

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE

IRANELMA DE MENEZES SILVA

**CONSUMISMO INFANTIL: O PAPEL DA MÍDIA E OS SEUS IMPACTOS SOB A
PERSPECTIVA DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE**

ARACAJU

2014

IRANELMA DE MENEZES SILVA

**CONSUMISMO INFANTIL: O PAPEL DA MÍDIA E OS SEUS IMPACTOS SOB A
PERSPECTIVA DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE**

Monografia apresentada a Faculdade de
Administração e Negócios de Sergipe –
FANESE como um dos pré-requisitos para
obtenção de grau de bacharel em Direito.

Orientador:

Prof. Me. Fernando Ferreira da Silva Júnior

Aracaju

2014

IRANELMA DE MENEZES SILVA

CONSUMISMO INFANTIL: O PAPEL DA MÍDIA E OS SEUS IMPACTOS SOB A
PERSPECTIVA DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

Monografia apresentada como exigência
parcial para obtenção do grau de bacharel em
Direito à comissão julgadora da Faculdade de
Administração e Negócios de Sergipe –
FANESE.

Aprovada em 03 de dezembro de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Fernando Ferreira da Silva Júnior
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe

Prof. Me. Antonina Gallotti Lima Leão
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe

Prof. Me. Matheus Brito Meira
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe

Dedico este trabalho aos meus amores, minha base, meu porto seguro: Iracema Menezes, Rafaella Machado, Dilma Menezes, Dilcema Menezes, Dildênio Menezes, Felipe Menezes. E, ao meu orientador, Fernando Ferreira.

AGRADECIMENTOS

Desistir [...] eu já pensei seriamente nisso, mas nunca me levei realmente a sério; é que tem mais chão nos meus olhos do que o cansaço nas minhas pernas, mais esperança nos meus passos, do que tristeza nos meus ombros, mais estrada no meu coração do que medo na minha cabeça.

Cora Coralina.

Eis mais um ciclo finalizado em minha vida, isso mesmo, ciclo finalizado... nesse exato momento dou graças por mais um dia, mais uma oportunidade que Deus em sua infinita bondade me proporcionou com seu amor, estando sempre ao meu lado concedendo fé, coragem, força, luz, determinação. “ Mas é preciso ter força é preciso ter raça é preciso ter gana sempre [...]” Milton Nascimento.

Agradeço a FANESE nas pessoas do coordenador acadêmico Albérico Ferreira, André Freitas, e ao prof. Edgar Freitas, pois sem o seu “espírito” empreendedor visionário, idealizador, não existiria a Faculdade de Administração e Negócio de Sergipe- FANESE. “Sonhos são como deuses, quando não se acredita neles, deixam de existir [...]” Paulinho Moska.

Ao professor, MESTRE, orientador, Fernando Ferreira, exemplo de paciência, tolerância, caráter, amizade, enfim.... ser humano ímpar. Minha eterna GRATIDÃO.

Ao coordenador adjunto do curso Prof. Me. Vitor Condorelli, obrigada.

Aos professores mestres pela oportunidade em poder compartilhar ensinamentos e momentos ímpares vividos no decorrer desta jornada: Alexandre Manuel Pereira, Anna Paula Santana, Antonina Gallotti, André Costa, André Luis Pereira, André Paixão, Agripino Alexandre, Alessandro Buarque, Clara Angélica, Cleide Alves, Dayse Coelho, Evânio Moura, Eduardo Santiago, Fábio Brito, Hortência Abreu, José Carlos, Luiz Eduardo Oliva, Manuel Cruz, Marcelo Schimmelpheng, Matheus Meira, Matheus Dantas, Vander Costa, Ricardo Fonseca, Túlio Cavalcante, Vitor Costa, Vitor Condorelli, Viviane Rocha, Vladimir Oliva. “Feliz aquele que transfere o que sabe e aprende o que ensina.” Cora Coralina.

Agradeço aos colegas da acadêmica, que com o passar do tempo tornaram-se amigos-irmãos [...] obrigada pela companhia, pelos abraços, sorrisos, cada lágrima compartilhada [...] Lucinalva, OBRIGADA! pelo ser humano ímpar que tenho o privilégio de conviver e aprender a cada dia o verdadeiro significado de AMIZADE no sentido literal da palavra; Bárbara, Alexsandra, Ernesto, Silvaneide, Viviam, Simone, Jerônimo, Carlos Fabiano, Paulo Roberto, Paulo Henrique, Clóvis, Flávia, Camila, Lúcia, Cinole, Lúzio, D. Glória, Gabriele, Nathalie, Cleveland.

Aos atuais e antigos colaboradores da Fanese: Osmunda, Aninha, Analice, Jaime, Lú, Valdeci, Solange, Jucimar, Tati, Marcelo, Cleaylton, Rayane Andrade, Elaine, Camile, Renata, Hilton, Raiane, Melissa, Iracelma, Vânia, Diana, Viviane, Consuelo.

Aos colaboradores das bibliotecas Fanese, Unit e Pio X, obrigada pela paciência e atenção dispensada.

A família FACE, muito obrigada por fazerem parte de mais uma fase em minha vida: Fátima, Elisama, Liliane, Adriano, Marcos, Eleuza, Bruno, Renato, Eduardo, Luana, Gabriel, Kely, Ricardo, Roberto, Viviane, Ricardo Torres, Ivânia Souto, Marcos Aguiar, Bento Silva, Gilberto Moura, Vladimir Oliva, Christine, José Soares, Marcos Almeida, Sônia, André, Alexandre, Nadja, Magna, Helenice Jeferson, Rodrigo, Ítalo, Ricardo. “Amigo é coisa pra se guardar, do lado esquerdo do peito, mesmo que o tempo e a distância, digam não [...]” Milton Nascimento.

A LFG unidade Aracaju: Eduardo Matos, Vanessa, Fátima, Abílio, Joka, Genilson, Andréa. Aos alunos/amigos: Eliana, Fábio, Ana Cleide, Márlio, Anna Paulla, Elaine, Diego. Obrigada pela paciência e pelos ouvidos.

À Rafaella Machado, ”perdoe a cara amarrada, perdoe a falta de abraço, perdoe a falta de espaço, os dias eram assim [...] ”amor incondicional, minha melhor parte... Amo-te. “Quando brotarem as flores, quando colherem os frutos diga o gosto pra mim”. Ivan Lins.

À Iracema Menezes, minha base, meu norte, porto seguro, o melhor colo, abraço...toda minha gratidão e amor.“ E aonde quer que eu vá levo você no olhar [...]” Helbert Viana.

À Dilma por ser a irmã-mãe que Deus enviou, trazendo luz, garra, fibra; exemplo de mulher, guerreira, companheira, filha e agora em seu mais “novo” e

pleno papel da maternidade, literalmente, com a chegada do nosso pequeno príncipe Felipe,. Amo, amo e amo. “ Nesse abraço se fez um ciclo, que não tem fim...” Jorge Vercillo.

À Dilcema Menezes, meu amor, alicerce, agradeço em poder ser(estar) sua filha, obrigada pela oportunidade. “ Estrela que brilha em meu peito e me leva pro céu, em cantos cantigas canções de ninar...” Benito de Paula.

Ao meu tio-pai Dildênio Menezes, obrigada por existir e ser o homem, tio, pai, avô que Deus enviou para cumprir essa tarefa em minha vida. Minha eterna gratidão. “Quando eu soltar a minha voz por favor entenda, que palavra por palavra, eis aqui uma pessoa se entregando”. Gonzaguinha.

Ao mais novo ser de luz da família, Felipe, meu ”novo” amor, titia já amava, e muito. “Vieste na hora exata, com ares de festa e luas de prata, vieste com encantos, vieste, com beijos silvestre colhidos pra mim.” Ivan Lins.

À família Machado nas pessoas: Carmélia Machado (D.Zú), Silvia, Luiz, Eudas, Bianca, Lorena obrigada pelo acolhimento, “adoção” e por fazerem parte de mais uma etapa (dentre outras já vividas) como não poderia deixar de ser, sempre incentivando em cada palavra sincera, abraço... MUITO OBRIGADA!.

Minha amiga-irmã, afilhada, companheira, Priscilla Moraes, obrigada por fazer parte da minha vida, da minha história, pelo momentos ímpares compartilhados e VIVIDOS(muito bem vividos) no decorrer de mais de 20 anos.

Aos sobrinhos Gabriella, Catarina, Giovana, Matheus, Lara, Celisa, Marcela, Jessica, Júlio, Júlia e Enzo.

Agradeço ao amigo-irmão Hernane Dantas e as tias do coração Nilza e Neuza, vocês fazem parte do meu passado, presente e futuro. Obrigada por tudo.

À família Prado/Libório nas pessoas de Sr. Clóvis, Joselita e tia Floripes, obrigada pelo carinho, acolhimento, respeito.

Aos amigos de hoje amanhã e sempre Antônio Henrique, Marlene, Jane, Tânia, Jó, Sérgio Andrade, Carmem Lúcia, Fábio, Gardênia, Neide, representando os tantos outros que de forma carinhosa e para não correr o risco de esquecer eis a homenagem através destes. MUITO OBRIGADA!!

Todos que, de forma direta e indireta contribuíram positivamente e até mesmo negativamente, muito obrigada.

Findo, transcrevendo um pequeno texto do ilustre, Chico Xavier: “Agradeço todas as dificuldades que enfrentei; não fosse por elas, eu não teria saído do lugar. As facilidades nos impedem de caminhar. Mesmo as críticas nos auxiliam muito.”

“[...] num mundo em que uma novidade tentadora corre atrás da outra a uma velocidade de tirar o fôlego, num mundo de incessantes novos começos viajar esperançoso parece mais seguro e muito mais encantador do que a perspectiva da chegada: a alegria está toda nas compras, enquanto a aquisição em si. ”

Bauman

RESUMO

O presente trabalho visa responder ao questionamento de como o ordenamento pátrio regula a publicidade direcionada ao público infantil, enquanto ser em desenvolvimento. Supõe-se haver dentro do nosso ordenamento jurídico um significativo hiato acerca da regulamentação da publicidade direcionada ao público infantil. Para responder este questionamento foi realizada inicialmente uma análise histórica do direito da criança no Brasil, desde o código de menores de 1927 ao Estatuto da Criança e do Adolescente, deste ordenamento jurídico foram relatados os princípios nele contidos. Também foi feita uma distinção entre conceitos de propaganda e publicidade, desta última, foi trabalhado o conceito de publicidade sensível, que é classificada quando ao produto anunciado, quanto ao tipo de mensagem e enquanto ao público que se destina. Além disso, foi analisada a relação da publicidade com a revolução industrial um marco para que a publicidade se transformasse em um grande instrumento de persuasão a do consumidor, porém, se um consumidor adulto pode ser seduzido por tal poder, qual será sua influência sobre a criança? Mais que isso, era necessário identificar os dispositivos legais e suas lacunas no tocante a proteção da criança contra a publicidade abusiva e que proteções o ordenamento jurídico brasileiro oferecia a criança face a publicidade dirigida ao público infantil. E como se comporta os principais órgãos reguladores de propaganda e publicidade no país.

Palavras-chave: Consumismo Infantil. Mídia. Publicidade. Legislação. ECA.

ABSTRACT

This paper aims to answer the question of how the paternal system governs the advertising directed at children, while being in development. Are proposed to be within our legal system a hiatus on the regulation of advertising directed to children is significant. To answer this question, we initially carried out a historical analysis of the right of children in Brazil, since the code under the statute of 1927 children and adolescents, this law principles therein were reported. Was also made a distinction between the concepts of advertising and publicity, the latter was working the concept of sensitive advertising, which is classified when the advertised product, the type of message and the public as intended. Furthermore, we analyzed the relation of advertising with the industrial revolution a turning point for that advertising became a big instrument persuasion consumer, however, if an adult consumer can be seduced by such power, which will be its influence on child ? More than that, it was necessary to identify the legal provisions and their gaps concerning the protection of children against abuse and protections that the Brazilian legal system offered the child stage advertising aimed at children advertising. E behaves as the main regulators of advertising and publicity in the country.

Keywords: Child Consumerism. Media. Advertising. Legislation. ECA.

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Roda dos Expostos	6
Figura 2 - Ciclo de Publicidade – Consumo	17
Figura 3 - Publicidade quanto ao público	19
Figura 4 - Propaganda sensível quanto ao produto	19
Figura 5 - Dimensões do consumidor.....	20

LISTA DE ABREVIATURAS

- CBARP – Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária
- CDC – Código de Defesa do Consumidor
- CM – Código de Menores
- CONANDA – Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
- CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária
- CRFB/88 – Constituição da República Federativa do Brasil de 1988
- ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente
- FUNABEM – Fundação do Bem-Estar do Menor
- PNBEM – Política Nacional do Bem-Estar do Menor
- PROCON – Procuradoria de Defesa do Consumidor
- SAM – Serviço de Assistência ao Menor

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	3
2	O DIREITO DA CRIANÇA.....	6
2.1	O Código de Menores de 1927.....	7
2.2	O menor em situação irregular.....	8
2.3	A “Proteção Integral da Criança”	9
2.4	Princípio da Proteção Integral.....	12
2.5	Princípio do Melhor Interesse.....	12
2.6	Princípio da Prioridade Absoluta	14
2.7	Princípio da Cooperação	15
3	A PUBLICIDADE DIRIGIDA À CRIANÇA	16
3.1	Publicidade versus propaganda.....	16
3.2	A publicidade e o público infantil.....	18
3.2.1	O Consumidor.....	20
4	SISTEMA DE REGULAMENTAÇÃO DE CONSUMO NO BRASIL.....	23
4.1	Legislação que garante direitos a criança enquanto consumidor	25
5	ANÁLISE DOS DISPOSITIVOS NORMATIVOS RELACIONADOS A PUBLICIDADE INFANTIL.....	29
6	PRINCIPAIS ÓRGÃOS REGULADORES DA PUBLICIDADE	32
6.1	DO CONAR – CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA.	32
6.2	Do CONANDA.....	32
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
	REFERÊNCIAS.....	37
	ANEXO	40

1 INTRODUÇÃO

A criança, apesar de ser humano em processo de desenvolvimento psíquico e mental, demonstra um alto poder de observação e assimilação dos estímulos aos quais é exposta, chegando até mesmo a resolver os problemas com os quais se depara.

