



Câmara Municipal de Jacareí

PALÁCIO DA LIBERDADE

PROCESSO Nº 122 DE 10.08.2015

ASSUNTO: PROJETO DE LEI - DISPÕE SOBRE A PROIBIÇÃO DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DIRIGIDA AO PÚBLICO INFANTIL NO INTERIOR DE CRECHES E ESCOLAS DE EDUCAÇÃO INFANTIL E FUNDAMENTAL DA REDE PÚBLICA MUNICIPAL, INCLUSIVE NOS UNIFORMES ESCOLARES E MATERIAIS DIDÁTICOS.

AUTOR: VEREADOR ANTONELE MARMO.

DISTRIBUÍDO EM: 20/08/2015

PRAZO FATAL:

DISCUSSÃO ÚNICA

<p>Aprovado em Discussão Única</p> <p>Em.....de.....de 2015.....</p> <p>.....</p> <p>Presidente</p>	<p>REJEITADO</p> <p>Em.....de.....de 2015.....</p> <p>.....</p> <p>Presidente</p>
<p>Aprovado em 1ª Discussão</p> <p>Em.....de.....de 2015.....</p> <p>.....</p> <p>Presidente</p>	<p>ARQUIVADO</p> <p>Em.....de.....de 2015.....</p> <p>.....</p> <p>Secretário-Diretor Legislativo</p>
<p>Aprovado em 2ª Discussão</p> <p>Em.....de.....de 2015.....</p> <p>.....</p> <p>Presidente</p>	<p>Retirado de Tramitação</p> <p>Em.....de.....de 2015.....</p> <p>.....</p> <p>Secretário-Diretor Legislativo</p>
<p>Adiado em.....de.....de 2015.....</p> <p>Para.....de.....de 2015.....</p> <p>.....</p> <p>Secretário-Diretor Legislativo</p>	<p>Adiado em.....de.....de 2015.....</p> <p>Para.....de.....de 2015.....</p> <p>.....</p> <p>Secretário-Diretor Legislativo</p>
<p>Encaminhado às Comissões nºs: 1.428</p>	<p>Prazo das Comissões: 11/09/2015</p>

12
Recebi
10/08/15
[Handwritten Signature]



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP

PALÁCIO DA LIBERDADE



PROJETO DE LEI

DISPÕE SOBRE A PROIBIÇÃO DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DIRIGIDA AO PÚBLICO INFANTIL NO INTERIOR DE CRECHES E ESCOLAS DE EDUCAÇÃO INFANTIL E FUNDAMENTAL DA REDE PÚBLICA MUNICIPAL, INCLUSIVE NOS UNIFORMES ESCOLARES E MATERIAIS DIDÁTICOS.

PROTOCOLO GERAL
Nº 1097, 10/8 2015
CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ
_____ FUNCIONÁRIO

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE JACAREÍ, USANDO DAS ATRIBUIÇÕES QUE LHE SÃO CONFERIDAS POR LEI, FAZ SABER QUE A CÂMARA MUNICIPAL APROVOU E ELE SANCIONA E PROMULGA A SEGUINTE LEI:

Art. 1º Fica proibida toda comunicação mercadológica dirigida ao público infantil no interior das creches e escolas de educação infantil e fundamental da rede pública municipal de Jacareí, inclusive nos uniformes escolares e materiais didáticos.

Art. 2º Para os fins a que alude o artigo 1º desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I – comunicação mercadológica: compreende toda e qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços independentemente do suporte ou meio utilizado como anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádios, “banners” e sítios eletrônicos, embalagens, promoções, “merchandising”, ações em shows e apresentações nos pontos de vendas, e outras ferramentas de comércio;



PROJETO DE LEI - DISPÕE SOBRE A PROIBIÇÃO DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DIRIGIDA AO PÚBLICO INFANTIL NO INTERIOR DE CRECHES E ESCOLAS DE EDUCAÇÃO INFANTIL E FUNDAMENTAL DA REDE PÚBLICA MUNICIPAL, INCLUSIVE NOS UNIFORMES ESCOLARES E MATERIAIS DIDÁTICOS. Folha 2.

II - infantil: pessoa até doze anos de idade incompletos, na forma do art. 2º da Lei 8.069 de 13 de julho de 1.990 "Estatuto da Criança e do Adolescente".

Art. 3º Exceção da proibição imposta no art. 1º desta lei, aquela desenvolvida através do Poder Público.

Art. 4º O descumprimento das regras impostas nesta Lei, constitui infração disciplinar da direção ou responsável pelos equipamentos discriminados no art. 1º, que será apurada em procedimento competente.

Art. 5º O Poder Executivo Municipal regulamentará esta lei no prazo de 90 (noventa) dias, nas demais questões, no que couber, a partir de sua publicação.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Câmara Municipal de Jacareí, 10 de agosto de 2.015.

ANTONELE MARMO
VEREADOR-PT

AUTOR: VEREADOR ANTONELE MARMO.

PRAÇA DOS TRÊS PODERES, 74 - CEP: 12.327-901 - CAIXA POSTAL 228 - TEL.: (012)3955.2200 - FAX: (012)3951.7808
site: wwwcamarajacarei.sp.gov.br

Primordialmente a presente proposição busca criar regras de proteção às crianças, notadamente em relação ao consumo.

De início cumpre-nos lembrar que proteger as crianças da publicidade é uma obrigação compartilhada entre Estado e sociedade, incluindo empresas, organizações, família e educadores.

Isto porque sabemos do grau de influência que a mídia e a publicidade exerce sob as crianças, independentemente de sua condição financeira.

Essa influência deve ser encarada com significativa preocupação não só pelos pais, mas pela sociedade, num esforço conjunto visando minimizar os impactos negativos.

Neste contexto, reconhecemos que as propostas de restrição legal à publicidade voltada para o público infantil têm gerado intensos debates sobre seus objetivos.

