



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 1.840, DE 2011

Proíbe a utilização de mensagens subliminares na propaganda veiculada nas emissoras de radiodifusão.

Autor: Deputada ERIKA KOKAI

Relator: Deputado JOSÉ ROCHA

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 1.840, de 2011, foi oferecido pela ilustre Deputada ÉRIKA KOKAI com o intuito de proibir o uso de técnicas de sensibilização subliminar do consumidor nas peças publicitárias.

A proposição agrega dispositivo ao art. 38 da Lei nº 4.117, de 1962, que institui o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), vedando, entre outros, os seguintes estratagemas: imagens exibidas por pequenas frações de tempo, uso do efeito estroboscópico, uso de símbolos arquetípicos alusivos à sexualidade, mensagens sonoras alusivas ao consumo mescladas a outras falas e trilha incidental alusiva à sexualidade ou agressividade.

A proposta, que tramita em caráter conclusivo nas Comissões, deve ser examinada quanto ao mérito, consoante o disposto no art. 32, inciso III, do Regimento Interno.

Transcorrido o prazo regimental, foi oferecida uma emenda ao texto, de autoria do nobre Deputado TAUMATURGO LIMA, que simplifica o texto a ser inserido no CBT.

É o relatório.



II - VOTO DO RELATOR

Na estruturação das modernas economias de mercado, a informação a respeito dos produtos e serviços disponíveis ocupa um papel central nas relações entre fornecedores e consumidores. A qualidade da propaganda comercial é determinante da eficácia com que se manifesta o encontro de interesses entre quem produz e quem consome.

No entanto, a par de sua função informativa, a propaganda cumpre, também, uma função de estimular o consumo e criar o desejo de posse sobre a mercadoria, vetores essenciais para que o anseio do consumidor se transforme, efetivamente, na decisão de compra.

Desse modo, o esforço publicitário, como um todo, é de fundamental importância para a dinâmica do mercado, ajudando a estimular o consumo, gerar empregos, produzir riqueza e, em última instância, fomentar o crescimento econômico.

Por outro lado, a propaganda deve ser mantida dentro de limites éticos, de modo a assegurar a justa e equitativa competição entre empresas e o justo acesso do cidadão à informação comercial. Peças publicitárias enganosas, que induzam o consumidor ao erro, ou que sugiram propriedades de uma mercadoria em desacordo com suas características intrínsecas devem, portanto, ser combatidas.

A proposta da nobre Deputada ERIKA KOKAI coaduna-se, portanto, com esse espírito de preservação da qualidade da informação publicitária. No entanto, ao relacionar técnicas específicas de sensibilização subliminar, pressupõe que estas sejam reconhecidamente eficazes e habitualmente utilizadas.

Tal pressuposto não é consensual. Os estudos existentes acerca do uso desses recursos apontam para conclusões divergentes e a eficácia dessas técnicas é controversa. Há, inclusive, grande polêmica acerca da existência ou não de efeitos desse tipo de técnica sobre o inconsciente das pessoas.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

É preferível, então, optar por uma redação que se restrinja à responsabilidade contratual inerente à relação de consumo, princípio consagrado pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que trata da defesa do consumidor. E a remissão a procedimentos passíveis de observação e comprovação objetivas, sendo possível estabelecer parâmetros de avaliação, por certo melhora a eficácia do comando legal.

O tema da utilização de técnicas subliminares na propaganda comercial já foi amplamente discutido nesta Casa, em legislaturas anteriores, em especial por ocasião do exame do Projeto de Lei nº 4.068, de 2008, hoje arquivado. Daquele debate ficou consolidada a visão de que a matéria, cuja importância é inegável, deveria ser tratada no âmbito da legislação de defesa do consumidor. Fazemos tal adequação na forma de Substitutivo, que ora oferecemos.

Em relação à Emenda nº 1, de 2011, oferecida pelo Deputado TAUMATURGO LIMA, parece-nos significativo ressaltar a importância de alusões a outros aspectos que não a sexualidade e a violência, e que podem afetar a decisão do consumidor, tais como a orientação étnica e religiosa. No entanto, somos contrários à inclusão, no dispositivo, de vedação ao uso de medicamentos, tabaco ou substâncias tóxicas, pois esse tema é tratado com propriedade pela Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que “dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal”. Somos, pois, pela aprovação parcial da emenda, na forma do Substitutivo.

Nosso VOTO é, portanto, pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 1.840, de 2011, e pela APROVAÇÃO PARCIAL da Emenda nº 1, de 2011, na forma do SUBSTITUTIVO oferecido.

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputado JOSÉ ROCHA
Relator



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.840, DE 2011

Proíbe a utilização de mensagens subliminares na propaganda veiculada nas emissoras de radiodifusão.

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 utilização de recursos destinados à sensibilização subliminar do consumidor na propaganda comercial.

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

“§ 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo e a superstição, a que se aproveite de 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 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 2011.

Deputado JOSÉ ROCHA

Relator