenta e sete minutos (IBOPE NIELSEN ONLINE, 2015).

Com a mesma acepção, a pesquisa Tic Kids Online, desenvolvida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) vinculado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (Cgi.br) publicada e atualizada em outubro de 2017, demonstra detalhadamente o uso da internet pelos infantes no Brasil. Importante registrar que a coleta de dados relativa ao estudo foi realizada com crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos, separadas em diferentes regiões geográficas no país. Os dados aqui apresentados somam a sua totalidade.

De acordo com a pesquisa, 82% dos infantes possuem acesso ao ciberespaço, sendo que 69% estão conectados diariamente, mais de uma vez por dia. Desse total, 86% apoderam-se de perfil próprio nas redes sociais e 48% já buscaram informações sobre marcas e produtos publicizados na internet, bem como 42% tiveram contato com propaganda ou publicidade não

os são especialmente importantes se dominam centros em algumas “versões” da teoria das redes”. Segundo o autor na vida social, as redes nada mais são do que estruturas de comunicação consideradas como padrão de contato a partir de fluxos de mensagens entre comunicadores diferentes no tempo e no espaço. Esses fluxos são informativos e circulam entre os nós (CASTELLS, 2013, p. 53).

³ Palfrey e Gasser (2011, p. 11) definem como nativos digitais aqueles nascidos após 1980 quando as tecnologias digitais chegaram online. Todos esses têm acesso às tecnologias digitais e possuem habilidades para usá-las, menos os bebês ao nascer, visto que logo irão aprender.

adequadas para a sua idade. Ademais, 62% acessaram publicidades por meio das redes sociais, 69% por meio de sites de vídeos, como o *YouTube* e 40% por meio de jogos *online* (TIC KIDS ONLINE BRASIL, 2017).

Conseqüentemente, 57% passaram a curtir e seguir as publicidades recebidas e 24% compartilharam a publicidade infantil na rede. Essa proporção de contato dos usuários com publicidade na rede levou 43% dos infantes a pedirem para seus pais algum produto após o contato com a publicidade. Ainda, a pesquisa concluiu que o meio mais utilizado para acessar internet por crianças e adolescentes é o celular chegando ao percentual de 91% (TIC KIDS ONLINE BRASIL, 2017).

Nesta senda, no que diz respeito à publicidade infantil proferida por meio do ciberespaço essa torna-se ainda mais preocupante, visto que com a liberdade de acesso a hipervulnerabilidade dos infantes é conseqüentemente ampliada, ao passo que não possuem discernimento para entender os apelos publicitários, bem como os conteúdos prejudiciais ao seu desenvolvimento expostos na rede.

Ademais, os estilos de publicidade apresentados pelos meios de comunicação de massa como rádio e televisão foram readaptados, agora para um contexto de rede. Isso porque a lógica desse modelo unidirecional era a comunicação persuasiva de marcas, produtos e serviços no intuito de atingir o seu público consumidor, onde o *feedback* era/é dado pela quantidade de vendas. Essas narrativas publicitárias atendiam a lógica básica e formulada como “atenção/interesse/desejo e ação” (ATEM; OLIVEIRA; AZEVEDO, 2014, p. 7).

Com o advento da internet as narrativas publicitárias mudaram e o modelo tradicional sofreu transformações importantes. Os anunciantes passaram a desenvolver novas estratégias publicitárias de monitoramento e engajamento dessa massa produtora de conteúdos que transformou o consumidor em um aliado para disseminação positiva das marcas e produtos. Desse modo, a fórmula lógica das narrativas publicitárias dos meios de comunicação de massa foi modificada para um novo contexto de “interatividade/relevância/experiência”. Esses aspectos embalam o novo fazer publicitário quando se trata de internet, o que Atem, Oliveira e Azevedo (2014, p. 10), chamam de “Ciberpublicidade”.

Advinda como parte da transformação das práticas sócio-culturais vigentes, seu engajamento vem da Cibercultura⁴. O autor reconhece que esse crescimento “resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de

⁴ Conceituada por Lévy (1999, p.17) como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”

comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem” e, portanto, estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação (LEVY, 1999, p. 11).

