

# **PROJETO DE LEI Nº           , 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.

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 fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º 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 fumíferos, 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.

§ 1º Deverá ser reservado, para transmissão da mensagem, tempo mínimo de 0,2 (zero vírgula dois) segundo para cada sílaba contida no texto da advertência.

§ 2º Em nenhum caso a mensagem de advertência poderá ocupar tempo de transmissão inferior a 2 (dois) segundos.

§ 3º 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. 3º C (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        de junho de 2019.

Deputado FELIPE CARRERAS