

VI Seminário Universidade e Escolas  
24/06/2017

# A Criança e a Publicidade: Aspectos Bioéticos

José Roberto Goldim



**Núcleo  
Interinstitucional  
de Bioética**



**Serviço de Bioética e  
Laboratório de  
Pesquisa em  
Bioética e  
Ética na Ciência  
HCPA/Brasil**

[www.bioetica.ufrgs.br](http://www.bioetica.ufrgs.br)



Quino  
Toda a Mafalda.  
Lisboa: Dom Quixote; 1986.

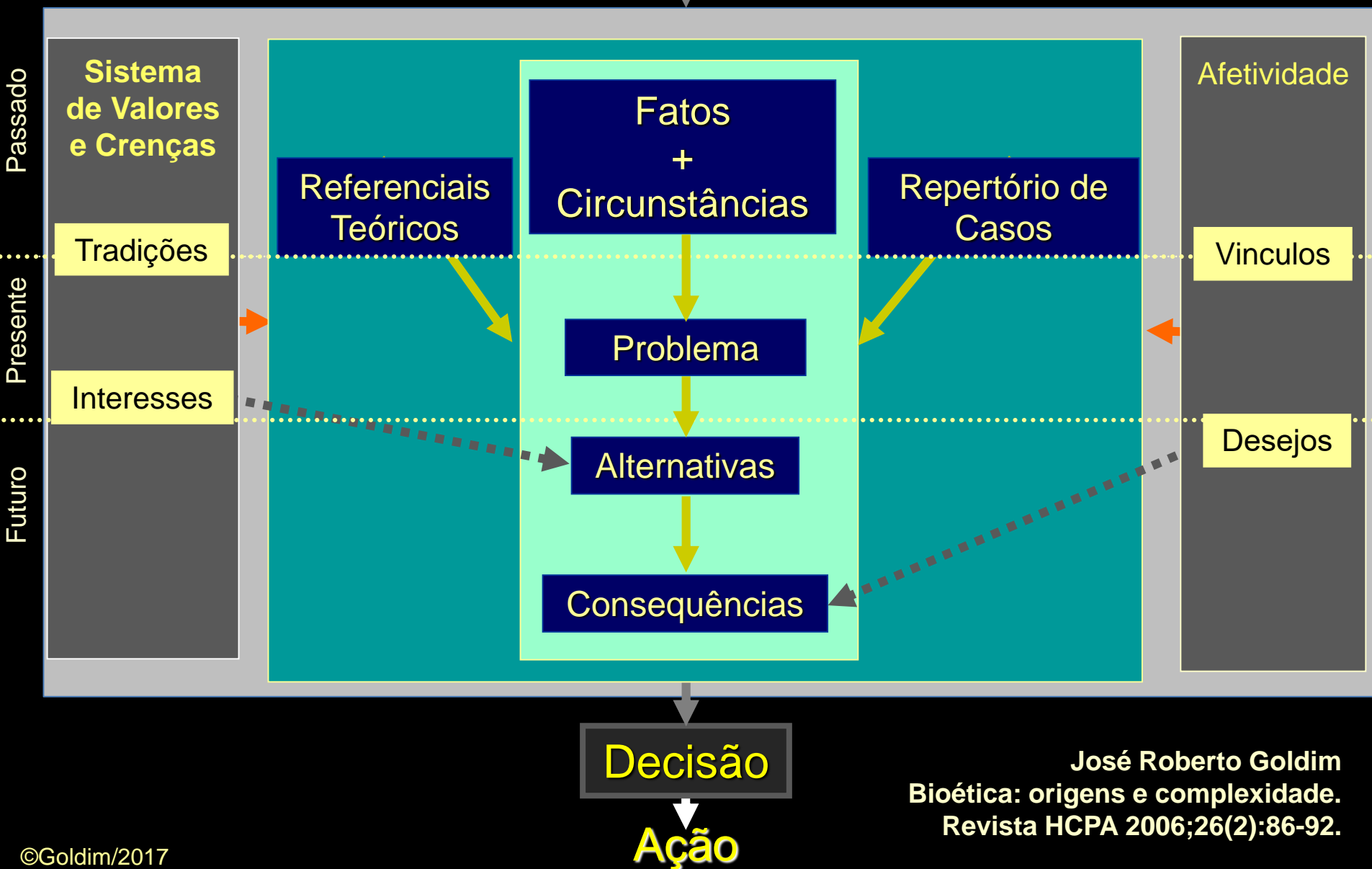
# Bioética

**é uma reflexão  
complexa,  
compartilhada e  
interdisciplinar  
sobre a adequação das ações  
que envolvem a vida e o viver.**

José Roberto Goldim  
Bioética: origens e complexidade.  
Revista HCPA 2006;26(2):86-92.