Segundo Castells, a comunicação pode ser considerada como ferramenta indispensáveis na manipulação da informação e construção do conhecimento pelos indivíduos. Isso porque “a geração, processamento e transmissão de informação torna-se a principal fonte de produtividade e poder” (CASTELLS, 1999, p.21). Para o autor, o poder na sociedade em rede “é o poder da comunicação” (CASTELLS, 2013, p. 93).

De acordo com Silva (2009, p. 113): “O ambiente virtual oferece uma pluralidade de serviços aos usuários, disponibilizando informações e múltiplas possibilidades de comunicação”. Nesse sentido não mais se abre apenas a possibilidade do usuário ser informado, mas também de informar mostrando o que pensa. No campo das comunicações abre-se novas oportunidades de interação que os incentivam a produzir e compartilhar o material exposto na rede, essas são constantemente acolhidas pelo público infantoadolescente (SILVA, 2009, p. 113-114).

Portanto, um novo fazer publicitário se descortina, tendo em vista as possibilidades desse novo espaço interativo. Diferente da publicidade tradicional, a ciberpublicidade está engajada à multiplicar e potencializar a persuasão enunciativa. Desse modo, serve como meio de promoção dos produtos, os quais a depender da reação do público alvo poderão ser reformulados. Tal situação era impossível nas mídias tradicionais, visto que o *feedback* era dado somente por meio da ação/compra. No modelo atual o setor publicitário não espera o consumidor reagir à campanha, mas sim estabelece um diálogo contínuo e intenso entre fornecedor e consumidor por meio da ciberpublicidade (ATEM; OLIVEIRA; AZEVEDO, 2014, p. 10-11).

Dentre as mais variadas formas e estratégias ciberpublicitárias que surgiram nesse processo cita-se, como exemplo, sites de destinação de empresas, *banners*, publicidade enviada por e-mail e uma estratégia recente e inovadora chamada de *unboxing* ou *unwarping* (termo em inglês para o ato de desembalar produtos). Tal estratégia é desenvolvida no YouTube normalmente por influenciadores mirins que desembalam brindes e brinquedos relacionados a uma determinada marca (LEÃO *et. al.*, 2016).

Destaca-se ainda, os jogos interativos denominados de *advergimes*. Por intermédio desse último, o setor publicitário visa atrair crianças e adolescentes para o consumo de produtos e serviços e conseqüentemente fidelizar sua marca por meio da experiência positiva que o jogo proporciona (SILVA, 2015).

Embora as mídias sociais tenham uma abrangência muito maior do que as redes sociais são para elas que os olhares estão voltados no momento atual, visto a possibilidade de um relacionamento mais próximo com o cliente e conseqüentemente um crescimento no consumo dos seus produtos (SANTAELLA; MENDONÇA, 2014).

Atualmente, a ciberpublicidade investe em um verdadeiro diálogo com seus possíveis consumidores. Esses são chamados a “cocriar” a própria campanha, os discursos que a permeiam e a própria identidade da marca (ATEM; TAVARES, 2014, p. 121).

De acordo com os autores acima citados a leitura discursiva está relacionada com os afetos e os signos. O primeiro diz respeito a um modo de materialização de pensamentos e extensão pela mediação dos atributos de modo subjetivo. Já o segundo, seria o sentido que eclode entre o enunciado e o mundo (o conteúdo de um pensamento). A ideia principal desse novo contexto publicitário é criar uma relação de afetividade entre consumidor, produto e marca por meio da experiência. E, conseqüentemente fazer com que esses possam influenciar novos consumidores.

Nesse sentido, segundo Atem e Tavares (2014, p. 124), a ciberpublicidade é considerada uma “megamáquina de subjetivação capitalística que (re) produz, de modo tão agressivo como simpático, os valores e os afetos do modo de vida produtivista-consumista atual”, os quais são materializados por meio dos signos discursivizados por ela.

Para tanto está centrada nos consumidores, como objetos de armazenamento e difusão de informações mercadológicas sobre bens e consumo. Um possível consumidor não apenas responde aos apelos publicitários, mas é chamado a participar das campanhas, construir sua narrativa, a ser coenunciador da marca. Sem a interação desses não há sequer campanha (jogos *online*, por exemplo, sem jogador não há jogo). Um fluxo circular na forma de diálogos interpessoais gera naturalidade ao discurso ciberpublicitário. É por meio desses diálogos que as pesquisas são constantemente realizadas no ambiente online e, conseqüentemente os produtos são ofertados.

