

Minuta

## **PARECER Nº       , DE 2007**

Da COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, sobre o Projeto de Lei da Câmara nº 88, de 2006, que *acrescenta parágrafo único ao art. 79 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências.*

RELATORA: Senadora **IDELI SALVATTI**

### **I – RELATÓRIO**

Nos termos do art. 102, inciso I, do Regimento Interno do Senado Federal, vem ao exame da Comissão de Educação o Projeto de Lei da Câmara nº 88, de 2006 (nº 5.136, de 2006, na origem), que *acrescenta parágrafo único ao art. 79 do Estatuto da Criança e do Adolescente, proibindo propaganda comercial em livros didáticos.*

O projeto foi apresentado à Câmara dos Deputados pela Deputada Selma Schons, no dia 4 de maio de 2005. Após passagem pela Comissão de Educação e Cultura da Câmara, obteve aprovação unânime na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania desta Casa de origem.

Remetido ao Senado Federal, foi enviado à Comissão de Educação, para a emissão de parecer.

### **II – ANÁLISE**

O objetivo do projeto em exame é vedar toda e qualquer forma de propaganda comercial em livros didáticos, as quais, segundo a justificação do projeto, veiculam inúmeros produtos, “desde refrigerantes e marcas de café, passando por desinfetantes e remédios”.

Ainda na justificação, consta que o dito *merchandising* em livros didáticos é totalmente proibido em países como a Alemanha, os Estados Unidos e a França, situação que não se verifica no Brasil.

Em que pesem as qualidades do projeto, entendemos que a proibição peremptória da propaganda comercial é iniciativa excessivamente rigorosa, uma vez que medidas legais de precaução e salvaguarda podem converter o livro didático em espaço seguro para este tipo de mensagem, sem quaisquer riscos para os jovens estudantes.

Com efeito, o relatório nº 15, de 2000, da Câmara de Educação Básica (CEB) do Conselho Nacional de Educação (CNE), acerca da pertinência do uso de imagens comerciais nos livros didáticos, estabelece critérios de admissibilidade da propaganda, como, por exemplo, a não-lucratividade: “[d]esse modo, o objeto de eventual presença de uma ou outra publicidade de produto ou marca identificados, em livros didáticos, deve visar a outros objetivos que não os comerciais e lucrativos”.

A necessidade de proteção ao cidadão-consumidor das propagandas está fixada no Código de Defesa do Consumidor (CDC), cujo art. 6º estabelece amplo espectro de medidas protetivas, nos incisos II, III, IV e X. Também o art. 36, do CDC, veda a publicidade enganosa e abusiva, sendo que o § 2º estabelece o seguinte:

§ 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, desrespeite valores ambientais ou seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Por outro lado, em atenção ao art. 1º, § 1º, do Decreto nº 785, de 1993, que dispõe sobre a publicidade na administração pública federal, qualquer publicidade de responsabilidade dos órgãos públicos *limitar-se-á a mensagem a divulgar os aspectos educativo, informativo ou de orientação social*. A regra aplica-se ao livro didático, na medida em que este compõe a educação escolar, enquanto serviço público estatal.

O Relatório nº 15, da CEB também menciona o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), objeto do projeto, que estatui, no seu art. 79:

As revistas e publicações destinadas ao público infanto-juvenil não poderão conter ilustrações, fotografias, legendas, crônicas ou anúncios de bebidas alcoólicas, tabaco, armas e munições, e deverão respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Toda a legislação mencionada no relatório da CEB bem demonstra que, para além da vedação à lucratividade, o ordenamento jurídico brasileiro entende ilegal toda propaganda que se preste a incentivar o uso de produtos nocivos à saúde e à segurança física da criança e do adolescente.

No que diz respeito às questões mais diretamente atinentes à cidadania e aos princípios constitucionais brasileiros, a propaganda tampouco poderia se prestar ao reforço de preconceitos e discriminações por conta da origem, raça, sexo e cor dos seres humanos, entre outros traços diferenciadores que lhes sejam inerentes.

As restrições, portanto, a que se refere o relatório da CEB, não chegam a abranger, peremptoriamente, todo tipo de propaganda em livro didático, na medida em que:

(...) o uso didático de imagens comerciais identificadas pode ser pertinente desde que faça parte de um contexto pedagógico mais amplo, conducente à apropriação crítica das múltiplas formas de linguagens presentes em nossa sociedade, submetendo às determinações gerais da legislação nacional e às especificações da educação brasileira, com comparecimento módico e variado.

Em face de tais considerações, o mencionado relatório da CEB estabelece, no âmbito do Poder Executivo, algumas orientações para a veiculação de imagens comerciais em livros didáticos:

1. a obediência aos princípios, objetivos e normas constantes da legislação brasileira, em especial àquela relativa à educação e à publicidade vistos seus ordenamentos proibitivos e em consonância com os aspectos informativos, educacionais, pedagógicos e de orientação social;
2. a existência, entre outras, das seguintes normas legais: o capítulo da educação da Constituição Federal de 1988 e também os art. 3º, 5º, IX,

XLI; art. 37, 220 e 221; a Lei nº 9.394/96 de diretrizes e bases da educação nacional; a Lei nº 9.294/96; a Lei nº 8.078/90 e o Decreto nº 785/93;

3. a obrigatoriedade das diretrizes curriculares nacionais da educação básica como referências significativas para o uso pedagógico e contextualizado destas imagens tanto para autores e editores, quanto para professores;

4. a especial atenção para os fundamentos estéticos, políticos e éticos da educação e os princípios da contextualização e da interdisciplinaridade das diretrizes curriculares nacionais;

5. o respeito às características do aluno no que se refere à faixa etária, fase de aprendizagem e situação sócio-cultural;

6. o uso reflexivo de imagens comerciais, voltado para o leitor crítico, que não se prenda a uma única marca ou empresa, evitando-se incluir exemplos desnecessários e relacionados à ostentação;

7. o uso inteligente de produtos com nomes e desenhos fictícios ou sem marca identificada como campo de criação artística e de inventividade pedagógica;

8. o Ministério da Educação criará condições para que as orientações constantes desta deliberação sejam cumpridas. Respeitando-se o princípio da colaboração recíproca, os sistemas de ensino incluirão as presentes orientações nos programas de formação continuada de seus professores;

9. a necessidade de esclarecimento prévio destas orientações no edital de convocação, bem como a imperatividade de avaliações periódicas nas quais se inclua um tópico referente a essa matéria;

10. a discussão com autores, editoras e instituições de formação de professores, tendo-se como referência a relação entre a ética, a legislação e a cidadania.

Em estreita sintonia com as conclusões supra está o parecer do Departamento de Políticas de Educação Infantil e Ensino Fundamental (DPEM), em conjunto com o Departamento de Políticas de Ensino Médio (DPE), ambos do MEC, que analisou o PLC nº 88, de 2006.

Por tudo o que foi argumentado, entendemos que o projeto, embora meritório, não deve ser acolhido.

### **III – VOTO**

Diante do exposto, somos pela rejeição do Projeto de Lei da Câmara nº 88, de 2006.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relatora