



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI DO SENADO

Nº 493, DE 2013

Altera a Lei nº 8.069, de 13 de Julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), para regulamentar a emissão de conteúdos voltados ao público infanto-juvenil e proibir a publicidade direcionada a crianças no horário diurno.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica dispositivos da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), com o propósito de regulamentar a oferta de conteúdos de comunicação direcionados ao público infanto-juvenil, proibir a publicidade comercial voltada para esse público infantil no horário diurno e estabelecer pena de multa para quem descumprir as determinações nela previstas.

Art. 2º Os arts. 76, 77, 79 e 257 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), passam a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

§ 1º É vedada a emissão de qualquer tipo de publicidade comercial direcionada ao público infantil, especialmente a veiculada por rádio, televisão e internet, no horário compreendido entre sete e vinte e uma horas.

§ 2º Inclui-se na proibição prevista no § 1º a publicidade implícita veiculada em programa ou espetáculo dirigido ao público infantil.

§ 3º Nenhum programa ou espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação indicativa, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição. (NR)”

“**Art. 77.** Os responsáveis pela divulgação gratuita, venda ou aluguel de conteúdos na forma de imagens cuidarão para que o público alcançado seja informado sobre a classificação indicativa atribuída pelo órgão competente.

Parágrafo único. Os conteúdos a que alude este artigo deverão exibir informação sobre a natureza da obra e a faixa etária a que se destinam. (NR)”

“**Art. 79.** Os conteúdos de comunicação, propagados por quaisquer veículos, destinados ao público infanto-juvenil não poderão trazer imagens, ilustrações, fotografias, legendas, crônicas ou anúncios de bebidas alcoólicas, tabaco, armas, munições, medicamentos e terapias e deverão respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família. (NR)”

“**Art. 257.** Descumprir obrigação constante dos arts. 76, 77, 78 e 79 desta Lei:

Pena - multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do infrator, sem prejuízo de suspensão da veiculação e apreensão da revista ou publicação.

Parágrafo único. São solidariamente responsáveis, independentemente de culpa, o fornecedor do produto ou serviço, a agência publicitária e o veículo utilizado para divulgação da publicidade. (NR)”.

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

JUSTIFICAÇÃO

Estudos comprovam que até os oito anos de idade, a criança não consegue distinguir a publicidade do conteúdo dos programas com os quais se diverte. Até os 12 anos, ainda não possui o desenvolvimento necessário para compreender o caráter persuasivo dos anúncios comerciais, eliminando deles o que não é o produto, mas mera fantasia e apelo comercial.

Pesquisadores como Susan Linn, autora de livros sobre a relação entre crianças e consumo, mostram o cotidiano de empresas de publicidade que se utilizam de sofisticadas técnicas psicológicas com o intuito de influenciar as crianças a adquirir seus produtos comerciais, e se valem, para tanto, de estratégias que tiram vantagem justamente de um dos melhores presentes da infância, que é a capacidade de fantasiar e de acreditar ingenuamente nas histórias que a elas são contadas.

Diante da propagação avassaladora desse tipo de abordagem, nossas crianças simplesmente não têm como se defender. E as famílias, nesse contexto, também são vítimas, não cabendo exigir delas que atuem numa seara que exige iniciativa do poder público.

Há necessidade, pois, de criar salvaguardas jurídicas que coloquem nossas crianças – com absoluta prioridade – ao abrigo da exploração, garantindo-lhes o respeito a sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.

É hora, portanto, de colocar um limite nos apelos comerciais diários a que estão submetidos nossos meninos e meninas. Por isso, apresentamos a presente medida que altera o Estatuto da Criança e do Adolescente a fim de restringir a veiculação de publicidade para essa faixa do público. Na oportunidade, atualizamos algumas das previsões do Estatuto concernentes à oferta de conteúdos, limitados atualmente aos veículos impressos, o que evidencia sua limitada abrangência, bem como resolver a obsolescência de dispositivos que especificam mídias, como fitas, já em desuso.

Por fim, ressalto que o projeto não atenta contra a liberdade de expressão, mas se constitui instrumento de defesa da sociedade contra práticas abusivas. A publicidade de produtos infantis, nos termos que propomos, continua possível, mas voltada apenas para o público adulto, este, sim, com discernimento e capacidade para ser tratado como consumidor.

Sala das Sessões,

Senador **EDUARDO AMORIM**

LEGISLAÇÃO CITADA

**Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos**

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990.

Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências.

.....
.....

Capítulo II

Da Prevenção Especial

Seção I

Da informação, Cultura, Lazer, Esportes, Diversões e Espetáculos

.....
.....

Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infante juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

Parágrafo único. Nenhum espetáculo será apresentado ou anunciado sem aviso de sua classificação, antes de sua transmissão, apresentação ou exibição.

Art. 77. Os proprietários, diretores, gerentes e funcionários de empresas que explorem a venda ou aluguel de fitas de programação em vídeo cuidarão para que não haja venda ou locação em desacordo com a classificação atribuída pelo órgão competente.

Parágrafo único. As fitas a que alude este artigo deverão exhibir, no invólucro, informação sobre a natureza da obra e a faixa etária a que se destinam.

Art. 78. As revistas e publicações contendo material impróprio ou inadequado a crianças e adolescentes deverão ser comercializadas em embalagem lacrada, com a advertência de seu conteúdo.

Parágrafo único. As editoras cuidarão para que as capas que contenham mensagens pornográficas ou obscenas sejam protegidas com embalagem opaca.

Art. 79. As revistas e publicações destinadas ao público infanto-juvenil não poderão conter ilustrações, fotografias, legendas, crônicas ou anúncios de bebidas alcoólicas, tabaco, armas e munições, e deverão respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família.

.....
.....

Capítulo II

Das Infrações Administrativas

Art. 257. Descumprir obrigação constante dos arts. 78 e 79 desta Lei:

Pena - multa de três a vinte salários de referência, duplicando-se a pena em caso de reincidência, sem prejuízo de apreensão da revista ou publicação.

(Às Comissões de Constituição, Justiça e Cidadania; e de Direitos Humanos e Legislação Participativa, cabendo à última a decisão terminativa).

Publicado do **DSF** em 27/11/2013

Secretaria Especial de Editoração e Publicações do Senado Federal - Brasília-DF

OS: 17446/2013