Contudo, inúmeros estudos têm revelado a pertinência de se impor, logo cedo, a proteção aos pequenos, especialmente dos efeitos maléficos da publicidade infantil desenfreada e construída, quase sempre, em desrespeito aos mezinhos princípios éticos.

Em recentes pesquisas, sabe-se que quanto mais cedo as crianças são expostas à publicidade, mais cedo elas tenderão à práticas consumista e mais fiéis se tornarão a marcas, o que é vantajoso para o mercado global.



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP
PALÁCIO DA LIBERDADE



PROJETO DE LEI – DISPÕE SOBRE A PROIBIÇÃO DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DIRIGIDA AO PÚBLICO INFANTIL NO INTERIOR DE CRECHES E ESCOLAS DE EDUCAÇÃO INFANTIL E FUNDAMENTAL DA REDE PÚBLICA MUNICIPAL, INCLUSIVE NOS UNIFORMES ESCOLARES E MATERIAIS DIDÁTICOS. Folha 4.

O problema é que muitas dessas metas de atingir o mercado infantil, como já mencionado, são feitas sem a mínima preocupação ou respeito a esse público.

Mas não é somente a exposição para o cidadão em tenra idade que estimula a publicidade infantil.

Noutra pesquisa, verificou-se que a publicidade, após estudo minucioso do comportamento das crianças, adota estratégias de como fazer as crianças fortes compradora, como abordá-las, influenciá-las por meio de recursos publicitários.

Logicamente, indicou o estudo, que tais procedimentos são adotados, porque 80% da influência de compra dentro de uma casa vêm das crianças e elas movimentam 130 bilhões de reais por ano no mercado brasileiro.

Mas não é só!

O estudo concluiu que a “publicidade” vê no consumidor infantil, um futuro adulto que consumirá excessivamente e que será fiel a determinados produtos, serviços e marcas.

E extraímos desse material que:

“(...) Quanto mais cedo as crianças são expostas à publicidade, mais cedo elas tenderão à práticas consumista e mais fiéis se tornarão a marcas, o que é vantajoso para o mercado global. O problema é que muitas dessas metas de atingir o mercado infantil são feitas sem preocupação ou respeito a esse público. (...)”.



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP

PALÁCIO DA LIBERDADE



PROJETO DE LEI - DISPÕE SOBRE A PROIBIÇÃO DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DIRIGIDA AO PÚBLICO INFANTIL NO INTERIOR DE CRECHES E ESCOLAS DE EDUCAÇÃO INFANTIL E FUNDAMENTAL DA REDE PÚBLICA MUNICIPAL, INCLUSIVE NOS UNIFORMES ESCOLARES E MATERIAIS DIDÁTICOS. Folha 5.

Contrariamente é de conhecimento público que no Brasil empresas pressionam o poder para que não sejam tomadas medidas de regulamentação da publicidade infantil e tentar barrar leis e projetos, visando unicamente violar a inocência dos pequenos para torna-los um importante consumidor.

No âmbito de nosso município, considerando o quadro social e financeiro daqueles que utilizam os equipamentos indicados na presente propositura, buscamos, considerando os pontos supra enfeixados, ceifar situações vexatórias, proibindo a comunicação mercadológica.

Sabemos que o êxito da venda de determinado produto nas escolas ou creches impõe uma exposição desleal entre os pequenos, especialmente para àquele desprovido de recursos para aquisição do projeto ou serviço oferecido pela publicidade infantil.

Enfim, entendemos que a proibição exposta no presente "projeto-lei" visa exclusivamente o interesse das crianças, cabendo a todos pensar os limites de anúncios publicitário voltado para o público infantil, controlar a influência que a mídia pode trazer às crianças e prevenir dentre outros males, que essas se tornem pequenos compradores influenciados pela publicidade e grandes adultos consumistas influenciados desde cedo.

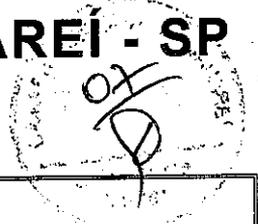
Destarte, versando o presente projeto matéria de grande relevância, acreditamos que o mesmo merecerá o acolhimento favorável, pelo que desde já agradecemos.

Câmara Municipal de Jacareí, 10 de agosto de 2015.


ANTONELE MARMO
VEREADOR-PT



CÂMARA MUNICIPAL DE JACARÉI - SP
PALÁCIO DA LIBERDADE



Processo: nº 122 de 10 de agosto de 2015.

Assunto: Projeto de Lei – Proibição comunicação mercadológica infantil nas creches e escolas de educação infantil e fundamental da rede pública municipal, uniformes escolares e materiais didáticos.

Autoria: Vereador Antonele Marmo

PARECER Nº 221 – METL – CJL – 08-2015

O Nobre Vereador Antonele Marmo encaminhou para apreciação desta Casa Legislativa o Projeto de Lei que dispõe sobre a **proibição de comunicação mercadológica dirigida ao público infantil no interior das creches e escolas de educação infantil e fundamental da rede pública municipal, inclusive nos uniformes escolares e materiais didáticos.**

A proposição foi remetida a esta Consultoria Jurídica para examinar a sua pertinência constitucional, legal e jurídica.



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP

PALÁCIO DA LIBERDADE



O Projeto de Lei em tela veio acompanhado com justificativa aos argumentos atinentes a tese defendida pelo Nobre Vereador sobre o contexto que dá sustentação ao Projeto.

Segundo o autor da proposição, o Projeto em questão busca "criar regras de proteção às crianças, notadamente em relação ao consumo".

Dispõem os artigos 5, XXXII, 170 e 227 da Constituição Federal:

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

V - defesa do consumidor;

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

A criança é alvo de proteção específica no Código de Defesa do Consumidor e no ECA (Estatuto da Criança de Adolescente) conforme transcrito abaixo:



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP

PALÁCIO DA LIBERDADE

09
10

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Art. 17. O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente,



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP

PALÁCIO DA LIBERDADE

abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais.

