



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CDC AO PL Nº 3.646, DE 2008

Acrescenta novo art. 124-A à Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que institui o Código Brasileiro de Telecomunicações, para definir regras para a publicidade comercial nas emissoras de televisão.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta novo art. 124-A à Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que institui o Código Brasileiro de Telecomunicações, com a finalidade de definir regras para a publicidade comercial nas emissoras de televisão

Art. 2º A Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 124-A:

“Art. 124-A. As informações exibidas nos comerciais de televisão em forma de propaganda, publicidade, informação ou qualquer outra forma, sejam escritas, numéricas, de caracteres ou símbolos, deverão ser legíveis, de fácil compreensão e com tempo hábil para a leitura dos enunciados.

§ 1º Nos comerciais exibidos em televisão fica proibida a exibição de informações em letras de tamanho reduzido, inferior ao equivalente a tamanho 11 da Fonte “Times New Roman”, e em ritmo que torne impossível a leitura.

§ 2º Alternativamente, a mensagem publicitária poderá divulgar um número telefônico que receba ligações gratuitas ou um endereço virtual, da rede mundial de computadores, pelos quais o interessado poderá obter

informações complementares sobre o produto objeto do anúncio.

§ 3º Os anúncios veiculados por meio de jornais e revistas, inclusive em suas versões eletrônicas, divulgarão um número telefônico que receba ligações gratuitas ou um endereço virtual da rede mundial de computadores, pelos quais os interessados poderão obter informações complementares sobre o produto objeto do anúncio ou, alternativamente, divulgar as informações no próprio corpo do anúncio, utilizando-se para tanto de letras e caracteres com equivalência ao que seria obtido com Fonte “Times New Roman”, tamanho 11, ou equivalente.

§ 4º As informações constantes nos anúncios veiculados e nas formas complementares de divulgação disciplinadas neste artigo deverão, obrigatoriamente, estar disponíveis nos pontos-de-venda, e integram o contrato, nos termos da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990”. (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor no prazo de cento e oitenta dias de sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em 05 de setembro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Presidente