

**Projeto de Lei nº , de 2013.
(Do Sr. Luiz Carlos)**

Altera a redação ao § 3º do art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para incluir dispositivo no rol de propaganda enganosa por omissão.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O § 3º do art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Proteção e Defesa do Consumidor – passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 37.

.....
§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço e do seu preço, devendo qualquer informação que restrinja ou altere a informação principal ser veiculada no mesmo padrão, tamanho e destaque dessa.”

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

JUSTIFICAÇÃO

É recorrente a prática adotada em informativos publicitários, qualquer que seja o veículo de comunicação utilizado, de restringir ou alterar a oferta por meio de informações menos visíveis, como padrão e tamanho diferenciados que dificultam ou, para alguns consumidores, impedem a leitura.

6D94816658

Essa prática afronta um dos princípios basilares da publicidade, qual seja, o da veracidade, que veda a difusão de informações inverídicas ou que levem o consumidor a erro.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990) em vários dispositivos veda essa prática como, por exemplo, no art. 36, ao estabelecer que *“A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.”*. Por extensão, as condições da oferta do produto ou serviço, assim como suas restrições, também devem ser de fácil e imediata identificação.

As sanções pela inobservância dessas regras estão previstas no art. 66 (*“Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre ... preço ou garantia de produtos ou serviços*), cuja pena será de detenção de três meses a um ano e multa. A mesma pena será aplicada a quem fizer ou promover *“... publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva”*. (art. 67)

A sociedade hoje exige de seus governantes e das instituições cada vez mais transparência nas suas relações com o público. A lei de acesso à informação, as cobranças por melhorias nos mais diversos setores observadas nas recentes manifestações, as denúncias que constantemente circulam na mídia e nas redes sociais demonstram que a participação do cidadão está voltada para exigir seus direitos. E nada é tão desolador, para não dizer revoltante até, quando se deixa de considerar um dos mais elementares direitos do ser humano: o respeito.

O presente projeto de lei objetiva reforçar esse direito ao considerar enganosa a publicidade que contenha qualquer restrição que esteja em tamanho ou padrão diverso da informação principal.

Sala das Sessões, em _____ de _____ de 2013.

Deputado LUIZ CARLOS

PSDB – AP

6D94816658

6D94816658