O Conanda, órgão vinculado à Secretaria Especial de Direitos Humanos da Presidência da República (composto por entidades da sociedade civil e do governo federal), através da Resolução 163 de 13/03/2014 (anexo), dispôs sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente, tanto que o Ministério da Educação, através da Nota Técnica (anexo), solicitou que "se dê ciência de referida Resolução a todas as unidades escolares das redes municipais e estaduais de ensino, visando sua ampla implementação".

Contudo, apesar de existirem alguns entendimentos contrários acerca da obrigatoriedade do cumprimento de Resoluções, o CONANDA entende que suas resoluções têm poder normativo. Mesmo porque, segundo o Supremo Tribunal Federal a Resolução 7 do CNJ (Conselho Nacional de Justiça) que dispõe sobre o nepotismo é constitucional, devendo assim ser aplicada.

É por isso que, em razão da abusividade evidenciada rotineiramente na publicidade, especialmente em relação ao público infantil, foi editada e publicada referida Resolução, com o aval e incentivo do cumprimento desta pelo Ministério da Educação.

Entretanto, apesar da resolução do Conanda não ter estipulado órgãos fiscalizadores, nem punições relativas à propaganda abusiva, a verificação do cumprimento da norma está vinculada aos órgãos do sistema de proteção e defesa do consumidor, como o Procon, Ministério da Justiça e o Ministério Público, sendo que, as sanções previstas para publicidade abusiva no artigo 67 seriam perfeitamente aplicáveis, além da sanção administrativa ou penal, ou ainda, a sanção civil.

4/7



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP

PALÁCIO DA LIBERDADE

Assim, verificamos que já existe regulamentação sobre o assunto tratado no Projeto de lei em questão, sendo que, o que falta, definitivamente, é o efetivo cumprimento e a competente fiscalização.

Portanto, a ideia central do Projeto, apesar de já ter sido objeto de regulamentação, serve para reforçar a proibição da comunicação mercadológica dirigida ao público infantil da rede pública municipal de Jacareí, pois, como já visto, houve recomendação do Ministério da Educação para que seja realizado seu efetivo cumprimento no âmbito estadual e municipal de ensino, o que não impede que seja aprovado o Projeto de Lei em questão.

Ocorre que há impedimento com relação ao aludido projeto de lei, no artigo 4º "O descumprimento das regras impostas nesta Lei, constitui infração disciplinar da direção", sendo que esta disposição interfere na Lei Orgânica e no Regimento Interno, pois trata-se de iniciativa exclusiva no Prefeito disposições atinentes aos os servidores:

Artigo 40 - São de iniciativa exclusiva do Prefeito as leis que disponham sobre:

- I - criação, transformação ou extinção de cargos, funções ou empregos públicos na Administração Direta e autárquica ou aumento de sua remuneração;
- II - **servidores públicos, seu regime jurídico, provimento de cargos, estabilidade, aposentadoria e vencimentos;** (grifos nossos)

Art. 94 Projeto de lei é a proposição que tem por fim regular toda a matéria legislativa de competência da Câmara e sujeita à sanção do Prefeito.



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP

PALÁCIO DA LIBERDADE



§ 2º É da competência exclusiva do Prefeito a iniciativa dos projetos de lei que:

(...)

III - servidores públicos, seu regime jurídico, provimento de cargos, estabilidade, aposentadoria e vencimentos, ressalvados os casos de competência privativa da Câmara;

Ademais, no artigo 5º é imposto prazo de 90 (noventa) dias para o Poder Público regulamentar o presente Projeto de Lei, o que demonstra uma clara interferência nas atribuições do Poder Legislativo no Poder Executivo.

Vale esclarecer ainda, que as Câmaras de Presidente Prudente e de Sorocaba aprovaram projetos semelhantes (anexo). Entretanto, ambos os projetos se diferenciam exatamente no apontamento realizado acima, ou seja, não houve o estabelecimento de sanção para servidor público nem tampouco houve o estabelecimento de prazo para regulamentação da presente lei.

CONCLUSÃO

Com essas considerações, o projeto de lei não preencheu os requisitos constitucionais e legais e **salvo melhor entendimento**, opinamos, portanto, por seu **arquivamento nos termos do artigo 88, III do Regimento Interno ou alteração dos trechos constantes nos apontamentos realizados por esta Consultoria Jurídica.**

Entretanto, caso a proposição seja encaminhada às Comissões, nos termos regimentais, deverão ser colhidos os pareceres das seguintes Comissões Permanentes:



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP

PALÁCIO DA LIBERDADE

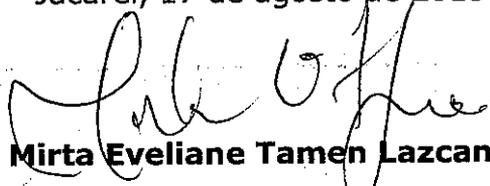
- Comissão de Constituição e Justiça;
- Educação, Cultura e Esportes;
- Segurança, Direitos Humanos e Cidadania.

Nesse caso, o projeto estará sujeito a **turno único de discussão e votação, necessitando do voto favorável da maioria simples** para sua aprovação.

Este é o parecer, com caráter **OPINATIVO e NÃO VINCULANTE.**

Encaminhe-se ao Secretário-Diretor Legislativo para ulteriores providências.

