



Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo
Gabinete do Prefeito

Ribeirão Preto, 23 de setembro de 2019.

Of. N° 3.992/2.019-C.M.

46

Senhor Presidente,

Comissão Permanente de Constituição,

Justiça e Redação

Rib. Preto, 26 SET. 2019 de.....

Presidente

URGENTE

**PRAZO PARA
DELIBERAÇÃO**

ATÉ 25/10/2.019

Nos termos do Artigo 44, da Lei Orgânica do Município de Ribeirão Preto, comunico a Vossa Excelência, que estou apondo **Veto Total** ao **Projeto de Lei nº 79/2019** que: “**CRIA O “PROGRAMA EMPRESA AMIGA DA ESCOLA” NO MUNICÍPIO DE RIBEIRÃO PRETO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS**”, consubstanciado no **Autógrafo nº 170/2019**, encaminhado a este Executivo, justificando-se o Veto pelas razões que adiante seguem.



Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo
Gabinete do Prefeito

JUSTIFICATIVAS DO VETO:

O Projeto de lei trata de programa que faz referência à publicidade na escola e, nesse sentido, cabe ressaltar que as crianças de até 12 anos não têm capacidade plena para analisar criticamente os argumentos persuasivos da publicidade e, por isso, devem ter seu tempo de amadurecimento respeitado, sendo protegidas nas relações de consumo, como previsto no Código de Defesa do Consumidor.

Diante dessa discussão, o Ministério da Educação, por meio da Coordenação Geral de Direitos Humanos, elaborou a Nota Técnica 21/2014, para implementar a Resolução nº 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) em todas as unidades escolares das redes municipais e estaduais de ensino.

A nota afirma que “o espaço escolar é destinado à formação integral das crianças e dos adolescentes não devendo, portanto, permitir sua utilização para a promoção e veiculação de publicidade e de comunicação mercadológica de produtos e serviços, seja ela direta ou indireta”.

Informamos também que o Centro de Apoio Operacional Cível e de Tutela Coletiva, órgão ligado ao Ministério Público do Estado de São Paulo, emitiu nota técnica (em anexo) sobre publicidade em escolas com o objetivo de fornecer informações e subsídios aos Promotores de Justiça do Consumidor do Estado de São Paulo, em que apresenta argumentos contrários a este tipo de comunicação mercadológica, por ser considerada abusiva.

E ainda, a doação ao poder público é livre quando não há qualquer tipo de contraprestação que se reverta em vantagem (sobretudo econômica)



Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

Gabinete do Prefeito

para o doador ou terceiro. Porém, quando há algum tipo de encargo, a Administração deve buscar o menor encargo possível como contrapartida para a doação. Trata-se de decorrência direta do princípio da isonomia: em havendo alguma contrapartida, todos os eventuais interessados têm o direito de concorrer a ela.

O Projeto, que prevê autorização para investimento pelas empresas privadas em instituições educacionais públicas municipais, na forma de doação de materiais, realização de obras, conservação, reformas, entre outros, vai além, na medida em que implicará pela Administração Pública Municipal a adoção de inúmeras medidas concretas para efetivação do programa.

Além disso, prevê um “encargo” ao Município, qual seja, disponibilizar espaço para que os doadores explorem publicidade no interior de suas unidades, questão já tratada inicialmente.

Logo, tem natureza evidente de programa de governo, pelo que é vedado ao Legislativo Municipal pretender, mediante projeto de lei de autoria parlamentar, usurpar do Executivo a função de planejamento e implantação do plano de governo.

Isso porque a Câmara dos Vereadores tem a função de legislar de forma genérica e abstrata, e não a de invadir a esfera de atribuições do Poder Executivo, avocando para si a função de planejamento e instituição de programas na esfera governamental.

Nesse sentido e a jurisprudência do TJSP:

DIREITO CONSTITUCIONAL – AÇÃO DIRETA DE
INCONSTITUCIONALIDADE – LEI DE INICIATIVA
PARLAMENTAR – INSTITUIÇÃO DO PROGRAMA



Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

Gabinete do Prefeito

DENOMINADO SOS ANIMAIS - VÍCIO – EXISTÊNCIA – SEPARAÇÃO DE PODERES– VIOLAÇÃO – INCONSTITUCIONALIDADE VERIFICADA – É inconstitucional a Lei Municipal que dispõe institui o programa denominado “S.O.S. ANIMAIS”, objetivando recursos para o custeio de atividades da “Associação Solidária dos Animais”, através de doações voluntárias pelos munícipes, pois compete privativamente ao Prefeito deflagrar lei que atribua novas tarefas aos órgãos do Poder Executivo, sob pena de afronta ao princípio da separação dos poderes – Ademais, a referida Lei Municipal cria despesa sem indicação de fonte de receita – Violação dos artigos 5º, 24, § 2º, número “4”, 25, 47, incisos II e XIV, e 144, da Constituição Estadual. AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE JULGADA PROCEDENTE. (TJ-SP – ADI 2056100-87.2013.8.26.0000, Relator: Xavier de Aquino, Data de Julgamento: 12/03/2014, Órgão Especial, Data de Publicação: 13/03/2014).