Dado o poder construtivista que a criança possui, ela consegue reconhecer as pessoas, os objetos e os eventos e desenvolve o domínio da linguagem para a qual é exposta, enfim, a criança é capaz de reconhecer as matizes culturais do contexto social, no qual está inserida.

Contudo, cabe colocar que, por mais que a criança apresente peculiaridades que a coloque num plano comparativo com o adulto, seu poder de interpretação dos fatos não é o mesmo, haja vista a sua pouca vivência, no tocante a algumas questões, fato este que justifica a preocupação com esse ser em desenvolvimento, que demanda cuidados especiais.

Na atualidade, dada à dinâmica assumida pelas famílias, nas quais os pais acabam percebendo a clara influência dos meios de comunicação sobre o público infantil, chega-se ao entendimento de que a criança não teria condição de se posicionar frente ao aliciamento feito pelos meios de publicidade.

Assim, a criança acaba assumindo papel de alvo fácil para a construção do mercado consumidor futuro das empresas em todos os seus níveis, uma vez que é sabido que qualquer pessoa, em um dado momento, irá se deparar com produtos que lhe despertam desejo de consumo, seja para suprir-lhe as necessidades mais básicas, como as que remetem à saciedade da fome ou à proteção do frio, ou aquelas que se associam a prazeres efêmeros.

Nessa perspectiva, somos todos consumidores, porém não somos todos iguais, já que se observam comportamentos diferentes no universo total de consumidores, sobretudo a criança que, dada sua condição, fica exposta aos estímulos de consumismo e, conseqüentemente, acaba sendo o alvo de publicidades, as quais ecoam, muitas vezes, em todo restante de sua existência.

Desta maneira, nota-se uma abertura para a discussão acerca da influência da publicidade, enquanto técnica de cooptação do público infantil, a fim de compor um mercado consumidor de produtos que, muitas vezes não fazem parte de itens essenciais para o pleno desenvolvimento desse indivíduo em formação, o que faz notar que há oportunidade para a análise da relação estabelecida entre a publicidade e a criança, enquanto público-alvo, sob a perspectiva do tratamento dado pelo ordenamento jurídico pátrio, analisando o direito prioritário dispensado à criança de ser protegida de toda e qualquer “[...] forma de exploração” (Art. 227, caput, CF/88).

Busca-se, portanto, responder ao questionamento de como o ordenamento jurídico pátrio regula a publicidade direcionada ao público infantil, com vistas a salvaguardar a criança, enquanto pessoa ainda em formação.

Em sede de pressuposição, pode-se colocar que há significativo hiato, dentro do nosso ordenamento, acerca da regulamentação da publicidade direcionada ao público infantil. Fato este que, também, já condiciona o escopo geral deste trabalho, qual seja, analisar o tratamento dispensado pelo ordenamento jurídico à criança, enquanto público-alvo de publicidade.

De modo específico, pode-se indicar os seguintes objetivos: a) Traçar breve histórico do direito da criança; b) Analisar e diferenciar a publicidade e a propaganda, enquanto ferramentas de convencimento; c) Identificar os principais diplomas legais que trazem as garantias postas para a criança, enquanto pessoa em desenvolvimento; d) Analisar quais os dispositivos normativos que tratam acerca da publicidade direcionada para a criança; e) identificar os principais órgãos reguladores de publicidade no país.

Assim, com vistas a alcançar tais escopos, a presente monografia alicerçar-se-á em rigorosa base metodológica que possa dar suporte científico às considerações da autoria, referindo-se ao estudo dos pormenores afetos ao tema, tendo como norte metodológico a pesquisa descritiva, tendo como meio de investigação a pesquisa bibliográfica, de modo a sistematizar os dados existentes acerca do tema e, assim, formar um alicerce teórico.

A investigação descritiva foi utilizada, para expor as características da população infantil brasileira, de modo a conduzir a análise da construção do trato jurídico dispensado à criança enquanto alvo de publicidade, na construção de um mercado consumidor.

De modo a tornar essa monografia mais inteligível, a mesma apresentar-se-á em outros cinco tomos, os quais serão dispostos da seguinte forma: o segundo tomo tratará de um breve histórico do direito da criança em nosso país; no terceiro, são analisadas e comparadas a publicidade e a propaganda, enquanto ferramentas de convencimento; no quarto capítulo são apontados os principais diplomas legais que trazem as garantias postas para a criança, enquanto pessoa em desenvolvimento; no quinto, é efetuada uma análise dos dispositivos normativos que tratam acerca da publicidade direcionada para a criança; no sexto tomo é feita uma abordagem acerca dos principais órgãos reguladores de publicidade no país e, em sede derradeira, são apresentadas as considerações finais da autoria.

2 O DIREITO DA CRIANÇA

A análise histórica da criança no nosso país, nos mostra que inicialmente a infância, enquanto fase de desenvolvimento, era negada em todos os aspectos, tanto jurídicos como psicossociais e, assim, não havia uma diferenciação em relação à fase adulta e, quando sua descoberta acontece, a sociedade tão somente lança uma condição negativa, identificando o indivíduo em suas idades iniciais como apenas aquele que nada pode, nada tem, nada sabe ou é capaz.

O reconhecimento da criança enquanto sujeitos de direito somente se dá a partir da nossa Constituição Cidadã, sendo verdadeiro marco final da doutrina jurídica da situação irregular para a doutrina jurídica de proteção integral.

O prisma jurídico da condição digna de vida da criança surge com a República, uma vez que, enquanto Colônia e Império, a criança só era notada a partir do momento em que estava exposta, abandonada, sendo entregue às Casas de Misericórdia, as quais recepcionavam por meio de suas rodas dos expostos, enquanto modelo trazido pelo colonizador europeu, marcando uma fase filantrópica na lida com os pueris.



Figura 1 - Roda dos Expostos

Fonte: <http://www.plenamulher.com.br/Conteudos.aspx?i=4081>

Apenas na República é que notaremos avanços em relação ao tratamento dispensado à infância, enquanto fase de formação da pessoa que deve se tornar útil para que a nação possa seguir progredindo e desenvolvendo.

O olhar jurídico sobre a infância ganha maior proporção, sobretudo com a abolição da escravatura, justamente pelo fato de ter como reflexo número expressivo de crianças ociosas circulando nos centros urbanos, perturbando aqueles que compunham a elite local, tendo como reflexo disso a aprovação do Código de Menores, de 12 de outubro de 1927, também conhecido como Código Mello Mattos¹

2.1 O Código de Menores de 1927

Esse Diploma dava poderes ao Juiz de decidir o destino da criança, além de impor à família, desconsiderando suas condições econômicas, o dever de suprir as necessidades do indivíduo de acordo com aquilo que fosse idealizado pelo Estado.

Com vistas a dirimir as crianças de rua, o CM/27, trazia em seu bojo medidas assistenciais e preventivas, considerando as condições afins ao estado físico, moral e mental da criança, bem como sua situação moral, social e econômica dos seus genitores, dividindo os “menores” em duas classes: os menores abandonados e menores delinquentes.

A principal característica do Código de Menores de 1927 era a institucionalização do menor, como solução de todo e qualquer problema que atente contra a organização social.

Para Custódio (2009):

O Código de Menores veio alterar e substituir concepções obsoletas como as de discernimento, culpabilidade, penalidade, responsabilidade, pátrio poder, passando a assumir a assistência ao menor de idade, sob a perspectiva educacional. Abandonou-se a postura anterior de reprimir e punir e passou-se a priorizar, como questão básica, o regenerar e educar. Desse modo, chegou-se à conclusão de que questões relativas à infância e à adolescência

¹ Juiz José Cândido Albuquerque de Mello Mattos, responsável pelo projeto de lei que, à época, tornou-se referência legal sobre o “menor”, fazendo emergir o 1º Código de Menores da América Latina.

devem ser abordadas fora da perspectiva criminal, ou seja, fora do Código Penal (2009, p. 16).

Ocorre que aquilo que fora idealizado por Mello Mattos não foi alcançado, em virtude da falta de compromisso por parte do governo que não destinou recursos suficientes e sequer criou os institutos com o foco real na educação como forma de ressocialização e criação de valores de cidadania.

A partir de 1941, foi criado o Sistema Nacional de Assistência ao Menor², o qual, duas décadas depois, sobretudo após o Golpe Militar de 1964, demonstrou-se ineficiente, fazendo com que emergisse a Fundação Nacional do Bem-Estar do Menor (FUNABEM), a qual pertencia à Política Nacional do Bem-Estar do Menor (PNBEM), a qual foi instituída por meio da Lei nº 4.513.

Ocorre que a PNBEM e, não diferente a FUNABEM também fracassaram, colecionando inúmeras críticas até mesmo no cenário internacional, o que fez com que, em 10 de outubro de 1979, entrasse em vigor a Doutrina do Menor em Situação Irregular, a qual fora instituída através da Lei nº 6.697.

2.2 O menor em situação irregular

Novamente mantem-se o equívoco no que tange às intervenções do Estado, uma vez que o foco estava tão somente nos efeitos e não nas causas que levaram os menores à situação tida como irregular, a qual vinha caracterizada pelas situações apontadas no Art. 2º do referido diploma, a ver:

- I - privado de condições essenciais à sua subsistência, saúde e instrução obrigatória, ainda que eventualmente, em razão de:
 - a) falta, ação ou omissão dos pais ou responsável;
 - b) manifesta impossibilidade dos pais ou responsável para provê-las;
- II - vítima de maus tratos ou castigos imoderados impostos pelos pais ou responsável;
- III - em perigo moral, devido a:
 - a) encontrar-se, de modo habitual, em ambiente contrário aos bons costumes;
 - b) exploração em atividade contrária aos bons costumes;

² Sistema instituído pelo Decreto n. 3.779 de 1941, com intuito como objetivo centralizar a execução de uma política nacional de assistência àqueles menores que tenham cometido infrações ou os desamparados.

IV - privado de representação ou assistência legal, pela falta eventual dos pais ou responsável;

V - Com desvio de conduta, em virtude de grave inadaptação familiar ou comunitária;

VI - autor de infração penal.

Parágrafo único. Entende-se por responsável aquele que, não sendo pai ou mãe, exerce, a qualquer título, vigilância, direção ou educação de menor, ou voluntariamente o traz em seu poder ou companhia, independentemente de ato judicial (BRASIL, 2010a).

A doutrina da situação irregular era repleta de estigmas negativos postos para a criança, a qual não passava de um objeto, incapaz e desprovida de direitos, o que ia de encontro ao contexto internacional, no qual a criança é tida como pessoa em desenvolvimento e, para tanto, merecedora de direito à dignidade e à liberdade.

O paradigma da situação irregular é rompido com a promulgação de nossa Carta Cidadã, em 1988, a qual trouxe a doutrina da proteção integral.

2.3 A “Proteção Integral da Criança”

A Constituição Federal de 1988 foi, sem dúvida, um marco para o Brasil, tendo em vista a democracia como base, para os direitos e garantias fundamentais do ser humano, uma vez que naquele período encontrava-se no ápice de transição vivenciada por todos.

Por conta desta realidade a inclusão do artigo 227 não poderia ser diferente, muito embora não tenha sido fruto da benevolência do Estado, e sim, por movimentos sociais como o da Pastoral do Menor, movimento este que ganha força por volta da década de 80, tendo em vista o acompanhamento como também a difusão perante aos órgãos públicos e toda a sociedade, da crítica e real situação de diversos menores desatendidos pelo Estado; o Movimento Meninos e Meninas de Rua pregava de maneira intensa a inépcia dos programas governamentais em relação ao atendimento e garantias da criança e do adolescente.

A união de vários movimentos, assim como um abaixo-assinado com mais de 04(quatro) milhões de assinaturas, dentre outros documentos, serviram como base para convencer como também pressionar a Assembleia Nacional Constituinte, conforme relata LIBERATI e CYRINO (1993, p.34): “pretendendo a inserção expressa dos direitos da criança e do adolescente na Constituição [...] Em 1988 se

promulgou a Constituição Federal, cotendo os direitos da criança e do adolescente consagrada em seu art. 227.”

Porém, com os direitos já resguardados pela Constituição, os movimentos que lutavam pela primazia do direito da criança e do adolescente articularam o Fórum Direito da Criança e do Adolescente (Fórum DCA) com o escopo de mudar a legislação infraconstitucional; reorganizar os órgãos institucionais envolvidos com os direitos da criança e adolescente; e melhorar a atenção com as crianças; objetivos estes que serviram como diretrizes para a construção da Lei nº 8.069/90, Estatuto da Criança e do Adolescente, sendo promulgado em 13 de julho de 1990 pelo então presidente Fernando Collor de Melo.

Para a orientação dada pela Doutrina da Proteção Integral, deve haver a universalização de tratamento, independentemente da condição social que ocupe, seguindo com uma desconstrução dos padrões de “normalidade” daquilo que era posto para a criança e adolescente pobres, enquanto “anormais” e, desta forma, prega-se a humanização.

Seguindo ainda o tratamento mais humanizado, o Estado tem a obrigação de despolitizar as questões afins à criança e ao adolescente que foram vítimas ou vitimaram pessoas em seus direitos e, assim a criança não deve ser entendida, conseqüentemente, como questão de justiça, ou melhor, somente em casos de conflitos de interesses.

Cabe ainda o registro de que a família, a sociedade e o Estado são convocados a participar, por meio do Art. 227, CF/88, na construção de anteparos garantistas à criança e ao adolescente, descentralizando o atendimento sobretudo para o município, enquanto Ente em contato imediato com os cidadãos.

Desta forma, inicia a doutrina de Proteção Integral sendo base, alicerce para os demais princípios. Na visão do ilustre Antônio Jorge Pereira Junior: “O artigo 227 estabelece proteção prioritária aos direitos da pessoa não emancipada e preferência de atendimento. Impõe a análise e interpretação do direito segundo a perspectiva da proteção integral [...]”

O aludido artigo Constitucional outorga a criança e ao adolescente o mais elevado grau de proteção, não meramente como princípio constitucional, e sim algo novo, transformador, consolidado nas linhas constitucionais, trazendo assim um novo status, uma nova realidade, realidade esta que refere-se a um novo direito, ou seja, a doutrina da proteção integral.

O artigo 227 não faz referência exclusivamente às crianças conhecidas, vai além, refere-se também as crianças desconhecidas, como menciona Henriques (2013):

O art. 227 nos conclama a agirmos na defesa e promoção dos direitos de todas as crianças: da criança desconhecida, mas que sofre os abusos da violência diária em suas casas; da criança desconhecida, mas carente da falta de espaços seguros para o lazer e exercício do seu direito de brincar; da criança desconhecida, mas que passa seus dias e horas no labor constante entre os carros na cidade; da criança desconhecida, mas que recebe todos os dias o bombardeio das abusivas publicidades infantis [...]

Ou seja, a Doutrina da Proteção Integral instaurou um sistema especial de proteção de suma importância, delineando direitos no artigo 227 da Constituição de 1988, tornando assim crianças e adolescentes sujeitos dos direitos fundamentais atribuídos a todos os cidadãos, como também titulares de direitos especiais, com base na sua peculiar condição de pessoa em desenvolvimento.

Para AMIN (2001, p. 12), a Doutrina da Proteção Integral tem como substrato três pilares básicos, quais sejam: a) o Reconhecimento; b) a Convivência Familiar e, c) o Princípio da Absoluta Prioridade.

O **Reconhecimento**, enquanto pilar da Doutrina da Proteção Integral, traz a imperiosa necessidade do entendimento que crianças e adolescentes não são adultos em miniatura, mas, em verdade, pessoas que estão em fases de desenvolvimento e, por esse motivo, têm como garantia a proteção integral.

A **Convivência Familiar**, por sua vez, aponta para a importância da família enquanto célula-matriz da sociedade e, assim, a convivência dentro dela deve ser priorizada.

O **Princípio da Absoluta Prioridade** é o princípio balizador da Doutrina da Proteção Integral, influenciando nosso ordenamento jurídico no trato dispensado à criança e ao adolescente em nosso país.

Com a Doutrina de Proteção integral, fora gerada obrigação de todos preservarem as crianças e os adolescentes de toda e qualquer situação que possa atentar contra seu desenvolvimento físico e psíquico saudável.

2.4 Princípio da Proteção Integral

O princípio da proteção integral encontra-se disposto no artigo 1º do Estatuto da criança e do adolescente, princípio este básico, tendo na sua fundamentação o conjunto de direitos próprios como também especiais da pessoa em condição peculiar de desenvolvimento que se distingue dos demais direitos fundamentais essenciais à pessoa humana, conforme consta no art. 227 da Constituição Federal assegurando seu pleno desenvolvimento físico, moral, espiritual... e que a família, a sociedade e o Estado cumpra com o que encontra-se disposto no todo do referido artigo.

Antônio Jorge Pereira Júnior (2011, p. 102) acerca da proteção integral: “é a garantia de atendimento a todas as necessidades da pessoa humana em fase peculiar de desenvolvimento, a formação integral, finalidade da educação no âmbito da proteção integral [...]”.

2.5 Princípio do Melhor Interesse

Às crianças e adolescentes além dos direitos e garantias usuais que lhes são inerentes, como pessoa em condição peculiar de desenvolvimento, que são e estão inseridas na Constituição Cidadã, existem outros direitos especiais além da proteção integral consoante o disposto no art. 3º do Estatuto da Criança e do Adolescente:

Art. 3º A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade.

O princípio do melhor interesse não encontra-se explícito como os demais no ECA, tendo sua origem em tratados internacionais, mais especificamente na convenção internacional de 1989, referindo-se às decisões que dizem respeito a qual as crianças e adolescentes devem ter em conta ao seu melhor interesse, por sua vez, o Estado tem que garantir a criança e ao adolescente cuidados adequados quando os pais ou responsáveis não tenham capacidade de fazer por elas. O princípio do melhor interesse pode ser enquadrado para alguns doutrinadores na categoria de preceito a ser obedecido para garantir a proteção integral, tendo em vista a não especificação no Estatuto da Criança e do Adolescente, de forma explícita, porém faz parte com a nomenclatura usada no Brasil como Princípio do Melhor Interesse ou Interesse Superior artigo 100, parágrafo único, IV, ECA conforme podemos verificar:

Art. 100- Na aplicação das medidas levar-se-ão em conta as necessidades pedagógicas, preferido-se aquelas que visem ao fortalecimento dos vínculos familiares e comunitários.”

IV- interesse superior da criança e do adolescente: a intervenção deve atender prioritariamente aos interesses e direitos da criança e do adolescente, sem prejuízo da consideração que for devida a outros interesses legítimos no âmbito da pluralidade dos interesses presentes no caso concreto.

Para BARBOZA (2000, P.17), “no campo jurídico, a efetivação do princípio do melhor interesse resulta de trabalho interpretativo, no confronto com as normas civis [...], ao mesmo tempo em que lança aos pais [...] representantes legais, a responsabilidade primordial pela educação e pelo desenvolvimento da criança [...]” (BRASIL, 2014-c)

Para Tânia da Silva Pereira (2008) trata-se "de um princípio especial, o qual, a exemplo dos princípios gerais de direito, deve ser considerado fonte subsidiária na aplicação da norma".

O referido princípio trata de um norteamento que deve gerenciar como também orientar todas as ações concretas da sociedade e do Estado, devendo levar sempre em prol o que for melhor para os interesses das crianças e dos adolescentes.

2.6 Princípio da Prioridade Absoluta

Está esculpido no texto do artigo 227, quando o legislador constituinte afirma que:

É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, **com absoluta prioridade**, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. (grifamos)

Nesta mesma linha de pensamento o ECA, no seu artigo 4º, reafirma a necessidade de priorizar as garantias do ser em desenvolvimento, e vai mais além, quando assegura que é preciso a efetivação destas garantias fundamentais.

Tal princípio serve de bússola para a efetivação dos direitos fundamentais, desde o recém-nascido até o adolescente.

Na visão de Pereira (1990, p. 19), priorizar o recém-nascido é antes de tudo, oferecer assistência básica, saúde, alimentação, vacinação em massa. Priorizar a criança até 12 anos é dar ensino primário, cultura, lazer, entre outras medidas, além de esportes e assistência médico- odontológica. Priorizar o adolescente além do já mencionado abrange o ensino profissionalizante, proteção ao trabalho, assistência familiar e também atendimento ao jovem em situação de risco.”

Os incisos do artigo 4º do ECA, elencam um rol de ações, meramente exemplificativo, porém Cabrera, Wagner Jr. E Freitas Jr. (2010, p. 41) sintetizam ao afirmar que “toda criança e adolescente deve receber prioridade no atendimento dos serviços públicos e na formulação das políticas sociais.”

Sabidamente o legislador vinculou a todos neste princípio, a saber: a família, os administradores, os governantes, os legisladores em todas as competências, assim como os magistrados, membros do Ministério Público, conselho tutelar, todas as autoridades e organizações, em virtude da criança estar sempre em risco. (FONSECA, 2012, p. 58)

Absoluta prioridade, no entendimento de Donizeti Liberati (2013, p. 102), é:

[...] entender que a criança e o adolescente deverão estar em primeiro lugar de preocupação dos governantes; devemos entender que, primeiro, devem ser atendidas todas as necessidades das crianças e adolescentes, pois o 'maior patrimônio de uma nação é o seu povo, e o maior patrimônio de um povo são suas crianças'.

Em suma, o princípio da prioridade absoluta consiste no tratamento prioritário a toda pessoa em condição peculiar de desenvolvimento.

2.7 Princípio da Cooperação

Nota-se, assim, que o Art. 4º do ECA guarda o Princípio da Cooperação, o qual coloca que todas as pessoas devem estar comprometidas para materialização dos direitos da criança e do adolescente, uma vez que estado, sociedade e família são chamados à ordem para assumir esse dever.

3 A PUBLICIDADE DIRIGIDA À CRIANÇA

3.1 Publicidade *versus* propaganda

Antes de adentrarmos na análise da publicidade propriamente dita, cabe a observação de que há uma diferenciação em relação à propaganda e a publicidade, haja vista ser contumaz a confusão entre essas duas expressões, dada sua proximidade e por apresentarem pontos comuns, no que tange aos veículos utilizados e a técnica empreendida.

Para Nunes (2011) apud Vilas-bôas (2012, p.34):

[...] propaganda e publicidade são palavras que podem ser usadas como sinônimos. Isso porque na visão desse doutrinador a etimologia dessas palavras no permite isso, já que propaganda vem de *propagare* ou seja, coisas que devem ser propagadas enquanto que publicidade aponta para a qualidade daquilo que é público ou do que é feito em público.

Ao observarmos o tratamento dado ao tema, por parte da Carta Republicana de 1988, não há qualquer diferenciação entre os termos abordados, fato este que se repete também na legislação infraconstitucional, tendo, tão e somente o conceito legal de propaganda, guardado no art. 5º, da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, o qual coloca que: “Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.”

Contudo, tal conceito destoa da análise posta pela doutrina, a qual entende que o fato diferenciador entre ambas ferramentas está em a propaganda destinar-se à difusão de ideias, mas sem finalidades comerciais, apenas com objetivos religiosos, políticos ou cívicos, ao passo em que a publicidade, também tem escopo persuasivo, mas comercial.

A publicidade é, basicamente, o ofício de levar o público ao desejo de consumo, estimulando a ação, de modo a apelar para que o público alvo atinja conforto e prazer. Assim, se a publicidade não estimula as vendas, acaba perdendo seu sentido.

Reforçando a diferença existente entre publicidade e propaganda, autores europeus, identificam os conceitos de cada termo para avançarem nos estudos referentes à construção do discurso publicitário e, assim, o fator primordial de diferenciação são os aspectos mercadológicos.

As análises mais pormenorizadas apontam para a publicidade como fenômeno relacionado à cinco objetivos básicos a serem alcançados pelo anúncio publicitário, quais sejam: 1º) Chamar atenção, 2º) Despertar o interesse, com vistas a 3º) Gerar estímulos de desejo e, assim, 4º) Fazer com que o público se convença de uma necessidade criada, para findar na 5º) Ação de consumo.

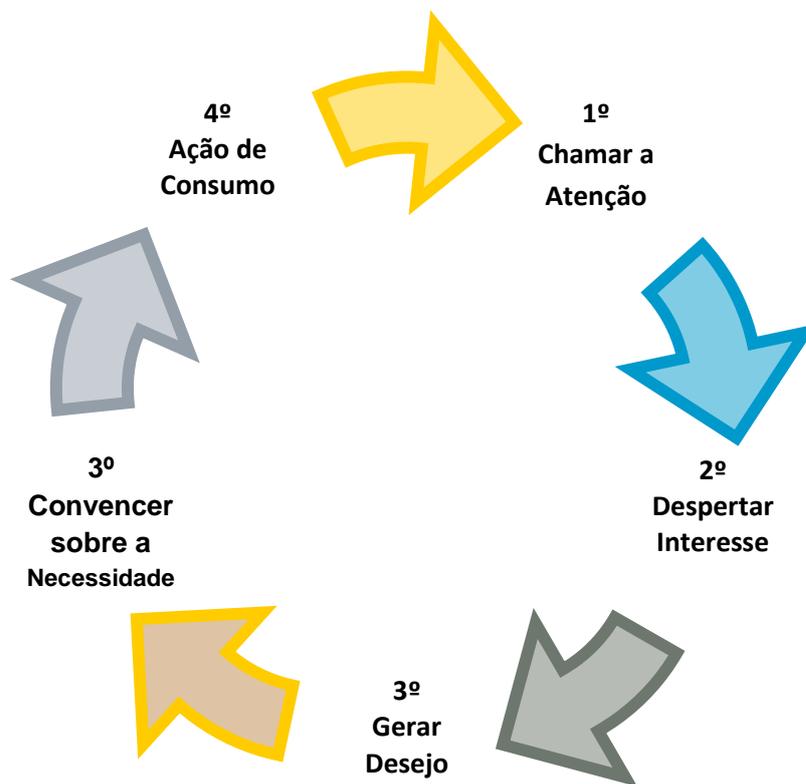


Figura 2 - Ciclo de Publicidade – Consumo

Notemos que, ao final, a publicidade guarda como escopo real a criação de uma necessidade de poder desfrutar de determinado bem ou serviço posto à veiculação.

