

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA

PROJETO DE LEI Nº 2.640, DE 2015

Acrescenta parágrafo único ao art. 22 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, de diretrizes e bases da educação nacional, para vedar o apelo ao consumo nos estabelecimentos públicos e privados da educação básica.

Autor: Deputado LUCIANO DUCCI

Relatora: Deputada MARIA DO ROSÁRIO

I - RELATÓRIO

O projeto de lei em tela, de autoria do Deputado Luciano Ducci, acrescenta parágrafo único ao art. 22 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para proibir que qualquer estabelecimento de ensino da educação básica, público ou privado, possa veicular nas suas dependências qualquer atividade de comunicação comercial, inclusive publicidade para divulgação de produtos, serviços, marcas ou empresas, independentemente do suporte, da mídia ou do meio utilizado.

Em sua justificção, o autor ressalta que as crianças são inegavelmente alvo preferencial de campanhas publicitárias não só pela sua vulnerabilidade e fácil influência como pelo forte papel que exercem na tomada de decisões das compras nas famílias. O autor aponta diversas normas legais como o Código de Defesa do Consumidor e o ECA, além de Resoluções do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, que consideram abusivos certos tipos de publicidade e, por outro lado, declaram como dever de todos prevenir a ocorrência de ameaça ou violação dos direitos da criança e do adolescente.

Nesse sentido, o autor acredita que é preciso “pôr a salvo o ambiente escolar, cuja missão precípua, de acordo com o art. 205 da Constituição Federal é viabilizar o pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.”

A matéria tramita em regime ordinário (art. 151, III, RICD) e está sujeita a apreciação conclusiva das comissões (art. 24, II, RICD). Foi distribuída para análise de mérito às Comissões de Defesa do Consumidor e de Educação, onde foram aprovadas sem emendas.

Decorrido o prazo regimental neste Órgão Técnico, não foram apresentadas emendas.

É o relatório.

II - VOTO DA RELATORA

Conforme determina o art. 32, IV, *a*, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, cumpre que esta Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania se pronuncie acerca da constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa do Projeto de Lei nº 2.640, de 2015.

Os requisitos constitucionais formais para regular tramitação da proposição foram atendidos, na medida em que se trata de matéria de iniciativa legislativa concorrente da União (art. 24, IX e XV, CF), sendo atribuição do Congresso Nacional sobre ela dispor com a sanção do Presidente da República (art. 48, CF). A iniciativa do parlamentar é igualmente legítima, uma vez que o a proposição não disciplina matéria cuja iniciativa seja reservada a outro Poder (art. 61, CF).

Também foram respeitadas as demais normas constitucionais de cunho material, bem como os princípios e regras do nosso ordenamento jurídico, o que torna a proposição jurídica.

De fato, a restrição que se faz à publicidade no ambiente escolar se traduz, como bem destacou o relator na Comissão de Defesa do Consumidor, Deputado Irmão Lázaro, como “intervenção justa, legítima e proporcional no sistema educacional,

que objetiva inibir os excessos da divulgação comercial, garantindo, ao menos nesse tão fundamental espaço escolar, que a lógica do consumismo possa ceder lugar à formação crítica de nossos jovens.”

Assim é, porque a intervenção legislativa proposta concretiza a proteção que a Constituição Federal impõe a partir dos princípios que motivam o seu artigo 227, que asseguram, entre outros valores, o respeito à condição especial da infância, colocando as crianças e adolescentes à salvo de toda forma de exploração.

Ao mesmo tempo, vai ao encontro do que já aprovamos quando estabelecemos expressamente no Art. 5º do Marco Legal da Primeira Infância *a proteção contra toda forma de violência e de pressão consumista e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce à comunicação mercadológica.*

A proposição legislativa está em consonância, também, com o artigo 37, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor, que define como abusiva a publicidade que se aproveita da falta de entendimento e discernimento da criança. Está de acordo, ainda, com a Resolução 163/2014, editada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), que reforça a ilegalidade da publicidade direcionada à criança e considera expressamente como abusiva “a publicidade e a comunicação mercadológica no interior de creches e de instituições escolares de educação infantil e fundamental, inclusive em seus uniformes escolares ou materiais didáticos”

Nesse ponto, cumpre lembrar que em 2014, o próprio Ministério da Educação editou nota técnica, na qual reforça a importância da resolução 163/2014 do Conanda e do entendimento de que o espaço escolar é destinado à formação integral das crianças e dos adolescentes não devendo permitir sua utilização para a promoção e veiculação de publicidade e comunicação mercadológica de produtos e serviços.¹

Destaca-se que o projeto de lei reflete recomendação constante do *Relatório Sobre o Impacto do Marketing na Fruição dos Direitos Culturais*², produzido pela Relatora Especial no campo dos Direitos Culturais Farida Shaheed, aprovado em

¹ Disponível em <http://criancaconsumo.org.br/wp-content/uploads/2013/08/Nota-T%C3%A9cnica-MEC.pdf> Acesso em 05.06.2017.

² Disponível em http://criancaconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/RELATORIO_FARIDA_ONU.pdf Acesso: 05.06.2017.

outubro de 2014, segundo a qual a legislação, as regulamentações e as políticas adotadas pelos Estados e autoridades locais “proíbam toda a publicidade comercial em escolas públicas e privadas, garantindo que os currículos sejam independentes dos interesses comerciais”;

Também vale a pena nos reportar a posição manifestada pelo Instituto Alana em seu caderno legislativo de 2016, recomendando a aprovação do presente Projeto de Lei sob o argumento de que “a aprovação do PL será um avanço importante na implementação de um modelo de publicidade mais justa e ética no nosso país³”. O Instituto Alana, cabe referir, é uma importante e reconhecida organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que se dedica a programas que buscam a garantia de condições para a vivência plena da infância.

Por fim, no que diz respeito à técnica legislativa, nenhum reparo há a ser feito, uma vez que a proposição está bem redigida e foi elaborada em conformidade com a Lei Complementar nº 95, de 1997, que dispõe sobre as normas de elaboração das leis.

Isto posto, o voto é no sentido da constitucionalidade, juridicidade e boa técnica legislativa do Projeto de Lei nº 2.640, de 2015.

Sala da Comissão, em de de 2017.

Deputada MARIA DO ROSÁRIO

Relatora

³ Disponível em http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/caderno_legislativo.pdf
Acesso em 20.06.2017