Nesse sentido, percebe-se que os infantoadolescentes estão cada vez mais inseridos no contexto virtual e, portanto, expostos aos riscos dispostos na rede como a onipresença da ciberpublicidade. Desse modo, importante destacar que a emergência dessa nova realidade vem interferindo ainda mais nas decisões de compra do público infantil, de maneira especial, aquelas relacionadas aos seus hábitos alimentares, relação que acaba contribuindo para o surgimento de doenças precoces como os casos de obesidade infantil.

A obesidade infantil é atualmente conceituada pela Organização Mundial da Saúde como “acumulação de gordura anormal ou excessiva que apresenta um risco para a saúde”⁵, contribui para o desenvolvimento de outras doenças crônicas como diabetes, problemas cardiovasculares e câncer. Seu crescimento, que até então preocupava apenas os países ricos, vem ocorrendo drasticamente em países de baixa e média renda, sobretudo nos centros urbanos (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2017).

Todo um sistema de vida inadequado favorece o seu desenvolvimento a nível global, o que vai desde uma alimentação insatisfatória, sedentarismo, velocidade das refeições, desequilíbrio alimentar, consumo de produtos com alto teor de sódio, gorduras e açúcares até a relação família versus alimentação. Nos dias de hoje o maior número de morbidade está relacionada à população pobre e com condições genéticas e ambientais características da doença (FISBERG, 2005, p. 3).

No Brasil, a Sociedade Brasileira de Pediatria, conceitua a doença como: “[...] uma doença crônica, complexa, de etiologia multifatorial e resulta de balanço energético positivo. O seu desenvolvimento ocorre, na grande maioria dos casos, pela associação de fatores genéticos, ambientais e comportamentais”. (SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA, 2017, p. 22).

Atualmente, pesquisas publicadas pelo Ministério da Saúde, em parceria com a Vigitel Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico - Vigitel, concluíram que esse percentual vem aumentando consideravelmente, ao passo que, 53,8% dos brasileiros estão acima do peso (57,7% homens e 50,5% mulheres), um crescimento de 23,3% em comparação ao ano de 2006. Com relação à obesidade o percentual também assusta, ao passo que 18,9% da população brasileira está obesa, 60% a mais que em 2006 (19,6% mulheres e 18,1% homens) (MINISTÉRIO DA SAÚDE DO BRASIL, 2017).

Quanto à faixa etária abarcada pelo presente trabalho, o relatório acima citado, informa sobre o percentual de crianças e adolescentes com excesso de peso e com grau de obesidade no país. Nesse sentido informa que 59,2% das crianças entre 0 a 8 anos, 53,3% entre 9 a 11 anos e 48,8% dos adolescentes entre 12 anos ou mais estão com excesso de peso. Ao passo que 23,5% das crianças entre 0 a 8 anos, 18,3% entre 9 a 11 anos e 14,9% dos adolescentes entre 12 anos ou mais estão obesos (MINISTÉRIO DA SAÚDE DO BRASIL, 2017).

No que tange ao seu surgimento, os profissionais médicos, bem com a Organização Mundial da saúde, ambos acima citados compactuam de que a obesidade infantil está relacionada a fatores internos e externos que isolados ou associados, desencadeiam a doença.

⁵ Do original: “abnormal or excessive fat accumulation that presents a risk to health” (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2017).

Desse modo, como fator interno “(fator endógeno)” cita-se a herança genética, a qual está relacionada à predisposição familiar, ou seja, pais obesos trazem predisposição para que seus filhos sejam obesos, mesmo que não de forma absoluta. Outro fator é o metabólico, isto é, como o organismo de cada indivíduo funciona. Já os fatores externos “(fatores exógenos)”, estão relacionados à inadequação alimentar, estresse, sedentarismo e fatores culturais (DÂMASO, *et al.*, 2009, p. 6).

Contudo, Fisberg alerta para um fator externo crescente a ser levado em consideração, de maneira contributiva e influenciadora na preferência alimentar dos infantes, qual seja a publicidade. Isso porque, devido o advento da globalização e as mudanças de hábitos alimentares advindas desse processo o aparecimento da doença em crianças foi favorecido. Essas, estão cada vez mais sedentárias, passam grande parte do seu dia em frente à televisão, computadores, *tablets* e *smartphones*. Seu gasto energético diminuiu consideravelmente e a busca pelo consumo de alimentos com alta densidade calórica oferecidos pelo setor publicitário por meio das telas, aumenta de maneira desordenada (FISBERG, 2005).

Ratificando a informação Taddei; *et.al.* (2016, p. 176) confirma que:

O atual ambiente obesogênico caracteriza-se pelo crescimento mundial de consumo de alimentos ultraprocessados, motivado por estratégias de marketing desenvolvidas por indústrias multinacionais, que investem fortemente na divulgação de produtos de alta densidade energética para crianças e adolescentes.

Dentre os anúncios publicitários externados no ciberespaço diariamente, registra-se a crescente ciberpublicidade de produtos com alto teor de sódio, gorduras e açúcares, tendo em vista o oferecimento de maior palatabilidade. O mais preocupante nessa constatação é que crianças e adolescentes não mais se enquadram como apenas receptores de publicidade, mas também transmissores e promotores das marcas que lhes são ofertadas pelas quais possuem um sentimento de afetividade. Por conseguinte, repassam a outras crianças suas experiências e contribuem para uma sensação de pertencimento ao grupo social, bem como para a disseminação de fatores que influenciam externamente no desenvolvimento da obesidade infantil.

Para Vivarta (2013, p. 10) a temática da publicidade seja ela *ciber* ou não merece atenção especial tendo em vista ser um fator externo relevante para impulsionar o consumo das crianças. Para, além disso, contribui para a formação de hábitos alimentares não saudáveis que serão levados para a vida toda, em especial com relação a bebidas altamente calóricas e

alimentos com baixo valor nutricional, o que vem contribuindo para uma verdadeira epidemia de obesidade infantil.

Tal relação vem responsabilizar a tríplice rede de proteção integral, em especial a sociedade, especificamente as empresas e o setor publicitário pela violação do direito fundamental à saúde dos infantes, bem como a sua dignidade humana pois, o desenvolvimento de hábitos alimentares não saudáveis, além de contribuir para a obesidade infantil, também influenciarão de forma negativa no aparecimento de outras doenças crônicas não transmissíveis como problemas cardiovasculares e diabetes, os quais serão levados até sua vida adulta.

Hodiernamente não há no Brasil lei específica que regulamente a publicidade infantil, quanto mais a ciberpublicidade. Contudo, dispostos normativos com referência a publicidade enganosa e abusiva são encontrados no Código de Defesa do Consumidor, Arts. 36 e 37 (BRASIL, 1990). Registra-se ainda, a existência de um Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR, o qual possui o poder apenas recomendativo e fiscalizador nas mídias tradicionais. Em se tratando do ciberespaço não há qualquer fiscalização e medida punitiva, o que facilita o discurso persuasivo do setor publicitário e das empresas (CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA – CONAR, 2018).

Ademais cumpre mencionar a Resolução 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA, a partir da qual, fica proibido, o direcionamento às crianças de anúncios impressos, comerciais televisivos, promoções, merchandising e comunicações mercadológicas no interior de escolas de educação infantil e de ensino fundamental, inclusive nos uniformes escolares e materiais didáticos considerando abusiva toda publicidade direcionada a criança (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 2014).

Por fim, imperioso destacar a existência do Projeto de Lei nº 5.921/2001 de autoria do Deputado Luiz Carlos Hauly, com o intuito de regular no Código de Defesa do Consumidor, norma específica que além de proibir, possa também punir a publicidade de produtos infantis que venham trazer qualquer malefício ao desenvolvimento saudável e seguro dos infantes, sob a ótica do princípio da proteção integral (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2018).

No entanto, o Projeto se encontra na Mesa Diretora da Câmara dos Deputados para a devida apreciação há 17 anos e sua situação atual⁶ está sujeita a apreciação do plenário (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2018).

⁶ Informação atualizada até o dia 01 de setembro de 2018.

Logo, para além de um aparato normativo é preciso que a tríplice rede de proteção integração, especialmente o terceiro setor, reconheça que crianças e adolescentes encontram-se em um processo peculiar de desenvolvimento e portanto, são incapazes de discernir sobre o discurso ciberpublicitário. É preciso se colocar no lugar do outro e de fato se responsabilizar por um desenvolvimento saudável das presentes e futuras gerações.

Não se está a falar em extremismos, mas em se pensar em novas formas capazes de efetivar os direitos dos infantes por meio de uma contribuição ativa por parte da tríplice rede de proteção integral visando o bem comum e não interesses pessoais, como o lucro.

Diante o exposto, percebe-se que a obesidade infantil é uma doença crônica não transmissível crescente no cenário brasileiro. Se não prevenida, pode vir a gerar complicações irreversíveis na fase adulta. Foi possível demonstrar que o seu desenvolvimento se dá basicamente por fatores internos e externos, restando comprovada a relação entre a ciberpublicidade e o consumo de alimentos, os quais estão diretamente ligados com o desenvolvimento da doença no país.

A falta de legislação específica sobre o tema se descortina, mas a responsabilidade da tríplice rede de proteção integral, sobretudo as empresas mostra-se necessária. Estado e família igualmente devem cumprir o seu papel, mas o lucro não pode se sobressair aos direitos fundamentais dos infantes, em especial o direito fundamental à saúde. A Constituição Federal e o Estatuto são claros ao declarar que crianças e adolescentes possuem primazia no que diz respeito a efetivação dos seus direitos fundamentais. Para tanto, nesse caso o direito fundamental à saúde deve estar em sobreposição ao direito à comunicação e tríplice rede deve ser a principal fiscalizadora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os apontamentos iniciais da primeira seção prestaram-se a elencar breve apanhado histórico e evolutivo dos Direitos da Criança e do Adolescente no que tange ao Princípio da Proteção Integral. Nessa seara, salientou-se o reconhecimento dos infantoadolescentes como sujeitos de direitos e, portanto, mercedores de proteção em sua integralidade responsabilizando a tríplice rede de proteção formada pela Família, Estado e Sociedade no tocante a proteção e aplicação dos direitos e garantias fundamentais inerentes aos infantes.

Nessa seara elencou-se os aparatos normativos vigentes relacionados ao Direito fundamental à Saúde no Brasil, sobretudo aqueles que visam resguardar esse direito em prol da infância. Portanto, restando comprovado o dever do Estado em proporcionar por meio de

políticas públicas, acesso igualitário e prioritário para crianças e adolescentes no Sistema único de Saúde – SUS. Contudo apresentou-se os problemas e as dificuldades atuais da saúde pública brasileira salientando que o direito a saúde no Brasil possui um longo caminho em busca de sua efetivação.

Na segunda seção foi possível demonstrar os contornos da ciberpublicidade no contexto da sociedade em rede, suas novas estratégias, bem como seu discurso afetivo por meio da experiência. Ademais, sua nova lógica e vigilância constante, o que acaba por colocar crianças e adolescentes em total hipervulnerabilidade frente aos desejos consumeristas, visto se tratar de um grupo em desenvolvimento físico, psíquico e moral, portanto incapazes de discernir sobre os estímulos ciberpublicitários.

Ainda, na segunda seção, em resposta ao problema proposto, foi possível concluir por meio das constatações da ciência médica e psicológica, bem como a partir de breves demonstrações das estratégias ciberpublicitárias a influência da ciberpublicidade, enquanto fator externo contributivo para o consumo de produtos com alto teor de sódio, gorduras e açúcares, os quais acabam contribuindo efetivamente para o desenvolvimento de doenças precoces como nos casos de obesidade infantil. Ademais, registrou-se brevemente os aparatos normativos existentes, os quais fazem menção a publicidade infantil no Brasil. Contudo, verificou-se que não há norma regulamentadora específica e que, as existentes, mostram-se ineficientes, sobretudo em se tratando de ciberpublicidade.