3.2 A publicidade e o público infantil

A publicidade tem relação direta com a Revolução Industrial, o que fez integrar as Revoluções Burguesas³, com a transposição do capitalismo comercial para o industrial, definindo a transição da Idade Moderna para Contemporânea.

Com o tempo, a publicidade de massa foi se definindo como importante ferramenta de persuasão do público consumidor, dirigindo-se a um indeterminado número de pessoas, tendo seu potencial maximizado no Século XX com o crescimento dos mercados produtor e consumidor em todo o mundo.

Os empresários, havidos por mais consumidores, foram despertados pelo mundo publicitário a influenciar pessoas à mudanças de hábitos e comportamentos antigos, com vistas a gerar aumento do consumo de produtos e serviços, justificando robustos investimentos na divulgação do que se quer vender.

Verifica-se, então, que a publicidade assume papel de “veículo de comunicação entre o consumidor e o fornecedor, objetivando o reconhecimento da população, e para isso utiliza-se de meios de comunicação para expor uma marca, um produto ou um serviço” (SANT'ANNA, 2001, p. 76).

Antes de nos debruçarmos sobre a publicidade e sua relação deturpada com a geração de um ciclo de consumo, entendemos como sendo necessária a apropriação do conceito de **publicidade sensível**, trazida por LOPES (2010, p.5), o qual coloca que é aquela que pode gerar algum dano social e pode ser classificada em três categorias básicas:

a) Quanto ao produto anunciado: Publicidade sensível nesse caso refere-se àqueles anúncios de produtos possivelmente danosos, como por exemplo, o tabaco e o álcool, entre outros.

b) Quanto ao tipo de mensagem: A publicidade sensível nesse caso é aquela que se utiliza de algum recurso retórico que possa causar um impacto negativo a um segmento da sociedade, como por exemplo quando há um forte apelo à violência ou à sexualidade.

³ Processos encabeçados pela burguesia, ligados diretamente ao comércio e às finanças, e que foram fundamentais para a superação do absolutismo.

c) Quanto ao público a que se destina: Aqui a publicidade sensível se faz presente quando ela está direcionada ou voltada a grupos que não têm a plena capacidade de análise e entendimento de conteúdos publicitários, encontramos nesse grupo as crianças e os adolescentes. (VILAS-BÔAS, 2012, p. 30).

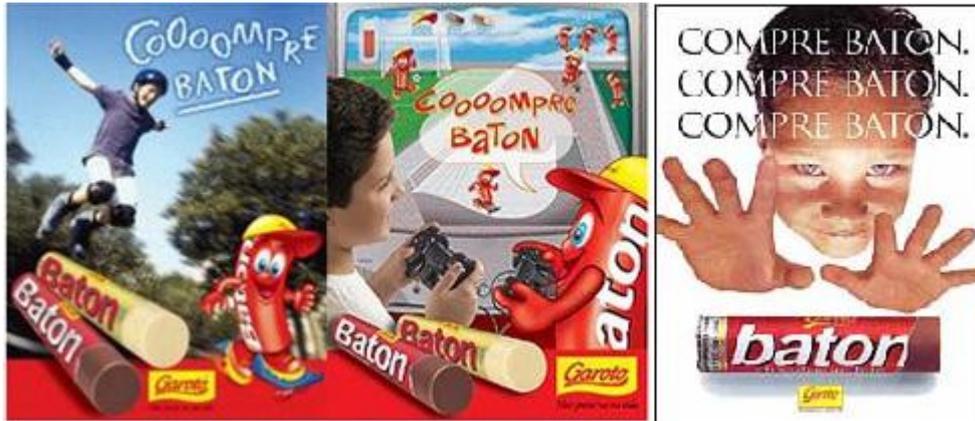


Figura 3 - Publicidade quanto ao público

Fonte: <http://evymake.blogspot.com.br/2012/05/compre-batom.html>

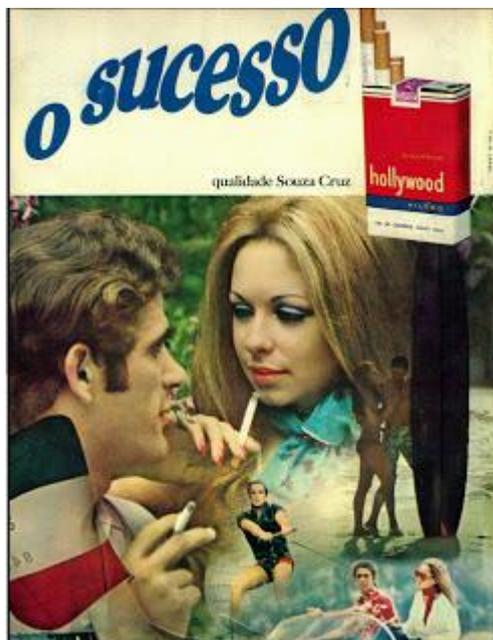


Figura 4 - Propaganda sensível quanto ao produto

Fonte: <http://memoriasoswaldohernandez.blogspot.com.br/2012/10/anuncio-de-cigarros-na-decada-de-setenta.html>

3.2.1 O Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 2º, *caput*, traz a definição-padrão do que seja um consumidor, ao colocar que é “toda pessoa física ou jurídica que adquire produto ou serviço como destinatário final”.

O conceito trazido pelo CDC, nos apresenta as três dimensões que somadas trazem a definição de consumidor, ou seja, 1º) O sujeito, que pode ser pessoa física ou jurídica; 2º) O Objetivo, reportando-se à aquisição de produtos e serviços e, por fim, 3º) O Teleológico, que trata da finalidade posta com a aquisição do produto ou serviço.

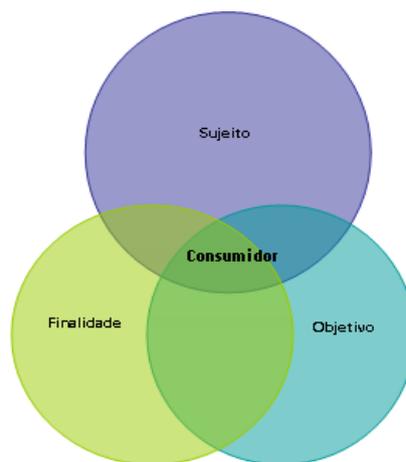


Figura 5 - Dimensões do consumidor

Diante do conceito apresentado pelo CDC, poderíamos ser induzidos, por um olhar menos atento, que a criança não poderia ser colocada na condição de consumidora, haja vista que a necessidade de ser a pessoa que adquire o produto ou serviço, o que leva ao entendimento de que deve haver um acordo estabelecido por meio de contrato, fato que exige a capacidade para tal, logo a criança e o adolescente não têm.

Contudo, a própria norma consumerista resolve o falso hiato, através de seu art. 29, ao colocar que “equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”, definindo, assim, o consumidor por equiparação.

Desta forma, a criança, mesmo sendo absolutamente incapaz para celebrar contratos, deve ser entendida como consumidora, mas por equiparação, uma vez que pode sofrer danos reflexos das relações de consumo, o que a coloca numa condição de vulnerabilidade ainda mais agravada pela exposição excessiva aos meios de comunicação de massa, sobretudo a televisão.

Enquanto isso outra pesquisa realizada no Brasil “aponta que as crianças influenciam em 92% das compras de produtos alimentícios, tendo como fatores determinantes para a escolha, em ordem de colocação: a publicidade na televisão, a presença de personagem famoso como referência do produto e a embalagem. (HENRIQUES, 2010)

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, traz em seu bojo dois tipos de publicidades ilícitas, quais sejam, a enganosa e a abusiva, onde aquela tem por fim levar o consumidor ao erro no processo de escolha do produto ou serviço, dadas as vantagens expostas na oferta, ao passo que esta tem relação com a forma com que o consumidor é abordado, “não havendo qualquer obrigatoriedade de vínculo da nocividade da publicidade com as características do produto ou serviço oferecido” (HENRIQUES, 2006, p. 76).

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 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, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança (BRASIL, 2010-e).

A publicidade abusiva afasta os alicerces morais e éticos, bem como os valores culturais, aproveitando da inexperiência ou baixo nível de tirocínio dos consumidores-alvo. Sua caracterização não exige a ocorrência de fato de dano ao consumidor, bastando tão somente a potencial ofensa ou violação. Segundo Nunes (2000, p.68), a “abusividade, [...] deve ser avaliada sempre tendo em vista a potencialidade do anúncio em causar um mal”, podendo induzir o consumidor a comportamento que gere perigo ou prejuízo à sua saúde e/ou segurança”.

Frente à abusividade de uma propaganda, o Código de Defesa do Consumidor, quando tratamos de qualquer relação de consumo que envolva crianças como consumidoras, preconiza que estas serão consideradas presumidamente hipossuficientes, sem necessitar de um prévio julgamento da causa, providas de inúmeros direitos e proteções, dada a vulnerabilidade psíquica que apresentam. Estes aspectos vão além, devido à criança ser considerada também mais vulnerável que um adulto ao poder de persuasão, em razão de sua condição de pessoa em desenvolvimento intelectual.

E assim, vulnerabilidade psíquica ou biológica, ocorre quando:

[...] existem diversos estímulos que estão sendo utilizados para criar no consumidor o desejo de adquirir o produto ofertado. Assim, por meio de motivação cultivada ou diante dos apelos do Marketing que direcionam para aquisição de produtos, que nem mesmo o consumidor sabe porque quer adquirir aquele produto (PEREIRA, 2011, P. 193)

4 SISTEMA DE REGULAMENTAÇÃO DE CONSUMO NO BRASIL

No Brasil, o sistema de regulamentação da publicidade é de forma ampla, pela Constituição Federal e de forma específica, pelo Código de Defesa do Consumidor, e o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR.

Em relação à regulamentação de forma ampla, temos os princípios constitucionais, esculpidos nos artigos 227, e 1º, III tendo como base a dignidade da pessoa humana.

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

III - a dignidade da pessoa humana;

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

Na visão de Sarlet (2006, p. 58),

[...] o princípio da dignidade da pessoa humana consiste em dar ao ser humano um valor supremo no campo jurídico, e na mesma proporção concede importância nas normas constitucionais e infraconstitucionais, ou seja, a pessoa humana deve ser tratada como um fim em si mesma, e não um meio para o fim de outros.

É bem verdade que a dignidade da pessoa humana tem dimensões bipartidas, mas no caso em tela ela esta correlacionada a proteção da pessoa humana, seja ela em desenvolvimento ou adulta, pela sociedade e pelo Estado.

Diante do exposto acima quando o legislador põe o princípio da dignidade da pessoa humana e o princípio da proteção integral respectivamente, acima dos princípios específicos possibilita a interpretação para garantir ao consumidor infantojuvenil uma proteção em sentido lato.

E de forma específica os princípios previstos no Código de Defesa do Consumidor, elencado no artigo 1º ao 7º, mas principalmente no artigo 4º que é o alicerce da fundamentação legal no que concerne à publicidade difundida no país. Tais princípios visam a proteção do consumidor contra práticas comerciais abusivas, tendo em vista que o consumidor é hipossuficiente em relação ao mercado.

Nota-se que “a cabeça” do art. 4º do CDC, traz eixo axiológico extremamente importante, no que tange esse respeito sobretudo à dignidade da pessoa humana, por meio de cautelas aos vetores saúde, segurança e interesse econômico, com vistas a criar substrato para qualidade de vida, naquilo que for afeto às relações de consumo, conforme se vê:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Porém, o controle da publicidade pode ser realizado por meio do modelo auto-regulamentar puro, pelo modelo estatal puro ou pelo modelo misto. (HENRIQUES, 2006, p. 110)

O modelo adotado no Brasil é o misto, que vige por meio da concomitância da regulamentação exercida pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR, em conjunto com as regras legais que submetem a publicidade ao Poder Judiciário.

Sobre esse sistema misto, Mario Frota (2006, p. 73), ao discorrer acerca das vantagens e desvantagens da auto-regulamentação, conclui ser de valia a sua convivência com os outros mecanismos de controle de publicidade, a saber o CONAR.

4.1 Legislação que garante direitos a criança enquanto consumidor

Conforme Isabella Henriques (2006, p. 113), menciona que “no tocante a criança, o Código possui diversos artigos que manifestam seu zelo com essas pessoas em desenvolvimento e, especialmente no art.37 da Seção 11, sobre Crianças e Jovens, determina que o anúncio dirigido às crianças e aos jovens deve respeitá-los [...]”

