



Infância e Publicidade

Proteção dos direitos fundamentais da criança
na sociedade de consumo

Igor Rodrigues Britto

 EDITORA CRV

Resumo de Infância e Publicidade. Proteção dos Direitos Fundamentais da Criança na Sociedade de Consumo

O fenômeno do consumo infantil tem sido objeto de estudo de cientistas de diversas áreas, como a sociologia, antropologia, psicologia, pediatria, comunicação social e direito. Todos os estudos que levam o tema a sério chegam à mesma conclusão: a participação precoce do indivíduo na sociedade de consumo de massa coloca em risco o seu desenvolvimento saudável.

Por essa razão, o tema do consumo infantil se insere nas pautas de todas as discussões sobre o desenvolvimento da criança como um fenômeno preocupante. Nessas discussões é comum abordar a atividade publicitária que se dirige ao público infantil como uma das principais colaboradoras do comportamento consumista dos mais jovens.

Este livro pretende abordar de forma crítica a relação da publicidade com o novo comportamento de consumo das crianças e suas implicações no universo jurídico. Buscando fundamentos em pesquisas sociológicas e em estudos da psicologia, entre outras áreas, o autor descreve como a publicidade dirigida à criança é tratada atualmente pelo Direito Constitucional, Civil e do Consumidor para então promover uma nova discussão sobre tratamentos específicos do Direito brasileiro sobre o assunto.

As conclusões passam pela análise de ordenamentos jurídicos estrangeiros que já regulamentam de forma mais clara os discursos publicitários direcionados às crianças.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)