



C0062594A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.626, DE 2016

(Do Sr. Marcos Rotta)

Obriga a divulgação de preços de produtos e serviços para o consumidor em anúncios publicitários.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6733/2002.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL
Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei obriga a divulgação de preços de produtos e serviços para o consumidor em anúncios publicitários.

Art. 2º Para os fins desta Lei, entende-se por anúncio qualquer espécie de publicidade, seja qual for o meio que a veicule.

Art. 3º O anúncio deverá conter informação adequada e clara sobre os produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, formas de pagamento à vista ou prazo, bem como os riscos que apresentem.

Parágrafo único. Se houver a opção de pagamento parcelado, o anúncio deverá conter o montante de juros e o valor efetivo total a prazo.

Art. 4º As informações deverão ocupar, no mínimo, um espaço de 10 % (dez por cento) de todo o anúncio publicitário.

Art. 5º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeitará os infratores à pena de multa prevista no art. 56, I, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 6º A fiscalização desta Lei e a aplicação da penalidade nela prevista caberão aos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, no âmbito de suas respectivas competências, e os valores arrecadados reverterão para o Fundo pertinente à pessoa jurídica de direito público que impuser a sanção, nos termos da legislação aplicável.

Art. 7º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor – CDC), prestigia o dever fundamental de transparência e boa-fé nas relações de consumo, exigindo, tanto na oferta quanto na publicidade dos produtos e serviços, informação adequada, precisa e clara aos consumidores.

A racionalidade subjacente é a de que, somente aparelhado com todos os dados relevantes acerca do produto ou serviço, poderá o consumidor exercer de forma verdadeiramente livre e consciente o ato de consumo.

Existem dois momentos fundamentais de divulgação da informação antes da contratação propriamente dita. Há uma fase obrigatória, que envolve a oferta e a apresentação dos produtos e serviços em que, segundo o art. 31 do CDC, deve-se fornecer uma lista de dados compulsórios aptos a identificar com absoluta precisão todas as informações passíveis de influenciar a decisão de aquisição pelo consumidor.

Mas há uma fase anterior, a da publicidade, que, por si, não compõe uma obrigação do fornecedor. Com efeito, não há, obviamente, na nossa regulação do mercado de consumo, a obrigação de promover publicidade. Entretanto, se o fornecedor decidir empregá-la, haverá de seguir estritamente os preceitos aplicáveis a essa forma de comunicação.

E um dos preceitos basilares, além da proibição de enganosidade e abusividade, é o de que a publicidade “sufficientemente precisa” vincula o fornecedor às condições oferecidas. Não há, contudo, a exigência, nessa fase, de informação completa sobre preço, características, qualidade, quantidade, composição, dentre outros aspectos do produto ou serviço.

O objetivo deste projeto é aprimorar a proteção ao consumidor na publicidade, determinando que os anúncios – independentemente da forma adotada – tragam também os referidos elementos compulsórios da oferta e apresentação.

Entendemos que esse grau mais elevado de acuidade e transparência na comunicação publicitária interessa a todos os atores da relação de consumo, pois oferece um arsenal prévio e mais completo de dados para que o consumidor forme sua convicção. Ademais, municia o consumidor com instrumental mais efetivo para promover o controle da publicidade e demandar o cumprimento de cada uma daquelas condições informadas, especialmente quanto ao preço e as demais características do produto anunciado.

O descumprimento dos comandos desta proposta de lei sujeitará os infratores à pena de multa, nos contornos já estabelecidos pelo CDC.

Conto com a preciosa colaboração dos meus nobres Pares para o aprimoramento e posterior aprovação do Projeto.

Sala das Sessões, em 7 de dezembro de 2016.

Deputado **MARCOS ROTTA**

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI N° 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 I
Das Disposições Gerais

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Seção II
Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. (Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a sua publicação)

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

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