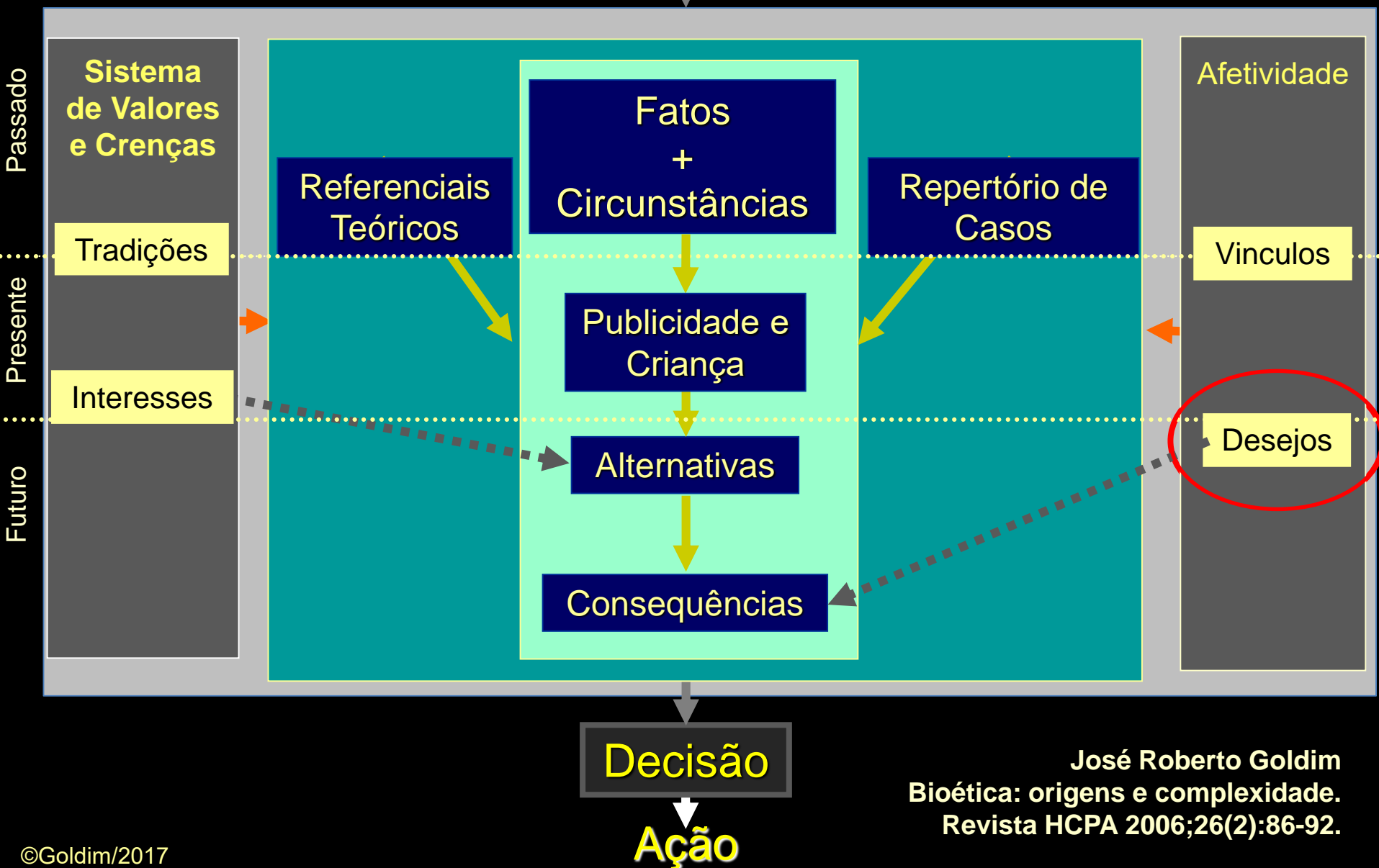
# Bioética Complexa

Evidências



# Bioética Complexa

Evidências



**À nossa volta existe hoje uma espécie de evidência fantástica do consumo e da abundância, criada pela multiplicação dos objetos, dos serviços, dos bens materiais, originando como uma categoria de mutação fundamental na ecologia da espécie humana.**

**Jean Baudrillard  
A sociedade de consumo.  
Lisboa: Edições 70; 2007.**

**Antigamente bastava ao capital produzir mercadorias, o consumo sendo mera consequência. Hoje é preciso produzir os consumidores, é preciso produzir a própria demanda e essa produção é infinitamente mais custosa do que a das mercadorias.**

**Jean Baudrillard  
A sociedade de consumo.  
Lisboa: Edições 70; 2007.**

**Não tanto a avidez de adquirir, de possuir, não o acúmulo de riqueza no seu sentido material, palpável, mas a excitação de uma sensação nova, ainda não experimentada — este é o jogo do consumidor.**

**Os consumidores são primeiro e acima de tudo acumuladores de sensações; são colecionadores de coisas apenas num sentido secundário e derivativo.**

**Zygmunt Bauman  
Vida para consumo.  
Rio de Janeiro: Zahar; 2008.**



**A Apple tem a capacidade  
de criar necessidades  
nos consumidores.**

**Renata Bokel**

Clayton Melo

**Como o marketing da expectativa  
tornou a Apple  
um objeto de desejo**

<http://idgnow.com.br/internet/2010/01/29/como-o-marketing-da-expectativa-tornou-a-apple-um-objeto-de-desejo/>

NCBI Resources How To Sign in to NCBI

PubMed.gov US National Library of Medicine National Institutes of Health

PubMed  Search

Create RSS Create alert Advanced Help

Article types: Clinical Trial, Review, Customize ...

Text available: Abstract, Free full text, Full text

PubMed Central: Reader comments, Trending articles

Publication filters: 5 years, 10 years, Custom range

Species: Humans, Other Animals

Format: Summary Sort by: Most Recent Per page: 200

