



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA

PROJETO DE LEI Nº 4.815, DE 2009

Apensados: PL nº 4.888/2009, PL nº 4.935/2009, PL nº 1.146/2011, PL nº 1.745/2011, PL nº 5.608/2013, PL nº 6.111/2013, PL nº 112/2015, PL nº 3.128/2015, PL nº 9.269/2017, PL nº 4.116/2019, PL nº 5.912/2019, PL nº 6.180/2019 e PL nº 6.458/2019

Veda a comercialização de brinquedos acompanhados de lanches.

Autor: Deputado DR. NECHAR

Relatora: Deputada BENEDITA DA SILVA

I - RELATÓRIO

O PL nº 3.809, de 2019, proíbe que seja comercializado qualquer tipo de lanche ou refeição acompanhado de brinquedos ou brindes. Em caso de desobediência, seriam aplicáveis penas previstas no artigo 56 do Código de Defesa do Consumidor. Essas penas vão desde multa ou suspensão do fornecimento de produtos até intervenção administrativa e imposição de contrapropaganda.

A justificação relata o prejuízo das promoções de redes de “fast food” que incentivam crianças a consumirem lanches de pouco valor nutricional e alto valor calórico, seduzidas pelos itens oferecidos com as refeições, brindes e brinquedos com forte apelo infantil. Menciona a posição do Ministério Público Federal de São Paulo, que considera que associar esse tipo de prêmios, muitas vezes relacionados a personagens ou celebridades do universo das crianças, interfere significativamente na escolha de alimentos. Assim, não devem ser permitidos incentivos para ingerir produtos de pequeno valor nutricional. Cita





CÂMARA DOS DEPUTADOS

ainda pesquisa do Instituto de Defesa do Consumidor (Idec) e do Instituto Alana que, na época, demonstrou que os lanches que eram oferecidos acompanhados de brinquedos continham até 70% de sódio e gordura saturada que as crianças poderiam ingerir por dia. Ressalta ainda a que a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, veda o “uso profissional e calculado da fraqueza ou da ignorância do consumidor infantil”.

Apensados encontram-se treze projetos de lei em razão da comum preocupação com as consequências das práticas de comercialização e publicidade de produtos, sobretudo alimentícios, destinados prioritariamente ao público infantil.

O Projeto de Lei nº 4.888, de 2009, do Deputado Jorge Tadeu Mudalen, “dispõe sobre a proibição de venda casada de produtos alimentícios destinados ao público infanto-juvenil em todo o território nacional”. O projeto entende como venda casada “a prática comercial em que o fornecedor condiciona a venda de produto ou serviço à aquisição de outro produto ou serviço” e como público infanto-juvenil o compreendido entre 0 e 16 anos de idade. Faz igualmente referência ao disposto no Código de Defesa do Consumidor que condena o “uso profissional e calculado da fraqueza ou da ignorância do consumidor infantil”.

O Projeto de Lei nº 4.935, de 2009, do Deputado Capitão Assunção, proíbe “entregar qualquer tipo de bonificação, brinde, brinquedo ou prêmio condicionado à aquisição de alimentos e bebidas, ainda que partes integrantes do produto” e ainda “venda de brinquedos e produtos associados à aquisição de alimentos e bebidas”. Propõe o acréscimo de parágrafo e inciso ao artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor.

O Projeto de Lei nº 1.146, de 2011, do Deputado Edson Silva, que “proíbe a venda casada de produtos alimentícios com brinquedos”. Da mesma forma, proíbe a venda de produtos alimentícios, refeições e lanches com brinquedos a crianças e adolescentes. Entende por criança e adolescente o





CÂMARA DOS DEPUTADOS

conceito adotado no Estatuto da Criança e do Adolescente. Prevê, em seguida, a cominação de penas do Código de Defesa do Consumidor para a desobediência.

O Projeto de Lei nº 1.745, de 2011, do Deputado Roberto Santiago. A iniciativa “dispõe sobre a vedação na comercialização de alimentos e produtos em geral destinados ao consumo e uso por crianças, a oferta de brinquedos, brinde ou prêmio a título de bonificação”. Estende a proibição a todos os alimentos e produtos que alcancem prioritariamente esse grupo, mesmo que não se destinem especificamente ao consumo e uso por crianças. Define como crianças as pessoas de até doze anos de idade, de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente.