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE - LEI COMPLEMENTAR MUNICIPAL Nº 375, DE 11 DE SETEMBRO DE 2015, DE TAUBATÉ - AUTORIZA A INSTITUIÇÃO DO “PROGRAMA MUNICIPAL DINHEIRO DIRETO NA ESCOLA – PMDDE”- PROCESSO LEGISLATIVO - INICIATIVA PARLAMENTAR - INCONSTITUCIONALIDADE FORMAL - MATÉRIA DE COMPETÊNCIA EXCLUSIVA DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO - AFRONTA AOS ARTIGOS 5º, 47, XIV e XIX, 'a', DA CONSTITUIÇÃO ESTADUAL - ATRIBUIÇÃO DE FUNÇÕES A ÓRGÃOS E SERVIDORES DA MUNICIPALIDADE - AUTORIZAÇÃO DESCABIDA. Não



Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

Gabinete do Prefeito

cabe ao Poder Legislativo, sob pena de grave desrespeito ao postulado da separação de poderes, ainda que por lei, praticar atos de caráter administrativo próprios do Poder Executivo, cuja atuação privativa na deflagração do processo legislativo está definida no texto constitucional. Essa prática legislativa de invadir a esfera de competência exclusiva do Executivo, quando efetivada, subverte a função primária da lei, transgride o princípio da divisão funcional do poder, representa comportamento heterodoxo da instituição parlamentar e importa em atuação ultra vires do Poder Legislativo, que não pode, em sua atuação político-jurídica, exorbitar dos limites que definem o exercício de suas prerrogativas institucionais. PROCEDÊNCIA, PARA DECLARAR A INCONSTITUCIONALIDADE DA NORMA IMPUGNADA. (TJ-SP – ADI: 2036076-33.2016.8.26.0000, Relator: Amorim Cantuária, Data de Julgamento: 08/06/2016; Órgão Especial, Data de Publicação: 09/06/2016)

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE Lei nº 7.279/2014, do município de Guarulhos – Instituição de programa denominado "Bolsa Creche", destinado a fornecer recursos financeiros mães de filhos em idade de educação infantil não matriculados na rede pública ou creche credenciada – Matéria relacionada à Administração Pública, por disciplinar programa de governo – Lei de iniciativa parlamentar que invadiu a esfera do Poder Executivo, ao tratar de matéria típica da gestão administrativa – Violação ao princípio da separação de poderes – Afronta aos arts. 5º, 47, II e XIV, e 144, da Constituição Estadual - Aumento de despesas, sem indicação de respectiva fonte de recursos disponíveis para atendimento



Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

Gabinete do Prefeito

dos novos encargos - Violação ao art.25, caput, da Carta Bandeirante Ação procedente. (TJ-SP, ADI: 2122021-56.2014.8.26.0000, Relator: Luiz Antonio de Godoy, Data de Julgamento: 15/10/2014, Órgão Especial, Data de Publicação: 16/10/2014)

Inconstitucionalidade Ação Direta Lei nº 2936/07, instituindo a Política Municipal de Mudanças Climáticas e ainda dispendo sobre os seus princípios, diretrizes, objetivos e instrumentos. Norma de iniciativa parlamentar. Criação de programa de governo, instituindo e dando atribuição a órgão administrativo. Matéria relativa a organização administrativa do município atribuição exclusiva do Prefeito, a quem compete o juízo de oportunidade e conveniência. Falta indicação dos recursos financeiros para atender os novos encargos. Ofensa ao princípio da separação de poderes. Ação Proced. (TJ-SP – ADI: 1634580000 SP, Relator: Penteado Navarro, Data de Julgamento: 03/09/2008, Órgão Especial, Data de Publicação: 17/10/2008)

Por outro lado, o presente Projeto cria despesas sem especificar a respectiva fonte de custeio, o que deveria ser previsto nas leis orçamentárias. Ora, é prerrogativa constitucional e indisponível do Prefeito Municipal a titularidade da iniciativa de projetos de lei do plano plurianual, das diretrizes orçamentárias e do orçamento anual, ou leis que os modifiquem, conforme dispõe o artigo 141, incisos I, II e III da Lei Orgânica do Município.

Nesse contexto, o Projeto de lei fere frontalmente dois princípios orçamentários básicos da Constituição Paulista, assentados nos artigos 25 e 176, inciso I: a exigência de indicação dos recursos efetivamente existentes para



Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo
Gabinete do Prefeito

fazer face aos encargos que cria, e a exigência de previsão, na Lei Orçamentária, do programa que se pretende instituir.

Eis o entendimento do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo:

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE Lei nº 9.844, de 14 de junho de 2016, do Município de Santo André, que “dispõe sobre a implantação mediante convênio do Programa Municipal denominado 'Centro Dia do Idoso Viva a Melhor Idade', no Município de Santo André – Lei de origem parlamentar que estabelece obrigações e impõe tarefas típicas de administração ao Poder Executivo, ao qual é constitucionalmente reservada a iniciativa legislativa, violando o princípio da separação de poderes (arts. 5º, caput, §§ 1º e 2º, 47, II, XI, XIV e XIX, da Constituição Estadual, aplicáveis aos Municípios por forçado art. 144 da mesma Carta e do art. 29 da Constituição Federal). Não bastasse, a lei impugnada cria despesas sem especificar a respectiva fonte de custeio, a que refere genericamente (arts. 25 e 176, I, da Constituição Estadual) Inconstitucionalidade decretada. Ação direta de inconstitucionalidade julgada procedente. (TJ-SP – ADI: 2257682-36.2016.8.26.0000, Relator: João Carlos Saletti, Data de Julgamento: 28/06/2017, Órgão Especial, Data de Publicação: 04/07/2017

Ademais, considerando a vigência da Lei Municipal nº 14.021/2017, regulamentada pelo Decreto nº 121/2019, é evidente que referida matéria é tratada nos citados diplomas justamente ao preverem mecanismos para



Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

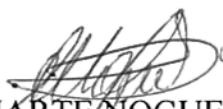
Estado de São Paulo
Gabinete do Prefeito

doação de bens móveis e serviços aos entes públicos, através do estabelecimento de parcerias.

Expostas dessa forma, a razão que me levou a vetar o **Autógrafo Nº 170/2019** ora encaminhado, submeto o **Veto Total** ora apostado à apreciação dessa Egrégia Câmara Municipal, para os fins e efeitos de direito.

Sem outro particular, aproveitamos a oportunidade para reiterar a Vossa Excelência, os protestos de alto apreço e distinta consideração, subscrevemo-nos.