Search results: 601 to 737 of 737

Results by year

OR ( advertising [All Fields] AND "topic"[All Fields]) OR "advertising as topic"[All Fields] OR "advertising"[All Fields] AND

Search See more...

Dent Assist. 2002 Mar-Apr;71(2):26-30; quiz 31-2. No abstract available.  
PMID: 11944191  
[Similar articles](#)

☐ [Helping to promote healthy diets and lifestyles: the role of the food industry.](#)

604. Gassin AL.  
Public Health Nutr. 2001 Dec;4(6A):1445-50. Review

Revisão 771 artigos  
PUBMED 15/06/2017

advertising AND child AND (food OR beverage)

# Pediatrics

VOLUME 18

SEPTEMBER 1956

NUMBER 3

AMERICAN ACADEMY OF PEDIATRICS

REPORT

COMMITTEE ON NUTRITION

Ethics and Etiquette in Advertising

*A Statement of Principles for Judging the Suitability of Advertising of  
Nutritional Products*

**T**HE Committee on Nutrition has been designated by the Executive Board of the American Academy of Pediatrics to serve in a consultative capacity in determining the suitability of advertisements of nutritional products in the official publications of the Academy.

Understanding between industry and the medical profession will be fostered by a readily available statement of the basis upon which judgment of advertisements of nutritional products will be made. Assurance can be given that this will be applied objectively, fairly and with sympathetic understanding of the position of industry.

It is hoped that thereby this statement can assume the status of a Code of Ethics and Etiquette in the promotion of products intended for maintenance of optimal nutrition or treatment of disorders of nutrition in infancy, childhood and adolescence.

The Committee on Nutrition will remain receptive to counsel from all sources, and sensitive to the implications of its own statements and actions. The following principles will be continuously re-examined in the light of experience and pertinent evidence.

