

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, MEIO AMBIENTE E MINORIAS

PROJETO DE LEI Nº 237, DE 2003

Acrescenta o parágrafo 5º ao art. 37 da Lei nº 8.078, de 1990.

Autor: Deputado BISMARCK MAIA

Relator: Deputado ALEX CANZIANI

I - RELATÓRIO

O projeto de lei sob epígrafe, ao propor a inclusão de um novo parágrafo 5º ao art. 37 da Lei nº 8.078/90, tem por objetivo obrigar os anunciantes, que se utilizam de mensagem publicitária na televisão, a fixarem a parte escrita da mensagem publicitário no vídeo, de modo a permanecer visível ao telespectador por tempo suficiente à leitura completa do texto. O projeto ainda veda a exposição de textos em mensagem publicitária na televisão, cuja diagramação seja feita de modo vertical.

A proposição foi distribuída preliminarmente a esta Comissão, seguindo posteriormente à douta Comissão de Constituição e Justiça e de Redação.

No âmbito desta Comissão, no prazo regimental de cinco sessões, nenhuma emenda foi apresentada à proposição.

II - VOTO DO RELATOR

De fato, concordamos com a preocupação esboçada pelo ilustre autor do PL 237/03, na medida em que faz-se necessário disciplinar a veiculação de mensagens publicitárias na televisão que têm a finalidade de vender algum produto ao consumidor, ou esclarecê-lo acerca de alguma questão relacionada com o produto. Tal propósito merece ser objeto de proposição legislativa em razão de alguns abusos que vêm sendo cometido pelos anunciantes em detrimento da qualidade de informação que é assegurada ao consumidor pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

Argumenta o nobre autor, Deputado Bismarck Maia, que: “É corriqueiro assistirmos a ofertas de produtos e serviços na televisão, nas quais aparecem mensagens escritas contendo informações sobre preço, condições de pagamento, qualidade e garantia e características dos bens anunciados. Porém, muitas vezes, algumas dessas informações escritas permanecem na tela do televisor por período de tempo insuficiente para que o telespectador faça sua leitura, tornando, assim, a mensagem omissa, haja vista que não informa, de fato, o consumidor”.

Realmente, a falta de um parâmetro para a veiculação de anúncios publicitários na televisão vem ensejando uma série de anúncios que não trazem nenhum esclarecimento ou informação relevante para o consumidor, servindo tão-somente para ludibriá-lo, na maioria das vezes, ou para criar dúvidas e confusões acerca do que está sendo publicado.

Portanto, parece-nos inquestionável a necessidade do Legislador em proteger os direitos do consumidor já consagrados no corpo do art. 37 da Lei nº 8.078/90, permitindo uma maior explicitação dos deveres dos anunciantes que se utilizam do veículo “televisão” para publicar suas mensagens publicitárias.

Entendemos como meritória a proposição sob comentário, na medida em que, no tocante à definição de regras para a veiculação de mensagem publicitária na televisão, estará melhor disciplinando sua sujeição ao disposto no art. 37 do CDC, atendendo satisfatoriamente a necessidade de se assegurar o direito de informação sobre o produto que o Código consagrou ao consumidor.

Face ao exposto, votamos pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 237, de 2003.

Sala da Comissão, em 10 de junho de 2003.

Deputado **ALEX CANZIANI**
Relator

30635300.191