O art. 3º estabelece que a propaganda de alimentos para crianças, em qualquer meio de comunicação, deve se sujeitar ao parecer de nutricionista registrado no Conselho da profissão. Seu nome e número de registro profissional devem ser incluídos nas propagandas impressas. Propõe a aplicação das penas do Código do Consumidor às infrações.

O Projeto de Lei nº 5.608, de 2013, do Deputado Rogério Carvalho, que “regulamenta a publicidade infantil de alimentos”. A iniciativa proíbe a publicidade de alimentos e bebidas pobres em nutrientes e com alto teor de açúcar, gorduras saturadas ou sódio, dirigida a crianças. Para o rádio e a televisão, a proibição vale de 6 às 21 horas. Em escolas públicas e privadas, a qualquer tempo. Proíbe a oferta de brindes promocionais, itens colecionáveis ou brinquedos associados à compra do produto, bem como a participação de celebridades ou personagens infantis na comercialização.

No horário permitido, a propaganda deve ser seguida de advertência pública sobre os males causados pela obesidade. O art. 3º determina penas de multa, de novecentos mil a três milhões de reais, suspensão de veiculação e imposição de contrapropaganda, aplicadas pelos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. A contrapropaganda será divulgada pelo





CÂMARA DOS DEPUTADOS

responsável da mesma forma como a propaganda. Para isso, deve ter mesma frequência, veículo, espaço, horário e local. Por fim, define publicidade como qualquer forma de veiculação do produto ou marca, ostensiva ou implícita, em programas dirigidos ao público infantil.

O Projeto de Lei nº 6.111, de 2013, do Deputado José Stédile, altera o Código de Defesa do Consumidor, acrescentando inciso XIV ao art. 39, considerando prática abusiva “oferecer qualquer tipo de brinde, brinquedo, bonificação ou prêmio associado à aquisição de alimentos e bebidas destinados ao público infantil”.

O Projeto de Lei nº 112, de 2015, do Deputado Alceu Moreira, veda a comercialização de brinquedos acompanhados de lanches, prevendo sanções estabelecidas no art. 56 do Código de Defesa do Consumidor em caso de desobediência.

O Projeto de Lei nº 9.269, de 2017, do Deputado Major Olimpio, propõe considerar abusiva a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço.

O Projeto de Lei nº 4.116, de 2019, do Deputado Felipe Carreras, propõe vedar a publicidade de alimentos pobres em nutrientes e com alto teor de açúcar dirigida às crianças.

O Projeto de Lei nº 5.912, de 2019, da Deputada Marília Arraes, propõe vedar a publicidade de qualquer produto ou serviço destinado às crianças.

O Projeto de Lei nº 6.180, de 2019, do Deputado Coronel Tadeu, também propõe vedar a publicidade de alimentos pobres em nutrientes e com alto teor de açúcar dirigida às crianças.

O Projeto de Lei nº 6.458, de 2015, da Deputada Edna Henrique, propõe vedar qualquer forma de publicidade dirigida às crianças dentro de estabelecimentos de ensino.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Em razão da apensação do PL 3128/2015, a competência para apreciação da matéria foi deslocada para o **Plenário**; e além da Comissão de Seguridade Social e Família (CSSF) e da Comissão de Defesa do Consumidor (CDC), a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC) também manifestar-se-á sobre **mérito** a par da análise dos aspectos constitucionais, legais, jurídicos, regimentais e de técnica legislativa (art. 54, I, do RICD).

Nesta Comissão de Seguridade Social e Família, no prazo regimental, enquanto esteve sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões, não foram apresentadas emendas. Em 2013, o Deputado Arnaldo Faria de Sá apresentou voto em separado, argumentando que o oferecimento de brindes não constituiria estratégia agressiva de marketing e tecendo considerações sobre venda casada.

Tramita em regime ordinário (art. 151, III, do RICD).

É o relatório.

II - VOTO DA RELATORA

Desde a apresentação da primeira iniciativa, houve progresso na conduta das redes e da indústria de alimentação no sentido de reduzir teores de sódio, gorduras trans e calorias de seus produtos a níveis menos deletérios para quem os consome, resultado da atuação do Ministério da Saúde e da sociedade. Recentemente, Reunião de Audiência Pública em nossa Comissão evidenciou a necessidade de se reduzir o teor de açúcar de alimentos oferecidos para consumo.

