PUBLICADO DOC 24/04/2013, PÁG 131

JUSTIFICATIVA
PL 0242/2013

Consoante previsão normativa prevista no artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) é proibida qualquer publicidade enganosa ou abusiva que se aproveite da deficiência de julgamento e experiência das crianças.
O Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), junto com o Projeto Criança e Consumo, do Instituto Alana, enviou carta ao Presidente Lula, ao Ministério da Saúde, à ANVISA, à Câmara e ao Senado pedindo a regulamentação da propaganda de alimentos voltada para as crianças.
Sublime a iniciativa patrocinada por ambos os institutos e por isso, amparados na iniciativa concorrente prevista nos incisos V, IX e XV do artigo 24 da Constituição Federal e diante da natureza de direito fundamental no concernente à proteção à vida e à saúde, apresentamos a presente propositura para regulamentação no âmbito estadual.
A Consumers International (CI) promove uma campanha mundial de divulgação dos males da obesidade infantil e agrega diversos países no combate aos meios de exploração sobre as crianças consumidoras.
Segundo a CI, as companhias multinacionais de alimentos, bebidas e doces investiram, em 2006, algo em torno de US$ 13 bilhões em propagandas.
O Fórum Nacional das Entidades Civis de Defesa do Consumidor (FNECDC) pesquisou que no país as empresas que exploram esta faixa de consumo utilizam, como técnica de marketing, a promoção por meio de brindes, brinquedos e coleções para atrair o consumo.
Segundo dados coletados pela Organização Mundial da Saúde, em 2015 haverá 2,3 bilhões de pessoas obesas no mundo e atualmente 177 milhões de crianças estão classificadas com sobrepeso ou obesas.
A Constituição Federal atribui competência exclusiva ao Município para legislar sobre assuntos de seu interesse e particularidade.
Cabe ao legislador perceber junto à sociedade quais os fatos preponderantes cuja deliberação demanda a intervenção da força da lei na condução da vida em sociedade.
Em recente apresentação de projeto de lei estadual pelo Deputado Rui Falcão, que serviu de amparo e inspiração para a presente propositura, o Governador do Estado de São Paulo impediu que São Paulo recebesse uma legislação moderna e bandeirante sobre o tema, sob o argumento de inconstitucionalidade de sua iniciativa.
Todavia, a interpretação mais apropriada do texto constitucional refere-se à sociedade aberta dos interpretes e a aplicação dos princípios hermenêuticos que visa a sociedade como destinatária final dos regramentos instituídos pela Lei maior.
A Constituição Federal malgrado descrever a competência privativa da União para legislar sobre propaganda comercial atribui aos entes federativos a competência concorrente para legislar sobre saúde, proteção da infância e juventude, direito do consumidor.
Quando duas normas constitucionais entram em aparente conflito aplica-se critérios hermenêuticos para adaptar o texto constitucional a vontade da sociedade e não do legislador ou de determinado segmento privilegiado da sociedade.
No caso nos deparamos com a necessidade de aplicação do princípio da prevalência dos direitos fundamentais. Ou seja, quando duas normas constitucionais colidem àquela que trata sobre direitos fundamentais prevalece sobre a norma que visa apenas proteger o interesse de anunciantes e da indústria.

O legislador deve questionar. Qual seria a melhor forma de interpretar o texto constitucional? Dando maior proteção à criança e ao adolescente ou dando maior proteção a indústria alimentícia.

Importante salientar que o presente projeto não visa impedir que a indústria continua a produzir e a vender seus produtos, mas apenas que tirem as crianças de seu público alvo e dirija as investidas comerciais aos pais.

Cabe aos pais escolherem o que é melhor para os filhos, por isso toda investida mercadológica deve recair sobre eles e não sobre pessoas em formação que possuem um senso crítico de análise ainda imaturo para perceber o que deveria ou não consumir.