



# **A CULTURA DA ADULTIZAÇÃO INFANTIL NA ERA DA ATUALIDADE : O REFLEXOS NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

## **THE CULTURE OF CHILD ADULTIZATION IN THE TODAY'S ERA: REFLECTIONS IN THE BRAZILIAN LEGAL ORDER**

**Mateus Borges LIMA**  
FACULDADE SERRA DO CARMO (FASEC)  
E-mail: [mateusborges535@gmail.com](mailto:mateusborges535@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1810-8151>

**Edy César dos PASSOS JÚNIOR**  
FACULDADE SERRA DO CARMO (FASEC)  
E-mail: [prof.edyjunior@fasec.edu.br](mailto:prof.edyjunior@fasec.edu.br)  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7747-4622>

### **RESUMO**

Este artigo tem por objetivo investigar e analisar a manifestação da adultização infantil através da cultura midiática contemporânea, investigando como esse fenômeno foi surgindo no decorrer dos anos e como se encontra atualmente, a partir de relatos históricos sobre a infância e posicionamentos dos doutrinadores acerca de suas interpretações. Ademais refere-se nesta pesquisa análises de normas, jurisprudências e doutrinas pertinentes a temática, Para alcançar tal objetivo foi utilizado um método de abordagem dedutivo, com pesquisa explicativa e qualitativa do tipo bibliográfica e utilizará uma pesquisa documental.

**Palavras-chave:** Adultização. Mídia Influenciadora. Crianças. Infância.

### **ABSTRACT**

This article aims to investigate and analyze the manifestation of child adultization through contemporary media culture, investigating how this phenomenon has emerged over the years and how it currently exists, based on historical reports about childhood and the positions of indoctrinators regarding their interpretations. Furthermore, this research refers to analyzes of norms, jurisprudence and doctrines relevant to the topic. To achieve this objective, a deductive approach method was used, with explanatory and qualitative research of the bibliographic type and will use documentary research.

**A CULTURA DA ADULTIZAÇÃO INFANTIL NA ERA DA ATUALIDADE: O REFLEXOS NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO.** Mateus Borges LIMA; Edy César dos PASSOS JÚNIOR. JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. ISSN: 2526-4281 - FLUXO CONTÍNUO. 2024 - MÊS DE NOVEMBRO - Ed. 56. VOL. 02. Págs. 333-348. <http://revistas.faculadefacit.edu.br>. E-mail: [jnt@faculadefacit.edu.br](mailto:jnt@faculadefacit.edu.br).



**Keywords:** Adultization. Influencer Media. Children. Infancy.

## INTRODUÇÃO

Este trabalho irá abordar acerca da adultização da criança e seus reflexos no ordenamento jurídico, onde este tipo de prática interfere nas fases infantis e fere princípios, normas e diretrizes que são inerentes a crianças e adolescentes, devendo tal problemática ser debatida a fim de ser suscitada.

A utilização e o acesso às redes sociais, com maior destaque para as redes sociais, são cada vez mais motivados pelos meios de comunicação, pela mercadologia digital, pelas facilidades tecnológicas de mercadologia e publicidade com o alcance incalculável que estas ferramentas proporcionam, recontando com seguidores, pessoas estranhas, públicos que, sem eles, não seria possível alcançá-los.

No Brasil, o Estatuto da criatura e do adolescente tem como objetivo estatutário proteger os menores de 18 anos, assegurar seu desenvolvimento físico, mental, moral e social de acordo com os princípios constitucionais de liberdade e dignidade, e prepará-los para a vida adulta.

Mas cada vez mais o cenário midiático infantil inclui atores infantis, cantores, apresentadores, etc. Esta questão ganha ainda mais destaque quando é introduzida na forma do trabalho infantil está a começar a ocupar um lugar de destaque nas controvérsias de protesto social, uma vez que a falta de visibilidade do trabalho infantil leva muitas vezes as pessoas a acreditar que ele não existe.

Sendo a infância um período importante na formação do indivíduo como um todo, é necessário pensar nos problemas que a cercam, pois as crianças têm seus direitos garantidos pela constituição Federal/1988 e pela lei da Infância e Infância/1990, que por sua vez merecem proteção especial. A família na sociedade e nas autoridades públicas deve estar no centro. O problema de pesquisa refere-se à análise acerca da existência da adultização infantil e sua repercussão no ordenamento jurídico.

