



A PROTEÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CONTRA O MODELO HIPERCONSUMISTA NO CONTEXTO DO CAPITALISMO BRASILEIRO

André Viana Custódio¹
Rafael Bueno da Rosa Moreira²

RESUMO: A exploração do hiperconsumo é uma prática decorrente do capitalismo global. O atual mercado vê nas crianças e nos adolescentes a oportunidade de conseguir ótimos resultados econômicos e de garantia do modelo de produção capitalista dominante no decorrer da história. Porém como o Brasil vem enfrentando a situação de vulnerabilidade do consumidor na fase da infância e da adolescência? No decorrer deste texto se buscará analisar a exploração das crianças e dos adolescentes pelo capitalismo global, a proteção jurídica destes e as políticas públicas que visam proteger crianças e adolescentes consumidores. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com pesquisas em doutrina, legislação e artigos, utilizando do método de abordagem dedutivo e do método de procedimento monográfico.

Palavras-chave: adolescentes - crianças - política.

ABSTRACT: The hyperconsumerism exploration is a practice resulted from the global capitalism. The current market sees in children and teenagers the opportunity to reach great economic results and the assurance of the dominant capitalist production model throughout history. However, how is Brazil facing the situation of vulnerability of consumers during their childhood and adolescence? The present text will raise an analysis towards the exploration of children and teenagers by the global capitalism, their judicial protection and the public policies applied to protect these

¹ Pós-Doutor em Direito pela Universidade de Sevilha - Espanha, Mestre e Doutor em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Direito da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), Coordenador do Grupo de Estudos em Direitos Humanos de Crianças, Adolescentes e Jovens (GRUPECA/UNISC) e Pesquisador do Grupo de Pesquisa Políticas Públicas de Inclusão Social (UNISC). Endereço eletrônico: andreviana.sc@gmail.com.

² Doutorando e Mestre em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), integrante do Grupo de Estudos em Direitos Humanos de Crianças e Adolescentes (GRUPECA/UNISC) e do Grupo de Pesquisa Políticas Públicas de Inclusão Social (UNISC). Professor do Curso de Graduação em Direito da Universidade da Região da Campanha – URCAMP/ Bagé. Coordenador do Projeto de Pesquisa sobre Trabalho Infantil e Políticas Públicas para o seu enfrentamento no município de Bagé-RS (URCAMP) e do Grupo de Estudos em Direitos Humanos de Crianças e Adolescentes nos países do MERCOSUL (GEDIHCA/URCAMP). Endereço eletrônico: rafaelbmoreira2@yahoo.com.br.

consumers. A bibliographic research was conducted through the use of legal doctrine, legislation and articles, and the methods used are the deductive and the monographic.

Keywords: teenagers - children - policy.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Na sociedade contemporânea são produzidos, constantemente, desejos consumistas decorrentes do capitalismo global. Tais influências criam subjetividades que necessitam, dia a dia, adquirir bens e serviços para se adequar a sua comunidade. Este ciclo garante o hiperconsumismo, que é uma necessidade do capitalismo e que acaba gerando exclusão, exploração e dominação.

As crianças e adolescentes são alvos constantes dos fornecedores e prestadores de serviços, pois elas influenciam os seus pais a adquirir determinados produtos e serviços, sendo o público-alvo do marketing empresarial e do atual mercado publicitário. Porém, crianças e adolescentes em razão da sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento são considerados hipossuficientes na relação de consumo, se tornando extremamente vulneráveis.

Nesta investigação, se buscou destacar alguns aspectos que causam preocupação no desenvolvimento de crianças e adolescentes, estudando o impacto da exploração capitalista global nas relações de consumo e suas relações com o processo de desenvolvimento infantil.

