C0078100A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.601-A, DE 2019

(Do Sr. Felipe Carreras)

Altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, para dispor sobre as mensagens de advertência em propagandas veiculadas nas emissoras de rádio e televisão; tendo parecer da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela aprovação (relator: DEP. ROBERTO ALVES).

DESPACHO:
ÀS COMISSÕES DE:
CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; E CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática:
- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

CONFERE COM O ORIGINAL AUTENTICADO

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que "dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4° do art. 220 da Constituição Federal", para estabelecer regras mínimas para as mensagens de advertências veiculadas nas emissoras de rádio ou televisão, quando exigidas por obrigação legal ou regulamentar.

Art. 2º A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo 8º-A:

> "Art. 8º-A As mensagens de advertência de produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas veiculadas em rádio e televisão deverão garantir o entendimento do cidadão, sendo necessária a pronuncia pausada, não podendo ser submetidas a tratamento com o objetivo de acelerar a dicção da fala ou diminuir-lhes a duração.
>
> § 1° Deverá ser reservado, para transmissão da mensagem, tempo mínimo de 0,2 (zero vírgula dois) segundo para cada sílaba contida no texto da advertência.
>
> § 2° Em nenhum caso a mensagem de advertência poderá ocupar tempo de transmissão inferior a 2 (dois) segundos.
>
> § 3° As disposições deste artigo se aplicam a todas as mensagens de advertências previstas em lei, decreto ou regulamentação de órgão competente."

Art. 3º Esta Lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A capacidade da publicidade e da propaganda em influenciar a formação do gosto popular e em criar um ambiente propício para a aceitação de determinado produto, bem como estimular sua aquisição pelos cidadãos, são amplamente reconhecidas pelos produtores e fornecedores e mesmo pelos usuários e consumidores desses produtos.

Paralelamente, sabemos que existem algumas categorias de produtos tais que, pela sua própria natureza, não convém permitir o crescimento indiscriminado de seu consumo pela sociedade. É o caso particularmente do tabaco e seus derivados, das bebidas alcoólicas, dos agrotóxicos, dos medicamentos e das terapias. A necessidade de controlar de alguma forma o marketing desses produtos já foi prevista pelo legislador constituinte em nossa Carta Magna, mais especificamente no § 4º do art. 220 do Texto Maior, a saber:

> "Art. 220 .....
>
> § 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso."

Com amparo nesse dispositivo, foi promulgada a Lei nº 9.294, em 15 de julho de 1996, para dispor, entre outros, sobre restrições à propaganda dos citados produtos e serviços. A lei traz uma série de condicionantes e restrições para as propagandas desses bens, em alguns casos bastante severos, como no caso dos produtos fumígenos, e em outros casos mais permissivos, como no caso das bebidas com baixo teor alcoólico.

O referido diploma legal contém ainda algumas obrigações de veiculação de mensagens de advertência, que devem acompanhar as propagandas de determinado produto ou serviço, e que tem o propósito de alertar os potenciais consumidores sobre possíveis malefícios ou limitações do produto anunciado. É o caso, por exemplo, das previsões contidas no § 2º do art. 3ºC (aplicável a produtos fumígenos) e nos §§ 1º e 5º do art. 7º (aplicável a medicamentos). Além disso, os órgãos competentes por regular a comercialização de alguns desses produtos podem, por meio de resoluções ou instruções normativas, estabelecer a veiculação de outras mensagens de advertência específicas.

Essas mensagens de advertência tem uma função social bastante importante. Infelizmente, o que se observa na prática, particularmente no caso dos serviços de rádio e televisão, é que os anunciantes fazem uso de alguns subterfúgios para minimizar o impacto das mensagens, sobretudo no sentido de acelerar a fala das frases pré-definidas, com o objetivo de reduzir ao máximo o tempo de exibição dos alertas. Essas práticas são benéficas aos anunciantes tanto por dificultar a difusão da advertência obrigatória quanto por reduzir-lhes o custo de divulgação. Por outro lado, são extremamente prejudiciais à sociedade como um todo, a ponto de tornarem o alerta praticamente ininteligível.