Jacareí, 17 de agosto de 2015


Mirta Eveliane Tamen Lazcano

OAB/SP 250.244

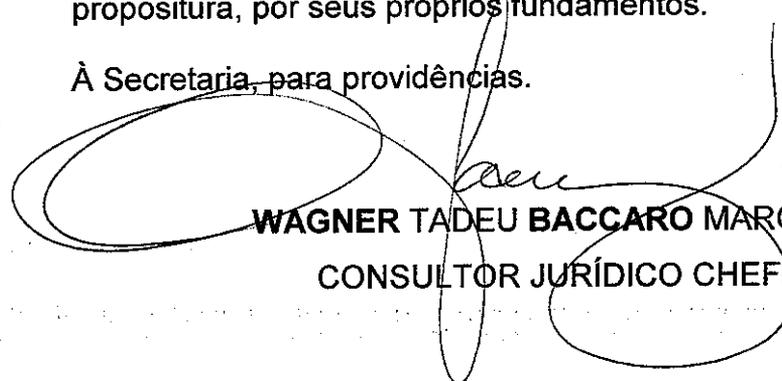
Consultor Jurídico Legislativo

Para as respectivas Comissões para Análise

Auldo 29/08/15

ACOLHO O PARECER, que sugeriu modificações no texto da propositura, por seus próprios fundamentos.

À Secretaria, para providências.


WAGNER TADEU BACCARO MARQUES

CONSULTOR JURÍDICO CHEFE



CÂMARA MUNICIPAL DE PRESIDENTE PRUDENTE

LEI N° 8791/2015

Dispõe sobre a proibição de comunicação mercadológica dirigida ao público infantil no interior de creches e escolas de educação infantil e fundamental da Rede Municipal, inclusive nos uniformes escolares e materiais didáticos.

Autor: Vereadores IZAQUE JOSÉ DA SILVA e NATANAEL GONZAGA DA SANTA CRUZ

O Presidente da Câmara Municipal de Presidente Prudente, Estado de São Paulo, em cumprimento ao disposto no § 7º do artigo 47 da Lei Orgânica do Município de Presidente Prudente e artigo 162 do Regimento Interno, promulga a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica proibida toda a comunicação mercadológica dirigida ao público infantil no interior de creches e escolas de educação infantil e fundamental da Rede Municipal, inclusive nos uniformes escolares e materiais didáticos.

Art. 2º - Para os fins desta Lei são estabelecidas as seguintes definições:

I – comunicação mercadológica: compreende toda e qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços independentemente do suporte ou meio utilizado como anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádios, banners e sites, embalagens, promoções, merchandising, ações em shows e apresentações nos pontos de vendas;

II – infantil: pessoa até doze anos de idade incompletos, na forma do Art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei nº 8.069/1990.

Art. 3º - O Poder Executivo Municipal regulamentará esta Lei no que couber.

Art. 4º - As despesas com a execução da presente Lei correrão por conta de verba orçamentária própria.



Art. 5º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Presidente Prudente, Paço Municipal "Florivaldo Leal", em 25 de Fevereiro de 2015.

ENIO LUIZ TENORIO PERRONE
Presidente

Registrada e publicada na Secretaria da Câmara Municipal de Presidente Prudente, Estado de São Paulo, aos vinte e cinco dias do mês de fevereiro de dois mil e quinze.

MAURO ALVES DOS SANTOS
Diretor Geral

MTBC



PROJETO DE LEI Nº 194/2014

Dispõe sobre a proibição de comunicação mercadológica ao público infantil nos estabelecimentos municipais de ensino.

A Câmara Municipal de Sorocaba decreta:

Art. 1º Fica proibida toda a comunicação mercadológica dirigida ao público infantil no interior de instituições escolares da rede pública municipal de ensino.

Art. 2º Para os fins desta Lei são estabelecidas as seguintes definições:

I – Comunicação mercadológica: compreende toda e qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços independentemente do suporte ou meio utilizado;

II – infantil: pessoa até doze anos de idade incompletos, na forma do art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente, lei 8.069/1990;

Art. 3º O Poder Executivo Municipal regulamentará esta Lei no que couber.

Art. 4º. As despesas com a execução da presente Lei correrão por conta de verba orçamentária própria.

Art. 5º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

S/S, 06 de maio de 2014.

FERNANDO DINI

Vereador

PMDB



EXMO. SR. PRESIDENTE

PL 194/2014

A autoria da presente Proposição é do Vereador
Fernando Alves Lisboa Dini.

Trata-se de PL que dispõe sobre a proibição de
comunicação mercadológica ao público infantil nos estabelecimentos municipais de
ensino.

Fica proibida toda a comunicação mercadológica
ao público infantil no interior de instituições escolares (Art. 1º); para fins desta Lei são
estabelecidas as seguintes definições: Comunicação Mercadológica: compreende toda e
qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços
independentemente do suporte ou meio utilizado; infantil: pessoas até 12 anos de idade
incompletos (Art. 2º); o Poder Executivo regulamentará esta Lei no que couber (Art. 3º);
cláusula de despesa (Art. 4º); vigência da Lei (Art. 5º).

**Este Projeto de Lei encontra respaldo em
nosso Direito Positivo**, neste diapasão passa-se a expor:



Verifica-se que este PL visa normatizar sobre proibição de comunicação mercadológica ao público infantil nos estabelecimentos municipais de ensino, tal intento encontra fundamento na legislação nacional, a qual estabelece normas nos termos seguintes:

O Estatuto da Criança e do Adolescente estabelece a título de prevenção que a criança tem direito a produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento; *in verbis*:

Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

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

Art. 71. A criança e o adolescente têm direito a informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.

Somando-se a Lei Federal acima descrita sublinha-se que o Código do Consumidor, nos termos abaixo destacados, caracteriza como publicidade abusiva a que se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança:

Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.



Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Finalizando, ressalta-se que, com bases nas normas federais supra sublinhadas, que a Lei nº 8.242, de 12 de outubro de 1991 cria o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), a qual nos termos do seu art. 2º, I, dispõe que compete ao Conanda elaborar normas gerais da política nacional de atendimento dos direitos da criança e do adolescente, face a tal competência o Conanda elaborou Resolução normatizando que considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço, bem como nos termos da mencionada resolução considera-se abusiva a publicidade e comunicação mercadológica no interior de creches e das instituições escolares da educação infantil e fundamental, inclusive em seus uniformes escolares ou materiais didáticos; estabelece nos termos infra a aludida Resolução:

Resolução CONANDA nº 163 de 13.03.2014

Publicado no DO em 4 de abril de 2014



Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.