Artigo 37 - Os esforços de pais, educadores, autoridades e da comunidade devem encontrar na publicidade fator coadjuvante na formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes. Diante de tal perspectiva, nenhum anúncio dirigirá apelo imperativo de consumo diretamente à criança. E mais:

I – Os anúncios deverão refletir cuidados especiais em relação a segurança e às boas maneiras e, ainda, abster-se de:

a. desmerecer valores sociais positivos, tais como, dentre outros, amizade, urbanidade, honestidade, justiça, generosidade e respeito a pessoas, animais e ao meio ambiente;

- b. provocar deliberadamente qualquer tipo de discriminação, em particular daqueles que, por qualquer motivo, não sejam consumidores do produto;
- c. associar crianças e adolescentes a situações incompatíveis com sua condição, sejam elas ilegais, perigosas ou socialmente condenáveis;
- d. impor a noção de que o consumo do produto proporcione superioridade ou, na sua falta, a inferioridade;
- e. provocar situações de constrangimento aos pais ou responsáveis, ou molestar terceiros, com o propósito de impingir o consumo;
- f. empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo, admitida, entretanto, a participação deles nas demonstrações pertinentes de serviço ou produto;
- g. utilizar formato jornalístico, a fim de evitar que anúncio seja confundido com notícia;
- h. apregoar que produto destinado ao consumo por crianças e adolescentes contenha características peculiares que, em verdade, são encontradas em todos os similares;
- i. utilizar situações de pressão psicológica ou violência que sejam capazes de infundir medo.

II - Quando os produtos forem destinados ao consumo por crianças e adolescentes seus anúncios deverão:

- a. procurar contribuir para o desenvolvimento positivo das relações entre pais e filhos, alunos e professores, e demais relacionamentos que envolvam o público-alvo;
- b. respeitar a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência e o sentimento de lealdade do público-alvo;
- c. dar atenção especial às características psicológicas do público-alvo, presumida sua menor capacidade de discernimento;
- d. obedecer a cuidados tais que evitem eventuais distorções psicológicas nos modelos publicitários e no público-alvo;
- e. abster-se de estimular comportamentos socialmente condenáveis.

III - Este Código condena a ação de merchandising ou publicidade indireta contratada que empregue crianças, elementos do universo infantil ou outros artifícios com a deliberada finalidade de captar a atenção desse público específico, qualquer que seja o veículo utilizado.

IV - Nos conteúdos segmentados, criados, produzidos ou programados especificamente para o público infantil, qualquer que seja o veículo utilizado, a publicidade de produtos e serviços destinados exclusivamente a esse público estará restrita aos intervalos e espaços comerciais.

V – Para a avaliação da conformidade das ações de merchandising ou publicidade indireta contratada ao disposto nesta Seção, levar-se-á em consideração que:

- a. o público-alvo a que elas são dirigidas seja adulto;
- b. o produto ou serviço não seja anunciado objetivando seu consumo por crianças;

c. a linguagem, imagens, sons e outros artifícios nelas presentes sejam destituídos da finalidade de despertar a curiosidade ou a atenção das crianças.

Parágrafo 1º

Crianças e adolescentes não deverão figurar como modelos publicitários em anúncio que promova o consumo de quaisquer bens e serviços incompatíveis com sua condição, tais como armas de fogo, bebidas alcoólicas, cigarros, fogos de artifício e loterias, e todos os demais igualmente afetados por restrição legal.

Parágrafo 2º

O planejamento de mídia dos anúncios de produtos de que trata o inciso II levará em conta que crianças e adolescentes têm sua atenção especialmente despertada para eles. Assim, tais anúncios refletirão as restrições técnica e eticamente recomendáveis, e adotar-se-á a interpretação mais restritiva para todas as normas aqui dispostas.

Antes do advento do Código do Consumidor, o qual disciplina a publicidade de forma especial, somente o Código de Autorregulamentação Publicitária⁴, possuía alguma interferência nessa área. As eventuais lides a respeito, no âmbito jurídico, eram dirimidas com base na legislação maior como também no código Civil de 1916, bem como em leis esparsas sobre questões específicas da publicidade. Com a vigência do Código de Defesa do Consumidor, a publicidade passou a reger-se por ela e pela Constituição Cidadã.

Acerca da publicidade voltada à criança, além de toda base legal, também o Estatuto da Criança e do Adolescente, assim como as normas esparsas sobre a defesa da criança e do adolescente, conforme foi citado anteriormente, disciplina o conteúdo da informação divulgada pelo mercado publicitário como um todo. Da mesma forma, são considerados nos anúncios publicitários, quando voltados ao público infantil os princípios constantes no aludido Estatuto.

O Estatuto da Criança e do Adolescente no seu artigo 70, caput, adverte que todos, o Estado, a família e a sociedade devem prevenir toda e qualquer ameaça

⁴ O Código de Autorregulamentação Publicitária trata de normas destinadas, específicas às peças de publicidade e de forma geral a atividade publicitária, ou seja, a publicidade como um todo, as quais são subordinadas ao império da lei maior tendo como base reger-se pelo princípio da legalidade, sendo instituído em 05 de maio de 1980.

relacionado ao direito da criança, de maneira extensiva poderíamos afirmar que estão inclusas as garantias da criança enquanto consumidor.

5 ANÁLISE DOS DISPOSITIVOS NORMATIVOS RELACIONADOS A PUBLICIDADE INFANTIL

Conforme dispõem o art. 221 da Constituição Federal, e o art.76 do Estatuto da Criança e do Adolescente, prevê os princípios a serem seguidos pelas emissoras de rádio e televisão no tocante à programação e a produção, a fim de que deem prioridade a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas que respeitem os valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Nessa conjuntura, inclui-se a publicidade, uma vez que, de modo geral, em nosso país, a deficiência no campo educacional, bem como cultural, atinge patamares tais que a divulgação de qualquer assunto por meios audiovisuais tocam a formação de suas crianças.

Nesta mesma linha de raciocínio aduz Antônio Jorge Pereira Junior (2011, p.144), que quanto maior a exposição da criança a publicidade audiovisual maior será a sua influência na personalidade da criança, ou seja, quando, mas tempo a criança passa em frente da mídia audiovisual, maior será seu poder de indução e a sua personalidade será fortemente influenciada.

No tocante às publicidades que são apresentadas às crianças e aos adolescentes pela mídia de maneira geral, o legislador, no artigo 71 do Estatuto da Criança e do Adolescente, estipula o direito da criança e do adolescente à informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos, produtos e serviços que respeitem a condição peculiar de pessoas em desenvolvimento, ou seja, tudo o que for oferecido às crianças e aos adolescentes, inclusive por meio da publicidade,

conforme a lei, deve ser compatível e adequado com a sua faixa etária, respeitando as diversas fases do desenvolvimento mental e físico.

O Estatuto da Criança e do Adolescente, não aborda de forma específica a questão da publicidade dirigida à criança, embora traga algumas disposições acerca da sua proteção a programação exibida na mídia. Exemplo disso é o artigo 76; que garante às crianças e adolescentes programas de cunho artístico, educativo, em horário propício à faixa etária “[...] os quais devem ser sempre anunciados juntamente com sua classificação indicativa, onde é previsto algumas normas a serem seguidas pelas emissoras de rádio e televisão no tocante à programação que veiculam [...]” (HENRIQUES e VIVARTA, 2013, p. 96).

Por sua vez, o artigo 78 caput do ECA retrata a publicidade referente as revistas e publicações a respeito de material impróprio e, no parágrafo único do mesmo artigo, especifica acerca do conteúdo da mensagem que deve ser transmitida e a forma de comercialização de tais produtos, conforme se vê:

Art. 78: As revistas e publicações contendo material impróprio ou inadequado a crianças e adolescentes deverão ser comercializados em embalagem lacrada, com a advertência de seu conteúdo.”

Parágrafo único: As editoras cuidarão para que as capas que contenham mensagens pornográficas ou obscenas sejam protegidas com embalagem opaca.”

Já o artigo 79, de forma sucinta, refere-se às ilustrações que devem conter nas revistas e publicações.

Art. 79 - As revistas e publicações destinadas ao público infantojuvenil 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.

Enquanto isso, segue tramitando na Câmara dos Deputados o projeto de lei nº 5.921/2001 do deputado licenciado e atual secretário da Fazenda do Paraná Luis Carlos Hauly (PSDB/PR), que tem por objetivo principal a regulamentação acerca da publicidade dirigida a Criança e ao Adolescente, ou seja, proíbe a publicidade/propaganda para a venda de produtos infantis conforme explicação da ementa,

porém, o referido projeto, por conta de diversos fatores no momento encontra-se parado.

Ementa

Acrescenta parágrafo ao art. 37, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências".

Explicação da Ementa

Proíbe a publicidade / propaganda para a venda de produtos infantis.

Indexação

6 PRINCIPAIS ÓRGÃOS REGULADORES DA PUBLICIDADE

6.1 Do CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária.

Entidade civil, sem fins lucrativos criada na década de 70 com o objetivo de barrar a criação de uma lei que estabeleceria a aprovação de toda e qualquer propaganda, ou seja, seria uma espécie de censura prévia.

Formada por cinco órgãos: Diretoria Executiva, Assembleia Geral, Conselho Fiscal, Conselho Superior e o Conselho de Ética.

O CONAR por sua vez exerce a autorregulamentação como foi retratado anteriormente, de forma específica em seu artigo 37 o que é publicidade infantil.

O CONAR é uma organização não governamental, com sede São Paulo, criada em 20.10.1980, que tem como objetivo fiscalizar o cumprimento, no território nacional, do seu Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, que é um instrumento normativo formado por cinquenta artigos disciplinadores da conduta ética voltada à atividade publicitária. (Henriques, 2006)

6.2 Do CONANDA

Já o CONANDA - Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, órgão colegiado permanente de caráter deliberativo e composição paritária previsto no art. 88 do Estatuto da Criança e do Adolescente, o qual integra a estrutura básica da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, sua composição é formada por 28 conselheiros titulares e 28 suplentes, sendo 14 representantes do poder executivo e 14 representantes de entidades não-governamentais, que possuem atuação em âmbito nacional e atuação na promoção e defesa dos direitos de crianças e adolescentes.

O Conselho tem, dentre as principais pautas, criação de parâmetros de funcionamento e ação para as diversas partes integrantes do sistema de garantias de direitos; e o acompanhamento de projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional referentes aos direitos da criança e do adolescente.

O CONANDA observando a oportunidade da lacuna existente no trato a criança e ao adolescente, no que se refere à exposição desses ao leque impiedoso de apelos posto pelo capital através da publicidade especializada para esse seguimento, trouxe, em março de 2014, a Resolução nº 163 a qual trata justamente acerca da abusividade do direcionamento da comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.

6.2.1 Resolução CONANDA nº 163

O CONANDA, observando o mandamento posto no artigo 227 da Carta Republicana de 1988, como também os dispostos nos artigos 2º, 3º, 4º e 86 do Estatuto da Criança e do Adolescente, e, ainda o disposto no § 2º do art. 37 do Código de Defesa do Consumidor, bem como o plano decenal dos direitos humanos de crianças e adolescentes, especialmente o objetivo estratégico no item que trata do aperfeiçoamento de instrumentos de proteção e defesa para enfrentamento das ameaças, como também as violações de direitos facilitados pela atual realidade acerca da tecnologia de informações, e, acima de tudo -da comunicação voltada ao público em condição peculiar de desenvolvimento, resolve, uma forma de “insensibilizar” a publicidade voltada ao público em voga, trazendo para o Ordenamento a Resolução nº 163, em 13 de março de 2014.

Através de 04 (quatro) artigos, de forma clara e objetiva, a Resolução nº 163 dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica a criança e ao adolescente, tendo direta relação com o §1º do Art. 86 do ECA, ao dispor que:

§ 1º Por “comunicação mercadológica” entende-se toda e qualquer atividade de comunicação comercial, inclusive a publicidade, para a divulgação de produtos, serviços, marcas e empresas independentemente do suporte, da mídia ou do meio utilizado.

§ 2º A comunicação mercadológica abrange, dentre outras ferramentas, anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádios, banners e páginas na internet, embalagens, promoções, merchandising, ações por meio de show e apresentações e disposição dos produtos nos pontos de vendas.

Segue o texto, determinando que é abusiva a política de publicidade que vise persuadir a criança a consumir, seja produtos ou serviços, utilizando-se dos seguintes aspectos:

- I- linguagem infantil,efeitos especiais excessos 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 apresentações infantis;
- VI- desenho animado ou de animação;
- VII- bonecos de ou similares;
- VIII- promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e
- IX- promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

O CONANDA também se preocupou em proteger a criança em seus ambientes, ao colocar que também considera abusiva a publicidade e “comunicação mercadológica no interior de creches e das instituições escolares da educação infantil e fundamental, inclusive em seus uniformes escolares ou materiais didáticos” (§2º, RESOLUÇÃO 163).

Cabe registrar que o CONANDA afastou da Resolução 163 as campanhas “de utilidade pública que não configurem estratégia publicitária referentes a informações sobre, boa alimentação, segurança, educação, saúde, entre outros itens relativos ao melhor desenvolvimento da criança no meio social” (§2º, art. 2º, RESOLUÇÃO 163).