A t e n c i o s a m e n t e,


DUARTE NOGUEIRA
Prefeito Municipal

À SUA EXCELÊNCIA

LINCOLN FERNANDES

DD. PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL

N E S T A



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão
Esplanada dos Ministérios, Bloco L, 2º andar - 70047-900 - Brasília, Distrito Federal, Brasil
Gabinete: Fones: (61) 2022 9217 e 2022 9018 - Fax: (61) 2022 9231

Ofício Circular nº 57 / 2014 – GAB/SECADI/MEC

Brasília, 19 de maio de 2014.

A (o) Senhor (a)
Secretário (a) Estadual e Municipal de Educação

Assunto: **Divulgação da Resolução nº 163/2014, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA).**

Senhor (a) Secretário (a),

1. Considerando que Ministério da Educação, por meio da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão (SECADI/MEC), em cumprimento aos dispositivos constitucionais, colabora com os sistemas de ensino e exerce função redistributiva e supletiva, de forma a garantir a equalização de oportunidades educacionais e padrão mínimo de qualidade do ensino mediante assistência técnica e financeira aos estados, municípios e Distrito Federal;
2. Nesse sentido, divulga a **Resolução nº 163**, aprovada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) e publicada no Diário Oficial do dia 04 de abril de 2014, que dispõe sobre a **abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente**.
3. Com o objetivo de apresentar a importância da Resolução nº 163 para sua implementação em todas as unidades escolares das redes municipais e estaduais de ensino, encaminhamos a Nota Técnica nº 21/2014/CGDH elaborada no âmbito da Diretoria de Políticas de Educação em Direitos Humanos e Cidadania desta Secretaria.
4. Colocamo-nos à disposição para informações complementares que se fizerem necessárias.

Atenciosamente,

Macacé Maria Evaristo dos Santos

Secretária de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão



Lei n. 10.742, de 6 de outubro de 2003, ao comercializar diversos medicamentos por preço superior ao permitido pela CMED, no período compreendido entre janeiro de 2001 a junho de 2003 e abril de 2004 a fevereiro de 2006.

Acólter o Relatório n. 006/2014/SECMED, de 02 de abril de 2014, referente ao Processo Administrativo n. 25351.477445/2012-41 e adotar como razão de decidir os fundamentos nele contidos, para condenar a FARMACONN LTDA., CNPJ 04.159.816/0001-13, ao pagamento de multa no valor de R\$ 135.888,68 (cento e trinta e cinco mil oitocentos e oitenta e oito reais e sessenta e oito centavos), por inobservância ao art. 8º da Lei n. 10.742, de 6 de outubro de 2003, ao comercializar diversos medicamentos por preço superior ao permitido pela CMED, entre 2009 e 2011.

MARCOS DAMASCENO
Secretário Executivo

SECRETARIA DE DIREITOS HUMANOS CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

RESOLUÇÃO Nº 163, DE 13 DE MARÇO DE 2014

Dispõe sobre a abusividade da direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.

O CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE - CONANDA, no uso de suas atribuições estabelecidas na Lei nº 8.242, de 12 de outubro de 1991 e no Decreto nº 5.089, de 20 de maio de 2004 e no seu Regimento Interno,

Considerando o estabelecido no art. 227 da Constituição Federal,

Considerando o disposto nos arts. 2º, 3º, 4º e 86 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990,

Considerando o disposto no § 2º do art. 37, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990;

Considerando o Plano Decenal dos Direitos Humanos de Crianças e Adolescentes, especialmente o objetivo estratégico 3.8 - "aperfeiçoar instrumentos de proteção e defesa de crianças e adolescentes para enfrentamento das ameaças ou violações de direitos facilitadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação", resolve:

Art. 1º Esta Resolução dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente, em conformidade com a política nacional de atendimento da criança e do adolescente prevista nos arts. 86 e 87, incisos I, III, V, da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

§ 1º Por "comunicação mercadológica" entende-se toda e qualquer atividade de comunicação comercial, inclusive 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 outros, formatos: anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádio, banners e páginas na internet, embalagens, promoções, merchandising, ações por meio de shows e apresentações e disposição dos produtos nos pontos de vendas.

Art. 2º Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

- I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;
- II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;
- III - representação de criança;
- IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;
- V - personagens ou apresentadores infantis;
- VI - desenho animado ou de animação;
- VII - bonecos ou similares;
- VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelo ao público infantil, e
- IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

§ 1º O disposto no caput se aplica à publicidade e à comunicação mercadológica realizada, dentre outros meios e lugares, em eventos, espaços públicos, páginas de internet, canais televisivos, em qualquer horário, por meio de qualquer suporte ou mídia, seja de produtos ou serviços relacionados à infância ou relacionados ao público adolescente e adulto.

Este documento pode ser verificado no endereço eletrônico <http://www.in.gov.br/autenticidade.html>, pelo código 06012014040400232

§ 2º Considera-se 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.

§ 3º As disposições neste artigo não se aplicam às campanhas de utilidade pública que não configurem estratégia publicitária referente a informações sobre boa alimentação, segurança, educação, saúde, entre outros, temas relativos ao melhor desenvolvimento da criança no meio social.