Art. 1º Esta Resolução dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente, em conformidade com a política nacional de atendimento da criança e do adolescente prevista nos arts. 86 e 87, incisos I, III, V, da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

§ 1º Por 'comunicação mercadológica' entende-se 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.

§ 2º A comunicação mercadológica abrange, dentre outras ferramentas, anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádio, banners e páginas na internet, embalagens, promoções, merchandising, ações por meio de shows e apresentações e disposição dos produtos nos pontos de vendas.

Art. 2º Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, 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 e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;

II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;

III - representação de criança;

IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;

V - personagens ou apresentadores infantis;

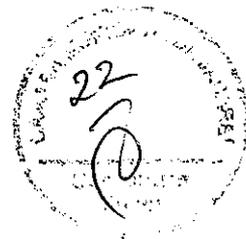
VI - desenho animado ou de animação;

VII - bonecos ou similares;

VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e

IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

§ 2º Considera-se abusiva a publicidade e comunicação mercadológica no interior de creches e das instituições escolares da educação infantil e fundamental, inclusive em seus uniformes escolares ou materiais didáticos. (g.n.)



Face a todo o exposto constata-se que esta Proposição encontra guarida no Direito Pátrio, **sendo que, sob o aspecto jurídico, nada a opor.**

Frisa-se que inexistente antijuridicidade a inovação do Direito Positivo Municipal, nos termos da Legislação Federal, para publicidade da mesma, bem como visando a aplicação da aludida legislação no âmbito do Município.

É o parecer.

Sorocaba, 09 de maio de 2.014.

MARCOS MACIEL PEREIRA
ASSESSOR JURÍDICO

De acordo:

MARCIA PEGORELLI ANTUNES
Secretária Jurídica



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão
Esplanada dos Ministérios, Bloco L, 2º andar - 70047-900 - Brasília, Distrito Federal, Brasil
Gabinete: Fones: (61) 2022 9217 e 2022 9018 - Fax: (61) 2022 9231

Ofício Circular nº 57 / 2014 – GAB/SECADI/MEC

Brasília, 19 de maio de 2014.

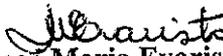
A (o) Senhor (a)
Secretário (a) Estadual e Municipal de Educação

Assunto: **Divulgação da Resolução nº 163/2014, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA).**

Senhor (a) Secretário (a),

1. Considerando que Ministério da Educação, por meio da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão (SECADI/MEC), em cumprimento aos dispositivos constitucionais, colabora com os sistemas de ensino e exerce função redistributiva e supletiva, de forma a garantir a equalização de oportunidades educacionais e padrão mínimo de qualidade do ensino mediante assistência técnica e financeira aos estados, municípios e Distrito Federal;
2. Nesse sentido, divulga a **Resolução nº 163**, aprovada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) e publicada no Diário Oficial do dia 04 de abril de 2014, que dispõe sobre a **abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.**
3. Com o objetivo de apresentar a importância da Resolução nº 163 para sua implementação em todas as unidades escoares das redes municipais e estaduais de ensino, encaminhamos a Nota Técnica nº 21/2014/CGDH elaborada no âmbito da Diretoria de Políticas de Educação em Direitos Humanos e Cidadania desta Secretaria.
4. Colocamo-nos à disposição para informações complementares que se fizerem necessárias.

Atenciosamente,


Macaé Maria Evaristo dos Santos
Secretária de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão



Lei n. 10.742, de 6 de outubro de 2003, ao comercializar diversos medicamentos por preço superior ao permitido pela CMED, no período compreendido entre janeiro de 2001 a junho de 2003 e abril de 2004 a fevereiro de 2006.

Acolher o Relatório n. 006/2014/SE/CMED, de 02 de abril de 2014, referente ao Processo Administrativo n. 25351.477445/2012-41 e adotar como nulo de decidir os fundamentos nela contidos, para condenar FARMACONN LTDA., CNPJ 04.159.816/0001-13, ao pagamento de multa no valor de R\$ 135.888,58 (cento e trinta e cinco mil oitocentos e oitenta e oito reais e sessenta e oito centavos), por inobservância no art. 8º da Lei n. 10.742, de 6 de outubro de 2003, ao comercializar diversos medicamentos por preço superior ao permitido pela CMED, entre 2009 e 2011.

MARCOS DAMASCENO
Secretário Executivo

**SECRETARIA DE DIREITOS HUMANOS
CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS
DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE**

RESOLUÇÃO Nº 163, DE 13 DE MARÇO DE 2014

Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.

O CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE - CONANDA, no uso de suas atribuições estabelecidas na Lei n.º 8.242, de 12 de outubro de 1991 e no Decreto n.º 5.089, de 20 de maio de 2004 e no seu Regimento Interno,

Considerando o estabelecido no art. 227 da Constituição Federal;

Considerando o disposto nos arts. 2º, 3º, 4º e 86 da Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990;

Considerando o disposto no § 2º do art. 37, da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990;

Considerando o Plano Decenal dos Direitos Humanos de Crianças e Adolescentes, especialmente o objetivo estratégico 3.8 - "Aperfeiçoar instrumentos de proteção e defesa de crianças e adolescentes para enfrentamento das ameaças ou violações de direitos facilitadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação"; resolve:

Art. 1º Esta Resolução dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente, em conformidade com a política nacional de atendimento da criança e do adolescente prevista nos arts. 86 e 87, incisos I, III, V, da Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990.

§ 1º Por "comunicação mercadológica" entende-se 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.