Por fim, cabe registrar os princípios trazidos pelo CONANDA, que devem ser observados quando da a publicidade e a comunicação mercadológica, guardando sintonia com a Carta Cidadã de 1988; o ECA e o CDC, a ver:

- I- respeito à dignidade da pessoa humana, à intimidade, ao interesse social, às instituições e símbolos nacionais;
- II- atenção e cuidado especial às características psicológicas do adolescente e sua condição de pessoa em desenvolvimento;
- III- não permitir que a influência do anúncio leve o adolescente a constranger seus responsáveis ou a conduzi-los a uma posição socialmente inferior;

- IV- não favorecer nem estimular qualquer espécie de ofensa, ou discriminação de gênero, racial, social, política, religiosa ou de nacionalidade;
- V- não induzir, mesmo implicitamente, sentimento de inferioridade no adolescente, caso este não consuma determinado produto ou serviço;
- VI- não induzir, favorecer, enaltecer ou estimular de qualquer forma atividades ilegais;
- VII- não induzir, de forma alguma, a qualquer espécie de violência;
- VIII- a qualquer forma de degradação do meio ambiente; e
- IX- primar por uma apresentação verdadeira do produto ou serviço oferecido, esclarecendo sobre suas características e funcionamento, considerando especialmente as características peculiares do público-alvo a que se destina.

Desta forma, notamos que o hiato deixado pelo legislador infraconstitucional, no trato à comunicação mercadológica e a publicidade direcionada à criança, foi preenchido de modo satisfatório pela Resolução 163 do CONANDA, haja vista guardar inteira sintonia com as legislações afetas à esse público, bem como com a Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor, dada sua condição de consumidor por equiparação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao deparar-se com a questão acerca da publicidade voltada a criança em face do Estatuto da Criança e do Adolescente, fica claro que não existe uma regulamentação destinada, específica como é necessária a esta seara. Nota-se que, de forma bastante subjetiva, o assunto é tratado no código de Defesa do Consumidor. Considera-se, porém, que caberia ao Estatuto da Criança e do Adolescente delimitar tal demanda. Os legisladores, por sua vez, por conta de eventuais interesses, não exercem o seu papel, que é primar pela proteção integral conforme consta no artigo 227 da Lei Maior, como também quando retrata ainda a CF/88 em seu artigo 1º, III, referindo-se a dignidade da pessoa humana, que é a base de todo o escopo para o ser em desenvolvimento e tão vulnerável que é a criança.

Quando se trata da regulamentação específica voltada ao público infantil, detectou-se a fragilidade em diversos setores, até mesmo entre juristas, magistrados e estudiosos no assunto, se deparam com uma realidade que a cada dia torna-se urgente, por conta do avanço incessante da tecnologia, assim sendo, a publicidade por sua vez tende a acompanhar o ritmo para atingir os seus interesses.

Embora existam vários dispositivos legais acerca do tema abordado, até o presente momento, nenhum deles são específicos sobre a questão em voga, cabendo assim, a necessidade urgente de regulamentação direcionada a publicidade em face da pessoa em desenvolvimento.

Por fim, o que podemos notar com esta pesquisa é que o hiato deixado pelo legislador infraconstitucional, no trato à comunicação mercadológica e a publicidade direcionada à criança, foi sim preenchido de modo satisfatório pela Resolução 163 do CONANDA, haja vista guardar inteira sintonia com as legislações afetas à esse público, bem como com a Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor, dada sua condição de consumidor por equiparação.

REFERÊNCIAS

AMIN, Andréa Rodrigues. **Doutrina da proteção integral**. Apud. *Curso de direito da criança e do adolescente. Aspectos teóricos e práticos*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p. 12.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências – elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

_____. **NBR 6032**: abreviação de títulos de periódicos e publicações seriadas. Rio de Janeiro, 1989

BARBOZA, Heloisa Helena. **O princípio do melhor interesse da criança e do adolescente**. In: A família na travessia do milênio. Anais do II Congresso Brasileiro de Direito de Família. Coord. Rodrigo da Cunha Pereira. Belo Horizonte: IBDFAM: OAB-MG: Del Rey, 2000.

BERNARDO. Renata Garcia Tambasco. **A criança nas relações de consumo**. Disponível em: www.avm.edu.br/monopdf/35/renata%20garcia%20tambasco%20bernardo.pdf. Acesso 14 nov. 2013.

BITTAR, Carlos Eduardo Bianca. **Metodologia da pesquisa jurídica**. São Paulo: Saraiva, 2001.

BRASIL. Lei n. 6.697, de 10 de outubro de 1979. **Instituiu o Código de Menores**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/l6697.htm>. Acesso em 06 de set. 2014 - a.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em 06 de set. 2014 – b

_____. Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990. **Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências**. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L8069.htm>>. Acesso em 07 de set. 2014 - c.

_____. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990b. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/l8078.htm>>. Acesso em 07 de set. 2014 - d.

_____. Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965. **Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.claudiaholder.com/arquivos_etica/03_Lei_4680-65.pdf>. Acesso em: 03 de set. 2014.

BRITTO, Igor Rodrigues. **Infância e publicidade: Proteção dos direitos fundamentais da criança na sociedade de consumo**. Disponível em: <[HTTP://www.editoracrv.com.br/?f=produto_atalhos&pid=308](http://www.editoracrv.com.br/?f=produto_atalhos&pid=308)>. Acesso em: 12 de ago. de 2014.

CABRERA, Carlos Cabral; WAGNER JÚNIOR, Luiz Guilherme da Costa; FREITAS JR., Roberto Mendes de. **Direitos da Criança e do adolescente e do idoso: Doutrina e legislação**. Belo Horizonte: Del Rey, 2010.

CUSTÓDIO, André Viana. **Direito da criança e do adolescente**. Criciúma: Unesc, 2009.

FONSECA, Antônio César Lima da. **Direito da criança e do adolescente**. São Paulo: Atlas, 2012.

FROTA, Márcio. **A publicidade infanto juvenil: Perversões e perspectivas**. Curitiba: Juruá, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HENRIQUES, Isabella. VIVARTA, Veet. **Publicidade de Alimentos e Crianças Regulação o Brasil e no Mundo**. São Paulo: Saraiva, 2013.

HENRIQUES, Isabela Vieira Machado. **Publicidade abusiva dirigida à criança**. Curitiba: Editora Juruá, 2006.

_____. **Controle social e regulação da publicidade infantil: O caso da comunicação mercadológica de alimentos voltada às crianças brasileiras**. Disponível em: <http://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/viewFile/412/666>. Acesso em: 14 de ago. de 2014.

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1982.

LIMA, Fernanda da Silva. **Publicidade e consumismo precoce: Um ensaio sobre a violação aos direitos fundamentais de crianças e adolescentes no Brasil**, Revista Âmbito Jurídico, n. 84, ano XIV, jan/2011.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Legislação de proteção de crianças e adolescentes contra publicidade ofensiva: a situação do Brasil e o panorama internacional**. Disponível em: <<http://bd.camara.gov.br>>. Acesso em: 15 de ago. de 2104.

MALANGA, Eugênio. **Publicidade: uma introdução**. Atlas, São Paulo, 1979, p. 12

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Manual da monografia jurídica**. São Paulo: Saraiva, 2000.

LIBERATI, Wilson Donizete; CYRINO, Púlio Caio Bessa. **Conselhos e fundos no estatuto da criança e do adolescente**. 2. tir.(1997). São Paulo: Malheiros, 1993.

PEREIRA, Tânia da Silva. **Direito da criança e do adolescente. Uma proposta interdisciplinar**, 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

_____. **A convenção sobre os direitos da criança (ONU) e a proteção da infância e adolescência no Brasil**. Revista de Direito Civil, Imobiliário Agrário e Empresarial, nº 60. São Paulo: Revistas dos Tribunais. 1990.

PEREIRA JR., Antônio Jorge. **Direitos da Criança e do adolescente em face da TV**. São Paulo: Saraiva, 2011.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: Teoria - Técnica - Prática**. São Paulo: Pioneira, 2001.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Dignidade da Pessoa Humana e Direitos Fundamentais**. 4ª ed. Porto Alegre: Livraria do PDV, 2006. P:58.

VESTERGAARD, Torben e SCHRODER, Kim. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 47.

VILAS-BÔAS, Renata Malta. **Publicidade direcionada ao Público Infantil: violência contra a criança e contra a sua família**. 2012. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10551>. Acesso em: 08 de set. 2014.

CONANDA. **Resolução do Conanda nº 163 de 13 de março 2014**. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014>>. Acesso em: 09 de set. 2014.

ANEXO

PROJETO DE LEI Nº 5921/2001

PL 5921/2001

Projeto de Lei

Situação: Aguardando Parecer do Relator na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)

Identificação da Proposição

Autor: Luiz Carlos Hauly - PSDB/PR

Apresentação

12/12/2001

Ementa

Acrescenta parágrafo ao art. 37, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências".

Explicação da Ementa

Proíbe a publicidade / propaganda para a venda de produtos infantis.

Indexação

Informações de Tramitação

Forma de apreciação: Proposição Sujeita à apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

Regime de Tramitação: Ordinária

Data	Despacho
------	----------

17/09/2013	ATUALIZAÇÃO DO DESPACHO DO PL n. 5.921/2001: À CDEIC, CCTCI, CDC, CCJC (art. 54, RICD). Proposição sujeita à apreciação conclusiva das comissões (art. 24, II, RICD). Regime de tramitação: ordinário
------------	---

Última Ação Legislativa

Data	Ação
------	------

12/03/2014	Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC) Designado Relator, Dep. Arthur Oliveira Maia (SDD-BA)
------------	--

[Árvore de apensados e outros documentos da matéria](#)

Documentos Anexos e Referenciados

- [Avulsos](#)
- Destaques (0)
- [Emendas ao Projeto](#) (1)
- [Emendas ao Substitutivo](#) (3)
- [Histórico de despachos](#) (7)
- Legislação citada
- [Histórico de Pareceres, Substitutivos e Votos](#) (23)
- Recursos (0)
- Redação Final
- [Mensagens, Ofícios e Requerimentos](#) (16)
- Relatório de conferência de assinaturas

[Cadastrar para acompanhamento](#) Tramitação

Obs.: o andamento da proposição fora desta Casa Legislativa não é tratado pelo sistema, devendo ser consultado nos órgãos respectivos.

[Data](#) ▼ **Andamento**

12/12/2001	PLENÁRIO (PLEN) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Projeto de Lei pelo Dep. Luiz Carlos Hauly Inteiro teor
13/03/2002	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Despacho à CDCMAM e CCJR (Artigo 54 do RI) - Artigo 24, II. Inteiro teor

Data ▼	Andamento
03/04/2002	COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicação Inicial no DCD 03/04/02 PAG 12072 COL 02. Inteiro teor
04/04/2002	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recebimento pela CDCMAM.
10/05/2002	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Designado Relator, Dep. Raimundo Gomes de Matos ▪ Abertura de Prazo para Emendas ao Projeto
17/05/2002	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encerrado o prazo para emendas. Não foram apresentadas emendas.
02/12/2002	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parecer do Relator, Dep. Raimundo Gomes de Matos, pela aprovação. Inteiro teor
11/12/2002	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) - 10:00 Reunião Deliberativa Ordinária <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vista conjunta aos Deputados Celso Russomanno, Luiz Alberto e Luiz Ribeiro.
13/12/2002	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encerramento automático do Prazo para Vista Conjunta.
31/01/2003	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arquivado nos termos do Artigo 105 do Regimento Interno
18/02/2003	PLENÁRIO (PLEN) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Requerimento de Desarquivamento de Proposições, REQ 55/2003, pelo Dep. Luiz Carlos Hauly Inteiro teor
11/03/2003	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarquivado nos termos do Artigo 105 do RICD. Deferido o REQ 55/2003.
10/04/2003	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recebimento pela CDCMAM. ▪ Designado Relator, Dep. Leonardo Monteiro

Data ▼	Andamento
11/04/2003	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abertura de Prazo para Emendas ao Projeto
23/04/2003	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encerrado o prazo para emendas. Não foram apresentadas emendas.
10/09/2003	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parecer do Relator, Dep. Leonardo Monteiro, pela aprovação. Inteiro teor
15/10/2003	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) - 10:00 Reunião Deliberativa Ordinária <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vista ao Deputado Celso Russomanno.
17/10/2003	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo de vista encerrado.
01/04/2004	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Designada Relatora, Dep. Maria do Carmo Lara (PT-MG)
13/04/2004	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apense-se ao PL-1825/1991 Deferido Requerimento nº 1666/04, do Dep Celso Russomano, solicitando esta apensação.
17/08/2004	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desapense-se esta proposição do PL-1825/1991. Deferido Requerimento nº 1967/04, da CDC, solicitando esta desapensação DCD 18 08 04 PÁG 35383 COL 01. ▪ Deferido Requerimento nº 1967/04, da CDC, revendo o despacho inicial apostado a este Projeto. DCD 18 08 04 PÁG 35383 COL. 01. ▪ Às Comissões de Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania (Art. 54 RICD) - Art. 24, II (Novo Despacho) Inteiro teor
26/08/2004	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recebimento de novo despacho

