

**PROJETO DE LEI N.º**                      **DE 2003.**  
**(Do Sr. Wilson Santos)**

Acrescenta parágrafo único ao art.  
67 da Lei n.º 8.078, de 11 de  
setembro de 1990.

O Congresso Nacional decreta:

**Art. 1º** - O art. 67 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

***"Parágrafo Único** – Incorrerão nas mesmas penas o autor da  
publicidade enganosa ou abusiva, bem como a agência de publicidade  
que participar de sua realização."*

**Art. 2º** - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

**JUSTIFICATIVA**

Não é de hoje que a boa fé dos consumidores é traída por publicidade enganosa ou abusiva. Amiúde, fornecedores inescrupulosos valem-se do poder da mídia para enganar os cidadãos a respeito da qualidade ou das propriedades inexistentes em seus produtos, muitas vezes inócuos ou até mesmo prejudiciais ao consumidor.

Quando uma renomada agência de publicidade empresta sua capacidade de comunicação e credibilidade a determinado produto está assumindo uma responsabilidade perante a sociedade. Na verdade, está afiançando a veracidade das informações contidas nessa publicidade.

É necessário punir a irresponsabilidade desses agentes, caso contrário estaremos incentivando sua participação em fraudes, vigarices e trapanças com sérios prejuízos ao consumidor.

Não devemos admitir que tanto o autor de peças publicitárias quanto as agências de publicidade ganhem dinheiro, irresponsavelmente, às custas da ingenuidade do cidadão, promovendo empresas de capitalização e construtoras à beira da falência ou produtos que prometem sem cumprir, por exemplo, a cura da calvície, da celulite, do stress da vida moderna, enfim, ludibriando o cidadão.

O Código é claro, pune quem promove publicidade que **sabe ou deveria saber ser enganosa**. Portanto, não podemos relevar a imprudência de quem executa a publicidade e no afã de ganhar algum dinheiro colabora ativamente para a promoção de empresas e produtos que trarão prejuízo ao consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor, no art. 37, define e veda a publicidade enganosa e abusiva e, no art. 67, define como crime e estabelece penas para quem faz ou promove publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva. No entanto, falta clareza a respeito de quem deve ser apenado pela conduta ali tipificada. Em nosso entendimento, é imprescindível o acréscimo do parágrafo proposto, a fim de deixar claro que o autor e agência de publicidade terão responsabilidade e serão punidos por sua participação. Dessa forma, estaremos, sem dúvida, fazendo maior a proteção e a defesa do consumidor.

Pelas razões expostas acima, esperamos contar com o apoio dos ilustres Pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em

2003.

**Deputado WILSON SANTOS**