§ 2º A comunicação mercadológica abrange, dentre outras ferramentas, anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádio, banners e páginas na internet, embalagens, promoções, merchandising, ações por meio de shows e apresentações e disposição dos produtos nos pontos de vendas.

Art. 2º Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, 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 e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

- I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;
- II - trilha sonora de músicas infantis ou cantadas por vozes de crianças;
- III - representação de crianças;
- IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;
- V - personagens ou apresentadores infantis;
- VI - desenho animado ou de animação;
- VII - bonecos ou similares;
- VIII - promoção com distribuição de prêmios ou do brinde colecionáveis ou com apelo ao público infantil; e
- IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

§ 3º O disposto no caput se aplica à publicidade e à comunicação mercadológica realizada, dentre outros meios e lugares, em eventos, espaços públicos, páginas de internet, canais televisivos, em qualquer horário, por meio de qualquer suporte ou mídia, seja de produtos ou serviços relacionados à infância ou relacionados ao público adolescente e adulto.

Este documento pode ser verificado no endereço eletrônico <http://www.in.gov.br/autenticidade.html>, pelo código 00012014040400232

§ 2º Considera-se abusiva a publicidade e comunicação mercadológica no interior de creches e das instituições escolares da educação infantil e fundamental, inclusive em seus uniformes escolares ou materiais didáticos.

§ 3º As disposições neste artigo não se aplicam às campanhas de utilidade pública que não configurem estratégia publicitária referente a informações sobre boa alimentação, segurança, educação, saúde, entre outros itens relativos ao melhor desenvolvimento da criança no meio social.

Art. 3º São princípios gerais a serem aplicados à publicidade e à comunicação mercadológica dirigida ao adolescente, além das que previstos na Constituição Federal, na Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990, Estatuto da Criança e do Adolescente, e na Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código do Defesa do Consumidor, os seguintes:

- I - respeito à dignidade da pessoa humana, à intimidade, ao interesse social, às instituições e símbolos nacionais;
- II - atenção e cuidado especial às características psicológicas do adolescente e sua condição de pessoa em desenvolvimento;
- III - não permitir que a influência do anúncio leve o adolescente a contrariar seus responsáveis ou a conduzi-los a uma posição socialmente inferior;
- IV - não favorecer ou estimular qualquer espécie de omissão ou discriminação de gênero, orientação sexual e identidade de gênero, racial, social, política, religiosa ou de nacionalidade;
- V - não induzir, mesmo implicitamente, sentimento de inferioridade no adolescente, caso este não consuma determinado produto ou serviço;
- VI - não induzir, favorecer, enaltecer ou estimular de qualquer forma atividades ilegais;
- VII - não induzir, de forma alguma, a qualquer espécie de violência;
- VIII - a qualquer forma de degradação do meio ambiente; e
- IX - primar por uma apresentação verdadeira do produto ou serviço oferecido, esclarecendo sobre suas características e funcionamento, considerando especialmente as características peculiares do público-alvo a que se destina;

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

MIRIAM MARIA JOSÉ DOS SANTOS
p/ Conselho

**CONSELHO DE DEFESA NACIONAL
SECRETARIA EXECUTIVA**

ATOS DE 3 DE ABRIL DE 2014

O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DO GABINETE DE SEGURANÇA INSTITUCIONAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, na condição de SECRETÁRIO EXECUTIVO DO CONSELHO DE DEFESA NACIONAL (CDN), no uso da atribuição que lhe foi conferida pelos membros desse Colegiado, por meio da Resolução CDN n.º 1, de 12 de maio de 1999, publicada no DOU n.º 90, Seção 1, p. 8, de 13 de maio de 1999; e com base no disposto no art. 37, caput, da Constituição de 1988; no Decreto n.º 4.520, de 2002; no parágrafo único do art. 16, da Lei n.º 10.683, de 28 de maio de 2003; nos artigos 2º, § 3º, e 4º, da Lei n.º 8.183, de 11 de abril de 1991, alterada pela MP n.º 2.216-37, de 2001; na Lei n.º 6.634, de 2 de maio de 1979, e respectivos regulamentos, resolve:

Nº 31 - Dar Assentimento Prévio a MOACIR JOSÉ ALBA, CPF nº 333.989.509-06, para pesquisar água mineral em uma área de 49,89ha, na localidade denominada Linha Catarinense, no município de Palotina, na faixa de fronteira do estado do Paraná, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48413.826859/2013-49, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 05/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 032/2014-RE, expedida com ressalvas.

Nº 32 - Dar Assentimento Prévio a LUIZ JUNITI MIYAZAKI, CPF nº 050.324.439-49, para pesquisar água mineral em uma área de 47,77ha, no município de Guaiaçu, na faixa de fronteira do estado do Paraná, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48413.826859/2013-49, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 07/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 033/2014-RE, expedida com ressalvas.

Nº 33 - Dar Assentimento Prévio a MANOEL MÁRCIO DE CARVALHO BARROS, CPF nº 068.166.902-06, para pesquisar água mineral em uma área de 49,98ha, no município de Porto Velho, na faixa de fronteira do estado de Rondônia, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48419.886201/2012-55, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 09/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 034/2014-RE, expedida com ressalvas.

Nº 34 - Dar Assentimento Prévio a OLIVIERO PAULO DA SILVA JUNIOR, CPF nº 041.371.986-32, para pesquisar quartzo em uma área de 280ha, no local denominado Fazenda São Luiz, no município de Itaipava, na faixa de fronteira do estado do Mato Grosso do Sul, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48423.868033/2013-38, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 08/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 035/2014-RE, expedida com ressalvas.

Nº 35 - Dar Assentimento Prévio a ADEMIR PETRY, CPF nº 522.085.249-34, para pesquisar água mineral em uma área de 4,05ha, no local denominado Linha de São Luiz Paiol Grande, no município de Clevelândia, na faixa de fronteira do estado do Paraná, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48413.826859/2013-31, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 13/DIRE/DGTM-2014, de 29 de janeiro de 2014, recebido em 3 de fevereiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 036/2014-RE, expedida com ressalvas.