Data ▼	Andamento
11/11/2004	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Designada Relatora, Dep. Maria do Carmo Lara (PT-MG)
19/05/2005	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Requerimento, REQ 373/2005 CDC, pela Dep. Maria do Carmo Lara Inteiro teor
01/06/2005	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovado requerimento da Sra. Maria do Carmo Lara que requer a realização de Audiência Pública Interlegis, no dia 07 de Junho de 2005, para debater o Projeto de Lei nº 5.921 de 2001, do Deputado Luiz Carlos Hauly, que acrescenta novo dispositivo ao Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.078/1990).
30/05/2006	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parecer da Relatora, Dep. Maria do Carmo Lara (PT-MG), pela aprovação, com substitutivo. Inteiro teor
08/06/2006	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo para Emendas ao Substitutivo (5 sessões ordinárias a partir de 09/06/2006)
28/06/2006	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encerrado o prazo para emendas ao substitutivo. Não foram apresentadas emendas ao substitutivo.
31/01/2007	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arquivado nos termos do Artigo 105 do Regimento Interno. DCD 01 02 07 PAG 130 COL 01 SUPLEMENTO 01 AO Nº 21. Inteiro teor
13/02/2007	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do REQUERIMENTO N.º 247, DE 2007, pelo Deputado(a) Luiz Carlos Hauly, que solicita o desarquivamento de proposição. Inteiro teor
10/04/2007	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarquivado nos termos do Artigo 105 do RICD, em conformidade com o despacho exarado no REQ-247/2007. DCD 11 04 07 PAG 15334 COL 01 Inteiro teor

Data ▼	Andamento
12/04/2007	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo para Emendas ao Projeto (5 sessões ordinárias a partir de 13/04/2007)
24/04/2007	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encerrado o prazo para emendas ao projeto. Não foram apresentadas emendas.
25/04/2007	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Devolvida à Relatora, Dep. Maria do Carmo Lara (PT-MG)
24/05/2007	PLENÁRIO (PLEN) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Requerimento nº 1045, de 2006, pelo Deputado Luiz Carlos Hauly (PSDB-PR), que requer urgência na apreciação do PL nº 5.921, de 2001.
30/05/2008	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Parecer do Relator, PRL 2 CDC, pela Dep. Maria do Carmo Lara Inteiro teor ▪ Parecer da Relatora, Dep. Maria do Carmo Lara (PT-MG), pela aprovação, com substitutivo. Inteiro teor
02/06/2008	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo para Emendas ao Substitutivo (5 sessões ordinárias a partir de 03/06/2008)
24/06/2008	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encerrado o prazo para emendas ao substitutivo. Não foram apresentadas emendas ao substitutivo.
02/07/2008	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) - 10:00 Reunião Deliberativa Ordinária <ul style="list-style-type: none"> ▪ Retirado de pauta para acatar as sugestões apresentadas durante a discussão.
09/07/2008	Comissão de Defesa do Consumidor (CDC) - 12:00 Reunião Deliberativa Extraordinária <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovado o Parecer contra os votos dos Deputados Cezar Silvestri, Efraim Filho e Vinicius Carvalho. O Deputado Celso Russomanno apresentou voto em separado.
09/07/2008	Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Requerimento nº3000, pelo Deputado Ratinho Junior (PSC-PR),que requer a revisão do despacho de distribuição do Projeto de Lei n.º 5.921, de 2001, para incluir o exame de

Data ▼	Andamento
	mérito pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática.
09/07/2008	<p>PLENÁRIO (PLEN)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Requerimento nº 3005/2008, pelo Deputado Lúcio Vale, que "Requer seja submetido à apreciação da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio o Projeto de Lei nº 5.921, de 2001". Inteiro teor
14/07/2008	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deferido o Requerimento n. 3000/08, do Deputado Ratinho Júnior, conforme o seguinte teor de despacho: "Defiro, nos termos do art. 141 do RICD, a solicitação de redistribuição de proposição, e revejo o despacho inicial apostado ao PL. 5921/01, para incluir a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, que deverá pronunciar-se antes da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. Por oportuno, mantenha-se a Comissão de Defesa do Consumidor na eventualidade do disposto no art. 191, III, do RICD. Publique-se. Oficie-se. [Novo Despacho: CCTCI, CDC, CCJC (RICD, art. 54) - Apreciação: proposição sujeita à apreciação conclusiva das Comissões (RICD, art. 24, II) - Regime de Tramitação: ordinário]." DCD de 15/07/08 PÁG 32842 COL 02. Inteiro teor ▪ Novo Despacho: CCTCI, CDC, CCJC (RICD, art. 54) - Apreciação: proposição sujeita à apreciação conclusiva das Comissões (RICD, art. 24, II) - Regime de Tramitação: ordinário). Inteiro teor
15/07/2008	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deferido o REQ 3005/08, do Deputado Lúcio Vale, conforme despacho do seguinte teor: "Defiro, nos termos do art. 141 do RICD, a solicitação de redistribuição de proposição, e revejo o despacho inicial apostado ao PL. 5921/01, para incluir a Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, que deverá pronunciar-se antes da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática. Por oportuno, mantenha-se a Comissão de Defesa do Consumidor na eventualidade do disposto no art. 191, III, do RICD. Publique-se. Oficie-se. [Novo Despacho: CDEIC, CCTCI, CDC, CCJC (RICD, art. 54) - Apreciação: proposição sujeita à apreciação conclusiva das Comissões (RICD, art. 24, II) - Regime de Tramitação: ordinário]." ▪ DCD de 16/07/08 PÁG 32975 COL 02. Inteiro teor ▪ Novo Despacho: CDEIC, CCTCI, CDC, CCJC (RICD, art. 54) - Apreciação: proposição sujeita à apreciação conclusiva das Comissões (RICD, art. 24, II) - Regime de Tramitação: ordinário). Inteiro teor

Data ▼	Andamento
16/07/2008	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> Memorando n.º 201/08 à CFT, solicitando a devolução deste, em razão de redistribuição. Inteiro teor
13/08/2008	<p>Comissão de Defesa do Consumidor (CDC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Encaminhamento de Parecer à CCP para publicação.
13/08/2008	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> Parecer recebido para publicação.
14/08/2008	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> Encaminhada à publicação. Parecer da Comissão de Defesa do Consumidor publicado no DCD de 15/08/08, Letra A.
15/08/2008	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> Encaminhamento à CDEIC.
15/08/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Recebimento pela CDEIC.
03/09/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Designado Relator, Dep. Osório Adriano (DEM-DF)
04/09/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Prazo para Emendas ao Projeto (5 sessões ordinárias a partir de 05/09/2008)
16/10/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Encerrado o prazo para emendas ao projeto. Não foram apresentadas emendas.
28/11/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Parecer do Relator, PRL 1 CDEIC, pelo Dep. Osório Adriano Inteiro teor Devolvido ao Relator, Dep. Osório Adriano (DEM-DF), para alteração.
03/12/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Parecer do Relator, PRL 1 CDEIC, pelo Dep. Osório Adriano Inteiro teor

Data ▼	Andamento
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parecer do Relator, Dep. Osório Adriano (DEM-DF), pela aprovação deste, com substitutivo. Inteiro teor
04/12/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo para Emendas ao Substitutivo (5 sessões ordinárias a partir de 05/12/2008)
09/12/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do REQ 199/2008 CDEIC, pelo Dep. Miguel Corrêa e outros, que "propõe a realização de Audiência Pública sobre o Projeto de Lei 5921/2001." Inteiro teor
17/12/2008	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovado requerimento do Sr. Miguel Corrêa que propõe a realização de Audiência Pública sobre o Projeto de Lei 5.921/2001.
29/01/2009	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Devolvido ao Relator, Dep. Osório Adriano (DEM-DF), para refazer o parecer.
05/02/2009	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encerrado o prazo para emendas ao substitutivo. Não foram apresentadas emendas ao substitutivo. Em 18/06/09 - reunião de audiência pública realizada.
26/08/2009	<p>PLENÁRIO (PLEN)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do REQ 5397/2009, pelo Dep. Luiz Carlos Hauly, que " Requer, nos termos regimentais apontados, que o Projeto de Lei nº 5.921, de 2001, seja remetido à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática." Inteiro teor
10/09/2009	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Despacho no REQ n. 5397/09, nos seguintes termos: "Assino o prazo adicional de 10 (dez) sessões à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática para apreciação do Projeto de Lei nº 5.921/2001. Oficie-se. Publique-se." <p>DCD de 11/09/09 PÁG 49010 COL 01.</p> <p>Inteiro teor</p>
14/09/2009	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ À CCTCI o Ofício n.º 1871/2009/SGM/P, de 10/09/09, assinalando prazo adicional para a Comissão

Data ▼	Andamento
	se pronunciar sobre este.
16/09/2009	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Retificação do despacho ao REQ 5397/09, nos seguintes termos: "Retifico o despacho apostado ao Requerimento n. 5.397/2009, no qual assino o prazo adicional de 10 (dez) sessões à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática para apreciação do Projeto de Lei n. 5.921/2001, nos seguintes termos: onde se lê Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, leia-se Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio. Oficie-se. Publique-se." DCD de 17/09/09 PÁG 50349 COL 01. Inteiro teor
18/09/2009	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Parecer do Relator, PRL 2 CDEIC, pelo Dep. Osório Adriano Inteiro teor ▪ Parecer do Relator, Dep. Osório Adriano (DEM-DF), pela aprovação deste, com substitutivo. Inteiro teor
23/09/2009	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC) - 09:00 Reunião Deliberativa Ordinária</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vista conjunta aos Deputados Capitão Assunção e José Guimarães.
25/09/2009	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ À CCTCI o Ofício 1892/09 - SGM/P e à CDEIC o Ofício 1891/09 - SGM/P retificando o despacho apostado ao REQ 5397/09, assinando o prazo de dez sessões para apreciação deste pela CDEIC.
29/09/2009	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo de Vista Encerrado
30/09/2009	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Voto em Separado, VTS 1 CDEIC, pelo Dep. Capitão Assunção Inteiro teor
30/09/2009	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC) - 09:30 Reunião Deliberativa Ordinária</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Discutiram a Matéria: Dep. Osório Adriano (DEM-DF), Dep. José Guimarães (PT-CE), Dep. Miguel Corrêa (PT-MG), Dep. Capitão Assunção (PSB-ES), Dep. Dr. Ubiali (PSB-SP), Dep. Guilherme Campos (DEM-SP) e Dep. Wilson Covatti (PP-RS).

Data ▼	Andamento
30/09/2009	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Recebido Of 327/09, do Deputado Edmilson Valentim, Presidente da CDEIC, que solicita prazo adicional para apreciação do PL 5921/01.
06/10/2009	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Despacho ao Ofício-Pres. nº 327/09 - CDEIC - Assino o prazo adicional de 5 (cinco) sessões à Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio - CDEIC, para apreciação do Projeto de Lei nº 5.921/2001. Oficie-se. Publique-se. Inteiro teor
07/10/2009	<p>Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC) - 09:30 Reunião Deliberativa Ordinária</p> <ul style="list-style-type: none"> Discutiram a Matéria: Dep. Capitão Assunção (PSB-ES), Dep. José Guimarães (PT-CE), Dep. Milton Monti (PR-SP), Dep. Osório Adriano (DEM-DF), Dep. Luiz Carlos Hauly (PSDB-PR), Dep. Jairo Carneiro (PP-BA), Dep. Dr. Ubiali (PSB-SP), Dep. Luiz Paulo Vellozo Lucas (PSDB-ES), Dep. Rebecca Garcia (PP-AM), Dep. Vilson Covatti (PP-RS), Dep. Vanessa Grazziotin (PCdoB-AM), Dep. Jurandil Juarez (PMDB-AP), Dep. Miguel Corrêa (PT-MG), Dep. Guilherme Campos (DEM-SP) e Dep. Antônio Andrade (PMDB-MG). Aprovado o Parecer contra o voto do Deputado Capitão Assunção, apresentou voto em separado o Deputado Capitão Assunção.
15/10/2009	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Recebimento pela CCTCI.
23/10/2009	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> Parecer recebido para publicação.
27/10/2009	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> Encaminhada à publicação. Parecer da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio publicado no DCD 28 10 09 PAG 59646 COL 01, Letra B. Inteiro teor
17/12/2009	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Designada Relatora, Dep. Professora Raquel Teixeira (PSDB-GO)
18/12/2009	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Prazo para Emendas ao Projeto (5 sessões ordinárias a partir de 21/12/2009)

Data ▼	Andamento
09/02/2010	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Encerrado o prazo para emendas ao projeto. Não foram apresentadas emendas.
10/03/2010	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Designado Relator, Dep. Bilac Pinto (PR-MG)
16/06/2010	<p>PLENÁRIO (PLEN)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Requerimento de envio à comissão seguinte n. 7083/2010, pelo Deputado Luiz Carlos Hauly (PSDB-PR), que: "Requer, nos termos regimentais apontados, que o Projeto de Lei nº 5.921, de 2001, seja remetido à Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania.". Inteiro teor
08/07/2010	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Despacho exarado no REQ 7083/10: Assino o prazo adicional de 10 (dez) sessões à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) para apreciação do Projeto de Lei n. 5.921, de 2001. Publique-se. Oficie-se. DCD de 09/07/10 PÁG 32613 COL 01. Inteiro teor
08/07/2010	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> À CCTCI o Ofício 1046/10 - SGM/P assinando o prazo adicional de dez sessões para apreciação deste pela comissão.
13/12/2010	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Parecer do Relator n. 1 CCTCI, pelo Deputado Bilac Pinto (PR-MG). Inteiro teor Parecer do Relator, Dep. Bilac Pinto (PR-MG), pela aprovação, com substitutivo. Inteiro teor
14/12/2010	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Prazo para Emendas ao Substitutivo (5 sessões ordinárias a partir de 15/12/2010)
31/01/2011	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Arquivado nos termos do Artigo 105 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Publicação no DCD do dia 01/02/2011 - Suplemento ao nº 14. Inteiro teor
03/02/2011	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do REQ 16/2011, pelo Dep. Luiz Carlos Hauly, que solicita o desarquivamento de proposição. Inteiro teor