O objetivo deste texto é analisar as consequências jurídicas da exposição infantil à internet com foco no conteúdo gerado pelos seus responsáveis legais, geralmente os pais principalmente no caso de exposição para fins comerciais quando esses pais, ou um deles, utilizam a rede imagem. dos seus filhos ou tutelados a divulgar marcas de

produtos que possam ser vendidos online, em colaboração com lojas que, através da imagem da criança ou da família de referência, atravessem a beneficiar das suas atividades, embora a proteção da Infância deva ser abrangente, segundo os pilares das leis modernos baseadas na ideia de proteção integral da infância.

Impulsionados pela ideia de consumo e imersos em um mundo em que o sistema capitalista se apresenta de forma extrema, reconhecemos que há uma adultização excessiva da criança e por isso pesquisamos este trabalho para estimular a reflexão sobre os malefícios dessa cultura. As consequências para a criança e os efeitos desta introdução ao mundo adulto precocemente através da forte presença publicitária e da atração capitalista.

Para alcançar tal objetivo foi utilizado um método de abordagem dedutivo, com pesquisa explicativa e qualitativa do tipo bibliográfica e utilizará uma pesquisa documental. Por fim será abordado neste trabalho acerca do conceito e evolução histórica da adultização de crianças no Brasil, onde se verificará diversos posicionamentos acerca da temática, ademais no capítulo três será evidenciada a publicidade infantil, influência da mídia e incentivo ao consumo infantil com intuito de elencar os limites e parâmetros vigentes acerca da legislação publicitária e suas violações, já no capítulo quatro verificará as violações diante do trabalho do menor em atividades artísticas, esportivas e similares, portanto com a finalidade de instruir será abordado acerca da análise jurídica do projeto de lei n. 83/2006, bem como uma análise da ADIN 5.326 do STF.

## **A ADULTIZAÇÃO DE CRIANÇAS, CONCEITO E EVOLUÇÃO HISTÓRICA**

Para o autor (TIBA, 2011), adultizar é, portanto, o encorajamento da inclusão extrema da criança em contextos alheios à infância. Um reflexo desses estímulos são crianças com muitos compromissos e responsabilidades, assim como crianças preocupadas com os cuidados com o corpo e a aparência. Não se caracteriza a adultização brincar de ser adulto, mas quando a brincadeira se torna um interesse ou uma necessidade.

Em decorrência dos estímulos constantes dos adultos, as crianças podem adotar comportamentos, atitudes, hábitos, formas de passar o tempo livre, cuidados, deveres

e ações típicas da vida adulta. Essa apropriação, fora do contexto do jogo, caracteriza o processo da adultização.

O campo infantil tem grande representatividade no desenvolvimento do Brasil. A título de exemplo, a economia cresceu apenas 0,1% em 2014, mas o segmento infantil subiu e se mostrou uma das oportunidades para recuperar os investimentos das indústrias e franquias. (Folha de São Paulo, 2015) (Sebrae, 2015).

Segundo o Sebrae, amplas empresas estão se arriscando em marcas voltadas para o público infantil para compensar as vendas. Segundo a Associação Finlandesa de Roupas, além de consumidores mais ativos, as crianças também são mais exigentes, pois acompanham as tendências da moda na internet, nas novelas infantis e na escola. (Sindivest, 2015)

As mães destacam, em uma entrevista à revista Exame (2014), que o atual padrão de consumo reflete a normalidade do desejo dos filhos de evitar repetir roupas, escolher suas próprias vestimentas e acompanhar as tendências do mundo da moda. Dentro desse cenário, observa-se um aumento do consumo excessivo e desenfreado, frequentemente associado a sentimento de frustração, obsessão e até mesmo depressão, elementos que, apesar de parecer indispensáveis, são questionados em relação a sua real necessidade e essencialidade na vida das crianças.

Tais crianças encontram-se, de fato, como vítimas da influência da cultura capitalista. Diariamente são expostas a elementos do mundo adulto, muitas vezes de maneira erotizada, sem pleno discernimento. É lamentável observar que, apesar do progresso científico e tecnológico, estamos testemunhando uma regressão moral, pertencendo a uma sociedade que parece ser indiferente às necessidades infantis. A tendência preocupante da erotização infantil está se tornando cada vez mais evidente, mesmo que sua naturalização seja considerada inaceitável.