É com o objetivo de coibir essa prática deletéria que apresentamos o presente projeto de lei. A proposição busca inserir novo artigo à Lei nº 9.294, em 15 de julho de 1996, para trazer alguns condicionantes mínimos para as mensagens de advertência decorrentes de obrigação legal ou regulamentar.

Em primeiro lugar, determina que as mensagens devem ser pronunciadas de forma pausada, sem o uso de artifícios que visem acelerar a fala do texto. Em segundo lugar, estabelece que a duração da mensagem deverá ser de, no mínimo, 0,2 segundo para cada sílaba contida na frase. Por fim, determina tempo mínimo de 2 segundos para qualquer mensagem, independentemente da extensão da frase de advertência. Com essas medidas, acreditamos que tornaremos os alertas satisfatórios e compreensíveis, sem onerar excessivamente os anunciantes e ao mesmo tempo restaurando a relevância desse instituto tão importante para a proteção da nossa sociedade.

Certos de que com esta medida estaremos contribuindo para os interesses do cidadão brasileiro, convido os nobres parlamentares a aprovarem a proposta.

Sala das Sessões, em 18 de junho de 2019.

Deputado FELIPE CARRERAS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL 1988

PREÂMBULO

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a

igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte Constituição da República Federativa do Brasil.

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

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.

.....
.....

LEI Nº 9.294 DE 15 DE JULHO DE 1996

Dispõe sobre as Restrições ao Uso e à Propaganda de Produtos Fumígeros, Bebidas Alcoólicas, Medicamentos, Terapias e Defensivos Agrícolas, nos Termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos Fumígenos, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcóolico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)*

§ 1º Incluem-se nas disposições deste artigo as repartições públicas, os hospitais e postos de saúde, as salas de aula, as bibliotecas, os recintos de trabalho coletivo e as salas de teatro e cinema.

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo. *(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)*

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)*

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga, ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. *(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. *(Parágrafo com redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5

(cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)*

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.546, de 14/12/2011)*

§ 7º *(VETADO na Lei nº 12.546, de 14/12/2011)*

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: *(Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

I - a venda por via postal; *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

II - a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

III - a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

IV - a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

V - o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VI - a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VII - a propaganda indireta contratada, também denominada "merchandising", nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VIII - a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000 e com nova redação dada pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

IX - a venda a menores de dezoito anos. *(Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. *(Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. *(Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. *(Artigo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

Art. 3º-C A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumígenos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo.

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção.

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas seqüencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte":

I - "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca";

II - "fumar causa câncer de pulmão";

III - "fumar causa infarto do coração";
IV - "fumar na gravidez prejudica o bebê";
V - "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma";
VI - "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando";
VII - "a nicotina é droga e causa dependência"; e
VIII - "fumar causa impotência sexual".

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. *(Artigo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

Art. 4º Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1º A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

Art. 4º-A Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. *(Artigo acrescido pela Lei nº 11.705, de 19/6/2008)*

Art. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos artigos 2º e 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificadas apenas com a marca ou "slogan" do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 1º As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2º Nas condições do caput, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7º A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência. *(Parágrafo acrescido pela Medida Provisória nº 2.190-34)*

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. *(Primitivo § 4º renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 23/8/2001)*

Art. 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: *("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

I - advertência; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

IV - apreensão do produto; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

V - multa, de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VI - suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. *(Inciso acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

VII - no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei no 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. *(Inciso acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente, e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente:

I - do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional;

II - do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves;

III - do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão;

IV - do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 10.167, de 27/12/2000)*

§ 5ºO Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. *(Parágrafo acrescido pela Lei n.º 10.702, de 14/7/2003)*

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175° da Independência e 108° da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Nelson A. Jobim
Arlindo Porto
Adib Jatene

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

I - RELATÓRIO

Tramita nesta Comissão, em regime de apreciação conclusivo, o Projeto de Lei nº 3.601, de 2019, da lavra do Deputado Felipe Carreras, que tem o objetivo de normatizar a locução das mensagens de advertência relativas a produtos fumígeros, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas que são veiculadas após a exibição de propaganda desses artefatos em emissoras de rádio e televisão.

O texto estabelece que a pronúncia das mensagens de advertência deve ser pausada e não submetida a tratamento com o objetivo de acelerar a dicção da fala para redução artificial de sua duração.