Destarte, registra-se a responsabilidade da tríplice rede de proteção integral frente ao problema, ao passo que todos devem estar atentos a um desenvolvimento digno e saudável dos infantes. Em especial elencou-se a responsabilidade das empresas e do setor publicitário que manipulam e manobram com os sentimentos dos infantes por meio de estratégias/experiências criativas e inovadoras visando atraí-los para o consumo de alimentos danosos a sua saúde por meio de um discurso que visa induzir a afetividade com a marca e o produto e, ainda, a propagação desses para os grupos sociais.

Tais ações, demonstram que tanto as empresas, quanto o setor publicitário estão estritamente preocupados com a obtenção de lucro deixando de lado o reconhecimento de criança e adolescentes encontram-se em um processo de formação e, portanto, são incapazes de discernir sobre o bem e o mal.

Logo, vê-se na tríplice rede de proteção integral formada pela família, sociedade e Estado a responsabilidade pela efetivação do direito fundamental à saúde frente as estratégias ciberpublicitárias. A família possui um papel de controle de extrema importância, enquanto o

Estado, pelo dever de provisão, deve pensar em mecanismos fiscalizadores e capazes de frear o problema considerado hoje uma das grandes epidemias brasileiras.

Por fim e, quiçá mais importante, no que diz respeito as empresas e o setor publicitário, esses devem atentar-se que o seu papel informativo/comunicativo deve ser ético, claro e transparente quando em se tratando de um público em condição peculiar de desenvolvimento. O lucro não pode se sobressair a um desenvolvimento saudável e, portanto, deve haver um cuidado para que a propagação dos seus discursos, imbuídos de um direito (direito à comunicação) não venham violar outro direito fundamental que, dentro da seara garantista, encontra primazia, qual seja, o direito fundamental à saúde dos infantes.

Tais atores precisam livrar-se das amarras egoístas impostas pela sociedade do consumo, e aqui não se está a falar que precisam deixar de vender ou publicizar, mas sim da necessidade de se reconhecer que um tratamento mais humano e transparente pode ser a chave para harmonizar a relação produtor, consumidor por meio de uma publicidade ética e preocupada com o futuro das presentes e futuras gerações.

REFERÊNCIAS

ATEM, Guilherme Nery; OLIVEIRA, Thaianie Moreira de; AZEVEDO, Sandro Tôres de. **Ciberpublicidade**: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática. Rio de Janeiro: E-Papers, 2014.

ATEM, Guilherme Nery; TAVARES, Mariana Aires. O *phatos* discursivo na ciberpublicidade. In: ATEM, Guilherme Nery; OLIVEIRA, Thaianie Moreira de; AZEVEDO, Sandro Tôres de (Orgs). **Ciberpublicidade**: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática. Rio de Janeiro: E-Papers, 2014

BRASIL. **Constituição Federal da República**. Senado Federal. Brasília, 1988.

_____. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Senado Federal. Brasília, 1990.

_____. **Código de Defesa do Consumidor**. Senado Federal. Brasília, 1990.

CAMARA DOS DEPUTADOS. **PL 5921/2001**. Acrescenta parágrafo ao Art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 que dispõe sobre a proteção do consumidor e das outras providências. Disponível em:
<<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=43201>>.
Acesso em 01 de set. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.

_____. **A Galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **O poder da comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO - CETIC. BR. **Pesquisa Tic Domicílios Brasil, 2016**. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Acesso em: 05 out. 2017.

_____. **Pesquisa Tic Kids Online Brasil, 2016**. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>>. Acesso em: 05 out. 2017.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA – CONAR. **Sobre o Conar**. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em: 21 mai. 2017.

CUSTÓDIO, André Viana. **Direito da Criança e do Adolescente**. Criciúma, SC: UNESC, 2009.

DÂMASO, Ana; *et al.* Etiologia da obesidade. In: DÂMASO, Ana (Org). **Obesidade**. -2.ed. – Rio de Janeiro: Guanbara Koogan, 2009.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO: **Resolução nº 163, de 13 de março de 2014**. Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014>>. Acesso em: 04 de abr. 2014.

DIAS, Lucia Ancona Lopes de Magalhães. **Publicidade e direito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

ERENBERG, Jean Jacques. **Publicidade patológica na internet à luz da legislação brasileira**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003.

FISBERG, Mauro. **Atualização em obesidade na infância e adolescência**. São Paulo: Atheneu, 2005.