### **Trabalho Infantojuvenil no Brasil no Século XX**

Excepcionalmente, o trabalho infantil permanece sendo uma realidade deplorável em várias comarcas brasileiras e em outros países, principalmente naqueles classificados como subdesenvolvidos. É válido pontuar que existem diversos fatores que podem levar uma criança ou um adolescente a principiar a trabalhar.

A pobreza e a deficiência na qualidade da educação destacam-se como fatores primordiais, aliados à falta de perspectivas escolares e a elevada disponibilidade de mão de obra em comunidades de baixo poder aquisitivo. Esses constituem apenas alguns dos inúmeros elementos que propiciam a integração precoce de crianças e adolescentes no mercado de trabalho.

Destarte, é possível constatar a persistência de variadas modalidades de exploração envolvendo crianças e adolescentes, englobando desde de ocupações em condições precárias, como as desempenhadas em lixões, nas áreas de grandes comerciantes e nas vias públicas, até a exploração sexual infanto juvenil. Tais práticas exercem impactos substancialmente prejudiciais sobre o desenvolvimento desses jovens, tanto no âmbito físico quanto psicológico, e o principal desafio reside na complexidade de erradicá-las.

As normas da Convenção nº 182 são muito claras, havendo destaque existe o artigo 3º, que contém diversas medidas referente ao combate de qualquer tipo de exploração de crianças e jovens.

Presentemente no Brasil, a lei 8.069/90 dispõe sobre a criança e o jovem, que também protege esse menor conforme o seu artigo 60, este artigo retrata que é proibido todo trabalho ao menor de 16 anos, exceto aprendizes com a idade a partir de 14 anos. O estatuto ECA dá lhes proteção integral referente a este tipo de exploração, deste modo ao menos se for regulamentada, se a prática não a ela se conformar, deve-se contestar a eficácia da referida lei. A erradicação do trabalho infantil é uma missão coletiva que transcende não apenas os âmbitos políticos, mas permeia a totalidade da esfera social. É imperativo que cada indivíduo reconheça sua co-responsabilidade nessa condição; não é admissível assumir posturas exploratórias ou tentadoras. Torna-se inescusável condenar e, por conseguinte, negligenciar essa realidade, repudiando vigorosamente a externalização da responsabilidade.

Mais de 60% da população do Brasil com 17 anos ou menos vive na pobreza. A pobreza a que estes dados se referem não é apenas privação de rendimento. Envolve também o acesso a direitos básicos como educação, saneamento, água, alimentação, prevenção do trabalho infantil, habitação e informação. É o que mostra o estudo “As Múltiplas Dimensões da Pobreza Infantil e Adolescente no Brasil” (Unicef, 2023).

Diante desse cenário, se abordarmos de maneira efetiva o tratamento de nossas crianças e jovens conforme previsto pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), poderemos progredir. No contexto nacional, eles enfrentam vulnerabilidade a violações de direitos, exploração laboral e sexual, além de estarem suscetíveis à pobreza e à violência. Portanto, é crucial proporcionar-lhes proteção e cuidados especiais, reconhecendo-os como sujeitos em desenvolvimento.

### **A Concepção de Infância no Século XX - XXI**

No Brasil, apenas recentemente a história da criança tornou-se temática privilegiada dos estudiosos. Um balanço da produção nacional por temas, realizado a partir de 212 textos, mostrou que até 1988 (ou seja dez anos atrás) somente doze publicações - 5,69 do conjunto da produção voltavam-se para a história da infância pobre (Alvim e Valladares, 1988)<sup>1</sup> Os diversos autores preocuparam-se, principalmente, com os temas do trabalho do menor, com a questão da delinquência, violência e criminalidade, com a resposta do aparato governamental, via políticas públicas, a estes problemas. Mais recentemente ganhou destaque a questão dos "meninos de rua" (Irene Rizzini).

Nesse cenário, o século XX passou a reconhecer e atribuir status legal às crianças. A discussão e estudo da infância persistem há muitos anos, com inúmeros historiadores e educadores dedicando suas vidas para explorar os significados e nuances intrincadas relacionadas ao cerne infantil.