Nº 36 - Dar Assentimento Prévio à empresa PETROCON CONSTRUTORA DE OBRAS LTDA., CNPJ nº 80.337.868/0001-10, para pesquisar minérios de argila e barita em uma área de 202,17ha, no local denominado Santa Maria, nos municípios de Lindoeste e Santa Tereza do Oeste, inseridos na faixa de fronteira do estado do Paraná, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução dos Processos DNPM nº 48413.904663/1988-85 e 48413.826257/2013-91, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 11/DIRE/DGTM-2014, de 29 de janeiro de 2014, recebido em 3 de fevereiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 037/2014-RE, expedida com ressalvas.

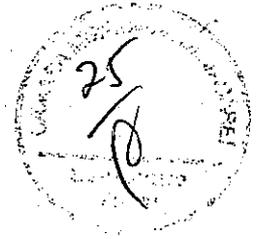
Nº 37 - Dar Assentimento Prévio à empresa MOACIR KWITKO - EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA., CNPJ nº 93.286.060/0001-01, com sede na Rua Vieira de Castro, nº 179, conjunto 205, sala 1, município de Porto Alegre/RS, para estabelecer-se na faixa de fronteira do estado do Rio Grande do Sul, como parte do DEPARTAMENTO NACIONAL DE PRODUÇÃO MINERAL - DNPM averbar a cessão de direitos minerários, datada de 14 de agosto de 2013, celebrada entre Moacir Kwitko (cedente), CPF nº 079.726.950-91, e a referida empresa (cessionária), anexo ao Alvará de Pesquisa nº 9.910, de 28 de agosto de 2009, publicado no DOU de 1º de setembro de 2009, prorrogado por 2 (dois) anos, conforme publicação no DOU de 27 de setembro de 2011, que autorizou o cedente a pesquisar água mineral em uma área de 47,52ha, no município de Bagé, na faixa de fronteira do estado do Rio Grande do Sul, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução dos Processos DNPM nº 48401.910436/2013-45 e 48401.80053/2008-19, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 21/DIRE/DGTM-2014, datado de 14 de fevereiro de 2014, recebido em 19 de fevereiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 040/2014-RE, expedida com ressalvas.

Nº 38 - Dar Assentimento Prévio à empresa WINNER MINERAÇÃO E COMERCIO LTDA. - EPP, CNPJ nº 08.661.979/0001-50, com sede na Avenida Eduardo Elias Zahran, nº 957, Jardim de Allah, município de Campo Grande/MS, para estabelecer-se na faixa de fronteira do estado de Mato Grosso do Sul, bem como pesquisar minérios de areia e argila, em uma área de 91,94ha, no município de Dourados, do referido estado, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução dos Processos DNPM nº 48423.968160/2009-50 e 48423.86823/2013-61, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 32/DIRE/DGTM-2014, de 14 de fevereiro de 2014, recebido em 20 de fevereiro de 2014 e a Nota SAAI-AP nº 041/2014-RE, expedida com ressalvas.

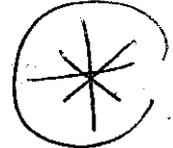
Nº 39 - Dar Assentimento Prévio a PAULO ROBERTO ANDREA-ZZA, CPF nº 227.932.320-68, para pesquisar minérios de ouro e chumbo em 2 (duas) áreas distintas de 1.300,05ha e 1.999,95ha, totalizando uma área de 3.300,00ha, nos municípios de Bagé, Pinheiro Machado, Santa Margarida do Sul, bem como pesquisar minérios de areia e argila, em uma área de 47,52ha, no município de Dourados, do referido estado, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente; de acordo com a instrução dos Processos DNPM nº 48401.810131/2006-13 e 48401.810536/2006-43, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 06/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 043/2014-RE, expedida com ressalvas.

Nº 40 - Dar Assentimento Prévio ao INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA - INCRA para proceder à ratificação do título de domínio referente ao imóvel rural de propriedade de DELVY MATIANA MAFESSONI, CPF nº 213.642.819-53, com área registrada de 10,7ha, referente ao Lote nº 205, da Gleba nº 4, da Colônia Mirim, situada no município de São João, na faixa de fronteira do estado do Paraná, transcrita junto ao Registro de Imóveis da Comarca de Chopinzinho, em 11 de julho de 1980, sob a matrícula nº 6.609, Livro 2, Ficha 01, do referido município; título original expedido pelo estado do Paraná, em favor de Avelino Mafessoni, registrado no Tribunal de Contas do Estado do Paraná, no Livro nº 6, fl. 249, na data de 23 de novembro de 1963; de acordo com a instrução do Processo INCRA nº 54200.000340/2013-56, o Parecer/PFR/INCRA/SR/09 nº 912/2013, de 15 de julho de 2013, o Despacho/DFR-Lin nº 07/2014, seu data, o Despacho/INCRA/PM nº 11/2014, de 30 de janeiro de 2014; o Aviso nº 12/2014-MDA, de 05 de fevereiro de 2014 e a Nota SAAI-AP nº 044/2014-RE.

