



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 791, DE 2015

(Do Sr. Rômulo Gouveia)

Institui a obrigatoriedade de o anunciante destacar a natureza e o nome de produtos objeto de publicidade, e dá outras providências.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-3190/1997.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os anunciantes de peças de publicidade criadas para o consumidor final de seus produtos, divulgadas nos meios de comunicação visual, auditiva ou combinação destes, ficam obrigados a destacar a natureza e o nome dos respectivos produtos anunciados.

Art. 2º As empresas especializadas na concepção, execução e distribuição de publicidade destinada ao consumidor final de produto, assim como os veículos de divulgação escolhidos para a veiculação, não poderão criar ou divulgar peças de publicidade sem a expressa menção da natureza e do nome do produto em questão.

Art. 3º O descumprimento desta lei sujeita o infrator às sanções administrativas cabíveis estabelecidas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º. Esta lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A publicidade de um determinado produto industrial tem o objetivo de convencer as pessoas que são por ela alcançadas pelos diferentes meios de comunicação escolhidos a adquirirem tal produto, em função de suas características e propriedades, destacadas nas peças publicitárias.

A segmentação do mercado consumidor tem levado os anunciantes a veicularem diferentes tipos de publicidade e oferta para divulgar e informar os consumidores potenciais dos vários produtos que colocam à venda.

Para os segmentos de consumidores de renda mais elevada, e dependendo do veículo de divulgação, a publicidade tem se tornado cada vez mais hermética e carregada de símbolos, em detrimento de informações sobre o produto. Este tipo de publicidade até omite, frequentemente, qual o produto que está à venda, o que exclui do grupo alvo do anunciante a parcela de cidadãos que tem deficiências sensoriais, notadamente de visão ou audição, mas que se situa na faixa sócio-econômica a que se destina a publicidade. Deste modo, um cego pode não entender um anúncio que esteja a escutar por aparelho de rádio ou televisor, ou um surdo não compreender um anúncio televisado.

Ao obrigar os anunciantes a explicitar qual produto é o objeto da peça ou campanha publicitária, e proibir os meios de comunicação que as divulgam de aceitá-las se não informarem, claramente, a natureza e o nome do produto, pretende-se proteger as pessoas com as deficiências mais comuns na sociedade. Destaque-se que as obrigações propostas não teriam impacto significativo nos custos da publicidade.

Pelo interesse social que a proposição apresenta, contamos como apoio dos nobres Pares para seu aperfeiçoamento e aprovação.

Sala das Sessões, em 18 de março de 2015.

Deputado **RÔMULO GOUVEIA**
PSD/PB

<p>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</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 VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;

- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. [*“\(Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993\)*](#)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. [*\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993\)*](#)

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO
