



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA
do Estado de São Paulo

PODER LEGISLATIVO

Projeto de Lei Nº **87/2023**

Processo Número: **6152/2023** | Data do Protocolo: 24/03/2023 18:22:37

Autoria: **Thiago Auricchio**

Coautoria:

Ementa: **Regulamenta a comunicação mercadológica dirigida às crianças e adolescentes nos estabelecimentos públicos e privados de educação básica.**





Projeto de Lei

Regulamenta a comunicação mercadológica dirigida às crianças e adolescentes nos estabelecimentos públicos e privados de educação básica.

Thiago Auricchio - PL



PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi assinado eletronicamente e pode ser acessado no endereço <http://sempapel.al.sp.gov.br/autenticidade> utilizando o identificador 360032003200350033003A005000

Assinado eletronicamente por **SILAS MOREIRA RODRIGUES** em **24/03/2023 18:22**

Checksum: **2C68A19338F403E0DCFA535030BB8A74CE4DE0E461619A364366D2E298F099C2**



PROJETO DE LEI N° , DE

Regulamenta a comunicação mercadológica, dirigida às crianças e adolescentes, nos estabelecimentos públicos e privados de educação básica.

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO DECRETA:

Artigo 1º. Fica proibida no Estado de São Paulo a comunicação mercadológica, dirigida às crianças e adolescentes, nos estabelecimentos públicos e privados de educação básica.

§ 1º. Por comunicação mercadológica entende-se toda e qualquer atividade de comunicação comercial, inclusive publicidade, ostensiva ou implícita, para a divulgação de produtos, serviços, marcas e empresas independentemente do suporte, da mídia ou do meio utilizado.

§ 2º. Fica impedida a utilização de celebridades ou personagens infantis na comercialização, bem como a inclusão de brindes promocionais, brinquedos ou itens colecionáveis associados à compra do produto.

Artigo 2º. São permitidas as atividades de caráter cultural, artística e científica, praticadas diretamente pela instituição de ensino, como a divulgação de livros, encontro com autores, incentivo à leitura, exposição e apresentação teatral, desde que não haja apelo ao consumo de qualquer marca, produto ou serviço.

Artigo 3º. A infração às disposições da presente lei acarretará ao responsável infrator as sanções previstas no artigo 56 da Lei federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, aplicáveis na forma de seus artigos 57 a 60.

Artigo 4º. Ulterior disposição regulamentar desta Lei definirá o detalhamento técnico de sua execução.

Artigo 5º. As despesas decorrentes da execução desta lei correrão à conta de dotações orçamentárias próprias.

Artigo 6º. Esta Lei entra em vigor em 30 dias da data de sua publicação.

BRUNO DE MOURA ZAVATI - 10.37.0073

JUSTIFICATIVA

Inicialmente, cumpre ressaltar que a matéria em tela está presente na competência legislativa estadual, na medida em que compete aos Estados legislar concorrentemente sobre produção e consumo e responsabilidade por dano ao consumidor (artigo 24, V e VIII, da Constituição Federal). Verifica-se, também, que conforme prescreve o mesmo artigo 24, incisos IX e XV, da Constituição Federal, é de competência dos Estados legislar sobre educação e proteção à infância e à juventude.

O referido projeto de lei integra o espaço constitucionalmente reservado ao poder de legislar estadual, sendo, portanto, fruto de sua competência legislativa suplementar, nos moldes previstos no parágrafo 1º, do artigo 24, da Constituição. Nessa linha, a propositura em análise não se reveste de características de normas gerais, vindo, na realidade, a preencher o quadro emoldurado pela legislação federal.

Em 2016, o Estado da Bahia promulgou a Lei estadual nº 13.582, que posteriormente foi alterada pela Lei 14.045, de 2018, similar a esta que ora se apresenta. A referida norma chegou a ser questionada via ação direta de inconstitucionalidade no Supremo Tribunal Federal (ADI 5631). Todavia, em março de 2021, os ministros da corte afastaram qualquer tipo de problema legal ou jurídico da lei.

De acordo com o relator, Edson Fachin, o direito constitucional à liberdade de expressão comercial envolve a possibilidade de fabricantes veicularem informações sobre seus produtos, inclusive dirigidas às crianças. Amparada no direito à liberdade de expressão, a propaganda comercial instrumentaliza a própria liberdade de iniciativa. No entanto, em que pese a relevância desse direito, ele jamais poderia se tornar absoluto, de modo a inviabilizar restrições à publicidade¹.

As restrições à liberdade de expressão comercial podem ser aplicadas especialmente no ambiente escolar. A escola prepara as crianças para participarem da vida pública, mas a escola não é, em si mesma, a esfera pública na qual estamos todos inseridos. Ela prepara, educa, instiga, estimula a participação. Afinal, para que o cidadão participe ativamente desse espaço, ele precisa ser cultivado, cativado, pelas melhores ideias e pelos melhores exemplos². Tudo isso para concluir que o projeto é constitucional e deve prosperar.

¹ Disponível em <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=755977807>, página 11.

² Disponível em <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=755977807>, página 12.

A publicidade dirigida para crianças sofre muitas críticas de pedagogos e especialistas em educação. Não há dúvidas de que as crianças são vulneráveis aos apelos das mensagens publicitárias.

Diversas empresas, sob o argumento de apresentar conteúdo educativo, realizam ou realizaram, nas dependências das escolas, uma série de ações publicitárias nas instituições de ensino do Estado. Ocorre que, quando uma empresa realiza atividades esportivas, ou até mesmo brincadeiras, inclusive com distribuição de produtos, a criança não consegue identificar o fim publicitário da ação. A publicidade dentro da instituição de ensino é feita em um espaço que não conta com a mediação dos pais e, por isso, não pode ser permitida.

Tais ações dirigem a criança para o consumo sem permitir que ela o faça conscientemente, já que a conotação mercadológica fica velada, posta em segundo plano, sob o pretexto educativo do ato.

É exatamente por isso que o projeto é necessário, pois traz maior concretude aos dispositivos constitucionais e infraconstitucionais vigentes, mormente o Código de Defesa do Consumidor. Diante de todo o exposto e, considerando o legítimo interesse público da proposição, esperamos contar com o apoio dos ilustres Pares, na sua aprovação.

Sala das Sessões, em



Thiago Auricchio - PL