

59- FEST FOOD IMAGENS REAIS

TÍTULO: Projeto de Lei nº 59, de 2026 – Publicidade de Produtos Alimentícios

OBJETIVO: Combater a publicidade enganosa no setor alimentício, exigindo representação visual fiel dos produtos nas comunicações mercadológicas.

REFERENCIAL NORMATIVO: Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

PRINCIPAIS DISPOSIÇÕES:

1. **Obrigação de fidelidade:** Imagens, fotografias, vídeos e representações visuais de alimentos devem corresponder exatamente ao produto entregue ao consumidor final, considerando cor, textura, tamanho, proporção e aparência geral.
2. **Exceção permitida:** Uso de ilustrações, imagens simuladas ou montagens artísticas desde que identificadas com termos como “ILUSTRAÇÃO” ou “IMAGEM SIMULADA”, de forma clara, legível e com destaque visual equivalente à representação publicitária.
3. **Práticas vedadas:** Emprego de substâncias não comestíveis (ex.: cola branca, verniz, glicerina, desodorante em bastão) ou elementos de suporte artificiais que induzam o consumidor a erro quanto ao volume, densidade ou apresentação do produto.
4. **Fiscalização:** A cargo do PROCON e da ANVISA, podendo realizar testes comparativos, apreender materiais irregulares e receber denúncias.
5. **Penalidades:** Multa de 1% a 10% do faturamento bruto do último exercício, apreensão do material publicitário, suspensão imediata da veiculação e obrigatoriedade de retratação pública nos mesmos canais e com igual destaque.
6. **Direito do consumidor:** Reportar irregularidades por canal específico, com resposta em até 30 dias.
7. **Vacatio legis:** 180 dias após a publicação oficial.

JUSTIFICATIVA: A proposta visa equilibrar a liberdade criativa da publicidade com o direito à informação veraz, inspirada no princípio da boa-fé objetiva e em experiências internacionais (ex.: Reino Unido – ASA). Busca coibir práticas enganosas sem impedir a comunicação comercial legítima.

PALAVRAS-CHAVE: Publicidade de alimentos. Proteção do consumidor. Imagem

fiel. Publicidade enganosa. Transparência mercadológica.