2. DA EXPLORAÇÃO DE CRIANÇAS E DE ADOLESCENTES PELO MODELO HIPERCONSUMISTA DECORRENTE DO CAPITALISMO GLOBALIZADO

Conforme o disposto no “Manifesto Comunista”, Marx e Engels defendem que a dominação decorrente do modelo capitalista é ocasionada pelos desejos dos burgueses sobre os proletários, o que gera as necessidades dos indivíduos de uma sociedade, se modelando o consumo dos indivíduos, conforme os interesses capitalistas, pois “a história de toda sociedade existente até hoje tem sido a história das lutas de classes”, onde “[...] o opressor e o oprimido permaneceram em constante oposição um ao outro [...]”, permanecendo classes em conflito até “[...]”

reconstituição revolucionária de toda a sociedade ou pela destruição das classes em conflito” (MARX; ENGELS, 2003). A opressão é constante no modelo atual, pois, mesmo que não se deseje, em no dia a dia colabora-se para o modelo dominante. Tal modelo cria regras comportamentais produzindo desejos e necessidades padronizadas e exigindo a aquisição constante de mercadorias e serviços, tais como dispositivos eletrônicos, roupas de determinada marca, objetos de lazer, tidos como recursos necessários à ideia de sucesso na sociedade atual.

Os avanços da indústria mundial contribuem para que o capital da “burguesia moderna” seja expandido, aumentando a opressão da classe dominada, que garante os interesses da classe dominante. A lógica opressiva do mercado consumidor pressiona constantemente as relações familiares, impondo e construindo necessidades de consumo, reduzindo as relações, em especial as familiares, à condição de troca de mercadorias fortalecendo um modelo de hiperconsumo, como assevera os autores em questão: “A burguesia rasgou o véu sentimental da família, reduzindo as relações familiares a meras relações monetárias” (MARX; ENGELS, 2003, p. 26-29).

O modelo capitalista moderno, fruto dos desejos burgueses, faz constantes modificações na produção. Tais mudanças são sempre no sentido de aumento do consumo, o que exclui o antigo e o substitui pelo moderno e mais avançado tecnicamente, mudanças que são exploradas em níveis mundiais e que visam garantir as necessidades globais, desenvolvendo-se “[...] em todas as direções, um intercâmbio e uma interdependência universais”, inserindo tal modelo nos mais diversos países, o que acaba gerando consumismo universal. (MARX; ENGELS, 2003, p. 29-30).

Ainda se tratando das ideias marxistas, se deve destacar: “As ideias dominantes de uma época são sempre as ideias da classe dominante [...] um fato é comum a todas as épocas, isto é, a exploração de uma parte da sociedade por outra”. Portanto, para Marx e Engels com o modelo capitalista sempre haverá a exploração dos indivíduos em situação de dominação de uma determinada sociedade, denominados de proletários, pois estes são a mão de obra e o consumidor, que servirá para manter os interesses burgueses, mantendo-se o modelo dominante vigente, onde o capital permanece na mão de poucos (MARX; ENGELS, 2003, p. 44-46).

Assim, o interesse capitalista global se encontra acima de qualquer civilização, se destruindo culturas locais em prol da dominação e do interesse econômico, ocasionando a exploração diária em uma sociedade que sistematicamente reproduz desigualdades, iniciando-se tal dominação na infância, fruto dos modelos de adequação existentes na sociedade atual.

Neste mesmo sentido, é preciso reconhecer as relações intrínsecas de poder relacionados ao modo de organização capitalista de produção. Foucault ensina que o poder serve para manter os interesses daqueles que se encontram em situação de dominação, pois para estes até mesmo a definição de verdade mantém relação com o poder, conforme se expõe: “O importante, creio, é que a verdade não existe fora do poder ou sem poder[...]”. Assim, as pessoas que estão no poder, contribuem para o modelo de hiperconsumo, que é o modelo de verdade daquela sociedade, iniciando sua influência desde a infância e a adolescência, gerando muitas necessidades para as pessoas que se encontram em situação de desenvolvimento. (FOUCAULT, 2013, p. 11-12).

Foucault dissertou sobre verdade:

[...] a "verdade" é centrada na forma do discurso científico e nas instituições que o produzem; está submetida a uma constante incitação econômica e política (necessidade de verdade tanto para a produção econômica, quanto para o poder político); é objeto, de várias formas, de uma imensa difusão e de um imenso consumo (circula nos aparelhos de educação ou de informação, cuja extensão no corpo social é relativamente grande, não obstante algumas limitações rigorosas); é produzida e transmitida sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos (universidade, exército, escritura, meios de comunicação); enfim, é objeto de debate político e de confronto social (as lutas "ideológicas"). (FOUCAULT, 2013, p.11).