Data ▼	Andamento
14/02/2011	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarquivado nos termos do Artigo 105 do RICD, em conformidade com o despacho exarado no REQ-16/2011 => PL-898/1999. Inteiro teor
02/03/2011	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Designado Relator, Dep. Salvador Zimbaldi (PDT-SP)
03/03/2011	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Reabertura de Prazo para Emendas ao Projeto (5 sessões ordinárias a partir de 04/03/2011)
23/03/2011	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Encerrado o prazo para emendas ao projeto. Foi apresentada uma emenda.
13/04/2011	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Requerimento n. 21/2011, pelo Deputado Emiliano José (PT-BA), que: "Propõe a realização de Audiência Pública sobre o PL nº 5921/2001". Inteiro teor
10/05/2011	<p>PLENÁRIO (PLEN)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Requerimento de Apensação n. 1654/2011, pelo Deputado Salvador Zimbaldi (PDT-SP), que: "Requer o apensamento dos Projetos de Lei nºs 87, de 2011, 244, de 2011 e 702, também de 2011, ao Projeto de Lei nº 5.921, de 2001". DCD de 11/05/11 PAG 22800 COL 02. Inteiro teor
24/05/2011	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Indeferido o REQ 1654/11, conforme despacho do seguinte teor: "Indefiro, nos termos do art. 142, parágrafo único, do RICD, o pedido contido no Requerimento n. 1.654/2011, porquanto já há pronunciamento, em apreciação conclusiva, da primeira Comissão incumbida de examinar o mérito do Projeto de Lei n. 5.921, de 2001. Publique-se. Oficie-se".
23/05/2012	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Requerimento n. 133/2012, pelo Deputado Salvador Zimbaldi (PDT-SP), que: "Requer a realização de Audiência Pública para debater a respeito do PL nº 5921/2011, que proíbe a publicidade e propaganda para a venda de produtos infantis". Inteiro teor

Data ▼	Andamento
30/05/2012	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Aprovado requerimento do Sr. Salvador Zimbaldi que requer a realização de Audiência Pública para debater a respeito do PL nº 5921/2011, que proíbe a publicidade e propaganda para a venda de produtos infantis.
22/06/2012	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Requerimento n. 138/2012, pela Deputada Luiza Erundina (PSB-SP), que: "Requer a inclusão de convidados na audiência pública 'para debater a respeito do PL nº 5921/2001, que proíbe a publicidade e propaganda para a venda de produtos infantis.' conforme Requerimento nº133/2012 do Deputado Salvador Zimbaldi". Inteiro teor
27/06/2012	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Aprovado requerimento da Sra. Luiza Erundina que requer a inclusão de convidados na audiência pública "para debater a respeito do PL nº 5921/2001, que proíbe a publicidade e propaganda para a venda de produtos infantis." conforme Requerimento nº133/2012 do Deputado Salvador Zimbaldi.
24/12/2012	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> À CCTCI cópia do Expediente s/nº da Diretora de Defesa do Futuro e do Assessor de Advocacy, ambos do Instituto Alana - Projeto Criança e Consumo, que encaminham moção de apoio com pedido de urgência a este. Inteiro teor
05/06/2013	<p>PLENÁRIO (PLEN)</p> <ul style="list-style-type: none"> Apresentação do Requerimento de Redistribuição n. 7914/2013, pelo Deputado Alfredo Kaefer (PSDB-PR), que: "Requer nos termos regimentais, que o Projeto de Lei nº 5.921, de 2001, seja remetido à Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania". Inteiro teor
17/06/2013	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Deferido o Requerimento n. 7.914/2013, conforme despacho do seguinte teor: "Concedo o prazo adicional de dez sessões à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) para apreciar o Projeto de Lei n. 5.921/2001, após o quê deverá ser remetido à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, na forma do art. 52, § 6º, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Publique-se. Oficie-se."
18/06/2013	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p>

Data ▼	Andamento
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ À CCTCI cópia do OF. 1165/13/SGM/P concedendo prazo adicional de 10 sessões.
19/06/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Parecer do Relator n. 2 CCTCI, pelo Deputado Salvador Zimbaldi (PDT-SP). Inteiro teor ▪ Parecer do Relator, Dep. Salvador Zimbaldi (PDT-SP), pela aprovação deste, e da Emenda 1/2011 apresentada ao projeto, com substitutivo. Inteiro teor
20/06/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo para Emendas ao Substitutivo (5 sessões ordinárias a partir de 21/06/2013)
03/07/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encerrado o prazo para emendas ao substitutivo. Foram apresentadas 3 emendas ao substitutivo.
04/07/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Devolvido ao Relator, Dep. Salvador Zimbaldi (PDT-SP)
15/07/2013	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deferido o Requerimento n. 8.173/2013, conforme despacho do seguinte teor: "À vista das informações prestadas pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática - CCTCI, concedo o prazo adicional de dez sessões para apreciação do Projeto de Lei n. 5.921, de 2001. Publique-se. Oficie-se."
16/07/2013	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ À CCTCI o Ofício 1435/13 - SGM/P comunicando o despacho ao Requerimento 8173/13.
23/08/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Parecer às emendas apresentadas ao Substitutivo do Relator, PES 1 CCTCI, pelo Dep. Salvador Zimbaldi Inteiro teor ▪ Parecer às emendas apresentadas ao Substitutivo do Relator, Dep. Salvador Zimbaldi (PDT-SP), pela aprovação deste, da emenda nº 01/11 apresentada ao projeto, da emenda nº 01/13 apresentada ao Substitutivo, na forma do novo substitutivo, e pela rejeição das emendas nºs 02/13 e 03/13 apresentadas ao substitutivo. Inteiro teor

Data ▼	Andamento
03/09/2013	<p>PLENÁRIO (PLEN)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Requerimento n. 8.502/2013, pelo Deputado Júlio Delgado (PSB-MG), que: "Requer cumprimento do Despacho apostado ao Requerimento n. 7.914, de 2013". Inteiro teor
10/09/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Voto em Separado n. 1 CCTCI, pelo Deputado Paulo Teixeira (PT-SP). Inteiro teor
11/09/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) - 10:00 Reunião Deliberativa Ordinária</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vista conjunta aos Deputados Luiza Erundina e Paulo Teixeira.
12/09/2013	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deferido o Requerimento n. 8.502/2013, conforme despacho do seguinte teor: "Defero, nos termos do art. 52, § 6º, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, o Requerimento n. 8.502/2013 à vista da expiração do prazo adicional para apreciação do Projeto de Lei n. 5.921/2001 pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e determino a remessa da proposição à Comissão de Defesa do Consumidor. Por consequência, transfira-se ao Plenário a competência para apreciar o Projeto de Lei n. 5.921/2001. Publique-se. Oficie-se." ▪ [ATUALIZAÇÃO DO DESPACHO NO PL N. 5.921/2001: À CDEIC, CCTCI, CDC, CCJC (Art. 54, RICD). Proposição sujeita à apreciação do Plenário. Regime de tramitação: ordinário] Inteiro teor
16/09/2013	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ À CCTCI o Memorando nº 164/13 - COPER solicitando o encaminhamento deste à CCJC, nos termos do art. 52, § 6º do Regimento Interno. Inteiro teor
17/09/2013	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisão do despacho exarado no Requerimento n. 8502/2013, de seguinte teor: "Revejo o despacho que deferiu o Requerimento n. 8.502/2013 para determinar a remessa do Projeto de Lei n. 5.921/2001 à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. Publique-se. Oficie-se".
17/09/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Parecer do Relator, PRL 3 CCTCI, pelo Dep. Salvador Zimbaldi Inteiro teor ▪ Parecer do Relator, Dep. Salvador Zimbaldi (PDT-SP), pela aprovação deste, da Emenda nº 1/11, apresentada ao projeto, da emenda nº 01/13 apresentada ao substitutivo, na forma do novo

Data ▼	Andamento
	substitutivo, e pela rejeição das emendas nºs 02/13 e 03/13 apresentadas ao substitutivo. Inteiro teor
17/09/2013	<p>PLENÁRIO (PLEN)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Requerimento n. 8620/2013, pelos Deputados Jorge Bittar (PT-RJ) e outros, que: "Requer reconsideração de despacho exarado no PL nº 5921/2001 excluindo a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da análise da proposição". Inteiro teor
17/09/2013	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deferido o Requerimento n. 8620/2013, conforme despacho de seguinte teor: "Defiro o pedido contido no Requerimento n. 8.620/2013. Em consequência, revejo o despacho exarado no Requerimento n. 8.502/2013 para manter o PL n. 5.921/2001 no âmbito da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e sujeitar a matéria à apreciação conclusiva das comissões. Publique-se. Oficie-se". ▪ ATUALIZAÇÃO DO DESPACHO DO PL n. 5.921/2001: À CDEIC, CCTCI, CDC, CCJC (art. 54, RICD). Proposição sujeita à apreciação conclusiva das comissões (art. 24, II, RICD). Regime de tramitação: ordinário Inteiro teor
17/09/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo de Vista Encerrado
18/09/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação do Voto em Separado n. 2 CCTCI, pelo Deputado Arolde de Oliveira (PSD-RJ). Inteiro teor ▪ Apresentação do Voto em Separado n. 3 CCTCI, pelo Deputado Sandro Alex (PPS-PR). Inteiro teor
18/09/2013	<p>Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) - 10:00 Reunião Deliberativa Ordinária</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Discutiram a Matéria: Dep. Paulo Teixeira (PT-SP), Dep. Sandro Alex (PPS-PR), Dep. Arolde de Oliveira (PSD-RJ), Dep. Milton Monti (PR-SP), Dep. Jorge Bittar (PT-RJ), Dep. Antonio Imbassahy (PSDB-BA), Dep. Paulo Henrique Lustosa (PMDB-CE), Dep. Takayama (PSC-PR), Dep. Luciana Santos (PCdoB-PE), Dep. Miro Teixeira (PDT-RJ), Dep. Marçal Filho (PMDB-MS), Dep. Colbert Martins (PMDB-BA), Dep. Efraim Filho (DEM-PB), Dep. Beto Mansur (PP-SP), Dep. Francisco Floriano (PR-RJ) e Dep. Newton Lima (PT-SP). ▪ Designado Relator, Dep. Sandro Alex (PPS-PR)

Data ▼	Andamento
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parecer do Relator, Dep. Sandro Alex (PPS-PR), pela aprovação deste, da emenda nº 1/11 apresentada ao projeto, na forma do substitutivo aprovado pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio.. Inteiro teor ▪ Aprovado o Parecer contra o voto do Deputado Beto Mansur. O parecer do relator primitivo, deputado Salvador Zimbaldi, passou a constituir voto em separado.
19/09/2013	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parecer recebido para publicação.
19/09/2013	<p>Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recebimento pela CCJC.
23/09/2013	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encaminhada à publicação. Parecer da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática Publicado em avulso e no DCD de 24/09/2013, Letra C.
24/09/2013	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recebido o Ofício s/n, de 2013, da Senhora Isabella Henriques, Diretora de Defesa e Futuro do Instituto ALANA, e outro, pedindo prioridade absoluta na tramitação do Projeto de Lei n. 5.921/2001.
09/10/2013	<p>Mesa Diretora da Câmara dos Deputados (MESA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Despacho exarado ao Ofício s/n, de 2013, conforme despacho no seguinte teor: "Encaminhe-se, por cópia, à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania e a todos os Senhores Líderes. Publique-se. Oficie-se à primeira signatária".
18/12/2013	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ À CCJC o Ofício s/n, de 2013, da Senhora Isabella Vieira Machado Henriques, Diretora de Defesa e Futuro do Instituto Alana Projeto Criança e Consumo, e outros.
18/12/2013	<p>Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicação do Ofício s/n, de 2013, da Senhora Isabella Henriques, Diretora de Defesa e Futuro do Instituto ALANA. Inteiro teor
19/12/2013	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ À CCJC cópia do Ofício 717/13 - CONANDA/SNPDCA/SDH/PR - Nota pública em apoio à regulação

Data ▼

Andamento

	da publicidade infantil e repúdio à demora na apreciação e tramitação deste.
04/02/2014	<p>COORDENAÇÃO DE COMISSÕES PERMANENTES (CCP)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 caixa contendo assinaturas de apoio a este encaminhada ao Arquivo através da Guia de Transferência nº 01/14 - COPER Inteiro teor
12/03/2014	<p>Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Designado Relator, Dep. Arthur Oliveira Maia (SDD-BA)
13/03/2014	<p>Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Prazo para Emendas ao Projeto (5 sessões ordinárias a partir de 14/03/2014)
26/03/2014	<p>Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)</p> <ul style="list-style-type: none"> Encerrado o prazo para emendas ao projeto. Não foram apresentadas emendas.

Resolução do CONANDA- 13de março de 2014.