

PROJETO DE LEI DO SENADO Nº , DE 2012

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para disciplinar a publicidade dirigida a crianças e adolescentes.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida dos arts. 37-A e 37-B, com a seguinte redação:

“**Art. 37-A.** É proibida a publicidade dirigida a crianças e adolescentes que:

I – dirija apelo imperativo de consumo diretamente à criança ou adolescente;

II – desmereça valor social positivo, tais como, entre outros, amizade, urbanidade, honestidade, justiça, generosidade e respeito a pessoas, animais e ao meio ambiente;

III – provoque deliberadamente qualquer tipo de discriminação, em particular daquele que, por qualquer motivo, não seja consumidor do produto ou serviço;

IV – associe criança ou adolescente a situação incompatível com sua situação, seja ela ilegal, perigosa ou socialmente condenável;

V – imponha a noção de que o consumo do produto ou serviço proporcione superioridade ou, na sua falta, inferioridade;

VI – provoque situação de constrangimento aos pais ou responsáveis, com o propósito de impedir o consumo;

VII – empregue criança ou adolescente como modelo para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo, admitida a participação dele na demonstração pertinente do produto ou serviço;

VIII – utilize formato jornalístico, de modo que o anúncio seja confundido com notícia;

IX – apregoe que produto ou serviço destinado ao consumo por criança ou adolescente contenha característica, mas que é encontrada nos similares;

X – utilize situação de pressão psicológica ou violência que seja capaz de provocar medo;

XI – utilize criança ou adolescente como modelo publicitário para promover o consumo de qualquer produto ou serviço incompatível com sua situação, tais como arma de fogo, bebida alcoólica, produtos fumíferos, fogos de artifício e loteria, e qualquer outro restringido por lei;

XII – anuncie produto alimentício com teores excessivos de sódio, açúcares livres e gorduras trans e saturada.”

“**Art. 37-B.** A publicidade destinada ao consumo do produto ou serviço por criança ou adolescente deverá:

I – contribuir para o desenvolvimento positivo da relação entre pais e filhos, aluno e professor, e demais relacionamentos que envolvam a criança ou adolescente;

II – respeitar a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência e sentimento de lealdade da criança ou do adolescente;

III – dar atenção especial à característica psicológica da criança ou do adolescente, tendo em vista sua menor capacidade de discernimento;

IV – obedecer a cuidado que evite distorção psicológica no modelo publicitário e na criança ou adolescente;

V – evitar o estímulo a comportamento socialmente condenável.”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A finalidade deste projeto de lei é regulamentar a publicidade infantil direcionada à criança ou ao adolescente consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor atual veda a veiculação de publicidade enganosa e abusiva, mas não detalha suficientemente os casos em que é proibida a produção de mensagem publicitária destinada ao público infantil. Consideramos o texto do Código muito aberto a interpretações tanto para negar quanto para autorizar a veiculação da publicidade nessa matéria.

O presente projeto de lei acrescenta dois novos artigos ao Código. O primeiro tem o objetivo de vedar a publicidade infantil em doze hipóteses, nas quais consideramos que não deve haver mensagem publicitária. O segundo dirige o conteúdo da publicidade visando contribuir para o desenvolvimento positivo da criança e do adolescente.

A redação do projeto foi efetuada com base na Seção 11, destinado a crianças e jovens, do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, elaborado pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR).

Pelo exposto, contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação do projeto.

Sala das Sessões,

Senador **VITAL DO RÊGO**