

PROJETO DE LEI Nº , DE 2013**(Da Sra. Magda Mofatto)**

Dispõe sobre a propaganda comercial de produtos, práticas e serviços dirigida a crianças e adolescentes, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei dispõe sobre a propaganda comercial de produtos, práticas e serviços dirigida a crianças e adolescentes, e dá outras providências.

Parágrafo único: Considera-se, para os efeitos desta Lei, os limites de idade estipulados no art. 2º da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências.

Art. 2º Crianças e adolescentes ficam reconhecidos como vulneráveis frente à propaganda comercial de produtos, práticas e serviços a eles dirigida.

Art. 3º Considera-se, para os fins desta lei, propaganda comercial de produtos, práticas e serviços dirigida a crianças e adolescentes aquela que contenha ao menos uma das seguintes características:

I – anúncio de produto, prática ou serviço sabidamente destinado ao consumo por crianças e/ou adolescentes, ou que tenha algum desses grupos como seu maior público consumidor;

C7738BF408

C7738BF408

II – utilização de linguagem publicitária reconhecível como destinada a crianças e adolescentes;

III – anúncio de produto, prática ou serviço que inclua a distribuição de prêmios ou de brindes com apelo ao público infantil;

Art. 4º A propaganda comercial de produtos, práticas e serviços dirigida a crianças e adolescentes deverá atender aos seguintes requisitos:

I – respeito à dignidade da pessoa humana, à intimidade, ao interesse social, às instituições e símbolos nacionais e ao núcleo familiar;

II – garantia de respeito às características psicológicas da criança e do adolescente;

III – apresentação verdadeira do produto, prática ou serviço oferecido, sem o emprego de recursos que possam levar a um entendimento falacioso sobre as suas reais características;

IV – exibição com clara indicação de que o conteúdo veiculado é uma propaganda comercial.

§ 1º Será considerada abusiva a propaganda comercial de produtos, práticas e serviços dirigida a crianças que utilize formato de merchandising ou qualquer outro artifício que tenha por objetivo gerar deliberada confusão entre propaganda comercial e conteúdos midiáticos sem natureza publicitária.

§ 2º Na programação das emissoras de radiodifusão de sons e imagens (televisão) e nos canais do serviço de acesso condicionado, os anúncios previstos no *caput* serão exibido exclusivamente em intervalos comerciais, com clara indicação do início e do fim dos anúncios, limitados a um máximo de 20% (vinte por cento) do tempo total destinado pela emissora ou pelo canal à publicidade em geral.

Art. 5º As infrações das normas estabelecidas nesta Lei ficam sujeitas às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das demais sanções de natureza civil, penal ou definidas em normas específicas:

I – advertência;

C7738BF408

C7738BF408

II – multa, no valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator;

III – imposição de contrapropaganda, às expensas do infrator, divulgada nas mesmas condições da propaganda comercial infratora.

Parágrafo único: São solidariamente responsáveis, independente de culpa, o fornecedor do produto, prática ou serviço, a agência publicitária e a empresa responsável pelo órgão de mídia utilizado para a veiculação da propaganda comercial infratora.

Art. 6º Esta lei entra em vigor noventa dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A sociedade do consumo, em sua ânsia pela geração de lucros, tem ampliado cada vez mais as parcelas da população que considera “público consumidor”. Nos últimos anos, esta ampliação tem se dado de maneira mais intensa justamente sobre a parcela mais vulnerável da sociedade: crianças e adolescentes. Por se tratarem de indivíduos ainda em formação, crianças e adolescentes tendem a crer de maneira mais imediata nas mensagens transmitidas por meio do discurso publicitário, sendo assim um alvo fácil para o convencimento pelos anunciantes.

Os resultados desse tipo de fenômeno são nefastos. Uma verdadeira epidemia de obesidade tem se alastrado entre os jovens brasileiros, em grande parte devido ao desmesurado incentivo ao consumo de alimentos industrializados de grande valor calórico e pouco valor nutricional. Há também um consumismo infantil exagerado, que exaspera os pais, cujos orçamentos são, quase invariavelmente, insuficientes para suprir a fúria consumista dos seus filhos.

A influência da publicidade nestes fatos é inquestionável. Segundo a Academia Americana de Pediatria, em estudo de 2006, crianças muito jovens, com idade inferior a oito anos, são indefesas contra a

C7738BF408

C7738BF408

propaganda. Na maior parte dos casos, elas não entendem a intenção persuasiva da publicidade, aceitando esse tipo de conteúdo como verdade.

Por esses motivos, apresento o presente projeto de lei, que dispõe sobre a propaganda comercial de produtos, práticas e serviços dirigida a crianças e adolescentes, e dá outras providências. Este projeto traz regras básicas sobre esse tipo de publicidade, com o intuito de proteger este grupo especial de brasileiros e brasileiras de possíveis influências maléficas da publicidade. Com a certeza da conveniência e oportunidade da presente proposição, conclamo o apoio dos nobres Pares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2013.

Deputada MAGDA MOFATTO

C7738BF408
C7738BF408