Vemos assim que, apesar de algumas conquistas, muito ainda precisa ser feito. A obesidade, junto a problemas metabólicos e circulatórios, cresce de maneira alarmante e é indispensável a atuação firme das autoridades sanitárias e do Poder Legislativo no sentido de estabelecer parâmetros e





CÂMARA DOS DEPUTADOS

fortalecer a capacidade de as famílias desempenharem seu papel de educadoras para promover a alimentação saudável.

Essa conscientização cresce em todo o país. Foram adotadas leis estaduais e municipais disciplinando a oferta e venda de lanches em escolas. Iniciativas para proibir a venda de brinquedos junto a lanches tramitaram em Câmaras do país, como Belo Horizonte, Florianópolis e São Paulo. Algumas dessas propostas foram vetadas com o argumento de que a matéria seria de âmbito federal. Pois essa é a oportunidade de pacificarmos em definitivo a questão

Continua a ser muito oportuna e atual a preocupação dos autores das propostas em análise, não apenas sob a visão de direitos e garantias dos consumidores e da proteção das crianças e dos hipossuficientes, como também da saúde.

No âmbito da política de estímulo à alimentação saudável, a Organização Mundial da Saúde recomenda medidas de proteção das crianças contra as estratégias abusivas de marketing de alimentos a elas dirigidas. Em nosso país, vemos que essas práticas continuam a ser empregadas, talvez um pouco mais discretamente, embora persista o constrangimento aos pais.

Em 2014, a pesquisa VIGITEL constatou que persistem hábitos alimentares impróprios entre brasileiros. Muitos substituem diariamente uma refeição por lanches como pizzas, sanduíches ou salgados. Mais de 23% da população toma refrigerantes cinco dias por semana, um terço come regularmente carnes gordurosas e metade, leite com teor integral de gordura. Este hábito concorre para que o Brasil tenha uma população com índices crescentes e assustadores de sobrepeso e obesidade, associados a problemas graves de metabolismo.

O Brasil adotou uma Política Nacional de Alimentação e Nutrição. Em 2010, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária editou a Resolução nº 24, definindo regras para a oferta e propaganda de alimentos com altos teores de





CÂMARA DOS DEPUTADOS

açúcar, sódio, gordura saturada ou trans e bebidas com baixo teor nutricional. Este documento prevê a inclusão de alerta sobre a presença destes componentes e de seus riscos para a saúde. A resposta foi o surgimento de diversos embates judiciais.

É importante lembrar que o CONSEA enviou ofício em 2013 recomendando a aprovação de propostas para regular a publicidade de alimentos não saudáveis. O Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) e o Instituto Alana consideram essencial a regulamentação da propaganda de alimentos voltada para as crianças.

É essencial construir hábitos saudáveis nas pessoas desde a infância. Ainda que não constituam a solução definitiva para as questões de obesidade e transtornos metabólicos, as propostas surgem como auxiliares do exercício de hábitos alimentares saudáveis pelas crianças e de suporte para os pais.

Como já é sobejamente conhecido, problemas de saúde são multicausais e as soluções demandam a abordagem de inúmeros fatores. Não existe uma intervenção única para solucionar doenças. Neste sentido, consideramos essencial o disciplinamento da oferta de prêmios associada à compra e ingestão de refeições, principalmente se dirigidas às crianças, como ação legítima para efetivar princípios de alimentação adequada e saudável.

Uma pesquisa científica publicada em 2017 estudou a publicidade televisiva de alimentos no Brasil com base nas recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira de 2014¹. Dos 2.732 comerciais identificados à época, a publicidade de alimentos e bebidas foi a terceira maior categoria, com 10,2% dos anúncios veiculados. Nessa categoria, os alimentos ultraprocessados

1 MAIA, Emanuella Gomes et al. Análise da publicidade televisiva de alimentos no contexto das recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 33, n. 4, e00209115, 2017. Disponível em <http://old.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2017000405009&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 20 ago. 2021. Epub 18-Maio-2017.
<https://doi.org/10.1590/0102-311x00209115>.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

corresponderam a 60,7% dos anúncios, e os alimentos *in natura* e minimamente processados, cerca de 7%.