## **Good Advertising**

Good advertising serves the interest of both merchant and consumer. Good advertising begins with a reliable product. Good advertising achieves a pleasant informative memory of the product and its usefulness in the mind of the consumer. In short, this implies an honest product, truthfully and artistically advertised. Honesty is the best cornerstone upon which to build the type of promotion that will serve the mutual interest of industry, the consumer, and the medical profession.

## **Quality of the Product**

Proof of quality of the product must at all times be available to those who must evaluate promotional material. This applies to foods and to individual ingredients such as vitamins, minerals, amino acids, fatty acids, etc.

## **Name of Product**

To be informative the common or scientific name of the product should be clearly indicated; this is especially important when a fanciful trade name is used. If the product contains several ingredients these should be enumerated.

509

## AMERICAN ACADEMY OF PEDIATRICS REPORT

### COMMITTEE ON NUTRITION

### Ethics and Etiquette in Advertising

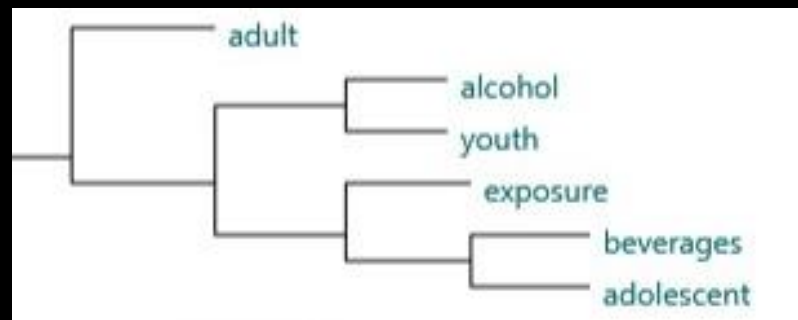
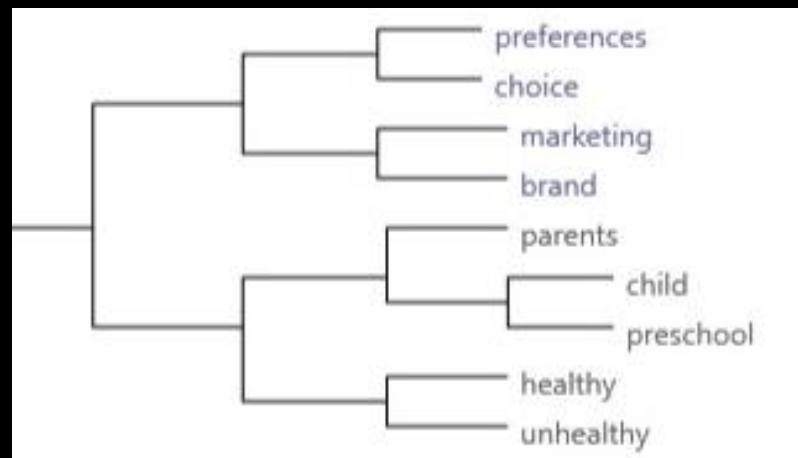
