

PROJETO DE LEI Nº , DE 2025
(Do Sr. ZÉ NETO)

Dispõe sobre a proteção da língua portuguesa e de nossos valores culturais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o uso obrigatório da língua portuguesa, em conjunto com eventuais versões estrangeiras, na denominação e divulgação de eventos, feiras, exposições e serviços a eles vinculados realizados no território nacional.

Art. 2º Os eventos e serviços de que trata esta Lei deverão apresentar, em todos os meios de comunicação, publicidade e sinalização voltados ao público brasileiro, denominação em língua portuguesa, podendo ser acompanhada de versão em língua estrangeira.

Art. 3º A denominação em língua portuguesa deverá constar de forma legível e visível, em destaque igual ou superior ao da versão estrangeira, nas peças publicitárias impressas e digitais, portais eletrônicos, bilhetes, convites, credenciais e demais materiais de divulgação.

§ 1º O disposto neste artigo não impede o uso de marcas ou denominações registradas em língua estrangeira, nos termos da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, vinculadas aos eventos, feiras, exposições e serviços de que trata esta Lei.

§ 2º Na hipótese prevista no § 1º, a divulgação dirigida ao público no território nacional deverá conter tradução explicativa ou subtítulo em língua portuguesa, vedada qualquer alteração do sinal distintivo registrado.



Art. 4º O descumprimento desta Lei sujeita o infrator às sanções previstas na legislação de defesa do consumidor e nas normas aplicáveis à publicidade e à informação ao público.

Art. 5º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de até 180 (cento e oitenta) dias, contado da data de sua publicação.

Parágrafo único. O regulamento definirá os critérios de cumprimento da obrigação prevista no art. 3º, de modo a assegurar proporcionalidade e preservar a identidade visual das marcas registradas.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O Projeto de Lei tem por finalidade a proteção da língua portuguesa e de nossos valores culturais.

A iniciativa valoriza o idioma oficial, promove acessibilidade linguística e garante ao público o direito de compreender as informações que lhe são dirigidas, sem restringir a livre iniciativa nem o uso de marcas estrangeiras.

A proposta prevê a presença do português nas comunicações e denominações desses eventos, conforme o art. 13 da Constituição Federal, que o consagra como expressão da soberania cultural do Estado e elemento constitutivo da identidade nacional. A medida preserva a integridade simbólica do idioma e garante sua visibilidade em espaços públicos e privados, sem limitações à atividade econômica.

A proposição compatibiliza a obrigação de uso da língua portuguesa com o direito ao registro e ao uso de marcas em língua



estrangeira, conforme o art. 122 da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 (Lei da Propriedade Industrial), que admite como registráveis todos os sinais distintivos visualmente perceptíveis, sem restrição quanto ao idioma. O uso de marcas registradas permanece livre, exigindo-se apenas que, quando divulgadas ao



público brasileiro, sejam acompanhadas de tradução explicativa ou subtítulo em português, sem qualquer modificação do sinal distintivo.

Nas últimas décadas, observa-se a difusão crescente de denominações exclusivamente estrangeiras em eventos e feiras no Brasil, como *Campus Party*, *Fashion Week* e *Smart City Expo*. A predominância desses nomes tem produzido exclusão linguística e reduzido a visibilidade do português como língua de cultura, ciência e negócios. Nesse contexto, o projeto determina que a versão em português figure de modo legível e visível em todas as peças de comunicação, publicidade e sinalização dirigidas ao público brasileiro. Trata-se de medida equilibrada, que institui bilinguismo informativo e assegura o direito à compreensão, valorizando o idioma nacional sem criar obstáculos econômicos.

Diversos países adotam medidas semelhantes para proteger e valorizar seus idiomas. A França, por meio da *Loi Toubon* de 1994, exige o uso do francês em contratos, publicidade e comunicações públicas, admitindo versões estrangeiras complementares. O Canadá, em regime bilíngue, impõe a presença simultânea do francês e do inglês nas comunicações oficiais. México e Argentina também asseguram o uso do idioma nacional em campanhas e eventos de interesse público. A proposta brasileira segue o mesmo princípio de equilíbrio: garantir a presença do português sem excluir outros idiomas.

Do ponto de vista econômico, a medida tem impacto mínimo, pois não impõe substituição de marcas nem altera estratégias de marketing, limitando-se à inclusão de tradução ou versão em português. Em contrapartida, gera benefícios sociais e culturais expressivos: amplia a inclusão linguística, reforça a soberania simbólica do idioma, estimula a criação cultural e publicitária nacional e assegura que todos os cidadãos, independentemente de seu nível de instrução, compreendam as mensagens que lhes são dirigidas.



Sala das Sessões, em 24 de novembro de 2025.

Deputado ZÉ NETO – PT-BA

2025-19635