Art. 3º São princípios gerais a serem aplicados à publicidade e à comunicação mercadológica dirigida ao adolescente, além daqueles previstos na Constituição Federal, na Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, Estatuto da Criança e do Adolescente, e na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor, os seguintes:

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 constar-se seus responsáveis ou a confundir-se a uma posição socialmente inferior;

IV - não favorecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação de gênero, orientação sexual e identidade 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;

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

MIRIAM MARIA JOSE DOS SANTOS
p/ Conselho

CONSELHO DE DEFESA NACIONAL SECRETARIA EXECUTIVA

ATOS DE 3 DE ABRIL DE 2014

O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DO GABINETE DE SEGURANÇA INSTITUCIONAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, na condição de SECRETÁRIO EXECUTIVO DO CONSELHO DE DEFESA NACIONAL (CDN), no uso da atribuição que lhe foi conferida pelos membros deste Colegiado, por meio da Resolução CDN nº 1, de 12 de maio de 1999, publicada no DOU nº 90, Seção I, p. 8, de 13 de maio de 1999, e com base no disposto no art. 37, caput, da Constituição de 1988; no Decreto nº 4.320, de 2007, no parágrafo único do art. 16, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003; nos artigos 2º, § 3º, e 4º, da Lei nº 8.183, de 11 de abril de 1991, alterada pela MP nº 2.216-37, de 2001; na Lei nº 6.634, de 2 de maio de 1979, e respectivos regulamentos, resolve:

Nº 31 - Dar Assentimento Prévio a MOACIR JOSÉ ALBA, CPF nº 333.989.509-06, para pesquisar água mineral em uma área de 49,89ha, na localidade denominada Linha Catarinense, no município de Palotina, na faixa de fronteira do estado do Paraná, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48413.826859/2013-46, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 05/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 032/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 32 - Dar Assentimento Prévio a LUIZ JUNITI MIYAZAKI, CPF nº 060.324.439-49, para pesquisar água mineral em uma área de 47,77ha, no município de Guairá, na faixa de fronteira do estado do Paraná, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48413.826881/2013-99, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 07/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 033/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 33 - Dar Assentimento Prévio a MANOEL MARCIO DE CARVALHO BARROS, CPF nº 068.166.902-06, para pesquisar água mineral em uma área de 49,98ha, no município de Porto Velho, na faixa de fronteira do estado de Rondônia, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48419.88620/2012-55, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 09/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 034/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 34 - Dar Assentimento Prévio a OLIVÉRIO PAULO DA SILVA JUNIOR, CPF nº 041.371.986-32, para pesquisar quartzo em uma área de 280ha, no local denominado Fazenda Santa Maria, no município de Nioaque, na faixa de fronteira do estado do Mato Grosso do Sul, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48423.868033/2013-38, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 08/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 035/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 35 - Dar Assentimento Prévio a ADEMIR PETRY, CPF nº 522.085.249-34, para pesquisar água mineral em uma área de 4,05ha, no local denominado Linha de São Luiz Paoli Grande, no município de Clevelândia, na faixa de fronteira do estado do Paraná, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução do Processo DNPM nº 48413.826441/2013-31, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 13/DIRE/DGTM-2014, de 29 de janeiro de 2014, recebido em 3 de fevereiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 036/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 36 - Dar Assentimento Prévio à empresa PIETROCON CONSTRUTORA DE OBRAS LTDA., CNPJ nº 80.337.868/0001-10, para pesquisar minérios de argila e basalto, em uma área de 202,17ha, no local denominado Santa Maria, nos municípios de Lindoeste e Santa Tereza do Oeste, inseridos na faixa de fronteira do estado do Paraná, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução dos Processos DNPM nº 48413.904661/1983-85 e 48413.826257/2013-91, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 11/DIRE/DGTM-2014, de 29 de janeiro de 2014, recebido em 3 de fevereiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 037/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 37 - Dar Assentimento Prévio à empresa MOACIR KWITKO - EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA., CNPJ nº 93.286.060/0001-01, com sede na Rua Vieira de Castro, nº 179, conjunto 205, sala 1, município de Porto Alegre/RS, para estabelecer-se na faixa de fronteira do estado do Rio Grande do Sul, bem como para o DEPARTAMENTO NACIONAL DE PRODUÇÃO MINERAL - DNPM averbar a cessão de direitos minerais, datada de 14 de agosto de 2013, celebrada entre Moacir Kwitko (cedente), CPF nº 079.726.950-91, e a referida empresa (cessionária), atinente ao Alvará de Pesquisa nº 9.910, de 28 de agosto de 2009, publicado no DOU de 1º de setembro de 2009, prorrogado por 2 (dois) anos, conforme publicação no DOU de 27 de setembro de 2011, que autorizou o cedente a pesquisar água mineral em uma área de 47,52ha, no município de Bagé, na faixa de fronteira do estado do Rio Grande do Sul, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução dos Processos DNPM nº 48401.910436/2013-45 e 48401.810053/2008-19, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 21/DIRE/DGTM-2014, datado de 14 de fevereiro de 2014, recebido em 19 de fevereiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 040/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 38 - Dar Assentimento Prévio à empresa WINNER MINERAÇÃO E COMÉRCIO LTDA. - EPP, CNPJ nº 08.661.979/0001-50, com sede na Avenida Eduardo Elias Zahran, nº 957, Jardim de Alai, município de Campo Grande/MS, para estabelecer-se na faixa de fronteira do estado de Mato Grosso do Sul, bem como pesquisar minérios de areia e argila, em uma área de 91,94ha, no município de Dourados, do referido estado, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução dos Processos DNPM nº 48423.968160/2009-50 e 48423.868253/2013-61, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 32/DIRE/DGTM-2014, de 14 de fevereiro de 2014, recebido em 20 de fevereiro de 2014 e a Nota SAAI-AP nº 041/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 39 - Dar Assentimento Prévio a PAULO ROBERTO ANDREAZZA, CPF nº 227.932.320-68, para pesquisar minérios de ouro e chumbo em 2 (duas) áreas distintas de 1.300,05ha e 1.999,95ha, totalizando uma área de 3.300,00ha, nos municípios de Bagé, Pinheiro Machado, Santa Margarida do Sul e Vila Nova do Sul, na faixa de fronteira do estado do Rio Grande do Sul, condicionado ao acompanhamento do órgão ambiental competente, de acordo com a instrução dos Processos DNPM nº 48401.810131/2006-13 e 48401.810536/2006-43, a conclusão do Departamento Nacional de Produção Mineral, por meio do Ofício nº 06/DIRE/DGTM-2014, de 27 de janeiro de 2014, e a Nota SAAI-AP nº 043/2014-RF, expedida com ressalvas.

