

# COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

## PROJETO DE LEI Nº 4.068, DE 2008

(Apensos Projeto de Lei nº 4.825, de 2009)

Proíbe a veiculação de mensagem subliminar na propaganda de bens e serviços.

**Autor:** Deputado Walter Brito Neto

**Relator:** Deputado Nelson Proença

## I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 4.068, de 2008, do Deputado Walter Brito Neto, pretende alterar a legislação de defesa do consumidor, de forma a vedar o uso de recursos destinados à sensibilização subliminar do consumidor na propaganda comercial de bens e serviços.

Alega o autor da matéria que as técnicas de mensagem subliminar, que, na sua opinião, representam prática abusiva e ilícita, não estão adequadamente caracterizadas no Código de Defesa do Consumidor, uma vez que a redação do dispositivo é muito genérica.

Em dezembro de 2008, o relator da matéria na Comissão de defesa do Consumidor, Deputado Léo Alcântara, apresentou parecer pela aprovação do projeto de lei com duas emendas modificativas. Tal parecer não chegou a ser apreciado, tendo em vista que a Presidência desta Casa, em resposta a requerimento do Deputado Barbosa Neto, alterou seu despacho inicial para incluir a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e

Informática entre as comissões de mérito com competência para apreciar a matéria. O projeto foi então redistribuído para a CCTCI em dezembro de 2008.

Após essa data, foi apensado à proposição em exame o Projeto de Lei nº 4.825, de 2009, de autoria do Deputado João Herrmann, que pretende vedar 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.

Cabe a esta Comissão posicionar-se sobre o mérito da proposição principal e do projeto apensado.

## **II - VOTO DO RELATOR**

A informação é provavelmente um dos elementos mais importantes para o processo de desenvolvimento social e econômico e para a democracia de uma nação. Nesse contexto, a publicidade de bens e serviços ocupa papel de destaque e de fundamental importância na dinâmica das empresas e mercados, promovendo o giro da economia com reflexos positivos sobre a geração de empregos, sobre o consumo e sobre o recolhimento de impostos, que alimentam um círculo virtuoso de progresso.

Apesar disso, não se pode desconsiderar a necessidade de combater e de penalizar o uso de técnicas claramente antiéticas e abusivas de sensibilização dos consumidores com o intuito de induzi-los ao consumo por engano.

Embora tenham por base essa preocupação, as propostas que ora examinamos não são adequadas ao tratamento da questão, uma vez que pretendem vedar práticas subliminares de propaganda sobre as quais não existe consenso. Há, inclusive, grande polêmica acerca da existência ou não de efeitos desse tipo de técnica sobre o inconsciente das pessoas.

Sendo assim, torna-se impraticável uma identificação clara do que seja mensagem subliminar, como pretendem os projetos em tela. Mais absurda ainda, torna-se a proposta de punir os responsáveis pela sua veiculação com pena de prisão. Ademais, se a prática é subliminar não se pode

exigir, por exemplo, que as equipes das emissoras de televisão, incumbidas de receber e veicular a publicidade, sejam capazes de identificá-la.

Por esses motivos, optamos pela apresentação de um Substitutivo que altera o § 2º do art. 37 do Código de Defesa do Consumidor, que conceitua propaganda abusiva, com o objetivo de incluir nessa conceituação o uso de técnicas que levem o consumidor a engano quanto ao produto ou serviço anunciado.

Concluindo, votamos pela aprovação dos Projetos de Lei nº 4.068, de 2008, e nº 4.825, de 2009, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em            de            de 2009.

Deputado Nelson Proença  
Relator

## COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

### SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 4.068, DE 2008

(Apenso Projeto de Lei nº 4.825, de 2009)

Modifica a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica o art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com o objetivo de incluir na conceituação de propaganda abusiva o uso de técnicas que levem o consumidor a engano quanto ao produto ou serviço anunciado.

Art. 2º O § 2º do art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

*“§ 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, a que se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, a que desrespeite valores ambientais, a que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança e a que contenha informação de texto ou apresentação sonora ou visual que, direta ou indiretamente, por implicação, omissão, exagero ou ambiguidade, leve o consumidor a engano quanto ao produto ou serviço anunciado”. (NR).*

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em            de            de 2009.

Deputado Nelson Proença  
Relator

2009\_12176