Este tópico mantém-se fundamental no escopo do Centro de Estudos Acadêmicos, Pedagógicos e da Família. O conceito de infância muda ao longo da história porque os menores estão em constante mudança. De acordo com o artigo 2º da Lei 8.069/9018, “na acepção desta Lei, criança é a pessoa até 12 anos de idade, e adolescente aquele entre 12 e 18 anos”.

A Carta Magna, aprovada em 1988, prevê o princípio da proteção integral, em especial nos artigos 227 e 228 sobre os Direitos da Criança e do Adolescente no Brasil. A Lei da Criança e do Adolescente de 1990 e a Política Nacional de Educação e Lei de Bases de 1996 são leis brasileiras que introduziram um novo conceito de infância. Segundo Donizeti (2004, p. 15), a Lei 8.069/90 “renovou e adotou os princípios da proteção integral e revolucionou o direito da criança e do adolescente”. Baseada em

alguns direitos específicos. As crianças são vistas como sujeitos de seus direitos e sujeitas às políticas deste governo.

É importante lançar este alerta sobre a importância da estrutura familiar na construção psicossocial desta questão, visto que a estrutura familiar é considerada de crucial importância na formação intelectual, social e psicológica de crianças e adolescentes.

Conforme estipulado no artigo 4º do ECA, é dever da família e da sociedade, pode-se dizer, lutar pela efetivação dos direitos inerentes à família e à sociedade, tais como: , saúde, alimentação, educação, esporte, lazer, profissionalismo, cultura, dignidade, respeito, liberdade e convivência familiar e comunitária”. O grande desafio no momento é torná-lo totalmente eficaz para todos.

### **A PUBLICIDADE INFANTIL, INFLUÊNCIA DA MÍDIA E INCENTIVO AO CONSUMO INFANTIL**

Face ao exposto anteriormente, sobre a criança na contemporaneidade e a mesma inserida no ambiente digital, é importante neste momento a reflexão sobre a vertente da criança como consumidora. Dessa forma, será possível relacionar essas três diferentes narrativas ao objeto de estudo. Não é possível pensar em mundo contemporâneo sem situar a humanidade e compreender a oposição entre períodos conhecidos como a modernidade e a pós-modernidade.

Dentre os pensadores que se destacam sobre o tema, é possível identificar o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2009), que pensa e reflete sobre a sociedade a partir das metáforas de “modernidade sólida” e “modernidade líquida”.

No que diz respeito à compreensão da intenção persuasiva por detrás da publicidade, isso ocorre em geral quando a criança tem entre 7 e 8 anos e passa a perceber que a publicidade busca convencer pessoas a comprarem (Blosser; Roberts, 1985). Antes dessa idade, a criança tende a enxergar a publicidade como entretenimento ou fonte de informação.

Pesquisadores, todavia, questionaram a metodologia tradicional de pergunta e resposta utilizada nas investigações de Robertson e Rossiter (1974) ao alegar que as crianças poderiam ter falhado ao responder, uma vez que esse tipo de metodologia requer habilidades específicas de verbalização do entendimento.



Com o intuito de superar essa dúvida metodológica, pesquisas foram desenvolvidas com base em técnicas não verbais. Para tanto, pesquisadores adotaram uma nova estratégia metodológica: crianças entre 3 e 6 anos foram questionadas a escolher entre duas imagens – a primeira de uma mãe e um filho comprando cereal em um supermercado e a segunda de uma criança assistindo televisão – para indicar qual comercial, que a criança havia acabado de assistir, gostaria que ela fizesse (Donahue, Henke, & Donahue, 1980 apud John, 1999).

A internet permitiu celebrar negócios em tempo real, sem limite de distâncias ou recursos de papel, tudo por meio de um clique em um computador, tablet, celular etc. Soma-se ainda a possibilidade de disseminação da informação comercial de produtos e serviços, com suas referidas vantagens, a um conjunto incomensurável de potenciais clientes. Dessa maneira, os empresários têm investido cada vez mais na comunicação comercial digital (Almeida, 2014).

Da mesma forma, Sampaio (2009 apud Craveiro; Rios, 2013) ressalta que um aspecto que deve ser considerado é o limite impreciso e, muitas vezes, inexistente entre o conteúdo comercial e o não comercial nos sites infantis. A autora cita o exemplo dos jogos online, que são repletos de anúncios publicitários, tornando esses sites em espaços, para que as marcas despertem o desejo de consumo na infância, já que os anúncios são apresentados de maneira interativa e lúdica, enquanto as crianças estão jogando.

