



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 26, DE 2019** **(Do Sr. Weliton Prado)**

Estabelece o limite máximo de quinze minutos para a veiculação de propagandas antes do início dos filmes exibidos nas salas de cinema.

**DESPACHO:**  
ÀS COMISSÕES DE:  
CULTURA;  
DEFESA DO CONSUMIDOR E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

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

### **PUBLICAÇÃO INICIAL**

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece o limite máximo de quinze minutos para a veiculação de propagandas antes do início dos filmes exibidos nas salas de cinema.

Art. 2º Fica estabelecido o limite máximo de quinze minutos para a veiculação de propagandas antes do início dos filmes exibidos nas salas de cinema.

§ 1º O tempo despendido com a exibição de trailers deverá ser computado para efeito de cálculo do tempo de veiculação de propagandas de que trata o caput.

§ 2º Entende-se como trailer a peça publicitária produzida com cenas selecionadas de filme com o objetivo de motivar o público a assisti-lo.

Art. 3º O descumprimento do disposto no caput do art. 2º configura prática abusiva e sujeita o fornecedor do serviço às sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor noventa dias após a data da sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

Relatório divulgado em janeiro deste ano pela Agência Nacional do Cinema – Ancine – revela que o mercado cinematográfico no Brasil atravessa um momento de extraordinária expansão. De acordo com o órgão, em 2016, o total de ingressos vendidos superou a marca dos 184 milhões, ilustrando a emergência de um setor que experimentou crescimento pelo oitavo ano consecutivo. Esse cenário vem gerando novas oportunidades para o mercado publicitário, que passou a enxergar no cinema um veículo de grande atratividade para promover marcas e produtos.

No entanto, essa estratégia tem sido utilizada de forma abusiva pelos administradores das salas de cinema. Não raro, há relatos na mídia de reclamações de consumidores contra o elevado número de propagandas veiculadas antes do início das sessões. O resultado é que o cidadão, além de pagar por um dos ingressos de cinema mais caros do mundo, também se vê obrigado a assistir a uma enormidade de anúncios comerciais de toda sorte de produtos e serviços.

Essa situação agrava-se na medida em que a duração desses anúncios, incluindo trailers, por vezes chega a superar os vinte minutos. É uma prática que extrapola qualquer critério de razoabilidade, sobretudo se considerarmos que o cidadão que procura uma sala de cinema está em busca de momentos de entretenimento e lazer, e não do consumo de outros bens e serviços.

Trata-se, portanto, de conduta abusiva, e que configura evidente afronta aos direitos do consumidor. Por esse motivo, elaboramos o presente projeto com o objetivo de estabelecer o limite máximo de quinze minutos para a veiculação de propagandas antes do início dos filmes exibidos nas salas de cinema do País. Em caso de descumprimento dessa obrigação, propomos ainda que os fornecedores do serviço prestado – ou seja, as salas de cinema – sejam submetidos às penalidades previstas no Código de Defesa do Consumidor, que prevê, entre outras sanções, a multa, a suspensão temporária da atividade e até mesmo a cassação da licença do estabelecimento.

A medida, ao mesmo tempo em que permite que as empresas de mídia e as salas de cinema continuem a se beneficiar das oportunidades de negócios proporcionadas pelo crescimento do mercado cinematográfico no Brasil, também estabelece um critério justo e adequado para a exibição de propagandas por meio desse veículo.

Assim, por entendermos que a matéria tratada é de grande interesse para os milhões de frequentadores das salas de cinema brasileiras, contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, 4 de fevereiro de 2019.

**WELITON PRADO**  
**DEPUTADO FEDERAL – PROS/MG**

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

## **LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

**TÍTULO I**  
**DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

**CAPÍTULO I**  
**DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

## CAPÍTULO II DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo 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, atendidos os seguintes princípios: [“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995](#)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

§ 1º (VETADO).

§ 2º (VETADO).

.....  
.....  
**FIM DO DOCUMENTO**