

HISTÓRIA, DIREITO E PUBLICIDADE INFANTIL: ANÁLISE DO CASO ANTARCTICA (1940) À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

LEONARDO DA ROSA BOENO¹; GABRIEL SOTORIVA SOARES²; GABRIEL LORENÇO DE OLIVEIRA³; ALEXANDRE CORRÊA DE OLIVEIRA⁴; FERNANDO COSTA DE AZEVEDO⁵

¹Universidade Federal de Pelotas – leonardorosaboeno@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – gabrielsotoriva32@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – gabriellorenco41@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – oliveiraalec@outlook.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – fernando.azevedo@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O trabalho está sendo desenvolvido no campo de conhecimento de História do Direito, por alunos do primeiro ano do curso de Direito, da Universidade Federal de Pelotas, para o Projeto de Pesquisa Empírica em Direito & Arte: anúncios publicitários brasileiros veiculados entre 1930-2000, seus impactos sociais e a percepção contemporânea do Direito do Consumidor, com início em março de 2025.

A pesquisa baseia-se nas ideias e princípios sobre o direito do consumidor e direito das crianças de SUZART (2018) e na maneira em que o consumo de álcool pode afetar o desenvolvimento mental das crianças e adolescentes a longo prazo segundo a teoria psicosssexual de FREUD (1996). Ademais, com base na perspectiva foucaultiana, almeja compreender como as publicidades agem no âmbito das indústrias, operando como mecanismos de governamentalidade, que norteiam comportamentos e anseios desde a infância (FOUCAULT, 1979).

Além disso, o trabalho utiliza o conceito de História do Presente de Michel Foucault, trabalhado na obra de GARLAND (2014) e analisa o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e o Estatuto da Criança e do Adolescente (BRASIL, 1990a, 1990b).

Inicialmente, foi examinada uma peça publicitária veiculada pela marca de cerveja Antarctica na década de 1940, envolvendo crianças e bebidas alcoólicas. Conforme BOURDIEU (1997), as publicidades produzem e reproduzem práticas sociais no mercado. Dessa forma, a publicidade de cunho abusivo, produzida pela Antarctica, tinha o objetivo de estabelecer a marca.

Sendo assim, esta pesquisa busca responder a seguinte pergunta: “como o sistema jurídico evoluiu para defender o público infantil dessas práticas hoje consideradas abusivas?”. Para isso, tem como objetivos entender a proteção da criança no ordenamento jurídico brasileiro, estudar a imagem publicitária da Antarctica, contextualizar essa temática empregando as normas atuais, e por fim, desenvolver um jogo educativo baseado no conteúdo final, que será utilizado em escolas públicas visando a conscientização e aprendizado.

2. METODOLOGIA

Para a elaboração deste trabalho está sendo feita uma revisão bibliográfica mediante literaturas que corroboram com a compreensão do tema, como livros especializados (MARTINS; THEÓPHILO, 2016). A pesquisa também utiliza

métodos de pesquisa empírica, como a análise de imagem e a pesquisa documental.

A análise de imagem, segundo BOHNSACK (2007), é dividida em três etapas: pré-iconográfica (focada na composição), iconográfica (significação) e iconológica (intencionalidade). Desse modo, a metodologia está sendo empregada para a observação de uma publicidade da cerveja Antartica do ano de 1940 envolvendo o público infantil.

Já para a pesquisa documental, as etapas que estão sendo utilizadas são a escolha do *corpus* de investigação, verificação de acesso ao mesmo, leitura, exploração do conteúdo e tratamento dos resultados (KRIPKA; SCHELLER; BONOTTO, 2015).

Assim, para a presente pesquisa, foram coletadas as decisões envolvendo crianças disponíveis no site do CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação) durante os anos de 2015 a 2024, chegando ao número aproximado de 190 (cento e noventa). Após, foi aplicado um filtro de delimitação - publicidades que tratavam sobre a temática do álcool associada ao público infantil -, reduzindo este número a 12 decisões a serem analisadas por meio de tabela elaborada a partir dos conceitos teóricos desenvolvidos na pesquisa bibliográfica.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante o exposto, a publicidade abaixo exemplifica como práticas socialmente aceitas moldam a forma de vender os produtos de uma determinada época (BOURDIEU, 1997).

Figura 1 - Imagem publicitária da cerveja Antartica de 1940



Fonte:

propagandashistoricas.com.br/2017/12/cerveja-antartica-criancas-gostam-1940.html

Podemos observar na imagem um menino sorridente que segura e vira uma garrafa de cerveja, na boca de um aparentemente adulto, com o dizer ao lado: “É tão leve, suave e agradável que até as crianças gostam!”. Para corroborar com o que está escrito, percebemos que a marca faz o uso de uma

garrafa do produto exageradamente grande quando comparada ao tamanho do personagem, contribuindo para a ideia de leveza que querem passar.

