

PARECER N° , DE 2003

Da COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, ao Projeto de Lei do Senado nº 431, de 2003, que *dispõe sobre as restrições à propaganda comercial de refrigerantes e dá outras providências.*

RELATOR: Senador JUVÊNCIO DA FONSECA

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei do Senado nº 431, de 2003, de autoria da Senadora Lúcia Vânia, obriga a existência, nas peças publicitárias e rótulos de refrigerantes, de advertências sobre os malefícios para a saúde, decorrentes do seu consumo excessivo.

As referidas advertências serão faladas ou escritas, segundo as características do meio de comunicação empregado, e terão sua forma e conteúdo definidos pelo “órgão competente do Poder Executivo”.

O descumprimento sujeita os infratores a sanções de advertência, apreensão do produto, suspensão do veículo da publicidade por até noventa dias e multa, de trinta a mil salários mínimos, a ser aplicada de acordo com a capacidade econômica do infrator. Essas sanções se aplicam gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, e, em qualquer caso, sem prejuízo de outras, previstas na legislação.

Da mesma forma, a peça publicitária em desacordo com as disposições da lei fica definitivamente vetada.

Consideram-se infrator toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo veículo de comunicação.

A lei em que se transformar este projeto entra em vigor num prazo de cento e oitenta dias a contar da data de sua publicação.

O Projeto foi inicialmente distribuído para apreciação das Comissões de Constituição, Justiça e Cidadania e de Assuntos Sociais. Em atenção a requerimento encaminhado à Secretaria Geral da Mesa e, posteriormente, aprovado pelo Plenário da Casa, vem à análise desta Comissão, previamente.

Não foram apresentadas emendas ao projeto.

Não existem outros projetos tratando desta matéria em tramitação no Senado Federal.

II – ANÁLISE

A autora justifica sua proposição como uma contribuição para o controle da obesidade em nosso País.

A informação epidemiológica disponível mostra um crescimento rápido e importante da prevalência de obesidade em nosso meio, a ponto de esse dano já poder ser considerado um problema relevante de saúde pública, com significativo impacto sanitário e econômico.

Entre as muitas causas desse problema está o elevado consumo de refrigerantes e de outros produtos hipercalóricos e de baixo valor nutricional, estimulado grandemente pela publicidade.

Esses alimentos – e os refrigerantes com destaque – têm elevado conteúdo energético, mas baixíssima ou nenhuma quantidade de proteínas, vitaminas ou sais minerais. Do ponto de vista nutricional, caracterizam-se como alimentos de elevada concentração de calorias vazias.

O hábito de beber refrigerantes entrou para a rotina de nossas famílias e atinge principalmente crianças e adolescentes, de tal forma que o consumo nacional desses produtos duplicou em cinco anos.

Entre os motivos apontados para esse incremento está a publicidade que utiliza recursos sofisticados e se dirige, predominantemente, às crianças e adolescentes, e o aumento do número de pontos de vendas.

Na medida em que promovem a boa forma física, essas mensagens publicitárias escondem que, em verdade, o consumo de refrigerantes é um fator causal importante da obesidade e, dessa forma, constituem não apenas propaganda enganosa como interferem na auto-estima dos obesos, consumidores dos produtos, ao promoverem, como valor cultural, uma imagem de magreza.

Concordamos com a autora da proposição em que a existência de advertências na publicidade e no rótulo dos produtos – especialmente quando trazem mensagens agressivas de conteúdo visual – podem contrapor-se aos efeitos negativos da propaganda comercial dos mesmos. A experiência nacional de obrigar tais advertências em produtos de tabaco está aí para provar os benefícios da proposta.

III – VOTO

Em vista do exposto, o voto é pela **aprovação** do Projeto de Lei do Senado nº 431, de 2003.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator