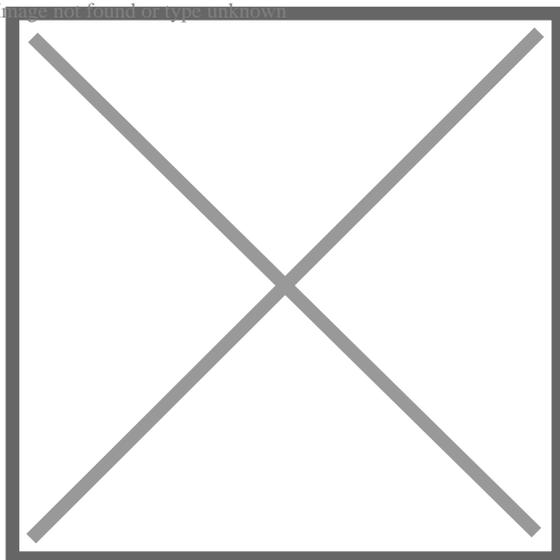


PL 4815-2009 NT 19.10.2021

versão ajustada em 19.10.2021

Image not found or type unknown



Resumo Executivo

PL 4.815/2009 | CSSF

REJEIÇÃO

AUTOR: DEP. DR. NECHAR (PV/SP)

RELATOR: DEP. BENEDITA DA SILVA
(PT/RJ)

TRAMITAÇÃO: CSSF • CDC • CCJC
(SUJEITO À APRECIÇÃO DO
PLENÁRIO)

EMENTA: Publicidade dirigida ao público infantil.

TAGS: Publicidade, publicidade infantil.

SE A PROPOSIÇÃO FOR APROVADA

- Violará a Constituição Federal ao buscar regulamentar tipo de propaganda não previsto no rol taxativo que prevê quais tipos de propaganda estarão sujeitos à regulamentação específica.
- Desconsiderará que o sistema de proteção e defesa do consumidor já possui salvaguardas suficientes para prevenir abusos, incluindo vedação expressa à publicidade que “se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança”.

O PL 4815/2009 altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para disciplinar a propaganda e o comércio de produtos destinados ao público infantil.

Em que pese o mérito das justificações do PL e do substitutivo, o texto acaba indo de encontro ao disposto na Constituição Federal e ao racional consagrado pelo sistema de proteção e defesa do consumidor.

INCOMPATIBILIDADE COM A CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Na realidade, o que o PL busca é tornar enganoso e abusivo todo e qualquer tipo de publicidade que se dirija, de qualquer forma, ao público infantil.

Essa tentativa viola a CF, que determina expressamente quais tipos de propaganda estarão sujeitos à regulamentação específica, sendo que a publicidade voltada ao público infantil não se encontra nesse rol taxativo.

DESNECESSIDADE

O Código de Defesa do Consumidor, produto de amplo e democrático debate entre Congresso Nacional e sociedade civil, **já possui dispositivos limitadores às práticas abusivas**, inclusive com relação à publicidade dirigida ao público infantil.

Ainda, o CDC prevê expressamente que a publicidade é enganosa ou abusiva quando “se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança”.

Na prática, observa-se que essa previsão tem sido suficiente para prevenir abusos e proteger as crianças, não sendo necessária a adoção de medida tão drástica e impactante como vedar genericamente todo e qualquer tipo de publicidade dirigida a este público.

PL 4.815/2009 | CONCLUSÃO

REJEIÇÃO

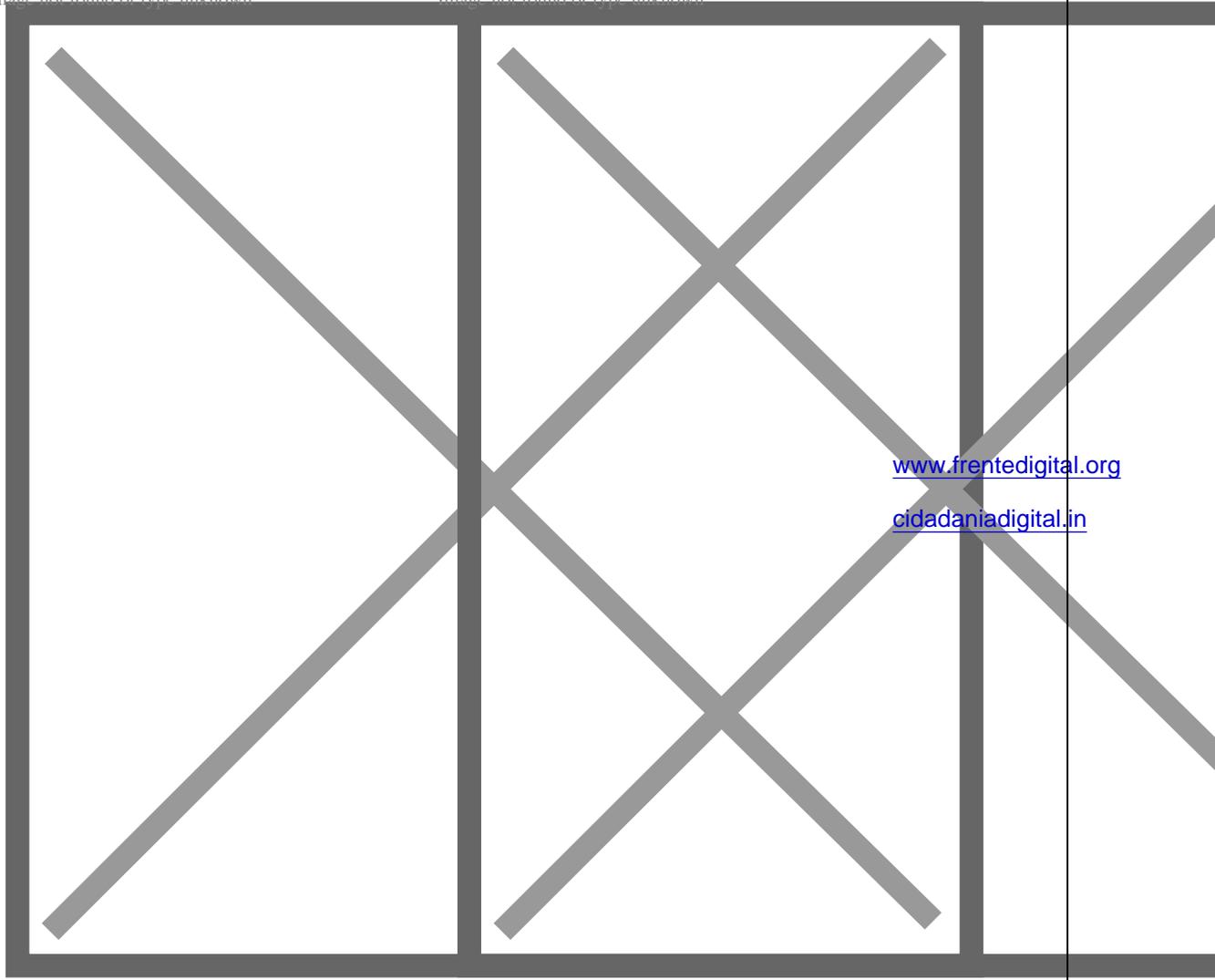
A vedação completa de publicidade voltada ao público infantil é inconstitucional e contrária ao racional consagrado no sistema de proteção e defesa do consumidor, que já possui limitadores suficientes para prevenir abusos.

A adoção dessa medida pode prejudicar diversas atividades comerciais, e, em última instância, os próprios consumidores. A imposição de restrições abrangentes como a que se pretende deve passar por um severo crivo de necessidade, proporcionalidade e adequação.



Image not found or type unknown

Image not found or type unknown



www.frentedigital.org

cidadaniadigital.in

Powered by  Wordable

Category

1. Conteúdo Restrito

Date

18/10/2024

Date Created

11/01/2024