Desta maneira, se afirma que a verdade mantém os interesses dominantes, garantindo o poder destes sobre os dominados, devido à influência dos mais diversos órgãos que mantém os interesses do capital, mantendo-se, principalmente a difusão de informações como verdade, o que garante o hiperconsumo.

A globalização traz diversos efeitos e contribui para esta padronização de comportamentos na sociedade, onde se modela um indivíduo que necessita contribuir para o modelo de hiperconsumo. Para Santos, mesmo com o crescimento da ciência e das técnicas, as pessoas estão se tornando cada vez mais escravos de uma vida sem qualidade e com muita velocidade, onde o desenvolvimento daquelas não contribui para o bem-estar social, para a garantia do direito a saúde e para o

enfrentamento da miserabilidade. Tal modelo gera dominação, sendo que um dos atributos para garantir tal dominação é a multiplicação do consumo, garantindo os interesses dos detentores do poder econômico, que necessitam defender este modelo capitalista como ideal, incentivando o consumismo e a movimentação financeira, principalmente das pessoas pobres, classe que é a mais explorada e que dificilmente irá almejar transformação de condições sociais. Para a garantia do modelo capitalista de consumo, onde se mantém um discurso único, a competitividade é constante, onde os prestadores de serviço e os fornecedores buscam os mais diversos meios para garantir a lucratividade, independentemente se para tais lucros, se explore o consumidor, as famílias, as crianças e os adolescentes (SANTOS, 2001, p. 17-18).

As novas tecnologias proporcionam constantemente a criação de novos produtos ou serviços, havendo a necessidade destas adequações para que se possa estar de acordo com o modelo de individualista produzido pela sociedade capitalista, onde o antigo é excluído e o moderno é o correto. Assim, Dupas faz a seguinte argumentação: “As sociedades são mais felizes que há dez anos porque temos telefone celular ou internet e, agora, tela de plasma?” (DUPAS, 2006, p. 13-14).

Realmente, se defende que as tecnologias acima citadas não proporcionam felicidade, pelo motivo que o atual conceito de progresso leva as pessoas a caminhos inimagináveis, pois se vive em uma sociedade que se baseia no consumo, onde jamais se conseguirá a felicidade devido a uma eterna insatisfação pessoal, fruto do modelo consumista, para se assegurar a chamada “marcha do progresso”, que poderá trazer distintas consequências aos mais diversos aspectos (DUPAS, 2006, p. 15).

A informação possui ampla relação com o consumismo, se destinando a cumprir os objetivos do capitalismo e demonstrando como deve ser o comportamento social. A informação busca o amplo convencimento para que sejam cumpridos os interesses capitalistas. Santos cita que a informação transmitida “[...] à maioria da humanidade é, de fato, uma informação manipulada que, em lugar de esclarecer, confunde”. Deste modo, a informação pode gerar fábulas e mitos, o que o autor denomina de “informação global”, onde se conhece notícias de todas as partes do mundo, mas não se as notícias da comunidade a sua volta. A chamada “violência do dinheiro”, assim como a informação, têm interesses globais, para

garantir os interesses do capital, gerando um mundo com padrões utilizados para excluir socialmente pessoas e suprimir conhecimentos (SANTOS, 2001, p. 37-45).

A globalização gera uma competitividade feroz, onde não há espaço para a compaixão. A principal intenção que é gerada pelo capitalismo é de que se deverá “[...] a todo custo, que vencer o outro, esmagando-o, para tomar seu lugar”. Tal competição se encontra em todo o lugar, desde competição entre empresas de um mesmo ramo, quanto entre pessoas disputando melhores condições de vida, ou, até mesmo, entre alunos dos mais diversos níveis que irão concorrer pelos mesmos lugares. A concorrência entre as empresas faz com que se explorem os mais diversos mercados, se buscando a exploração do mercado com produtos destinados a crianças e adolescentes. O consumo sempre será garantido por meio da exposição da publicidade de produtos ou serviços, onde, constantemente, se lucra com propagandas, que muitas vezes, são abusivas ou enganosas. Neste sentido, o hiperconsumismo acaba padronizando o modelo de convivência em sociedade, exercendo um controle social (SANTOS, 2001, p. 46-55).

