



CÂMARA DOS DEPUTADOS

**PROJETO DE LEI Nº \_\_\_\_\_, DE 2011**  
**(Da Sra. ERIKA KOKAY)**

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 4.117, de 27 de agosto de 1962, que “institui o Código Brasileiro de Telecomunicações”, proibindo a veiculação de mensagem subliminar na propaganda exibida nas emissoras de radiodifusão.

**Art. 2º** O art. 38 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, passa a vigorar acrescido do seguinte dispositivo:

“Art. 38 .....

j) É vedada, na propaganda comercial de bens e serviços pelas emissoras de radiodifusão, a veiculação de mensagens e o uso de recursos destinados à sensibilização subliminar do consumidor, como tais entendidos:

I - veiculação de imagens, falas ou mensagens por pequenas frações de tempo ou de modo a não serem percebidas conscientemente pelo espectador;

II – utilização de efeito estroboscópico;



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

III – exibição de formas estáticas ou em movimento e de símbolos arquetípicos nas imagens, ou a estas superpostos, alusivos à sexualidade das pessoas;

IV – veiculação de mensagem sonora alusiva à mercadoria anunciada, reproduzida ao contrário ou mesclada a outras falas;

V – uso de trilha sonora musical, música de fundo ou ruído incidental que faça menção a sexualidade, aumento da virilidade ou feminilidade, ou comportamento violento ou agressivo;

VI – outros recursos assemelhados que venham a ser caracterizados na regulamentação desta lei.”

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

## JUSTIFICAÇÃO

As emissoras de radiodifusão são, ainda hoje, os principais veículos de divulgação de publicidade no País, sendo beneficiadas, em seu conjunto, com cerca de 70% dos recursos destinados pelos anunciantes à propaganda de seus produtos.

Embora as campanhas publicitárias sejam inerentes à sociedade de consumo de massa contemporânea, deve-se assegurar sua função eminentemente informativa, divulgando o produto e esclarecendo o consumidor acerca de sua utilidade. O uso de recursos voltados a induzir ao consumo deve ser combatido, seja pelo efeito de distorcer a competição econômica, seja pela pressão psicológica que é capaz de provocar no consumidor.

Dentre tais recursos, são particularmente danosos os mecanismos subliminares, que buscam criar um desejo de consumo pela mercadoria sem que este se relacione a qualquer característica ou propriedade



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

intrínseca da mesma. Trata-se de estratégia que leva a um consumo inadequado que, em última instância, poderá resultar em frustração do comprador.

O combate a tais práticas pela via da autorregulamentação publicitária tem-se mostrado ineficaz. Embora haja previsão de que se deva coibir esse tipo de postura, o que vemos na televisão é precisamente a atitude oposta. O uso da linguagem subliminar vem crescendo, sendo adotado até mesmo na divulgação das chamadas de programas das próprias emissoras.

Entendemos, pois, que a repressão a tais subterfúgios na forma de lei deve ser a alternativa para preservar a qualidade da publicidade brasileira, o que nos motivou a oferecer esta proposição. Esperamos, pois, contar com o apoio dos nobres Pares, indispensável à sua discussão e aprovação.

Sala das Sessões, em 12 de julho de 2011.

Deputada **ERIKA KOKAY**  
**PT-DF**