



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 6.717, 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.

**DESPACHO:**

APENSE-SE AO PL 3190/1997.

**APRECIÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário.

**PUBLICAÇÃO INICIAL**

Art. 137, caput - RICD

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.

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 06 de novembro de 2013.

**Deputado LUIZ CARLOS  
PSDB – AP**

<p><b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</b></p>
---

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

.....

**CAPÍTULO V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

.....

**Seção III  
Da Publicidade**

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (VETADO).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

## TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposos;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Parágrafo único. (VETADO).

**FIM DO DOCUMENTO**