A instituição de novas técnicas acabou causando desigualdades e exclusão social para a parte da população que não conseguiu se adequar a estas novas exigências. Todas estas tendências consumistas geram escassez, pois a população da sociedade capitalista em um mundo globalizado jamais está satisfeita com o que possui. A velocidade de criação de novos produtos é muito alta, o que gera uma competitividade publicitária enorme por parte das empresas, gerando desejos para muitos dos membros da sociedade (SANTOS, 2001, p. 117-131). Assim,

Uma outra globalização supõe uma mudança radical das condições atuais, de modo que a centralidade de todas as ações seja localizada no homem. Sem dúvida, essa desejada mudança apenas ocorrerá no fim do processo, durante o qual reajustamentos sucessivos se imporão. (SANTOS, 2001, p. 147).

Para garantir o hiperconsumismo é necessária uma superprodução, que faz com que a economia gire e mantenha a acumulação do capital, atingindo todos os segmentos da população. As crianças e os adolescentes são desejadas pelo atual mercado de consumo, conforme expõe Barber: “[...] visar às crianças como consumidores num mercado onde nunca há compradores suficientes”. As empresas estão buscando adequar as suas publicidades ao mercado infantil, de modo que as crianças e adolescentes influenciem a compra dos mais diversos produtos e serviços

do mercado capitalista global, não sendo respeitada a situação de desenvolvimento (2009, p. 15-17). “Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria” (BAUMAN, 2008, p. 20).

Althusser tratou dos processos de reprodução das condições de produção, uma prática constantemente renovada no contexto social, pois “[...] para existir, toda a formação social deve, ao mesmo tempo que produz, e para poder produzir, reproduzir as condições da sua produção”. Neste ínterim, não haveria produção possível sem que fosse “[...] assegurada a reprodução das condições materiais da produção: a reprodução dos meios de produção”, se reproduzindo constantemente os meios e as condições para garantir a produção, o que ocasiona uma reprodução das condições materiais de produção para satisfazer o modelo capitalista. (ALTHUSSER, 1969, p. 09-15).

Para garantir este modelo de produção e de submissão ao sistema vigente, existem aparelhos ideológicos que sustentam o modelo dominante, agindo na formação de indivíduos e na reprodução de informações, o que garante a necessidade de hiperconsumo, decorrente do capitalismo. Os indivíduos são formados pelo Estado, desde a infância, para reproduzir o modelo capitalista, recebendo constantemente informações de como se comportar e de como conviver em sociedade, reprimindo qualquer outra ideia, por meio, principalmente, dos aparelhos ideológicos do Estado educacionais, dos aparelhos ideológicos do Estado políticos e dos aparelhos ideológicos do Estado de informação (ALTHUSSER, 1969, p. 17-21; 43-52).

Portanto, as ideologias existem para a formação dos sujeitos, que terão suas características baseados na sua formação ideológica. Tal interferência estará presente no ambiente familiar, no ambiente educacional, nos programas da mídia, nos anúncios publicitários, enfim muitos aparelhos ideológicos que multiplicam o modelo capitalista. (ALTHUSSER, 1969, p. 93-104).

Assim, a reprodução do modelo capitalista é explorada em todo lugar, garantindo a dominação e a exploração das massas, que se encontram alienadas pelo capitalismo. Esta dominação conta com o modelo hiperconsumista, que explora toda a população, incluídos as crianças e os adolescentes, se aproveitando da característica própria de pessoa em desenvolvimento. O mercado busca incutir nas crianças e nos adolescentes necessidades capitalistas constantes muito prematuramente. Busca-se formar, estes indivíduos em desenvolvimento, conforme

o modelo capitalista de exploração. São inculcadas necessidades de consumo para se adequar ao padrão de convivência de uma determinada localidade. As mais diversas empresas criam necessidades precoces para garantir o consumo desde a infância, devendo aqueles indivíduos ter acesso a aparelhos eletrônicos, a redes de “fast-food”, a materiais escolares com as logomarcas dos desenhos animados, entre outros produtos ou serviços multiplamente consumidos entre seus ambientes de convivência.

