PROJETO DE LEI Nº 358/13

Regulamenta a comercialização de alimentos ao público infantil na Cidade de Salvador.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SALVADOR,

DECRETA:

Art. 1º Fica proibida no Município de Salvador a promoção, propaganda, *marketing*, qualquer tipo de informe de alimentos e bebidas pobres em nutrientes e com alto teor de açúcar, gorduras saturadas ou sódio destinadas ao público infantil.

§1º - São considerados alimentos e bebidas pobres em nutrientes:

alimento com quantidade elevada de açúcar: aquele que possui em sua composição uma quantidade igual ou superior a 15 g de açúcar por 100 g ou 7,5 g por 100 ml na forma como está exposto à venda;

alimento com quantidade elevada de gordura saturada: aquele que possui em sua composição uma quantidade igual ou superior a 5 g de gordura saturada por 100 g ou 2,5 g por 100 ml na forma como está à venda;

alimento com quantidade elevada de gordura trans: aquele que possui em sua composição uma quantidade igual ou superior a 0,6 g para 100 g ou ml na forma como está exposto à venda;

alimento com quantidade elevada de sódio: aquele que possui em sua composição uma quantidade igual ou superior a 400 mg de sódio por 100 g ou ml na forma como está exposto à venda;

bebidas com baixo teor nutricional: os refrigerantes, refrescos artificiais, bebidas ou concentrados para o preparo de bebidas à base de xarope de guaraná ou groselha, chá mate e preto;

§2º - A promoção, divulgação, informe ou qualquer material com intenção de comercialização dirigida à criança é aquela que se vale, dentre outros, de algum dos seguintes atributos:
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;.
IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil;

Art. 2º Em caso de descumprimento das restrições apresentadas nos artigos antecedentes sujeita o infrator às penas de:

I - multa;
II - cassação do alvará de funcionamento;
III - recolhimento dos produtos.

Parágrafo Único - As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicada cumulativamente, inclusive por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 3º O Executivo regulamentará a presente Lei, no que couber, no prazo de 90 dias após a publicação.

Art. 4º As despesas decorrentes desta proposição correrão por conta de dotação orçamentária própria.

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

Sala das Sessões, 13 de maio de 2013.
JOCEVAL RODRIGUES

JUSTIFICATIVA

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 (Cl) 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 Cl, 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.

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.

Importante salientar que o presente projeto não visa e nem poderia um vereador 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.

Sala das Sessões, 13 de maio de 2013.
JOCEVAL RODRIGUES