Nº 40 - Dar Assentimento Prévio ao INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA - INCRA para proceder à ratificação do título de domínio referente ao imóvel rural de propriedade de DELVY MAIANA MAFFESSONI, CPF nº 213.642.819-53, com área registrada de 10,7ha, referente ao Lote nº 205, da Gleba nº 4, da Colônia Mirim, situada no município de São João, na faixa de fronteira do estado do Paraná, transecto junto ao Registro de Imóveis da Comarca de Chopinzinho, em 11 de julho de 1980, sob a matrícula nº 6.609, Livro 2, Folia 01, do referido município, título original expedido pelo estado do Paraná, em favor de Avelino Maffessoni, registrado no Tribunal de Contas do Estado do Paraná, no Livro nº 6, fl. 249, na data de 23 de novembro de 1965, de acordo com a instrução do Processo INCRA nº 54200.000346/2013-36, o Parecer PFF/INCRA/SR/091 nº 91/2013, de 15 de julho de 2013, o Despacho DFR-1 nº 072/2014, sem data, o Despacho INCRA/Pm 11/2014, de 30 de janeiro de 2014, o Aviso nº 12/2014-MDA, de 05 de fevereiro de 2014 e a Nota SAAI-AP nº 044/2014-RF.

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA, ALFABETIZAÇÃO, DIVERSIDADE E INCLUSÃO
Diretoria de Políticas de Educação em Direitos Humanos e Cidadania
Coordenação Geral de Direitos Humanos

NOTA TÉCNICA Nº 21/2014/CGDH/DPEDHC/SECADI/MEC

Assunto: Apresentação da Resolução nº 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA visando sua implementação em todas as unidades escolares das redes municipais e estaduais de ensino.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

1. A **Resolução nº 163** aprovada pelo CONANDA e publicada no Diário Oficial do dia 4 de abril de 2014, dispõe sobre a **abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente**. Seu Art. 2º, § 3º considera abusivas “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”. Referida abusividade é ilegal e passível de sanções segundo a Lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente) e a Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

ANÁLISE TÉCNICA

2. A educação é um direito constitucional e um fator de atenção e proteção das crianças e adolescentes e que deve ser exercida de forma intersetorial junto com as demais políticas públicas básicas. As *Diretrizes Nacionais para Educação em Direitos Humanos* (Resolução nº 1 CNE, 2012) estabelecem em seu art. 2º os princípios da dignidade humana e da sustentabilidade socioambiental com a finalidade de promover uma educação para a mudança e a transformação social.

3. O Ministério da Educação é um dos órgãos participantes do Sistema de Garantia de Direitos de Crianças e Adolescentes que compõe o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente e, portanto, reconhece que crianças e adolescentes são sujeitos em desenvolvimento, em uma peculiar fase de formação cognitiva, emocional e física, razão pela qual necessitam de proteção e cuidado, com prioridade absoluta, do Estado.

4. Como marco normativo, a Resolução nº 163 do CONANDA busca a proteção da criança e do adolescente frente ao direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica a eles, uma vez que tal prática fere dispositivos legais e aproveita-se da situação de extrema vulnerabilidade desse público para o persuadir ao consumo de produtos e serviços, reproduzindo hábitos, comportamentos e valores baseados em uma lógica consumista e materialista.

5. De forma específica, reconhecendo a presença de publicidades e comunicações mercadológicas direcionadas ao público infantil no interior de instituições escolares, o CONANDA estabeleceu no Art. 2º, § 3º, da referida Resolução a abusividade de tais práticas nos seguintes termos: "considera-se 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".

6. Assim, destaca-se a importância do entendimento de que o espaço escolar é destinado à formação integral das crianças e dos adolescentes não devendo, portanto, permitir sua utilização para a promoção e veiculação de publicidade e de comunicação mercadológica de produtos e serviços, seja ela direta ou indireta (por meio de apresentações, jogos, atividades, brincadeiras promocionais patrocinados por empresas – ainda que tenham algum tipo de aparente proposta educacional).

7. Resulta daí que, para a Resolução nº 163 do Conanda, é abusiva (e, portanto, ilegal, segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente e o Código de Defesa do Consumidor) toda e qualquer atividade de comunicação comercial no interior do espaço escolar para a divulgação de produtos, serviços, marcas e empresas independente do suporte, da mídia ou do meio utilizado, nos termos do Art. 1º, §1º e §2º, da Resolução.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

8. Diante do exposto, considerando a importância da Resolução nº 163 para a proteção da criança e adolescentes frente à abusividade do direcionamento da publicidade e da comunicação mercadológica ao público infantil, especialmente no interior das instituições de ensino, solicitamos que se dê ciência da referida Resolução a todas as unidades escolares das redes municipais e estaduais de ensino, visando sua ampla implementação.

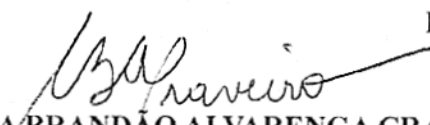
Encaminhe-se à Diretoria de Políticas de Educação em Direitos Humanos e Cidadania.

Brasília, 12 de maio de 2014


FÁBIO MEIRELLES HARDMAN DE CASTRO
Coordenador Geral de Direitos Humanos
CGDH/DPEDHUC/SECADI/MEC

De acordo.

