

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 3.617, DE 2019

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para instituir multa diária em caso de não realização da contrapropaganda.

Autor: SENADO FEDERAL - RODRIGO CUNHA

Relator: Deputado DUARTE JR.

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 3.617, de 2019, de autoria do Senador Rodrigo Cunha, visa alterar a redação do art. 60 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), a fim de incluir a possibilidade de arbitramento de multa diária ao fornecedor em caso de descumprimento da obrigação de contrapropaganda. Para tanto, deve-se observar a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, sendo o valor da multa revertido ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos ou aos fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor.

O projeto foi distribuído às Comissões de Defesa do Consumidor; Finanças e Tributação (art. 54 RICD) e de Constituição e Justiça e de Cidadania (art. 54 RICD).



* C D 2 4 6 5 9 9 6 0 6 0 0 *

A apreciação da proposição é conclusiva pelas Comissões e seu regime de tramitação é prioridade, conforme o art. 24, inciso II, e o art. 151, inciso II, ambos do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD).

No âmbito desta Comissão de Defesa do Consumidor, não foram apresentadas emendas no prazo regimental.

É o relatório.

Apresentação: 12/11/2024 20:54:18,400 - CDC
PRL 1 CDC => PL 3617/2019

PRL n.1



* C D 2 2 4 6 5 9 9 9 6 0 6 0 0 *



II - VOTO DO RELATOR

Nos termos do art. 32, inciso V, do RICD, cabe à Comissão de Defesa do Consumidor a análise da matéria sob a seguinte ótica: a) economia popular e repressão ao abuso do poder econômico; b) relações de consumo e medidas de defesa do consumidor; c) composição, qualidade, apresentação, publicidade e distribuição de bens e serviços.

Nesse contexto, entendemos salutar a inclusão da possibilidade de aplicação de multa diária em caso de não realização ou demora na publicação da respectiva contrapropaganda, vez que contribui diretamente para a garantia dos direitos dos consumidores.

Atualmente o art. 60 do CDC prevê que a imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator. E o § 1º determina que a contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

A contrapropaganda tem a finalidade de cessar, ou pelo menos amenizar, os efeitos negativos da veiculação de publicidade enganosa ou abusiva, corrigindo a informação equivocada ou abusiva dada ao consumidor pelo fornecedor.

Para que a contrapropaganda seja efetiva, deve ser realizada na mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente, no mesmo veículo, local, espaço e horário, a fim de que o mesmo público seja alcançado e devidamente alertado.

Todavia, a ausência de prazo razoável e específico ou de punição pelo não cumprimento da obrigação pode prejudicar o alcance da medida ou torná-la inócuia, seja pela sua não realização sem consequências,



* C D 2 4 6 5 9 9 9 6 0 6 0 0 *

seja pelo longo período até sua publicação, vindo a diminuir os efeitos da contrapropaganda e aumentando a probabilidade de danos aos consumidores.

Assim, a possibilidade de arbitramento de multa diária ao fornecedor em caso de descumprimento da obrigação enquanto método coercitivo, nos moldes sugeridos na proposição em análise, contribui justamente para dar efetividade à medida prevista.

Além disso, ao determinar que a multa seja arbitrada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, sendo revertida ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos ou aos fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor, assegura-se a equidade em sua aplicação e o benefício em prol da comunidade consumidora afetada.

Por fim, como destacado pelo autor da proposição, o art. 60 do CDC, em seu *caput*, faz referência erroneamente ao art. 36 e seus parágrafos, sendo que a nova redação sugerida visa sua retificação por meio da indicação do art. 37 e seus parágrafos, que tratam objetivamente da publicidade enganosa ou abusiva.

Ante o exposto, por considerar justa e relevante a proposta em exame, voto pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 3.617, de 2019.

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2024.

Deputado DUARTE JR.
Relator



* C D 2 4 6 5 9 9 9 6 0 6 0 0 *