Além disso, determina que o tempo mínimo da mensagem no anúncio será de 2 (dois) segundos, sendo que as sílabas devem ser pronunciadas com intervalo mínimo de 0,2 (zero vírgula dois) segundos.

A proposta foi encaminhada inicialmente à esta Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática para avaliação quanto ao mérito. Posteriormente será submetida ao escrutínio da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (Art. 54 RICD).

Nesta Comissão de Ciência e Tecnologia foi aberto o prazo de cinco sessões para a apresentação de emendas à matéria. Esgotado o prazo, não foram recebidas emendas.

É o Relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1.996, estabeleceu uma série de normatizações a respeito de propaganda de produtos de tabaco, bebidas alcóolicas, defensivos agrícolas e medicamentos, sendo que uma de suas principais determinações é relativa às mensagens de advertência que devem ser veiculadas obrigatoriamente no fim das propagadas comerciais de tais mercadorias.

A norma legal é absolutamente necessária, já que os fabricantes desses produtos não vão, obviamente, fazer propaganda sobre os malefícios que o consumo dessas substâncias pode causar.

Por tal motivo que a Constituição Federal, em seu artigo 220, §4º, determinou que "*a propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais (...) e* ***conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios*** *decorrentes de seu uso*".

Esse comando constitucional sublinha a importância dessas mensagens de advertência associadas a esses produtos sensíveis. Entretanto, o mercado publicitário vem adotando medidas para reduzir, de forma artificial, a duração das mensagens.

Diariamente os cidadãos brasileiros são bombardeados por locuções dessas mensagens, tanto no rádio quanto na televisão, cada vez mais curtas e, de tão aceleradas, que se tornam quase incompreensíveis, maculando totalmente o objetivo central dessa política pública que é a de esclarecer a população sobre os malefícios que o uso inadequado e consumo dessas substâncias pode causar.

Inobstante o fato de o CONAR – Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária – tenha estabelecido, desde 2008, normas para a locução de mensagens em rádio e televisão, definindo "*fração de tempo suficiente para sua locução pausada e compreensível*", e de pelo menos um décimo da mensagem publicitária, observa-se, na prática do mercado, inobservância dessa norma não legal.

Nesse contexto, consideramos altamente meritório o Projeto de Lei nº 3.601, de 2019, que normatiza a locução dessas mensagens, estabelecendo duração mínima para a narração das sílabas, de dois décimos de segundo, e um tempo mínimo de duração da mensagem, de dois segundos.

Os termos estabelecidos, com durações mínimas, são convergentes com as regras de boa dicção, e, uma vez estabelecidas, permitirão a locução das mensagens de forma clara e dentro de um tempo correto, nem pausado demais, nem acelerado demais.

Com isso, honra-se a Constituição Federal e a diretriz informativa à população que tais mensagens propiciam, sem que se recorra a subterfúgios artificiais criados com o intuito de burlar o comando constitucional.

Diante do exposto, o VOTO é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 3.601, de 2019.

Sala da Comissão, em 31 de outubro de 2019.

Deputado ROBERTO ALVES
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou o Projeto de Lei nº 3.601/2019, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Roberto Alves.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Félix Mendonça Júnior - Presidente, Angela Amin - Vice-Presidente, Alex Santana, André Figueiredo, Cezinha de Madureira , Cleber Verde, Daniel Trzeciak, David Soares, Fabio Reis, General Peternelli, Gervásio Maia, Gustavo Fruet, Hélio Leite, Julio Cesar Ribeiro, Luiza Erundina, Margarida Salomão, Roberto Alves, Rodrigo Agostinho, Ronaldo Martins, Sâmia Bomfim, Vinicius Poit, Vitor Lippi, Zé Vitor, Alencar Santana Braga, Capitão Wagner, Domingos Neto, Dr. Frederico, Felipe Rigoni, Gilberto Abramo, Luis Miranda, Luisa Canziani, Marco Bertaiolli, Paulo Eduardo Martins, Paulo Freire Costa, Professor Israel Batista, Rodrigo de Castro e Tiago Dimas.

Sala da Comissão, em 6 de novembro de 2019.

Deputado FÉLIX MENDONÇA JÚNIOR
Presidente

FIM DO DOCUMENTO