



**COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E
COMÉRCIO.**

REQUERIMENTO Nº _____, de 2014
(Do Sr. AUREO)

Requer seja realizada audiência pública para discutir e debater o PL nº 702/2011, que “Altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, restringindo a veiculação de propaganda de produtos infantis”.

Senhor Presidente,

Nos termos do art. 58, inciso II, da Constituição Federal, e na forma do artigo 255, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, REQUEIRO a Vossa Excelência, ouvido o plenário desta Comissão, seja realizada audiência pública, a realizar-se em data a ser agendada, para discutir e debater o PL nº 702/2011, que “Altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, restringindo a veiculação de propaganda de produtos infantis”. Solicito, ainda, a participação dos seguintes convidados:

- I) Associação Brasileira de Anunciantes – ABA (Presidente: Sr. João Campos);
- II) Conselho Nacional de autorregulamentação Publicitária – CONAR (Presidente: Sr. Gilberto C. Leifert);
- III) Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP (Presidente: Orlando dos Santos Marques);
- IV) Ministério Público Federal – MPF/PRR 1ª (Procurador Dr. José Elaeres Marques Teixeira);
- V) Conselho Federal de Psicologia – CFP (Presidente: Sra. Mariza Monteiro Borges);
- VI) Instituto ALANA (Dr. Pedro Affono D. Hartung); e
- VII) Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT (Presidente: Dr. Daniel Pimentel Slaviero).

JUSTIFICATIVA

A propaganda de mercadorias destinadas ao público infantil tem sido objeto da preocupação da autoridade regulatória em diversos países, como aponta acertadamente o ilustre autor da iniciativa. Reino Unido e Suécia são exemplos de países em que essa proibição é enfática. No Brasil, já existe legislação sobre o tema, mas esta é pouco rigorosa.

Entre as peças publicitárias mais lembradas pelo público podemos mencionar as campanhas “Eu quero minha Caloi”, que fazia apelo direto à criança, e “Danoninho vale por um bifinho”, que insinuava propriedades nutricionais inexistentes, ambas veiculadas nos anos



oitenta. Também é seguidamente lembrada a peça “Marcílio abre a mão”, com jingle destinado ao público infanto-juvenil, da marca de roupas Pakalolo, veiculada nos anos noventa.

Essa poderia ser uma fase já superada pela publicidade brasileira se o Conselho de Autorregulamentação Publicitária – CONAR agisse de modo firme e com efeitos suspensivos sobre a propaganda inadequada aos menores. No entanto, sua atuação se caracteriza pela benevolência em relação ao anunciante.

Em 2011 o CONAR arquivou recurso do Instituto Alana contra propaganda da Rede McDonalds anunciando venda casada de lanches e brinquedos. Ao final de 2011, porém, a rede foi multada pelo PROCON-SP pela veiculação da mesma peça.

Reconhecemos na propaganda um componente essencial para o desenvolvimento da atividade econômica, sendo importante para informar o consumidor e divulgar inovações que irão, em muitos casos, melhorar sua qualidade de vida. No entanto, deve-se respeitar a criança e o adolescente em seu período de formação da personalidade. A veiculação de peças que apelem ou induzam ao consumo, ou que gerem atração da criança por mercadorias que, não raro, encontram-se além da capacidade de dispêndio da sua família, é perniciosa tanto para a educação do jovem quanto para sua percepção dos valores sociais. Uma postura enfática de defesa do menor faz-se necessária nesse contexto.

O Projeto de Lei nº 702/2011, do nobre Deputado Marcelo Mattos, tem por objeto restringir a veiculação de propaganda sobre produtos infantis na televisão. O mecanismo adotado pelo Projeto de Lei é simples e consiste na proposta de acréscimo de um segundo parágrafo ao art. 76 da Lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente) cuja redação passaria a ser a seguinte: *"§ 2o É proibida a veiculação de propaganda direcionada especificamente para o público infantil nos canais de televisão aberta e por assinatura no período das 7 (sete) às 22 (vinte e duas) horas."*

Considerando a importância do tema, sobre a qualidade da programação televisiva brasileira em face do público infantil, solicito a realização de Sessão de Audiência Pública da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio – CDEIC, para discutir as alterações propostas e suas consequências.

Sala das Comissões, de de 2014.

Deputado AUREO
(SDD/RJ)