A peça acaba por tratar a cerveja como algo natural, legítima o costume social da época em que crianças eram incentivadas a beberem desde cedo, além de estar utilizando o público retratado para alavancar a marca como algo inofensivo, “para toda a família”. Percebe-se também que as cores coincidem, uma vez que o menino utiliza a mesma paleta da garrafa: azul e branco.

Por sua vez, a pesquisa documental, a partir de uma análise preliminar das 12 (doze) decisões, demonstra que o CONAR, dentro do período em questão, agiu na repreensão das publicidades julgadas por eles, uma vez que 8 (oito) delas sofreram alguma forma de regulação: 3 (três) sustações, 2 (duas) advertências, 1 (uma) alteração, 1 (uma) sustação e advertência simultaneamente e 1 (uma) sustação, alteração e advertência), sobrando apenas 4 (quatro) que foram arquivadas, não sofrendo nenhuma penalização. Portanto, pelo alto número de casos envolvendo crianças e, principalmente, pelo teor das sentenças proferidas quando bebidas alcoólicas estão associadas ao público infantil, nota-se que o CONAR prima pela proteção desse público-alvo, procurando coibir tal prática.

A pesquisa se encontra em estágio avançado, faltando, entretanto, analisar as decisões baseadas nas categorias teóricas, citadas no fim da metodologia, e a integração do projeto de investigação com a prática extensionista.

4. CONCLUSÕES

Embora os resultados da etapa de extensão estejam previstos para outubro de 2025, os achados demonstram a relevância acadêmica, social e pedagógica do estudo. A análise da publicidade histórica da cerveja Antartica de 1940 evidencia como práticas de mercado naturalizaram condutas hoje reconhecidas como abusivas e ressalta a evolução normativa com o ECA e o CDC, voltados à proteção integral da infância (BRASIL, 1990a, 1990b).

A aplicação do jogo educativo, criado exclusivamente para o projeto, junto à comunidade escolar constitui inovação metodológica ao unir teoria, prática e extensão, promovendo um espaço lúdico e crítico para que crianças e adolescentes reflitam sobre sua vulnerabilidade frente à publicidade abusiva.

Dessa forma, a pesquisa reafirma a importância da articulação entre história, visibilidade, direito e extensão, demonstrando que a universidade pública não apenas resgata silêncios normativos do passado, mas também contribui ativamente para a transformação social e a proteção da infância no presente.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOHNSACK, Ralf. A interpretação de imagens e o método documentário. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 9, n. 18, p. 286-311, jun.-dez., 2007. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/sociologias/article/view/5659>. Acesso em 16 de agosto de 2025.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Estatuto da Criança e do Adolescente. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 16 jul. 1990a.

Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em: 18 de agosto de 2025.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 12 set. 1990b. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm. Acesso em: 18 de agosto de 2025.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FREUD, Sigmund. **Três ensaios sobre a teoria da sexualidade**. Tradução de Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1996. Disponível em: https://we.riseup.net/assets/580046/Tr%C3%AAs%2BEnsaaios%2BSobre%2Ba%2BTeoria%2Bda%2BSexualidade%2BSigmund%2BFreud_pdf.pdf. Acesso em: 18 de agosto de 2025.

GARLAND, David. O que significa escrever uma “história do presente”? A abordagem genealógica de Foucault explicada. Tradução de Leandro Ayres França. **Revista Justiça e Sistema Criminal**, v. 06, n. 10, p. 73-96, jan./jun., 2014. Disponível em: <https://revistajusticaesistemacriminal.fae.edu/direito/article/view/14>. Acesso em 16 de agosto de 2025.

KRIPKA, Rosana Maria Luvezute; SCHELLER, Morgana; BONOTTO, Danusa de Lara. Pesquisa documental na pesquisa qualitativa: conceitos e caracterização. **Revista de Investigaciones UNAD**, Bogotá, n. 14, p. 55-73, julio-diciembre, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/280924900_Pesquisa_Documental_consideracoes_sobre_conceitos_e_caracteristicas_na_Pesquisa_Qualitativa_Documentary_Research_consideration_of_concepts_and_features_on_Qualitative_Research. Acesso em 16 ago 2025.

MARTINS, Gilberto de A.; THEÓPHILO, Carlos R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**, 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

SUZART, Joseane; PASQUALATTO, Adalberto (org.). **Publicidade e proteção da infância**. Vol. 2. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2018.