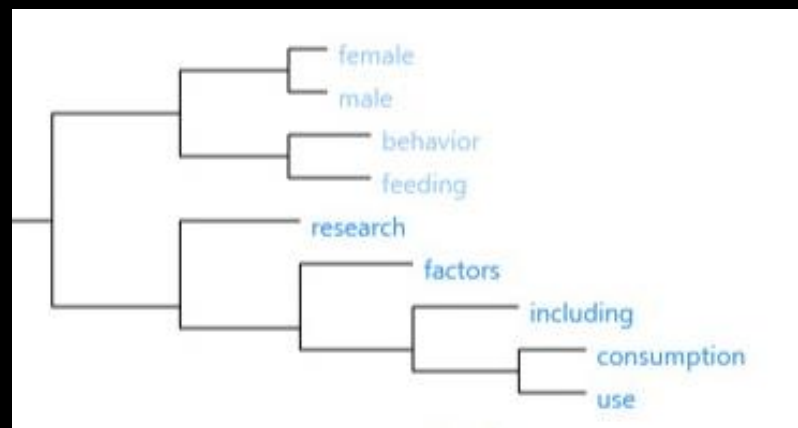
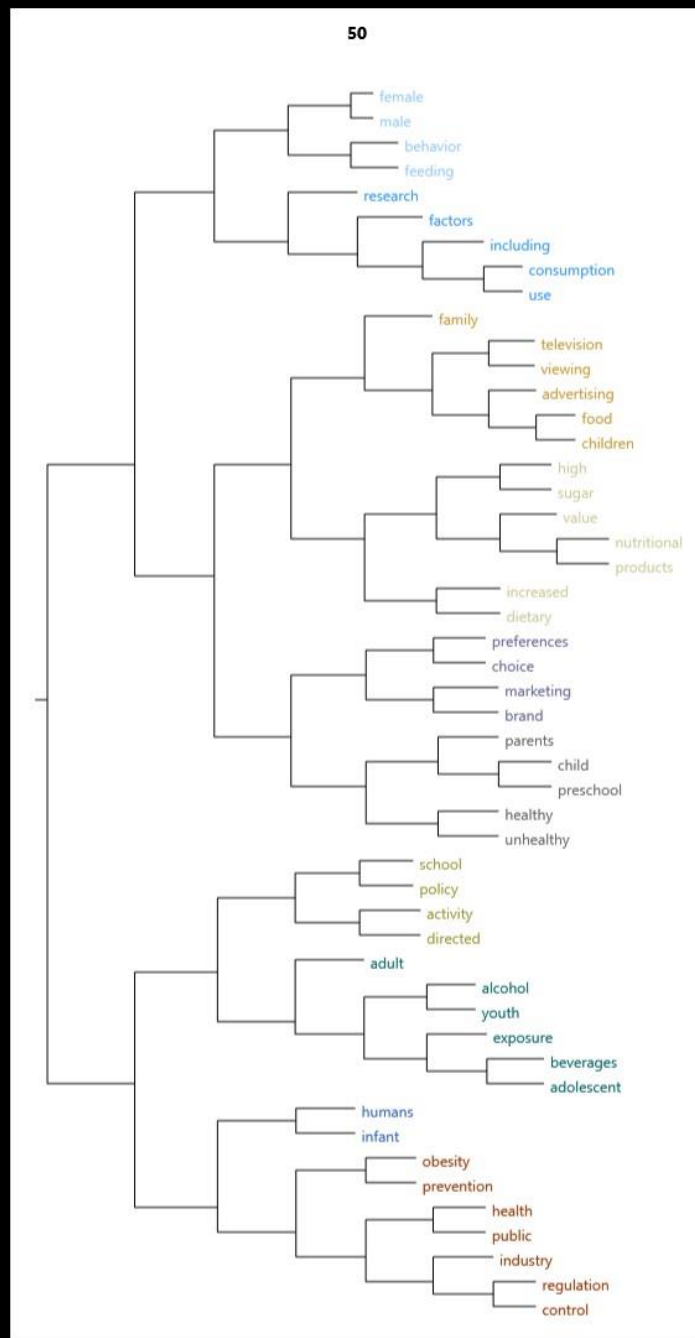
*A Statement of Principles for Judging the Suitability of Advertising of  
Nutritional Products*

American Academy of Pediatrics  
ETHICS and etiquette in advertising;  
a statement of principles for judging the suitability of advertising of nutritional products.  
Pediatrics [Internet]. 1956 Sep;18(3):509–10.



Revisão 771 artigos  
PUBMED 15/06/2017

advertising AND child AND (food OR beverage)



Revisão 771 artigos  
PUBMED 15/06/2017  
advertising AND child AND (food OR beverage)



Referencial  
Teórico  
**Ética**

**Alteridade**

*Emmanuel Levinas*  
*Paul Ricoeur*

**Consequencialismo**

*Joseph Fletcher*  
*Peter Singer*

**Direitos Humanos**

*Elsi L. Bandman*  
*Bertram Bandman*

**Responsabilidade**

*Max Weber*  
*Hans Jonas*

**Princípios**

*Belmont Report*  
*Tom Beauchamp*  
*James Childress*  
*Peter Kemp*

**Intencionalismo**

*Peter Abelard*

**Ética das Virtudes**

*Aristóteles*  
*Edmund Pellegrino*

Referencial  
Teórico  
Virtudes

Quatro Virtudes Cardeais

**Sabedoria**

**Coragem**

**Temperança**

**Justiça**

Platão.  
A República .  
São Paulo: Nova Cultural; 1999.

