

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

**Emenda ao Projeto de Lei nº 5921, de 2001
(Deputado Luiz Carlos Hauly)**

Dispõe sobre a propaganda comercial de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde física e mental de crianças e adolescentes, sobre a propaganda comercial dirigida majoritariamente a crianças e adolescentes, e dá outras providências.

EMENDA MODIFICATIVA

Dê-se ao artigo 1º a seguinte redação:

“Art. 1º O § 2º do art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 37

.....

“§ 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).

JUSTIFICATIVA

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.

Embora tenham por base essa preocupação, a proposta que ora pretendemos emendar não nos parece adequada ao tratamento da questão, há grande polêmica acerca da simples proibição generalizada da propaganda dirigida a um público específico, como propõe o Projeto.

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, especialmente no caso de crianças e adolescentes.

A presente emenda objetiva tornar o § 2º do artigo 37 do CDC, que dispõe sobre a publicidade abusiva mais amplo, abrangendo, de forma completa, sobre suas vertentes, assegurando uma maior proteção à sociedade brasileira, em especial às crianças e adolescentes.

Sala das Sessões, 23 de março de 2011

Deputado Mendes Ribeiro Filho

PMDB-RS