

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 768, DE 2011

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção aos direitos do consumidor e dá outras providências, para facilitar a localização de anunciantes de bens e serviços.

Autor: Deputado LINCOLN PORTELA

Relator: Deputado SANDES JÚNIOR

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 768, de 2011, de autoria do Deputado Lincoln Portela, tem por objetivo alterar o Código de Defesa do Consumidor – CDC, determinando que toda oferta de bens e serviços veiculada mediante publicidade ou anúncio em jornal, revista, rádio, televisão ou sítios de venda na Internet contenha o endereço ou o telefone fixo do anunciante. Além disso, a proposição prevê a aplicação de multa diária de duzentos reais ao veículo de comunicação que publicar anúncio em desconformidade com o disposto no projeto.

De acordo com o despacho expedido pela Mesa da Câmara dos Deputados, a proposição em análise deverá ser apreciada pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela Comissão de Defesa do Consumidor e pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (art. 54 do Regimento Interno).

No prazo regimental, não foram apresentadas, nesta Comissão, emendas ao Projeto.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

O desenvolvimento das telecomunicações e a digitalização das mídias vêm causando grandes transformações nas relações de consumo. Essa revolução tecnológica reflete-se no avanço significativo de setores que há até bem pouco tempo ocupavam espaço inexpressivo no cenário econômico brasileiro. É o caso do comércio eletrônico, cujo faturamento saltou de apenas 540 milhões de reais, em 2001, para 14,8 bilhões de reais, em 2010. No mesmo período, o número de consumidores “on-line” passou de 1,1 milhão para 23 milhões.

Da mesma forma, a massificação do acesso à telefonia celular também tem contribuído para alterar a dinâmica das relações comerciais. Dados da Agência Nacional de Telecomunicações mostram que, ao final de agosto de 2011, existiam mais de 224 milhões de celulares habilitados no País. Hoje, considerável parcela de prestadores de serviços e fornecedores de produtos tem empregado as redes de comunicação móvel como principal meio para veiculação de publicidade e relacionamento com seus clientes.

Porém, se por um lado a democratização dos meios de comunicação tem ampliado as oportunidades de acesso ao mercado de consumo, gerando benefícios para toda a cadeia produtiva, por outro a sociedade brasileira tem observado com grande preocupação a proliferação da ação de criminosos que se aproveitam da crescente virtualização das relações consumeristas para aplicar as mais diversas modalidades de fraudes.

Dentre as condutas ilícitas mais recorrentes incluem-se as transações realizadas por meio de sítios de vendas na Internet em que o suposto fornecedor não entrega a mercadoria prometida ao consumidor, mesmo após receber o pagamento pelo produto. Essa situação revela-se ainda mais alarmante se considerarmos que a legislação brasileira ainda não dispõe

de instrumentos que afastem, em definitivo, a ameaça da disseminação dos delitos praticados no espaço cibernético.

Prática semelhante ocorre quando falsos anunciantes se utilizam do telefone celular para estabelecer vínculo com a clientela e, após a execução de alguma manobra desonesta, desabilitam prontamente a linha telefônica, causando prejuízos para o consumidor e deixando as autoridades policiais e judiciárias sem qualquer referência para investigá-los.

Diante desse cenário de vulnerabilidade e desamparo do cidadão perante o mercado de consumo, consideramos plenamente meritória e oportuna a iniciativa apresentada pelo autor do Projeto de Lei em exame. A proposição, ao mesmo tempo em que obriga os anunciantes a fornecerem seu endereço ou telefone fixo em adendo ao próprio anúncio veiculado, também imputa aos meios de comunicação a responsabilidade pela divulgação de produtos e serviços em conformidade com o disposto no projeto. A medida permitirá que o fornecedor que descumprir os termos da relação pactuada com o consumidor possa ser localizado com maior facilidade, reduzindo o risco da aplicação de fraudes em ambientes não presenciais.

Entendemos que o estabelecimento de parâmetros mínimos de identificação do anunciante, mediante a prestação obrigatória de informações sobre suas referências, conferirá maior segurança e estabilidade às relações de consumo, inibindo, assim, o crescimento dos golpes no comércio engendrados por intermédio dos meios de comunicação social.

Temos, contudo, uma emenda a propor, que ampliará a aplicabilidade da lei. A alteração é restrita à nova redação que se pretende dar ao § 2º do art. 33 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Com essa nova redação, será possível que o provimento de informações relevantes sobre o produto ou serviço anunciado seja complementado, alternativamente, por endereço de sítio na internet ou por meio de número telefônico apto a receber ligações gratuitas do consumidor indicados na peça publicitária. Desse modo, será obrigatória a disponibilização de ao menos um canal de comunicação gratuito, seja ele um sítio na internet, seja um número telefônico de discagem gratuita.

Por todo o exposto, votamos pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei nº 768, de 2011, com **UMA EMENDA** que a seguir apresentamos.

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputado Sandes Júnior
Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 768, DE 2011

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção aos direitos do consumidor e dá outras providências, para facilitar a localização de anunciantes de bens e serviços.

Autor: Deputado LINCOLN PORTELA

Relator: Deputado SANDES JÚNIOR

EMENDA

Dê-se ao art. 2º do projeto a seguinte redação:

“Art 2º O art. 33 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 33

.....

§ 1º É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina.

§ 2º **Em** toda oferta de bens e serviços veiculada mediante publicidade ou anúncio de jornal, revista, rádio, televisão ou por meio de sítios na internet, **deverão ser prestadas informações sobre o** endereço e o telefone fixo do anunciante, **podendo estas, alternativamente, ser substituídas pelo endereço de sítio na internet do**

anunciante e por número telefônico apto a receber gratuitamente ligações do consumidor.

§ 3º A publicação de publicidade ou anúncio que não atenda ao disposto no § 2º deste artigo ensejará ao veículo de comunicação ou empresa responsável a aplicação de multa pecuniária de R\$ 200,00 (duzentos reais) por dia, sem prejuízo de outras penalidades aplicáveis, na forma da regulamentação. (NR)”

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputado Sandes Júnior
Relator