Buckingham (2012) afirma que a exposição das crianças a essas e outras estratégias suscita questões como: se as crianças e seus familiares compreendem as motivações e práticas de marketing, muitas vezes, penetrantes e invasivas; se as crianças se reconhecem como consumidoras e como se apropriam e utilizam os produtos no seu dia a dia e, sobretudo, a necessidade de mais estudos e pesquisas que discutam as estratégias usadas para o engajamento dos consumidores, em especial as crianças.

Mas quando se pensa que a publicidade infantil tem apenas um viés negativo, percebe-se que há pontos positivos que merecem ser enumerados. No item a seguir, serão referenciadas as legislações pertinentes ao tema.

## A Legislação sobre a Publicidade Infantil

Durante todo trabalho, ressalta-se que a publicidade pode influenciar padrões de consumo e modelos comportamentais, que algumas vezes podem ser nocivos às crianças. Diante disso, governos e órgãos relacionados à comunicação social estabeleceram normas e leis para fiscalizar o uso da publicidade e evitarem abusos, principalmente quando esta é dirigida ao público infantil.

No entanto, quando se trata da regulamentação da publicidade infantil no âmbito virtual, a legislação ainda não é tão abrangente. Almeida (2014) afirma que o caráter territorial da internet possibilita às comunicações comerciais serem inseridas na rede, em qualquer parte do mundo, e serem visualizadas instantaneamente na parte oposta do globo, o que acarreta complexos problemas quanto à uniformização dos critérios jurídicos de apreciação dos conteúdos, à jurisdição e ao controle de tais mensagens.

Recentemente, a Comissão Federal de Comércio dos EUA incluiu novas regras ao gerenciamento de internet. Dentre elas, destaca-se a que proíbe as redes sociais de coletarem informações das crianças sem o consentimento verificável dos pais, sendo necessário, para isso, o fornecimento de dados de cartão de crédito ou envio de assinatura dos responsáveis, via fax. Quanto à responsabilidade sobre a violação da lei, tanto a empresa responsável pela coleta de dados, quanto o portal de hospedagem do site terão de responder judicialmente (Barbosa, 2012).

No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) classifica-o como abusivo em seu artigo 37 e proíbe toda e qualquer publicidade que explore a falta de julgamento e experiência das crianças. Em relação à publicidade infantil na Internet, a Resolução nº 163 de 2014 da Comissão Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – Conanda estabelece em seu artigo 2º que são consideradas abusivas as práticas direcionadas à publicidade e às comunicações mercadológicas. Uma criança, com o intuito de persuadi-la a consumir algum produto ou serviço. A norma é aplicada à publicidade realizada em páginas de internet, canais televisivos, eventos, espaços públicos, em qualquer horário, suporte ou mídia.

Dentre os aspectos considerados abusivos pela resolução encontram-se o uso de linguagem infantil, excesso de cores, representação de criança, pessoas ou

personagens ligados ao universo infantil, desenho animado, bonecos, trilhas sonoras infantis e distribuição de prêmios ou brindes colecionáveis como forma de persuadir a criança para o consumo (Conanda, 2014).

Além disso, considera-se importante o papel do Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária (Conar), por ser um órgão criado por entidades ligadas à atividade publicitária (agências, anunciantes e agências de mídia) com a finalidade de regular o setor, formulando, aplicar regras e regulamentos. Anúncio. A atuação do Conar 39 é norteada por um código de conduta elaborado pelo próprio Conselho, que contém todas as regras que as agências de publicidade devem respeitar.

### **A CULTURA DA ADULTIZAÇÃO INFANTIL NA VISÃO DOS TRIBUNAIS SUPERIORES**

Em março de 2016, a Segunda Câmara do STF em decisão histórica - O STJ decidiu por recurso especial (nº 1.558.086 - SP 2015/0061578-0) que é proibida a publicidade dirigida ao público infantil. O Ministério Público de São Paulo ajuizou ação civil pública por campanha publicitária que oferecia relógios Shrek quando um consumidor comprava cinco pacotes de biscoitos e pagava R\$ 5,00 (cinco reais).

