



**PROJETO DE LEI Nº \_\_\_\_\_, DE 2015.**  
**(Do Sr. Rômulo Gouveia)**

**Institui a obrigatoriedade de o anunciante destacar a natureza e o nome de produtos objeto de publicidade, e dá outras providências.**

**O Congresso Nacional decreta:**

Art. 1º Os anunciantes de peças de publicidade criadas para o consumidor final de seus produtos, divulgadas nos meios de comunicação visual, auditiva ou combinação destes, ficam obrigados a destacar a natureza e o nome dos respectivos produtos anunciados.

Art. 2º As empresas especializadas na concepção, execução e distribuição de publicidade destinada ao consumidor final de produto, assim como os veículos de divulgação escolhidos para a veiculação, não poderão criar ou divulgar peças de publicidade sem a expressa menção da natureza e do nome do produto em questão.

Art. 3º O descumprimento desta lei sujeita o infrator às sanções administrativas cabíveis estabelecidas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º. Esta lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias a contar da data de sua publicação.

**JUSTIFICAÇÃO**

A publicidade de um determinado produto industrial tem o objetivo de convencer as pessoas que são por ela alcançadas pelos diferentes meios de comunicação escolhidos a adquirirem tal produto, em função de suas características e propriedades, destacadas nas peças publicitárias.



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

A segmentação do mercado consumidor tem levado os anunciantes a veicularem diferentes tipos de publicidade e oferta para divulgar e informar os consumidores potenciais dos vários produtos que colocam à venda.

Para os segmentos de consumidores de renda mais elevada, e dependendo do veículo de divulgação, a publicidade tem se tornado cada vez mais hermética e carregada de símbolos, em detrimento de informações sobre o produto. Este tipo de publicidade até omite, frequentemente, qual o produto que está à venda, o que exclui do grupo alvo do anunciante a parcela de cidadãos que tem deficiências sensoriais, notadamente de visão ou audição, mas que se situa na faixa sócio- econômica a que se destina a publicidade. Deste modo, um cego pode não entender um anúncio que esteja a escutar por aparelho de rádio ou televisor, ou um surdo não compreender um anúncio televisado.

Ao obrigar os anunciantes a explicitar qual produto é o objeto da peça ou campanha publicitária, e proibir os meios de comunicação que as divulgam de aceitá-las se não informarem, claramente, a natureza e o nome do produto, pretende-se proteger as pessoas com as deficiências mais comuns na sociedade. Destaque-se que as obrigações propostas não teriam impacto significativo nos custos da publicidade.

Pelo interesse social que a proposição apresenta, contamos como apoio dos nobres Pares para seu aperfeiçoamento e aprovação.

Sala das Sessões, em                      de                      de 2015.

Deputado **RÔMULO GOUVEIA**  
**PSD/PB**