Consideramos, aliás, que toda a propaganda direcionada para o público infante-juvenil independentemente do produto ou serviços que esteja promovendo deve ser vedada para assegurar seu não malefício para a saúde e o desenvolvimento pleno do ser humano.

Nesse sentido, a Resolução nº 163/2014, de 13 de março de 2014, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA, é muito clara ao estabelecer que é abusiva toda e qualquer atividade de comunicação comercial, inclusive publicidade, para a divulgação de produtos, serviços, marcas e empresas independentemente do suporte, da mídia ou do meio utilizado, dirigida à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço, utilizando-se, linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores; trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança; representação de criança; pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil; personagens ou apresentadores infantis; desenho animado ou de animação; bonecos ou similares; promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil; dentre outros.

Se incorporadas à legislação, as propostas ora em análise serão aliadas valiosas dos pais, reforçando suas posturas de priorizar alimentos saudáveis no desempenho de sua responsabilidade de prover a alimentação. Ao mesmo tempo, reduzirão a pressão dos filhos, vulneráveis, pelo consumo excessivo.

Diversas manifestações, inclusive o voto em separado outrora apresentado, apontam eventual prejuízo à liberdade de escolha ou do exercício de atividade econômica. No entanto, consideramos dever, tanto de nossa Comissão de Seguridade Social e Família quanto do Estado brasileiro, promover os ajustes necessários para garantir a proteção à saúde de seus cidadãos, em





CÂMARA DOS DEPUTADOS

especial de suas parcelas hipossuficientes. No que diz respeito às questões da saúde, que é o que nos cabe analisar, vemos como muito positivas as contribuições apresentadas pelas propostas. Assim, oferecemos um substitutivo, inserindo, a exemplo do Relator que nos antecedeu, a proibição no texto da Lei 8.078, de 1990.

O livre exercício da atividade econômica está previsto na Constituição Federal, condicionado à observância prioritária dos princípios de defesa do consumidor. Isso é evidente, especialmente se ele for menor, hipossuficiente e facilmente influenciável. Acreditamos que tanto as propostas quanto o substitutivo que apresentamos guardam a mais estrita obediência aos preceitos da Constituição brasileira.

Assim, manifestamos o voto pela **APROVAÇÃO** do **Projeto de Lei nº 4.815, de 2009, e de seus apensados**: PL nº 4.888/2009, PL nº 4.935/2009, PL nº 1.146/2011, PL nº 1.745/2011, PL nº 5.608/2013, PL nº 6.111/2013, PL nº 112/2015, PL nº 3.128/2015, PL nº 9.269/2017, PL nº 4.116/2019, PL nº 5.912/2019, PL nº 6.180/2019 e PL nº 6.458/2019; na forma do **SUBSTITUTIVO** que apresentamos anexo.

Sala da Comissão, em 07 de outubro de 2021.

Deputada BENEDITA DA SILVA

Relatora





COMISSÃO DE SEGURIDADE SOCIAL E FAMÍLIA

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 4.815, DE 2009

Apensados: PL nº 4.888/2009, PL nº 4.935/2009, PL nº 1.146/2011, PL nº 1.745/2011, PL nº 5.608/2013, PL nº 6.111/2013, PL nº 112/2015, PL nº 3.128/2015, PL nº 9.269/2017, PL nº 4.116/2019, PL nº 5.912/2019, PL nº 6.180/2019 e PL nº 6.458/2019

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências” para disciplinar a propaganda e o comércio de produtos destinado ao público infantil.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para disciplinar a propaganda e o comércio de produtos destinado ao público infantil.

Art. 2º. O § 2º do art. 37 da Lei 8.078, de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 37

§ 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, **se dirija de qualquer forma ao público infantil**, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

..... (NR)”

Art. 2º. O art. 39 da Lei 8.078, de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XIV:





CÂMARA DOS DEPUTADOS

“XIV – condicionar qualquer tipo de bonificação, brinde, brinquedo, prêmio, produto ou serviço dirigido ao público infantil à aquisição de alimentos,

Art. 3º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 07 de outubro de 2021.

Deputada BENEDITA DA SILVA

Relatora

