



OF/PRES/039/16

Conselho Nacional de
Autorregulamentação Publicitária

São Paulo, 12 de dezembro de 2016

Senhor Presidente

O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária tem a honra de vir à presença de V.Exa. para demonstrar sua estranheza quanto ao teor do PL nº 6626/16, do ilustre Deputado Federal Marcos Rotta, que pretende obrigar todo anúncio publicitário, qualquer que seja o meio que o veicule, a disponibilizar o preço para o consumidor do produto ou serviço anunciado.

O Brasil conta já com um formidável sistema de controle da publicidade, equiparado ao dos países mais evoluídos do mundo, composto de legislação e autorregulamentação, aquela - sobremaneira - representada pelo Código de Defesa do Consumidor e esta pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, e seus respectivos operadores.

Isto resultou, conforme levantamentos do Ministério da Justiça, através do SINDEC, no fato de que a propaganda comercial é uma das atividades econômicas que menos recebe queixas da população brasileira (na ordem de 1,5% do total de reclamações fundamentadas junto aos Procons e equivalentes).

Acresce, ainda, anotar que tramitam pelo Congresso Nacional iniciativas que propõem a revisão sistemática do CDC (PLs 3514/15 e 3515/15) objeto de aprofundados estudos das comunidades jurídica e consumerista, para atualizar aquele instrumento, em face sobretudo de fenômenos mais recentes como o superendividamento e o comércio eletrônico, por exemplo.

Tais projetos operaram uma completa releitura do Código e representam o anseio geral.

Por outro lado, quanto à iniciativa objeto deste ofício, contém ele insanável desconhecimento sobre o marketing das empresas, que nem sempre aconselha ou permite a menção a preços de produtos e serviços, como nos casos de propaganda institucional, recordatória, de reforço de marca ou relançamento e os "teasers".

Parece à melhor doutrina, já consagrada, que é bastante o fato de, havendo menção a preço, este constar de forma correta e clara. Satisfaz-se, assim, o interesse dos consumidores por uma publicidade veraz.

A exigência preconizada incorre em atraso conceitual, empobrecendo a atividade publicitária brasileira, expropriando-lhe um décimo do espaço ou tempo contratados para divulgação, sem real benefício para a sociedade.

210683



Conselho Nacional de
Autorregulamentação Publicitária

Cientes de sua preocupação quanto ao aperfeiçoamento da legislação pátria, estamos seguros de que a tramitação do PL 6626/16 seguirá as cautelas aconselháveis.

Atenciosamente



GILBERTO C. LEIFERT
Presidente

Exmo. Sr.
Deputado Federal Rodrigo Maia
DD. Presidente da Câmara dos Deputados
Praça dos Três Poderes – Câmara dos Deputados
Gabinete: 308 – Anexo IV
70160-900 – Brasília - DF