Brasília, 14 de maio de 2014


CLÉLIA BRANDÃO ALVARENGA CRAVEIRO
Diretora de Políticas de Educação em Direitos Humanos e Cidadania
DPEDHUC/SECADI/MEC

NOTA TÉCNICA

PUBLICIDADE EM ESCOLAS – possibilidades de atuação na área do Consumidor

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O objetivo da presente nota técnica é fornecer esclarecimentos e subsídios aos Promotores de Justiça do Consumidor do Estado de São Paulo no que concerne à questão da **publicidade abusiva em escolas**, tema de repercussão social e objeto de reivindicação de várias entidades civis.

O artigo 37, §2º, da Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), considera **“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”** (grifos nossos).

Segundo HERMAN BENJAMIN *“Conforme opinião dominante, cabe à publicidade aproximar – com informação ou persuasão – o fornecedor anônimo do consumidor anônimo; cabe-lhe igualmente pôr em sintonia o produto ou serviço anônimo com uma necessidade também anônima. É seu papel, enfim, influir, decisivamente, na formação do conceito do consumidor. Aí sua relevância para o Direito”* (Antônio Herman V. Benjamin, *O controle jurídico da publicidade*, Revista Direito do Consumidor, v. 9, p. 28).

A criança, por sua vez, é pessoa em processo de desenvolvimento (cf. os artigos 6º, 15 e 71, do Estatuto da Criança e do Adolescente - Lei n. 8.069/90) e, por isso, não possui a necessária maturidade para entender o real propósito da publicidade.

O CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), composto pelos profissionais da seara publicitária, previu, no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (art. 37), que a criança possui especial vulnerabilidade diante das práticas de *marketing* - <http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>

O Instituto Alana, organização não governamental voltada à proteção da criança, entende que a **publicidade veiculada em escolas** se dirige a um público que não consegue identificar o seu caráter persuasivo, ou seja, a criança não tem discernimento para aferir o que é publicidade e o que é atividade educacional. Além disso, há o problema relacionado à propagação de valores distorcidos e à criação de distinções entre os próprios alunos relacionadas a quem adquiriu e não adquiriu o produto (vide em referências).

A ONU (Organização das Nações Unidas) entende que toda a publicidade comercial e estratégias de marketing **devem ser proibidas** em

escolas públicas e privadas, pois estas devem garantir que os **currículos sejam independentes dos interesses comerciais.**

Na 69ª Sessão da Assembleia Geral da ONU, foi lido relatório (*Report of the Special Rapporteur in the field of cultural rights*), do qual podem ser destacadas as seguintes considerações (vide em referências):

2. Propaganda nas escolas

63. ***A maioria das normas internacionais de direitos humanos e as leis nacionais sobre a educação, impõem uma obrigação legal, para que as crianças frequentem a escola. As escolas constituem, portanto, um espaço cultural distinto, merecendo proteção especial de qualquer influência comercial (grifo nosso).***
64. ***A presença crescente da publicidade nas escolas está documentada. Existem numerosos exemplos de logotipos de empresas que aparecem no material escolar, incluindo livros e material didático, bem como nas instalações da escola; logotipos de empresas, como o foco central das aulas patrocinadas; televisão em escolas de "conteúdo educacional" com publicidade; shows por personagens que representam marcas; máquinas de venda automática ou cafés que ocupam espaço escolar, para vender e promover determinadas marcas e/ou produtos; concursos organizados por bancos; patrocínio de ônibus escolares, campos desportivos ou nomes escolares; material de segurança rodoviária de marca; programas***

de incentivo com supermercados, que oferecem vales para laptops escolares ou câmeras; escola de angariação de fundos ou estratégias, que estimulem as famílias a entrar em relações comerciais com empresas que doam para escolas; contratos de exclusividade, concedendo a uma empresa o direito exclusivo de prestar um serviço e / ou produto; o recrutamento de crianças, em idade escolar, para servir como embaixadores da marca, e assim por diante. A Relatora Especial considera que as instalações escolares como englobando não só a escola em si, incluindo cafés, bibliotecas, parques e instalações desportivas, mas também a sua vizinhança imediata, bem como ônibus escolares.

65. *Os escolares são um público cativo e crédulo.* As empresas veem o marketing baseado na escola, e essa publicidade, como perfeitamente adequadas para fazer com que as crianças em uma idade precoce. Os programas de marketing e publicidade são normalizados, e recebem legitimidade, quando inseridas no contexto escolar; as estratégias desenvolvidas fazem com que as crianças interajam e se envolvam com determinadas marcas, durante o horário escolar.³⁰ Além disso, o patrocínio de material escolar e conteúdo educacional reduz a liberdade que as instituições de ensino têm para desenvolver o currículo mais adequado e de alta qualidade, para seus alunos (grifo nosso).

66. *A Publicidade, nas escolas, permanece regulamentada em muitos países (ver as respostas do Chile, Guatemala, Paraguai, Qatar, Togo, Uganda, e o Defensor del Pueblo, Estado Plurinacional da Bolívia). Alguns Estados (Grécia, França, Sérvia e Eslováquia) proíbem ou limitam a publicidade em escolas públicas, com base nos princípios da neutralidade, o propósito da instituição e da proteção à criança (ver também a resposta da Comissão Nacional de Direitos Humanos do Qatar). Outros, incluindo a Argélia, proíbem toda a publicidade para fins comerciais, mas a linha divisória entre mensagens comerciais e não comerciais, ainda não está claro. Alguns Estados, incluindo El Salvador, intervieram para impedir situações que têm ido além do que parece razoável; em outros, como a Finlândia, os pais têm o direito de decidir o tipo de comercialização permitida nas escolas, com uma proibição estrita contra a disseminação dos contatos dos alunos, para fins de marketing. Em outras situações, o patrocínio é permitido, mas o material não pode conter marketing de produtos. O WHO, por sua vez, recomenda que as crianças não sejam expostas a qualquer forma de comercialização de alimentos ricos em gorduras saturadas, ácidos graxos trans, açúcares livres ou sal, em particular quando estão nas escolas e em parques infantis.¹*

¹ WHO, "Conjunto de recomendações sobre a comercialização de alimentos e bebidas não alcoólicas para crianças", 2010.