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA, ALFABETIZAÇÃO, DIVERSIDADE E INCLUSÃO
Diretoria de Políticas de Educação em Direitos Humanos e Cidadania
Coordenação Geral de Direitos Humanos



NOTA TÉCNICA Nº 21/2014/CGDH/DPEDHC/SECADI/MEC

Assunto: Apresentação da Resolução nº 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA visando sua implementação em todas as unidades escolares das redes municipais e estaduais de ensino.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

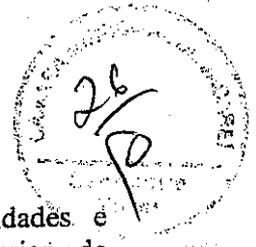
1. A **Resolução nº 163** aprovada pelo CONANDA e publicada no Diário Oficial do dia 4 de abril de 2014, dispõe sobre a **abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente**. Seu Art. 2º, § 3º considera abusivas “a publicidade e comunicação mercadológica no interior de creches e das instituições escolares da educação infantil e fundamental, inclusive em seus uniformes escolares ou materiais didáticos”. Referida abusividade é ilegal e passível de sanções segundo a Lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente) e a Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

ANÁLISE TÉCNICA

2. A educação é um direito constitucional e um fator de atenção e proteção das crianças e adolescentes e que deve ser exercida de forma intersetorial junto com as demais políticas públicas básicas. As *Diretrizes Nacionais para Educação em Direitos Humanos* (Resolução nº 1 CNE, 2012) estabelecem em seu art. 2º os princípios da dignidade humana e da sustentabilidade socioambiental com a finalidade de promover uma educação para a mudança e a transformação social.

3. O Ministério da Educação é um dos órgãos participantes do Sistema de Garantia de Direitos de Crianças e Adolescentes que compõe o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente e, portanto, reconhece que crianças e adolescentes são sujeitos em desenvolvimento, em uma peculiar fase de formação cognitiva, emocional e física, razão pela qual necessitam de proteção e cuidado, com prioridade absoluta, do Estado.

4. Como marco normativo, a Resolução nº 163 do CONANDA busca a proteção da criança e do adolescente frente ao direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica a eles, uma vez que tal prática fere dispositivos legais e aproveita-se da situação de extrema vulnerabilidade desse público para o persuadir ao consumo de produtos e serviços, reproduzindo hábitos, comportamentos e valores baseados em uma lógica consumista e materialista.



5. De forma específica, reconhecendo a presença de publicidades e comunicações mercadológicas direcionadas ao público infantil no interior de instituições escolares, o CONANDA estabeleceu no Art. 2º, § 3º, da referida Resolução a abusividade de tais práticas nos seguintes termos: “considera-se abusiva a publicidade e comunicação mercadológica no interior de creches e das instituições escolares da educação infantil e fundamental, inclusive em seus uniformes escolares ou materiais didáticos”.

6. Assim, destaca-se a importância do entendimento de que o espaço escolar é destinado à formação integral das crianças e dos adolescentes não devendo, portanto, permitir sua utilização para a promoção e veiculação de publicidade e de comunicação mercadológica de produtos e serviços, seja ela direta ou indireta (por meio de apresentações, jogos, atividades, brincadeiras promocionais patrocinados por empresas – ainda que tenham algum tipo de aparente proposta educacional).

7. Resulta daí que, para a Resolução nº 163 do Conanda, é abusiva (e, portanto, ilegal, segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente e o Código de Defesa do Consumidor) toda e qualquer atividade de comunicação comercial no interior do espaço escolar para a divulgação de produtos, serviços, marcas e empresas independente do suporte, da mídia ou do meio utilizado, nos termos do Art. 1º, §1º e §2º, da Resolução.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

8. Diante do exposto, considerando a importância da Resolução nº 163 para a proteção da criança e adolescentes frente à abusividade do direcionamento da publicidade e da comunicação mercadológica ao público infantil, especialmente no interior das instituições de ensino, solicitamos que se dê ciência da referida Resolução a todas as unidades escolares das redes municipais e estaduais de ensino, visando sua ampla implementação.

Encaminhe-se à Diretoria de Políticas de Educação em Direitos Humanos e Cidadania.

Brasília, 12 de maio de 2014

Fábio Meirelles H. de Castro

FÁBIO MEIRELLES HARDMAN DE CASTRO

Coordenador Geral de Direitos Humanos
CGDH/DPEDHUC/SECADI/MEC

De acordo.

Brasília, 14 de maio de 2014

Clélia Brandão Alvarenga Craveiro

CLÉLIA BRANDÃO ALVARENGA CRAVEIRO

Diretora de Políticas de Educação em Direitos Humanos e Cidadania
DPEDHUC/SECADI/MEC

Recebido
26/08/15



CÂMARA MUNICIPAL DE JACAREÍ - SP
PALÁCIO DA LIBERDADE

lfcv



EMENDA

AO PROJETO DE LEI, PROCESSO Nº 122 DE 10 DE AGOSTO DE 2.015, DE AUTORIA DO VEREADOR ANTONELE MARMO, QUE "DISPÕE SOBRE A PROIBIÇÃO DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DIRIGIDA AO PÚBLICO INFANTIL NO INTERIOR DE CRECHES E ESCOLAS DE EDUCAÇÃO INFANTIL E FUNDAMENTAL DA REDE PÚBLICA MUNICIPAL, INCLUSIVE NOS UNIFORMES ESCOLARES E MATERIAIS DIDÁTICOS".



EMENDA Nº 1

Art. 1º A presente emenda impõe a **supressão** do **artigo 4º** do referido projeto de lei, ficando renumerados os demais artigos.

Art. 2º Fica modificado o **artigo 5º** do aludido projeto de lei, vigendo com a seguinte redação:

"Art. 5º O Poder Executivo Municipal regulamentará esta lei, no que couber".

Câmara Municipal de Jacareí, 26 de agosto de 2.015.

ANTONELE MARMO
VEREADOR-PT

Em 21/08/2015:



Considerando que a Emenda retro acolheu sugestões que foram feitas. no parecer nº 221-METL-CJL-08-2015, e que não alterou as demais condições jurídicas relativas à competência e natureza, entendendo que a propositura tem condições de ser avaliada pelas N. Vereadores, obedecendo-se os trâmites já expostos no aludido parecer.

A Secretaria, para prosseguimento.

Wagner Tadeu Baccaro Marques
Consultor Jurídico Chefe
OAB 164.303