A empresa alegou que a campanha publicitária era voltada aos pais. Portanto, rejeitou as alegações de que, segundo o CDC e o CBARP, se tratava de uma prática fraudulenta, abusiva e ilegal. Em relação à decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo – TJ/SP, a 7ª Câmara de Justiça Cível proferiu uma decisão, que foi apresentada pelo Ministro Ramon Mateo Júnior. Seu voto sublinha a importância do princípio da proteção abrangente e o seu estatuto especial como sujeitos do desenvolvimento infantil: O ministro lista ainda as decepções que podem surgir nas crianças que não compram um “presente”:

A empresa condenada pelo TJ/SP recorreu então ao STJ. O caso no STJ foi movido pelo ministro Humberto Martins, que considerou a campanha publicitária uma venda forçada que “explora a ingenuidade das crianças”. O ministro Herman Benjamin, considerado uma grande autoridade no tribunal do consumidor, votou em seguida e seguiu furiosamente o relator.

Além disso, o ministro Mauro Campbell enfatizou que a decisão trata principalmente da proteção das crianças, e não do lado financeiro do caso.

Representado pela advogada Daniela Teixeira, Campbell lembrou que o Brasil é o único país cujo dispositivo da Grande Carta garante a prioridade absoluta das necessidades das crianças em todas as suas formas. Os ministros rejeitaram o recurso da empresa e confirmaram o parecer da Justiça paulista, que já havia aplicado multa de R\$ 300 (trezentos mil reais).

O painel considerou o anúncio ofensivo e condicionou a compra de um relógio com caráter infantil à compra de cinco biscoitos. Na verdade, os ministros concordaram que a publicidade dirigida às crianças viola a CF e o CDC. Os ministros do STJ basearam-se principalmente no que diz a Lei de Defesa do Consumidor.

O artigo 37 da lei classifica como ofensiva qualquer publicidade que “aproveite o julgamento e a experiência de uma criança”. Para Henriques (2016, s/p), “a decisão abre um grande precedente que deve ser implementado como jurisprudência e influencia as decisões dos juízes em todo o país”, para ele as próprias empresas também influenciam através de sua comunicação e marketing, a decisão “deve soar para todos”.

A decisão do STJ abre precedentes e pode direcionar novos casos. Novas decisões judiciais costumam corresponder ao entendimento dos ministros do STJ. Embora esta decisão vise um anúncio específico, ela poderá afetar a publicidade infantil em todo o país e até mesmo as novas políticas de marketing das empresas.

Em última análise, a decisão é considerada histórica porque o CDC existe há 25 anos, mas foi a primeira vez que um tribunal superior decidiu sobre a publicidade dirigida a crianças nos termos da lei. O que os ministros disseram é que a publicidade dirigida às crianças é, de facto, ofensiva e ilegal, como diz a Lei de Proteção do Consumidor.

### **UMA ANÁLISE ACERCA DA ADIN 5.326 DO STF**

A Ação Constitucional Direta nº 5.326 do Supremo Tribunal Federal visa contestar a capacidade da Justiça do Trabalho de emitir licenças que permitem a atuação de artistas infantis. A referida ação, elaborada pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão em 2015, contesta a autoridade substantiva da Justiça do Trabalho para conceder esta autorização.



Embora a questão principal diga respeito ao conteúdo da ação constitucional direta 5.326, a primeira questão que deve ser levantada é a legalidade da associação em ajuizar essa ação no Supremo Tribunal Federal, por se tratar de uma associação civil.

Desta forma, qualquer sociedade civil com o chamado dever legal de representar o Estado não tem legitimidade positiva, como mostra este caso. Superados os problemas acima, surge outra questão: por que a Associação de Rádio e Televisão ajuizaria uma ação inconstitucional de dieta para que a Justiça do Trabalho não fosse considerada competente para definir se crianças e jovens estão aptos ao exercício artístico e determinar suas condições?

Para todo o tema aqui discutido, presume-se que a razão mais credível seja o medo de não poder mais explorar o trabalho infantil com tanta frequência, ou pelo menos não com tanta frequência, sob jornadas de trabalho exaustivas e estresse psicológico extremo, por exemplo.

