

**PROJETO DE LEI Nº , DE 2009.
(Do Sr. JOÃO HERRMANN NETO)**

Modifica a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, proibindo a veiculação de propaganda contendo mensagem subliminar.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, proibindo a veiculação de propaganda contendo mensagem subliminar nas emissoras de televisão, nos canais de televisão por assinatura e nas salas destinadas à exibição de filmes.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida dos seguintes artigos 37-A e 69-A:

“Art. 37-A. É vedada, na propaganda comercial veiculada nas emissoras de radiodifusão de sons e imagens, nos canais de televisão por assinatura e em salas destinadas à exibição de filmes, a utilização de recursos destinados à sensibilização subliminar do espectador.

Parágrafo único. Os recursos de que trata o *caput* incluem, sem prejuízo de outros que venham a ser caracterizados na regulamentação desta lei, os seguintes procedimentos:

I – veiculação de imagens ou mensagens por pequenas frações de tempo, não percebidas conscientemente pelo espectador;

II – utilização de efeito estroboscópico;

III – veiculação de mensagem sonora reproduzida ao contrário;

IV – adoção de ritmos sincopados na trilha sonora;

V – uso de trilha sonora musical ou música de fundo (jingle) que faça menção a êxito sexual, aumento da virilidade ou feminilidade, comportamento violento, uso de medicamentos e terapias, consumo de drogas, álcool, tabaco ou outra substância prejudicial à saúde ou ao meio ambiente;

VI – utilização de formas estáticas ou em movimento e de símbolos arquetípicos nas imagens, ou a estas superpostos, alusivos à sexualidade das pessoas.” (NR)

Art. 69-A. Veicular nas emissoras de radiodifusão de sons e imagens, nos canais de televisão por assinatura e em salas destinadas à exibição de filmes, propaganda comercial que faça uso de recursos destinados à sensibilização subliminar do espectador.

Pena – detenção de seis meses a dois anos e multa.” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A proteção do consumidor foi uma das mais importantes conquistas para o cidadão brasileiro e, contrariamente às expectativas pessimistas de parte da indústria e do comércio, tornou-se fator de melhoria da qualidade e de aperfeiçoamento tecnológico desses setores, contribuindo para a sua competitividade.

Cabe-nos, porém, aperfeiçoar continuamente a legislação, incorporando novas disposições que coibam práticas lesivas ao consumidor que não tenham sido claramente previstas no texto original.

Entre estas, destaca-se o uso de técnicas denominadas de “mensagem subliminar”, que não estão adequadamente caracterizadas no Código de Defesa do Consumidor, em vista de sua redação por demais genérica.

Buscando promover o aperfeiçoamento da matéria, oferecemos aos ilustres pares esta proposição, que melhor delimita os recursos de mensagem subliminar amplamente usados na propaganda e que, em última instância, afetam o comportamento do consumidor, induzindo-o ao consumo compulsivo.

Procuramos, dessa forma, evitar determinadas práticas que beiram o antiético, a exemplo da desenfreada utilização do erotismo na propaganda brasileira.

Enfim, esta proposição foi apresentada em época pretérita e, apesar de haver obtido aprovação pelas Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e de Defesa do Consumidor, foi arquivada em decorrência de final de legislatura. Entretanto, em face de sua importância, que ensejou à sociedade pedido de seu reencaminhamento a tramitação, apresento-a novamente à consideração dos ilustres Pares.

Sala das Sessões, em de março de 2009.

**Deputado JOÃO HERRMANN NETO
PDT/SP**