3. DA PROTEÇÃO JURÍDICA DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CONTRA A EXPLORAÇÃO DO MERCADO DE HIPERCONSUMO GLOBALIZADO

A partir de um movimento internacional de busca pela proteção de crianças e adolescentes, que iniciou-se no final do século XIX e início do século XX, os Estados iniciaram, com a influência do direito internacional, a proteger os direitos da criança e do adolescente. No Brasil, mais precisamente após promulgação da Constituição da República Federativa em 1988 e a ratificação da Convenção sobre os Direitos da Criança da Organização das Nações Unidas em 1990, se iniciou a construção de um marco teórico normativo que fosse capaz de garantir maior efetivação dos direitos de crianças e adolescentes. Para a convenção em tela, foi considerado “criança” toda a pessoa com menos de dezoito anos de idade, o que abarcou no Estado brasileiro tanto as crianças quanto os adolescentes. A convenção foi instituída em 20 de novembro 1989, pela Organização das Nações Unidas, por meio de sua Assembleia Geral, sendo ratificada pelo Brasil através do Decreto nº 99.710, de 21 de novembro de 1990. Tal dispositivo estabeleceu princípios e regras inerentes aos direitos da criança e do adolescente, influenciando a inserção destes no direito nacional. Deve-se frisar, também, que a convenção em referência foi precedida por outras legislações internacionais que abordaram o assunto, ainda que indiretamente, como a Declaração Universal dos Direitos das Crianças, a Declaração de Genebra, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, o Pacto de São José da Costa Rica, entre outros.

Quanto a hierarquia e o tratamento de uma convenção internacional na legislação nacional, se observa que o tratado internacional adquire vigência após a aprovação no Congresso Nacional e a ratificação do Presidente da República, sendo que os dispositivos internacionais que tratem sobre direitos humanos terão

equivalência hierarquia a emendas constitucionais, conforme o artigo 5º, parágrafo 3º da Constituição Federal:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

§ 3º Os tratados e convenções internacionais sobre direitos humanos que forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais (BRASIL, 1988, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>).

Logo o Brasil instituiu o Estatuto da Criança e do Adolescente, por meio da Lei 8.069, de 13 de julho de 1990, sendo o principal marco na garantia de direitos de crianças e adolescentes. O Estatuto foi influenciado pela Convenção Internacional sobre os Direitos das Crianças e ampliou sua proteção jurídica instituindo a partir do art. 227 da Constituição Federal um novo ramo jurídico autônomo denominado Direito da Criança e do Adolescente.

A Constituição Federal de 1988, promulgada anteriormente à declaração em discussão, previu o princípio da proteção integral da criança e do adolescente, princípio que posteriormente foi disposto no Estatuto da Criança e do Adolescente, demonstrando o intuito de garantia da proteção integral da infância no Brasil.

O artigo 227 foi responsável pelo reconhecimento dos direitos fundamentais da criança e do adolescente, que mediante o princípio da triplice responsabilidade compartilhada estabeleceu compromissos para família, sociedade e Estado quanto a efetivação de seus princípios e regras:

Art. 227 - É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão (BRASIL, 1988, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>).

Neste sentido, o Estatuto da Criança e do Adolescente também disciplinou a proteção integral da criança e do adolescente, assim como a prioridade absoluta na garantia de direitos. O artigo 1º deste dispositivo assevera que: “Esta Lei dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente” (BRASIL, 1990,

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm>). Já o artigo 4º complementou o artigo 1º, positivando o que seria a proteção integral disposta naquele, disciplinando que se deve garantir a toda criança e adolescente os direitos dispostos neste dispositivo estatutário, conforme se expõe:

Art. 4º - É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária (BRASIL, 1943, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm>).

Os dispositivos jurídicos nacionais, acima expostos, expressaram as garantias de direitos que devem ser concretizados, inclusive pela implementação de políticas públicas de atendimento, proteção, promoção e justiça, que passaram a dispor as crianças e os adolescentes, justificadas pela necessidade de proteção jurídica para um efetivo desenvolvimento integral.

Como princípio fundamental adotou-se a teoria da proteção integral como instrumento protetivo e concretizador de direitos, reconhecendo-se crianças e adolescentes como sujeitos de direitos, que em razão da sua condição peculiar de pessoa em processo de desenvolvimento merece proteção especial. Deste modo, a teoria da proteção integral assegura através de seus instrumentos normativos e políticos estratégias de enfrentamento à vulnerabilidades que atingem crianças e de adolescentes, tais como o incentivo ao hiperconsumismo decorrente do mercado capitalista global.