Nesse sentido, ao analisar o voto do Relator Ministerial Marco Aurélio (2014, <http://stf.jus.br>) sobre a ação direta do 5.326 para impedir medidas inconstitucionais, percebe-se que nunca há menção ao princípio constitucional. A declaração da possibilidade de trabalho infantil apenas discute quem exerce a função de trabalho autorizado em determinada situação.

Nesse sentido, o Relator Ministerial (2014, <http://www.stf.jus.br>) entende que os juízes ordinários, por meio dos desembargadores dos Juizados Especiais da Infância e da Juventude, são responsáveis por toda e qualquer ação relacionada à proteção integral da os direitos das crianças. Proteger os menores e cumprir o disposto no artigo 227 da Constituição Federal.

O Excelentíssimo Ministro enfatizou ainda que a competência absoluta estabelecida nesta matéria diz respeito justamente às crianças e aos adolescentes como grupo de seus destinatários e que, entre as atribuições prescritas aos juízes de menores, está o dever de autorizar essas pessoas a participarem de espetáculos artísticos, o Lei da Criança e do Adolescente Em vez de eliminar essa possibilidade, inclui uma importante perspectiva sobre o desenvolvimento dos menores.

Contrariando o entendimento acima, é importante ressaltar que as obras artísticas infantis não possuem qualquer caráter educativo e, portanto, sua

implementação não contribui para o desenvolvimento de crianças e adolescentes afetados pelas relações de trabalho, seja no campo ou no palco.

Como já foi amplamente explicado, as atividades artísticas são consideradas relações laborais legítimas e não beneficiam o desenvolvimento dos jovens artistas.

Desta forma, mesmo reconhecendo indiretamente que a autorização de obras artísticas pode dar origem a conflitos laborais, não é credível pensar que outro tribunal tenha competência para conceder a autorização, pelo que não será considerada a concessão desta tarefa ao atual campo laboral. Além de proporcionar consistência no andamento do processo de autorização, também serve como medida de proteção contra possíveis infrações trabalhistas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo dos anos, diversas leis foram criadas com o objetivo de reduzir o trabalho infantil. Na sociedade atual não há divergências sobre a necessidade de combater este tipo de crime e reforçar os direitos das crianças e dos jovens a desenvolverem-se com dignidade e sem quaisquer abusos. Como resultado, a legislação no Brasil evoluiu para o nível atual, e o status das crianças e jovens é o principal símbolo que garante a proteção dos bebês.

Este cenário é ainda exposto por aqueles que deveriam ser responsáveis pela proteção das crianças, transformando-as em verdadeiros fantoches dos seus pais, usando a sua graça e inocência próprias da idade para celebrar contratos e alianças com entidades comerciais. Muitas vezes, esse contexto pode ser importante na construção da identidade pessoal na educação e na construção de noções de privacidade, imagem e consumo.

É inegável que as crianças ocupam hoje o centro das redes sociais. Eles fazem parte deste mundo virtual, mas quando suas vidas são contadas repetidas vezes para um número desconhecido de seguidores de pais, ninguém pergunta se eles querem fazer parte dela. É urgente pensar nisso e no abuso das redes sociais por crianças menores de 12 anos. Quanto menores forem, mais expostos estarão a um mundo sem controle, supervisão ou segurança.

É importante que os adultos responsáveis pelas crianças assumam o compromisso e a responsabilidade de criar e educar, garantindo o direito humano à

vida, e assim caminhar para uma vida mais humana, solidária, fraterna, menos exibicionista e comercial, orientando a proteção das crianças. As imagens são as relações próximas que cada pessoa deve construir para mostrar às crianças o caminho seguro.

Por outro lado, se o Poder Público permanecer omissivo sobre os mecanismos de controle e garantia dos direitos das crianças e adolescentes, essa atenção será ainda maior para a família e, mais precisamente, para os pais sob pena de assumir, em o futuro, distorções e perdas, difíceis de reparar imediatamente.

O grande repto é alertar e sensibilizar esses pais para que tenham mais atenção e protegem seus filhos da exposição excessiva nas redes sociais com fins lucrativos, evitando que perca a infância, a rotina saudável a que uma criança deveria estar exposta nas redes sociais. as redes não são respeitadas na sua vida privada, na imagem dos seus filhos durante as suas atividades mais simples, e no seu desenvolvimento num futuro próximo estão expostos a processos de ansiedade, agressão e depressão devido à exposição injustificada.

