



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

REQUERIMENTO Nº DE 2017
(Do Sr. Celso Russomanno)

Requer a realização de Audiência Pública para debater a publicidade abusiva veiculada pela empresa automotiva Nissan referente à nova Frontier Nissan, denominada “O Caçador de Nuvens”, e pela distribuidora de combustíveis Ipiranga referente ao comercial denominado “Vencedor”

Senhor Presidente,

Requeiro, nos termos dos artigos 255 e 256 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, a realização de reunião de audiência pública, para debater a publicidade abusiva veiculada nos comerciais “O Caçador de Nuvens” da empresa automotiva Nissan, e “Vencedor”, veiculado pela distribuidora de combustíveis Ipiranga

Solicitamos a presença dos seguintes convidados:

- Representante do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR
- Diretora do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça
- Procuradoria Federal de Defesa dos Direitos do Cidadão
- Representantes das empresas Ipiranga e Nissan
- Agências de Publicidade Guia Marketing e Talent Marcel

Justificativa

A peça publicitária conhecida como “O Caçador de Nuvens” veiculada para divulgar a nova caminhonete Nissan Frontier faz referência a um automóvel



CÂMARA DOS DEPUTADOS

que tem a capacidade de recolher de uma tormenta que circunda um local montanhoso e de difícil acesso, uma nuvem de chuva que pode ser deslocada para outro local. Tal induzimento é claramente fantasioso, inclusive podendo surtir efeitos negativos em regiões mais áridas do País. Essa possibilidade flagrantemente enganosa, principalmente em consumidores em situação de vulnerabilidade e deficiência de julgamento, seja por ingenuidade ou inexperiência, fere o Código de Defesa do Consumidor, uma vez que a publicidade não pode ser falsa ou levar a erro e deve possuir base fática, técnica ou científica.

A peça “Vencedor” destinada a divulgar a cadeia de postos de combustíveis da empresa Ipiranga demonstra um show de perguntas e respostas no qual o participante ao não saber responder a pergunta final solicita ajuda a alguns adolescentes participantes, que, por sua vez, aguardam a resposta do personagem, conhecido pelo bordão: “pergunta lá no Posto Ipiranga”, o qual se encontra em outro local acompanhando o programa. Imediatamente o personagem repassa a resposta por meio de ponto eletrônico aos adolescentes, que a transmite ao participante, o que faz com que ele acerte a questão por meio de uma verdadeira “cola” eletrônica, conduta altamente reprovável.

Portanto, as referidas peças publicitárias produzem um verdadeiro dano à coletividade, em total desacordo aos princípios estabelecidos pelos Arts. 36 e 37 do Código de Defesa do Consumidor, contraria a moral coletiva e os princípios éticos da sociedade, agride o direito dos jovens e adolescentes de terem uma informação baseada nos valores da pessoa e da família, como defende a Constituição e o Estatuto da Criança e do Adolescente e permite ao hipossuficiente se portar de maneira prejudicial ou de forma perigosa à sua saúde ou segurança, podendo inclusive caracterizar como crimes ao consumidor previsto nos Art. 67 e 69 do Código.

Sala da Comissão, em de junho de 2017

Deputado CELSO RUSSOMANNO (PRB/SP)