IBOPE NIELSEN ONLINE. **Os filhos da era digital**: dados demográficos. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/insights/news/2015/Os-filhos-da-era-digital.html>>. Acesso em: 02 dez. 2017.

ISHIDA, Válter Kenji. **Estatuto da criança e do adolescente**: doutrina e jurisprudência. – 14. ed. – São Paulo: Atlas, 2013.

LEÃO, Danuta; *et. al.* A CiberPublicidade Infantil : experiência, linguagem e consumo. **In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – São Paulo, 2016, p. 1-15. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2130-1.pdf>>. Acesso em: 04 fev. 2018.

LÉVY. Pierre. **Cibercultura**: tradução de Carlos Irineu da Costa. - Ed 34. São Paulo:, 1999.

LOPES, Jacqueline Paulino; FERREIRA, Larissa Monforte. **Breve Histórico das Crianças e dos Adolescentes e as Inovações do Estatuto da Criança e do Adolescente - Lei 12.010/09**. São Paulo, 2013.

MACHADO, Martha de Toledo. **A proteção constitucional de crianças e adolescentes e os direitos humanos** - Barueri, SP: Manole, 2003.

MINISTÉRIO DA SAÚDE – PORTAL DA SAÚDE. **Vigitel 2016**: hábitos dos brasileiros impactam no crescimento da obesidade e aumenta prevalência de diabetes e hipertensão. Disponível em: < http://portalarquivos.saude.gov.br/images/pdf/2017/abril/17/Vigitel_17-4-17-final.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2017.

PALFREY, John; GASSER, Urs. **Nascidos na era digital**: entendendo a primeira geração dos nativos digitais. Porto Alegre: Artmed, 2011.

PEREIRA, Tania da Silva. **Direito da criança e do adolescente** – Uma proposta interdisciplinar – 2ª edição revisada e atualizada. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge. **Direitos da criança e do adolescente em face da TV**. São Paulo: Saraiva, 2011

SANTAELLA, Lucia; MENDONÇA, Maria Collier de. Reconfigurações da publicidade no ciberespaço: um cenário em construção. In: ATEM, Guilherme Nery; OLIVEIRA, Thaiané Moreira de; AZEVEDO, Sandro Tôrres de (Orgs). **Ciberpublicidade**: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática. Rio de Janeiro: E-Papers, 2014.

SARAIVA, João Batista Costa. **Adolescente em conflito com a lei**: da indiferença à proteção integral: uma abordagem sobre a responsabilidade penal juvenil. 2. ed. rev. ampl. – Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2005.

SILVA, Rosane Leal da. **A proteção integral dos adolescentes internautas**: limites e possibilidades em face dos riscos no ciberespaço. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2009

_____. O direito da criança e do adolescente desafiado pela era digital: repensando a prevenção especial em face de conteúdos prejudiciais e ilícitos difundidos na internet. In. VERONESE, Josiane Rose Petry; ROSSATO, Luciano Alves; LÉPORE, Paulo Eduardo. (Org) **Estatuto da Criança e do Adolescente**: 25 anos de desafios e conquistas. São Paulo: Saraiva, 2015, p. 277-296.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA. **Obesidade na infância e adolescência**: manual de orientação departamento de nutrologia. Disponível em: < http://www.sbp.com.br/pdfs/14297c1-Man_Nutrologia_COMPLETO.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2017.

VERONESE, Joseane Rose Petry. **Os Direitos da Criança e do Adolescente**. São Paulo: LTr, 1999.

_____. Os direitos da criança e do adolescente: construindo o conceito de sujeito – cidadão. IN: WOLKMER, Antônio Carlos, MORATO, José Rubens (orgs). **Os direitos no Brasil: natureza e perspectivas: uma visão básica das novas conflituosidades jurídicas**. São Paulo: Saraiva, 2003.

VIVARTA, Vett. **Saúde em pauta saúde e qualidade de vida no olhar da imprensa sobre a infância**. São Paulo: Cortez, 2003.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Global Nutrition Targets 2025 Childhood Overweight Policy Brief**. Disponível em: <

http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/149021/2/WHO_NMH_NHD_14.6_eng.pdf?ua=1>.

Acesso em: 17 jul. 2017.