No que tange o consumidor, este também se encontra em condições de vulnerabilidade. O princípio da vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo, rege pelo fato de este se encontrar em situação de vulnerabilidade em relação ao fornecedor ou ao prestador de serviços. O consumidor está na posição mais fraca da relação contratual de consumo e se encontra em situação de inferioridade. O Código de Defesa do Consumidor, bem como a Política Nacional da Relação de Consumo, que se encontra prevista nos artigos 4º e 5º daquele, existem para buscar a equiparação contratual da relação de consumo, por meio de intervenções estatais e de proteção jurídica para os indivíduos que se encontram em uma relação de desigualdade. A vulnerabilidade é presumida, por quatro motivos: o primeiro é o fato de haver vulnerabilidade técnica nas relações de consumo, pois o

consumidor não possui conhecimentos técnicos, em tese, sobre os produtos que está adquirindo. Tal vulnerabilidade poderá ser suprida nos casos onde, por motivo de formação profissional, o consumidor possui os conhecimentos técnicos necessários sobre determinado produto; a segunda forma de vulnerabilidade é a jurídica, onde, em tese, o consumidor não possui o conhecimento jurídico de proteção da relação de consumo. Tal vulnerabilidade também poderá ser suprida quando o consumidor possui formação jurídica na área; a terceira forma de vulnerabilidade, que jamais será suprida, é a vulnerabilidade fática, ou seja, a vulnerabilidade econômica, onde o consumidor se encontra em posição econômica inferior a do fornecedor ou do prestador de serviços, tendo em vista o poderio econômico do mercado; poderá haver, ainda, a vulnerabilidade informacional, que é a falta de informações sobre determinado produto, que em alguns casos poderá ser suprida, quando houver o conhecimento informacional sobre o produto ou serviço objeto da relação de consumo (BARROS, 2011, p.16-17).

O consumidor é o hipossuficiente da relação contratual de consumo, ou seja, a parte mais fraca desta relação, tendo o legislador adotado algumas regras para reconhecer e diminuir as desigualdades na relação de consumo, buscando equiparar a relação contratual existente entre o consumidor e o fornecedor ou o prestador de serviços (ANDRADE, 2006, p. 283).

O artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, traz um conceito para consumidor, expondo que: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>). Por sua vez, o presente dispositivo jurídico disciplina a Política Nacional de Proteção do Consumidor, tendo no seu artigo 4º, o principal garantidor da proteção ao consumidor, onde é reconhecida as principais necessidades e garantias do consumidor, dentre elas o respeito a saúde, segurança, dignidade, transparência e proteção dos interesses econômicos do consumidor (*caput*); o reconhecimento da situação de vulnerabilidade (inciso I); a necessidade de educação e informação de consumidores (inciso IV); o incentivo a garantia de qualidade e segurança de produtos e serviços (inciso V); e a necessidade de coibir e reprimir os abusos praticados no mercado de consumo (inciso VI):

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

[...]

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

[...]

(BRASIL, 1990, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>)

No que tange os direitos básicos do consumidor, disciplinou o artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, que se deve garantir aos consumidores a garantia da “[...] proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos”; a necessidade de educação para o consumo e de todas as informação sobre os produtos, serviços e contratações, garantindo os seguintes dados de forma clara sobre o objeto da relação de consumo “[...] quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”, bem como os tributos incidentes; a proteção contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas, assim como contra a publicidade abusiva e enganosa; “a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos” e outros meios de proteção jurídica e garantia do acesso ao poder judiciário (BRASIL, 1990, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>).

Tanto a educação adequada sobre produtos e serviços quanto a informação clara sobre eles são asseguradas como direitos básicos do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro. No entanto, na prática tais direitos básicos do consumidor, incluindo crianças e adolescentes, não são devidamente assegurados, prevalecendo o interesse do capital para garantir o consumo. Porém, tais direitos básicos são um dos caminhos a serem utilizados para se conseguir enfrentar a atual exploração do mercado que é sofrida por crianças e adolescentes (BRASIL, 1990, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>).

