



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.745, DE 2011

(Do Sr. Roberto Santiago)

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.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-4815/2009.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a vedação, na promoção e na comercialização de alimentos e de produtos em geral destinados ao consumo e uso por crianças, a oferta de brinquedos, brinde ou prêmio a título de bonificação, operação também conhecida como venda casada.

Art. 2º Fica vedada, na promoção e na comercialização de alimentos e de produtos em geral destinados ao consumo e uso por crianças, a oferta conjunta de brinquedos, brinde, prêmio ou congêneres a título de bonificação.

Parágrafo único. A vedação de que trata o *caput* deste artigo aplica-se também a todos os alimentos e produtos em geral que, embora não destinados especificamente ao consumo e uso por crianças, de qualquer forma alcancem prioritariamente esse grupo populacional.

Art. 3º A propaganda de alimentos para crianças, por qualquer meio de comunicação, deve se sujeitar ao parecer de nutricionista devidamente registrado no órgão regulamentador da profissão.

Parágrafo único. O nome e número de registro profissional do nutricionista devem ser incluídos, em corpo menor, em toda propaganda impressa.

Art. 4º Para os efeitos desta Lei considera-se como criança, a pessoa até doze anos de idade incompletos, de acordo com o que dispõe a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

Art. 5º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeitará os infratores às penalidades previstas na Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

De acordo com a Constituição Federal, compete ao Estado assegurar que a atividade econômica – fundada no preceito básico da liberdade de iniciativa – seja exercida em consonância com outros princípios igualmente constitucionais, tais como a garantia da dignidade humana em todas as suas dimensões e a defesa do consumidor, cada vez mais vulnerável nos atuais

ambientes econômicos de massa.

A liberdade econômica, portanto, não é um valor absoluto, admitindo condicionamentos que assegurem a concretização dos demais padrões constitucionais. Constitui expressão desse condicionamento, as normas que disciplinam a oferta e apresentação de produtos. Referidas normas devem balizar as práticas de divulgação e de venda – instrumentos fundamentais de persuasão do consumidor – de modo a evitar abusos e promover o exercício consciente e esclarecido do ato de consumo. Defende-se, assim, a dignidade e os interesses econômicos do consumidor.

A questão ganha ainda mais relevância quando se relaciona com o consumo infantil. Se, na economia de massas, o consumidor maduro psicológica e intelectualmente já é relegado a uma inexorável posição de vulnerabilidade e hipossuficiência, nossas crianças colocam-se em situação ainda maior de fragilidade. O caso mais comum, porém, não único, diz respeito as lanchonetes de alimentos *fast-food* que associam o comércio desses alimentos a brinquedos que, por sua vez, se ligam aos filmes (e super-heróis) da moda. As lanchonetes *fast-foods* estabelecem contratos com a indústria cinematográfica garantindo a difusão dos filmes infantis nesses espaços e, ao mesmo tempo, o comércio desses alimentos. A prática tem algo de perverso porque é feita para criar consumidores de um tipo de alimento contestado pelos médicos e nutricionistas por estarem associados a doenças como obesidade e câncer. Não por acaso, em 2010, a Sociedade de Medicina dos Estados Unidos veiculou nas propagandas nominando esses alimentos ofertados para as crianças como causadoras das referidas doenças. Isto é, rica em gorduras, açúcares e sódios, esta comida é prejudicial às crianças.

Com o discernimento ainda incompleto, a captura desses pequenos consumidores é tarefa fácil para as sofisticadas técnicas de marketing. Sem preparo para entenderem que o saudável ato de brincar é aqui subvertido para conduzi-las ao consumo de produtos perigosos para saúde, as crianças voltam-se para os pais, detentores da capacidade financeira que lhes falta, para atenderem seus caprichos. Considere-se ainda que a propaganda prevê o constrangimento dos pais, muitas vezes ostensivo, público, quando usando de bom senso se dispõem a contrariar os filhos. Esse tipo de comportamento comercial é reconhecido como pernicioso por vários países, tanto que adotam leis que proíbem a associação de brindes na oferta de produtos infantis.

O parecer do nutricionista sobre a publicidade a ser veiculada objetiva fazer com que profissional habilitado se responsabilize sobre a qualidade nutricional do alimento que está sendo comercializado. Com isto, pretendemos evitar que alimentos que provocam danos à saúde sejam consumidos pelas crianças e queremos estimular a produção de alimentos saudáveis. Não podemos aceitar que as crianças continuem sendo bombardeadas com doces, balas, chicletes, biscoitos, que apenas “divertem” o paladar, não alimentam, e ainda provocam principalmente a obesidade - doença que, em alguns estados, atinge cerca de metade da população e caminha para se tornar uma epidemia no País. Deve-se levar em conta que, norteador por um movimento mundial contra os falsos alimentos, ainda recentemente o Executivo deflagrou debate sobre a inclusão de informes sobre quantidade de sódio e açúcares nesse tipo de alimentos.

Essa técnica de marketing tornou-se tão vitoriosa, que o comércio já partiu para outros produtos consumidos e/ou utilizados por crianças, a exemplo de materiais escolares, vestuário e de higiene, cuja prática também deve ser reprimida.

Importa registrar que consideramos para os efeitos de definição de criança, como a pessoa de até doze anos incompletos, segundo o estabelecido no Estatuto da Criança e Adolescente.

Por fim, para fazer cessar essa prática no País, apresentamos o presente projeto de lei. Em caso de descumprimento, a proposição aproveita o eficiente instrumental sancionador já existente que é o Código de Defesa do Consumidor.

Submetendo a matéria à apreciação desta Casa, solicitamos a colaboração dos ilustres Pares para seu aperfeiçoamento e aprovação.

Sala das Sessões, em 30 de junho de 2011.

Deputado **ROBERTO SANTIAGO**
PV/SP

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do
Adolescente, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

LIVRO I

PARTE GERAL

TÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente.

Art. 2º Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade.

Parágrafo único. Nos casos expressos em Lei, aplica-se excepcionalmente este estatuto às pessoas entre dezoito e vinte e um anos de idade.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
--