PROJETO DE LEI Nº , DE 2014

(Do Sr. Henrique Oliveira)

Dispõe sobre a responsabilidade das celebridades em publicidade de produtos ou serviços ofertados ao mercado de consumo.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei dispõe sobre a responsabilidade das celebridades em publicidade de produtos ou serviços ofertados ao mercado de consumo.

Art. 2º A celebridade que participa de publicidade de produto ou serviço, veiculada em qualquer tipo de mídia, é solidariamente responsável ao fornecedor pela veracidade de oferta publicada.

§ 1º Entende-se por celebridade, para efeitos desta lei, qualquer pessoa que tenha sua imagem pública facilmente reconhecida pelo público em geral.

§ 2º A veracidade mencionada no caput é relativa à existência de dados técnicos objetivos que comprovem ser o produto ou serviço adequado ao consumo e com características que atendam aos preceitos da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e de outras relacionadas à defesa do consumidor.

Art. 3º A celebridade que receber do fornecedor contratante de seus serviços laudo técnico atestando a qualidade do produto

ou serviço ofertado, ressaltando o disposto no § 2º do art. 2º desta lei, fica eximida da responsabilidade de que trata esta lei.

Art. 4º Os infratores do disposto nesta lei sujeitam-se às sanções administrativas, civis e penais dispostas na lei nº 8.078, de 1990, sem prejuízo de outras dispostas pela legislação em vigor.

Art. 5º Esta lei entra em vigor em 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A publicidade é uma das armas mais poderosas utilizadas pelos fornecedores para promover e vender seus produtos e serviços. Persuadir o consumidor a comprar é o objetivo de qualquer campanha de marketing.

O marketing e a publicidade são instrumentos legais e fazem parte do sistema capitalista e de livre mercado em que estamos inseridos. Não obstante, é preciso haver certos limites quanto ao tipo de pressão que é exercida pela publicidade. Maior ainda é a necessidade de se coibir quaisquer tipos de publicidade quando veicular oferta que seja abusiva ou lesiva aos interesses do consumidor.

As celebridades têm um papel importantíssimo neste processo pela credibilidade que emprestam a qualquer produto ou serviço que estejam divulgando. A questão é que as celebridades são conhecidas pelo público e as pessoas constroem, inconscientemente, uma identidade com essas celebridades, e passam a confiar nelas como se fossem amigos próximos, gerando uma confiança irracional em tudo o que a celebridade diz ou atesta.

Por isso, é óbvio que existe certa responsabilidade da celebridade nas publicidades de que participa. Porém, como participar de campanhas publicitárias é parte da fonte de renda das celebridades, propomos no projeto que essas celebridades possam ser eximidas da responsabilidade

nos casos em que tiverem a garantia documentada do fornecedor de que a oferta não viola de forma alguma os direitos do consumidor.

Acreditando que o presente projeto de lei busca a proteção do consumidor brasileiro, sem esquecer-se do equilíbrio necessário às relações de consumo, pedimos o apoio dos nobres pares para a aprovação desta proposição.

Sala das Sessões, em de de 2014.

Deputado Henrique Oliveira