Por outro lado, as mudanças e revoluções sociais, em curso, permitem o aparecimento de novas formas de trabalho infantil, como a exploração de crianças e jovens como influenciadores digitais. Esta nova forma de abuso infantil não é abrangida pela lei e é muitas vezes confundida com obras de arte infantis.

No entanto, as especificidades do trabalho e da liderança não podem ser confundidas, razão pela qual são necessárias medidas legislativas. Devido ao desenvolvimento das redes sociais e ao número de pessoas que as utilizam, expondo crianças e jovens, uma prática conhecida como partilha, onde normalmente não há má intenção, tornou-se comum na sociedade atual. Contudo, os pais expõem os seus filhos e muitas vezes violam os direitos individuais da personalidade.

Mesmo que os pais lhes tenham dado autoridade familiar, os pais não têm o direito de expor os seus filhos, mas devem proteger e defender os seus filhos ao abrigo da doutrina da proteção integral.

O poder familiar confere aos pais poder sobre os filhos, mas é importante ressaltar que também está relacionado ao dever da Constituição Federal e do ECA de proteger seus filhos com igualdade de direitos e responsabilidades. desenvolvimento

de forma segura e completa. Portanto, expor e influenciar crianças viola os direitos de personalidade das crianças e impede o estabelecimento do poder familiar.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Susana. **A publicidade infanto juvenil e o assédio pela internet**. Direito do Consumo, Curitiba, v. 4, n. 14, 2014.

ÁUDIO. **Voto do ministro Herman Benjamin, no Recurso Especial Nº 1.558.086 - SP (2015/0061578-0)** no Superior Tribunal Justiça – STJ em 16.03.16. Disponível em <http://www.migalhas.com.br/arquivos/2016/3/art20160310-07.mp3> Acesso em 07 de maio de 2016. (09'55”).

BARBOSA, Mariana. EUA ampliam regras para proteção de crianças na internet. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 02 ago. 2012.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. 2 ed. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

BRASIL. CONANDA. **Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente**. Resolução nº 163, de 13 de março de 2014 – Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 04 abr. 2014.

BUCKINGHAM, David. **Repensando a criança-consumidora**: novas práticas, novos paradigmas. Revista Comunicação, Mídia e Consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing. Ano 9, v. 9, n. 25, 2012.

CRAVEIRO, Pamela Saunders; RIOS, José Riverson. A publicidade e a cultura do brincar on-line pelo olhar de crianças espanholas e brasileiras. **Comunicando**, v. 2, n. 2, 2013. Disponível em: . Acesso em: 18 fev. 2019.

EXAME. **Campanha é acusada de erotizar criança e causa polêmica**. 2013. Disponível em: Acesso em: out. 2015.

JOHN, D. R. Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. **Journal of Consumer Research**, 26 (December), 183-213, 1999.

**RECOMENDAÇÃO CONJUNTA Nº 01/2014**. Dispõe sobre a Competência da Justiça do Trabalho e da Justiça Estadual da Infância e da Juventude no caso de pedido de autorização para trabalho, inclusive artístico e desportivo, de crianças e adolescentes. São Paulo: 2014. Disponível em: Acesso em: 20 out. 2023.

ROBERTSON, Thomas S.; ROSSITER, John R. Children and Commercial Persuasion: An Attribution Theory Analysis, **Journal of Consumer Research**, 1974.

A CULTURA DA ADULTIZAÇÃO INFANTIL NA ERA DA ATUALIDADE: O REFLEXOS NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO. Mateus Borges LIMA; Edy César dos PASSOS JÚNIOR. JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. ISSN: 2526-4281 - FLUXO CONTÍNUO. 2024 – MÊS DE NOVEMBRO - Ed. 56. VOL. 02. Págs. 333-348. <http://revistas.faculdefacit.edu.br>. E-mail: [jnt@faculdefacit.edu.br](mailto:jnt@faculdefacit.edu.br).



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO. **Recurso de Apelação nº 0342384-90.2009.8.26.0000**, Rel. Ministro Ramon Mateo Júnior. Voto nº 1927, 7ª Câmara de Direito Privado, Registro: 2013.0000257478, julgado em 08/05/13.