

PL 206/2017**BANIMENTO INCONSTITUCIONAL, DESPROPORCIONAL E SEM FUNDAMENTO DE TODA E QUALQUER ALIMENTO COM BRINDE.****OBJETO DO PL:**

- O **PL 206/2017**, visa a "proibir a comercialização de brindes e brinquedos em venda casada de alimentos, destinados ao público infantil, pelos estabelecimentos comerciais sediados no Município de São Paulo".

POSICIONAMENTO DA ABA SOBRE O PL:

- A **ABA**, entidade sem fins lucrativos fundada há 60 anos, que reúne os maiores anunciantes (públicos e privados) do Brasil, vem manifestar sua **PROFUNDA PREOCUPAÇÃO** com o PL, que é **inconstitucional** e **representa o próprio banimento da oferta de promoções**. Pondera, respeitosamente, QUE:

1.

INCONSTITUCIONALIDADE FORMAL: APENAS LEI FEDERAL PODE REGRAR PUBLICIDADE E IMPEDIR A LIVRE CIRCULAÇÃO DE OFERTAS: regulamentação da Publicidade, na qual se insere a promoção com brindes, é matéria **exclusiva da União Federal** (art. 22, XXIX, CF). Ademais, compete **privativamente** à União, legislar sobre **comércio interestadual** de produtos (art. 22, VIII, CF). O comércio de alimentos se dá em âmbito nacional – o que impõe a necessidade de que lhe seja dado **tratamento uniforme** para todos os estados da Federação, sob pena de que a adoção de uma interpretação isolada provoque "assimetria, uma distorção, uma incongruência no sistema" (STF, ADI nº3112/DF, Rel. Mins. Ricardo Lewandowski).

2.

O PL NÃO SE HARMONIZA COM AS LIBERDADES CONSTITUCIONAIS: a caracterização de venda casada pela mera oferta de promoções de alimentos com brindes, seja ou não para o público infantil, **VIOLA** a **libre iniciativa na atividade econômica** (art. 170, caput e p. único), a **livre concorrência** (art. 170, IV) e a **liberdade de expressão e de informação** (arts. 5º. IX e 220). A publicidade de alimentos não consta no rol de setores que deveriam sofrer restrições do art. 220, §4º da CF (que inclui tabaco, bebidas alcoólicas, medicamentos etc.), o que é absolutamente pertinente, na medida em que inexistente periculosidade intrínseca de produtos infantis ou de alimentos. Nesse sentido, note-se que a **Lei de Liberdade Econômica** foi **expressa em reforçar a proteção constitucional da publicidade**, evitando-se intervenções estatais excessivas.

3.

MEDIDAS CLARAMENTE DESPROPORCIONAIS, COM EFEITOS COLATERAIS GRAVES E SEM FUNDAMENTO TÉCNICO-CIENTÍFICO PARA ATINGIR OS FINS ALMEJADOS: medidas de banimento total não tornam as famílias mais livres, seguras ou conscientes na sociedade de consumo. **A educação ao consumo é o caminho**, e a **liberdade de escolha** o maior fim. Os brindes ou prêmios, são atos legítimos e lícitos, e que **não guardam causalidade com a obesidade**, que é sabidamente **multifatorial**. O PL impõe **medidas desproporcionais sem base científica**, com **efeitos colaterais nefastos**, pois tornará escassos os investimentos em marketing, impedirá a livre circulação de mercadorias e oferta no Município de São Paulo.

4.

NO BRASIL JÁ EXISTE ARCABOUÇO JURÍDICO VASTO E EFETIVAS NORMAS AUTORREGULAMENTARES PARA COIBIR A PUBLICIDADE ABUSIVA, SEJA ELA DE ALIMENTOS E/OU PARA CRIANÇAS. BASTA APLICÁ-LAS: o **CDC**, alinhando à CF, regulamentou de forma adequada a publicidade infantil, **reprovando tão somente o seu abuso**, em análise caso-a-caso. Ademais, a **autorregulamentação e a conscientização dos anunciantes em prol da publicidade responsável** é o caminho ideal a ser seguido. A simples oferta de alimentos com brindes não pode ser taxada de abusiva por se ou de venda casada. **Ao lado do CDC, o Brasil conta com uma das mais rigorosas normas éticas do mundo sobre publicidade para crianças e de alimentos.** As normas e atuação do **CONAR** são fundamentais para a regulamentação da publicidade de alimentos – sempre em linha com as melhores práticas internacionais (cf. recomendação de organismos internacionais com a **OCDE, ICPEN, ICC e CE**).

**A ABA PEDE, PORTANTO, A IMEDIATA REJEIÇÃO DO
PL 206/2017**