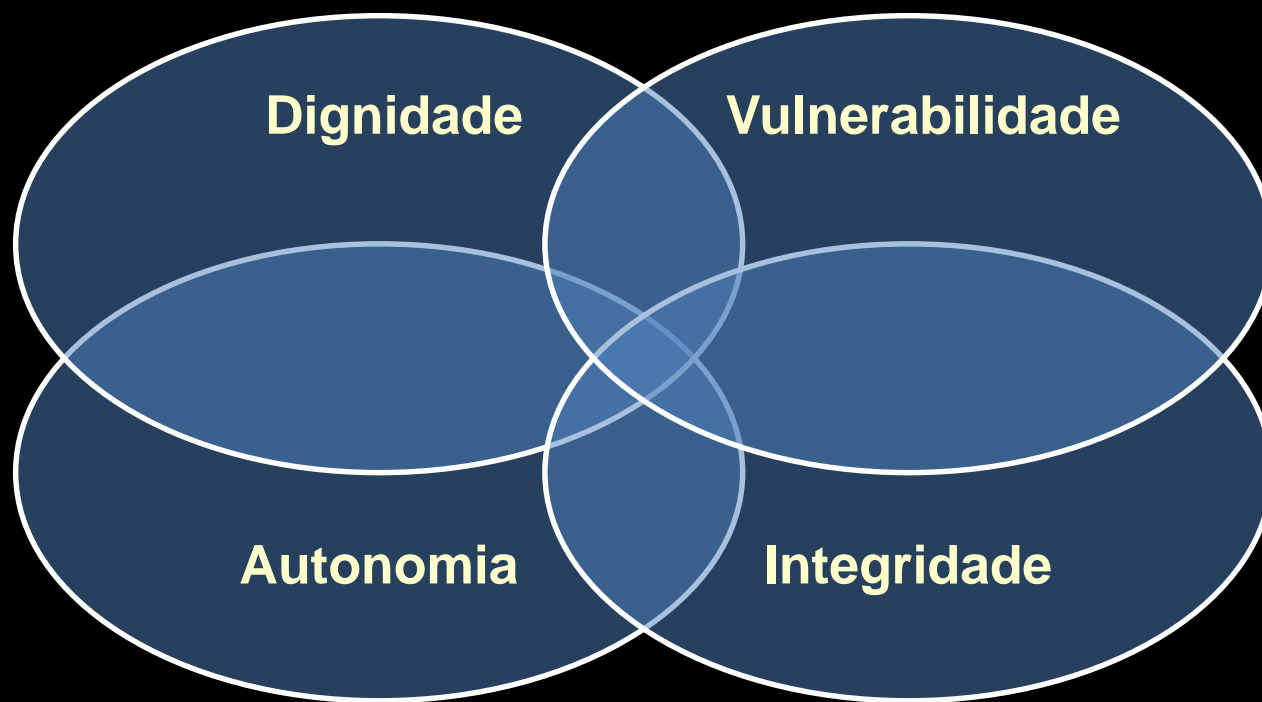


Referencial  
Teórico  
Virtudes

## **Temperança ou Moderação (*sôphrosýnê*)**

Platão.  
A República .  
São Paulo: Nova Cultural; 1999.

Referencial  
Teórico  
Princípios



Peter Kemp

The globalization of the world.

Philosophical Problems Today. Berlin: Springer; 2004:24

# Referencial Teórico Princípios

**Dignidade**

**Vulnerabilidade**

**Autonomia**

**Integridade**

**Peter Kemp**

**The globalization of the world.**

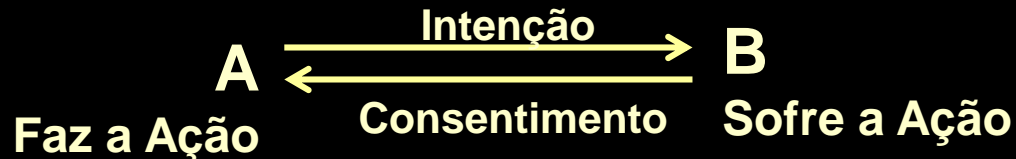
**Philosophical Problems Today. Berlin: Springer; 2004:24**

Referencial  
Teórico  
Intencionalismo

## Valor Moral de uma Ação

**Intenção  
do agente  
da ação**

**Consentimento  
para  
a ação**



Peter Abelard  
Ethical Writings: “Ethics” and “Dialogue Between a Philosopher, a Jew and a Christian.”  
Indianapolis: Hackett; 1995.

Referencial  
Teórico  
Intencionalismo

**Intenção  
do agente  
da ação?**

**Consentimento  
para  
a ação?**

Peter Abelard  
Ethical Writings: “Ethics” and “Dialogue Between a Philosopher, a Jew and a Christian.”  
Indianapolis: Hackett; 1995.

Referencial

Teórico

Direitos Humanos

**Direitos Individuais** (1ª Geração)

Vida

Liberdade

Privacidade

Não-discriminação

Sexuais ou Reprodutivos

**Direitos Coletivos** (2ª Geração)

Saúde

Educação

Assistência Social

**Direitos Transpessoais** (3ª Geração)

Solidariedade

Ambiente

Norberto Bobbio  
A Era dos Direitos.  
Rio de Janeiro: Campus; 1992.

Referencial  
Teórico  
Direitos Humanos

**Liberdade  
Privacidade**

**Norberto Bobbio  
A Era dos Direitos.  
Rio de Janeiro: Campus; 1992.**

# Referencial Teórico Responsabilidade

## • **Responsabilidade Retrospectiva**

- Relação de causa-efeito
- Ação Elogiável ou Censurável

## • **Responsabilidade Prospectiva**

- Relação de causa-efeito
- Precaução: ação que se antecipa ao agir
- Responsabilidade pelo que ainda esta por vir

Hans Jonas

Princípio responsabilidade: ensaio de uma etica para a civilização tecnologica.

Rio de Janeiro: Contraponto; 2006.



Referencial  
Teórico  
Responsabilidade

- **Responsabilidade Prospectiva**

**Hans Jonas**

**Princípio responsabilidade: ensaio de uma ética para a civilização tecnológica.**

**Rio de Janeiro: Contraponto; 2006.**

# Referencial Teórico Alteridade

## Alteridade

Nós

[Eu ↔ Outro]

- Co-presença ética
- Co-responsabilidade
- Negação da Neutralidade

Lévinas E.  
Entre nós: ensaios sobre a alteridade. 2ed.  
Petrópolis: Vozes; 2005.

Referencial  
Teórico  
Alteridade

## **Negação da Neutralidade**

Lévinas E.  
Entre nós: ensaios sobre a alteridade. 2ed.  
Petrópolis: Vozes; 2005.

Referencial  
Teórico  
**Ética**

## **Publicidade e Criança**

Referencial  
Teórico  
**Ética**

**Dignidade**

**Liberdade**

**Integridade**

**Consentimento**

**Privacidade**

**Autonomia**

**Publicidade  
e Criança**

**Vulnerabilidade**

**Intenção**

**Temperança**

**Negação da  
Neutralidade**

**Responsabilidade  
Prospectiva**

Bioética  
Complexa

## Publicidade e Criança



**Aspectos  
Éticos**

Bioética  
Complexa

Aspectos  
Culturais

Aspectos  
Ambientais

Aspectos  
Científicos

Aspectos  
Psicológicos

Aspectos  
Estéticos

Aspectos  
Econômicos  
e Financeiros

Aspectos  
Educaçãoais  
Aspectos  
Políticos

Aspectos  
Legais

Aspectos  
Éticos

Aspectos  
Morais

Aspectos  
Sociais

Aspectos  
Biológicos

Aspectos  
Assistenciais

Aspectos  
Profissionais

Aspectos  
Espirituais

**Publicidade  
e Criança**