67. *Mesmo quando as restrições à publicidade estão em dia, as dificuldades ou lacunas na implementação resultam de disposições legais e gerais, que requerem implementações localizadas de municípios, ou conselhos escolares, que, por vezes, desconhecem as regulamentações. As dificuldades na interpretação da lei também podem surgir (ver a resposta da Eslováquia).*
68. *Para os Estados, autoridades locais e os pais, opor-se à publicidade e ao marketing nas escolas pode ser difícil. Em alguns contextos, isto pode impedir a capacidade de se obter fundos suficientes para construir e/ou manter a infraestrutura escolar, proporcionar aos alunos livros, almoços ou professores, organizar atividades e jogos ao ar livre, e assim por diante. A recessão econômica e os cortes nos orçamentos aumentam a pressão sobre as autoridades, que ficam, assim, mais propensas a recorrer à negociação de acordos com as empresas. Há também inúmeros casos, porém, de escolas que autorizam as práticas publicitárias e comerciais em suas instalações, sem derivar significativamente ou, na verdade, sem ter qualquer ganho financeiro como consequência.*
69. *A Relatora Especial ressalta que, o patrocínio privado, pode realmente ajudar na obtenção de fundos necessários para o bom funcionamento das escolas. Isso não deve, no entanto, resultar na entrada de materiais ou atividades de publicidade e marketing nas*

dependências da escola, ou que essas sejam dirigidas às crianças. A Relatora Especial é da opinião de que, as empresas ainda podem anunciar o fato de que elas patrocinam escolas, mas devem fazê-lo de forma que tal esteja fora das escolas. A única exceção a isso pode ser quando os materiais específicos, como computadores ou instrumentos musicais, que ostentam logotipos ou marcas das empresas que os produzem, forem doados para escolas (conhecidos como rótulos das embalagens de produtos de consumo primário, de fabricantes ou distribuidores) – grifo nosso.

- 70. Levando-se em consideração o artigo 13 do Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, que se refere aos padrões mínimos educacionais que possam ser prescritos ou aprovados pelo Estado, a Relatora Especial considera que a proibição da publicidade deve ser aplicada a escolas públicas e privadas.**

Anote-se que o próprio Ministério da Educação (MEC), por meio da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão (Secadi), elaborou Nota Técnica (n. 21/2014/CGDH/DPEDHC/SECADI/MEC), divulgada por ofício aos secretários estaduais e municipais de educação, com o escopo de implementar a Resolução n. 163/2014 do CONANDA em todas as unidades escolares das redes municipais e estaduais de ensino (<http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/06/NotaTecnicaMEC.pdf>).

Segundo o MEC, o espaço escolar é destinado à formação integral das crianças e dos adolescentes não devendo, portanto, permitir sua utilização para a promoção e veiculação de publicidade e de comunicação mercadológica de produtos e serviços, seja ela direta ou indireta (por meio de apresentações, jogos, atividades, brincadeiras promocionais patrocinadas por empresas ainda que tenham algum tipo de aparente proposta educacional) – vide em referências.

No tocante ao projeto “Criança e Consumo”, do Instituto Alana, este destacou:

*O desenvolvimento de ações de marketing em ambiente escolar deve ser objeto de especial atenção. Crianças são extremamente vulneráveis a campanhas de marketing, particularmente quando estas são realizadas em seu ambiente escolar. Até completar 12 anos de idade, não têm ainda plena compreensão das diferenças, eventualmente sutis mesmo aos adultos, entre publicidade comercial e intervenções com fins didático-pedagógicos. Em virtude disso, chamam a atenção as inserções de elementos associados a marcas, tais como cartazes e placas com logos, em ações promovidas pelas empresas dentro das escolas. **A escola é um espaço privilegiado para a formação de valores, a conformação de aspectos mais ou menos permanentes da personalidade que individualizam os pequenos em desenvolvimento, a criação de desejos, entre outros. É o segundo espaço de socialização da criança depois da família.** Considerando a centralidade do ambiente escolar na formação da linguagem e pensamento das crianças, qualquer intervenção alheia ao fim estritamente educativo, não adequada ao escopo pedagógico das instituições de ensino ou com fins comerciais, deve ser encarada com reservas. O anúncio de produtos e marcas em ambiente escolar pode sinalizar mensagem implícita aos alunos*

*de que a própria escola – bem como seus professores – apoia a empresa anunciante ou o consumo do produto ou serviço anunciado. De fato, os pequenos, por não serem ainda capazes de entender diferenças entre o meio e a mensagem, **passam a associar as marcas comerciais presentes no ambiente do ensino como parte do momento de aprendizagem** - <http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/Publicidade-Infantil-é-ilegal.pdf>*

2. LEGISLAÇÃO PERTINENTE

A defesa do consumidor, a ser promovida pelo Estado, é uma garantia de magnitude constitucional e um direito fundamental, nos termos do art. 5º, XXXII, da Constituição da República e das disposições da Lei nº 8.078/90.

Também é classificada pela Carta Magna como princípio geral a ser observado pela atividade econômica (art. 170, V).

O Código de Defesa do Consumidor prevê que em seu artigo 4º 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.

O artigo 6º, inciso IV, do CDC, dispõe que é direito básico do consumidor a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

O artigo 36, do CDC, prevê que a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal e o art. 37, §2º, do CDC, como já dito, considera abusiva a publicidade que se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança.

Não há dúvidas, portanto, que as normas de defesa do consumidor, calcadas na proteção da criança como prioridade absoluta do Estado e da sociedade (art. 227, da Constituição Federal), impõem o dever legal de proibir a publicidade no interior de instituições escolares.