Assim, as relações de consumo onde o destinatário do produto ou do serviço são as crianças ou os adolescentes, a vulnerabilidade se encontra muito acentuada, tendo em vista a situação de vulnerabilidade relacionada ao consumo e a situação peculiar da condição geral de crianças e adolescentes brasileiros. Além das constantes publicidades enganosas e abusivas que têm como destinatário as crianças e os adolescentes; as atuais estratégias de marketing direcionada para as crianças e adolescentes induzem a competitividade e a discriminação. Estas situações são enfrentadas pelo Estado nacional ainda de maneira tímida, por meio da proteção jurídica garantida em ambos os casos (direito do consumidor e direito da criança e do adolescente) a partir dos anos 1990 e pelas políticas públicas que são exercidas para enfrentar a situação de vulnerabilidade decorrente destas relações, vulnerabilidade esta que é decorrente da situação de desenvolvimento de crianças e de adolescentes e da hipossuficiência do consumidor, assim destaca-se a necessidade de reordenamento político e institucional na construção de políticas públicas que possam garantir a proteção integral ao desenvolvimento da criança e do adolescente articuladas intersetorialmente com as políticas públicas de proteção ao consumidor.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Da análise realizada na presente investigação, se constata que o modelo atual capitalista contribui para a exploração, dominação e para as exclusões, tendo por base que crianças e adolescentes buscam se adaptar aos modelos impostos pelo mercado capitalista, sendo induzidos a adquirir e utilizar os mais diversos produtos e serviços como estratégia de inclusão periférica no modelo capitalista hiperconsumista.

A proteção jurídica nacional bem como as políticas de proteção do consumidor e das crianças e dos adolescentes possui uma considerável dificuldade de enfrentamento ao modelo de hiperconsumo capitalista global, pois o poderio econômico do mercado busca a todo custo aumentar a sua lucratividade, explorando as crianças e adolescentes como destinatário da publicidade, de produtos e de serviços, independentemente as consequências que serão geradas para o desenvolvimento destas.

Por fim, se conclui sobre a necessidade de articulação intersetorial das políticas públicas de atendimento, proteção, promoção e justiça vinculadas ao sistema de garantias de direitos da criança e do adolescente com as políticas públicas de proteção ao consumidor como estratégia de enfrentamento a exploração do hiperconsumo de crianças e adolescentes, decorrente do capitalismo global.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e Aparelhos ideológicos do Estado**. Editora Presença: Lisboa, 1969.

ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Curso de Direito do Consumidor**. Barueri: Manole, 2006.

BARBER, Benjamin R. **Consumido: como o mercado corrompe crianças, infantiliza adultos e engole cidadãos**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

BARROS, Flávio Monteiro de. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Rideel, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm > Acesso em: 25 mar. 2014.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm> Acesso em: 25 mar. 2014.

_____. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069compilado.htm> Acesso em: 25 mar. 2014.

CUSTÓDIO, André Viana; VERONESE, Joseane Rose Petry. **Trabalho Infantil Doméstico**. São Paulo: Saraiva, 2013.

DUPAS, Gilberto. **O mito do progresso**. São Paulo: UNESP, 2006.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Disponível em: <http://www.nodo50.org/insurgentes/biblioteca/A_Microfisica_do_Poder_-_Michel_Foucault.pdf > Acesso em: 18 ago. 2013.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto Comunista**. Instituto José Luis e Rosa Sundermann: São Paulo, 2003.

MINHARRO, Erotilde Ribeiro dos Santos. **A criança e o adolescente no Direito do Trabalho**. São Paulo: LTr, 2003.

OLIVA, José Roberto Dantas. **O princípio da proteção integral e o trabalho da criança e adolescente no Brasil**. São Paulo: LTr, 2006.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. **A convenção sobre direitos das crianças**. Disponível em:
<http://www.unicef.pt/docs/pdf_publicacoes/convencao_direitos_crianca2004.pdf>
Acesso em: 05 jul. 2013

PES, João Hélio Ferreira (coordenador). **Direitos Humanos: Crianças e adolescentes**. Curitiba: Juruá, 2010.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. 6. ed. Editora Record: Rio de Janeiro, 2001.

SOUZA, Jadir Cirqueira de. **A efetividade dos direitos da criança e do adolescente**. São Paulo: Pillares, 2008.