Por fim, a Lei da Ação Civil Pública (Lei Federal nº 7.347, de 24 de julho de 1985) determina que os consumidores devam ser resguardados e indenizados pelos danos patrimoniais e morais que lhe venham a ser causados.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todo o exposto, a presente Nota Técnica visa a prestar informações técnicas para a melhor atuação dos Promotores de Justiça do Consumidor em casos de descumprimento da lei, ressaltando-se que se encontra à disposição no CAO Cível e do Consumidor material a respeito do assunto.

Referências

- Instituto Alana – (<http://alana.org.br/>)
- “Para ONU, publicidade infantil e ações de marketing em escolas devem ser proibidas” e Report of the Special Rapporteur in the field of cultural rights – disponível em

- <http://criancaeconsumo.org.br/noticias/para-onu-publicidade-infantil-e-acoes-de-marketing-em-escolas-devem-ser-proibidas/>; acesso em 09.12.2014
- **“MEC pede o fim da publicidade nas escolas”** – disponível em <http://alana.org.br/mec-pede-o-fim-da-publicidade-nas-escolas/>; acesso em 09.12.2014
- **“MEC pressiona por fim da publicidade em escolas”** – disponível em <http://www.carosamigos.com.br/index.php/cotidiano-2/4162-mec-pressiona-pelo-fim-da-publicidade-em-escolas>; acesso em 09.12.2014
- **“MEC não recomenda shows com publicidade nas escolas”** – disponível em <http://maternar.blogfolha.uol.com.br/2014/05/26/mec-nao-recomenda-shows-com-publicidade-nas-escolas/>; acesso em 09.12.2014
- **Projeto de Lei n. 87/11** – disponível em <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=491032>; acesso em 09.12.2014
- **Texto de George Monbiot** – jornalista do “The Guardian”- disponível em <http://milc.net.br/2013/06/ei-marketeiros-deixem-nossas-criancas-em-paz/>; acesso em 09.12.2014

Legislação

- **Constituição da República Federativa do Brasil** (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm);
- **Lei n. 8.069/90 – Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências** (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm);
- **Lei n. 8.078/90 – Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências** (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)

- **Lei n. 7.347/85 - Disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio-ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico (VETADO) e dá outras providências**
(http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7347orig.htm)
- **Resolução n. 163/14 do CONANDA – Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente**
(<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014>).

CAO DO CONSUMIDOR E CÍVEL

São Paulo/Fevereiro de 2015



Câmara Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

AUTÓGRAFO Nº 170/2019
Projeto de Lei nº 79/2019
Autoria do Vereador Jean Corauci

CRIA O “PROGRAMA EMPRESA AMIGA DA ESCOLA” NO MUNICÍPIO DE RIBEIRÃO PRETO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

A CÂMARA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO PRETO, NA FORMA DA LEI, APROVA:

Artigo 1º - Fica criado o **Programa Empresa Amiga da Escola** no âmbito do município de Ribeirão Preto.

Artigo 2º - O **Programa Empresa Amiga da Escola**, tem por competência e finalidade autorizar as empresas privadas a investirem, sob a forma de doações de materiais, realização de obras de manutenção, conservação, reforma e ampliação dos prédios escolares ou de outras ações que visem beneficiar o ensino nas Escolas Municipais, Centros de Educação Infantil e Centros Comunitários localizados no Município de Ribeirão Preto.

Artigo 3º - As doações podem ser feitas diretamente à instituição de ensino indicada à empresa pelo Programa.

§ 1º A doação de bens às Escolas e Centros de Educação Infantil da Rede Municipal de Ensino deverá ser formalizada mediante Termo de Doação, que consignará a descrição e o valor dos objetos da liberalidade, devendo ser feitas diretamente às unidades de ensino.

§ 2º A empresa poderá escolher, a seu critério, a instituição de ensino que receberá a doação. Os bens doados serão imediatamente incorporados ao patrimônio do Município.

§ 3º O espaço para exposição institucional não poderá veicular anúncio de fornecedores de produtos ou serviços impróprios ou inadequados a crianças e adolescentes, tais como bebidas alcoólicas, tabaco, armas, munições, bilhar, sinuca ou congêneres ou casas de jogos, devendo respeitar os valores éticos e sociais da pessoa, da família e da escola.

Artigo 4º - As empresas serão cadastradas no Programa de que trata esta Lei, para efeito de atendimento às demandas das reformas nas unidades de ensino municipal em razão da necessidade e da urgência, conforme apontamento.

§ 1º As pessoas jurídicas que firmarem termos de doação ou acordos de cooperação no âmbito do Programa de que trata esta Lei disporão de espaços para exposição de seu(s) nome(s) e marca(s), por meio de placas fixadas dentro e fora da instituição de ensino, pelo período de até 1 (um) ano.



Câmara Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

§ 2º As placas para exposição institucional deverão observar a padronização estabelecida pela Lei Cidade Limpa.

§ 3º Os custos de confecção, fixação e manutenção das placas serão suportados exclusivamente pela pessoa jurídica parceira.

§ 4º O espaço para exposição institucional não poderá veicular anúncio de fornecedores de produtos ou serviços impróprios ou inadequados a crianças e adolescentes, tais como bebidas alcoólicas, tabaco, armas, munições, bilhar, sinuca ou congêneres ou casas de jogos, devendo respeitar os valores éticos e sociais da pessoa, da família e da escola.

Artigo 5º - Terão direito à meia entrada nos teatros Pedro II e Teatro Municipal os funcionários das empresas participantes do Programa, devidamente identificados em eventos culturais no município.

Artigo 6º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogando-se disposições em contrário.

Ribeirão Preto, 30 de agosto de 2019.


LINCOLN FERNANDES
Presidente