



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.010, DE 2025

(Do Sr. João Daniel)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de neutralidade e fundamentação técnico-normativa na comunicação institucional de empresas em ambientes regulados ou sujeitos ao Código de Defesa do Consumidor, com vistas à proteção do consumidor contra indução ideológica ou erro interpretativo, e dá outras providências

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE
DEFESA DO CONSUMIDOR E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD



PROJETO DE LEI Nº ___, DE 2025
(Do Sr. JOÃO DANIEL)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de neutralidade e fundamentação técnico-normativa na comunicação institucional de empresas em ambientes regulados ou sujeitos ao Código de Defesa do Consumidor, com vistas à proteção do consumidor contra indução ideológica ou erro interpretativo, e dá outras providências

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei disciplina a comunicação institucional e comercial de empresas privadas que atuem em setores regulados ou em relações de consumo, estabelecendo padrões de neutralidade, clareza, objetividade e fundamentação técnico-normativa, com o objetivo de coibir práticas que possam induzir o consumidor a erro, desinformação ou manipulação, especialmente em questões de natureza econômica, tributária, regulatória ou de políticas públicas.

Art. 2º É vedado, na comunicação institucional ou comercial de empresas privadas dirigida a consumidores, o seguinte:

I – Atribuir, de forma genérica, imprecisa ou descontextualizada, a responsabilidade por tributos, aumentos de preços, encargos ou quaisquer outros ônus econômicos a “governos”, “autoridades”, “decisões políticas” ou agentes públicos, sem a devida, clara e expressa referência à base legal, normativa ou técnica que fundamente tal atribuição;

II – Sugerir, afirmar ou induzir, direta ou indiretamente, juízo de valor sobre políticas públicas, decisões governamentais ou atos administrativos, sem amparo técnico, normativo ou factual verificável, utilizando linguagem que distorça, simplifique indevidamente ou omita informações essenciais sobre o conteúdo regulatório ou suas implicações;

III – Fazer uso da comunicação institucional ou comercial com finalidade dissimulada de desinformação, manipulação ou indução a posicionamentos ideológicos, políticos ou eleitorais, em detrimento do direito do consumidor à informação clara, precisa e objetiva;

IV – Utilizar dados, estatísticas ou expressões que, por omissão, ambiguidade, parcialidade ou ausência de contextualização adequada, possam induzir o consumidor ao erro





CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL JOÃO DANIEL PT/SE

ou à desinformação sobre o conteúdo, alcance ou implicações de normas, tributos, regulações, atos administrativos ou fatos econômicos.

Art. 3º Toda comunicação institucional ou comercial que mencione tributos, encargos, atos do Poder Público, decisões governamentais, políticas públicas ou alterações regulatórias deverá conter, de forma clara e acessível:

I – Referência expressa à base legal, normativa ou técnica específica (lei, decreto, resolução, portaria, parecer técnico, estudo ou documento oficial) que fundamente a informação;

II – Descrição objetiva, completa e tecnicamente precisa do fato, da mudança ou da medida mencionada, evitando simplificações indevidas ou omissões que possam induzir a erro;

III – Indicação de canal de acesso (link, QR Code ou outra forma de acesso direto) para consulta integral da norma, parecer, estudo ou documento oficial invocado, garantindo a verificabilidade da informação.

Parágrafo único. A ausência ou a insuficiência dos elementos previstos neste artigo caracterizará publicidade enganosa por omissão, nos termos do Art. 37, §1º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

Art. 4º O descumprimento das disposições desta Lei sujeita o infrator às sanções administrativas previstas nos arts. 56 e seguintes da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), aplicáveis conforme a gravidade da infração, a extensão do dano e a reincidência, sem prejuízo da responsabilização civil por danos individuais ou coletivos e da responsabilização penal, quando couber.

Art. 5º Esta Lei não impede ou restringe a liberdade de expressão de empresas ou indivíduos, nos limites e garantias estabelecidos pela Constituição Federal, mas reafirma e detalha a obrigatoriedade de observância do dever de informação clara, verdadeira, objetiva, completa e tecnicamente fundamentada nas relações de consumo, em conformidade com os princípios da boa-fé objetiva e da transparência.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A presente proposta legislativa visa enfrentar uma crescente distorção nas relações de consumo: a apropriação ideológica da comunicação institucional por empresas privadas, especialmente em contextos sensíveis como a tributação, a regulação de preços ou a prestação de serviços essenciais.

Em um cenário de profunda polarização política e fragilidade da confiança pública, torna-se imperioso proteger o consumidor contra mensagens institucionais que, sob o pretexto





CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL JOÃO DANIEL PT/SE

de informar, disseminam juízos políticos, acusações genéricas a governos ou autoridades, ou promovem confusão entre decisões administrativas e decisões políticas.

Recentemente, consumidores relataram mensagens enviadas por empresas como a “HRD Market”, que informavam que encomendas haviam sido retidas na alfândega e atribuíram genericamente a responsabilidade a “medidas do Governo Lula”, sem qualquer menção à norma técnica, ato normativo ou contexto tributário preciso.

Outro exemplo frequente ocorre no setor farmacêutico e hospitalar, em que estabelecimentos comunicam aumentos de preços com frases como “por causa do governo”, sem esclarecer que se trata de decisões regulatórias da CMED – Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos, estabelecidas com base em fórmulas técnicas previstas pela legislação.

Em ambos os casos, o consumidor é levado a formar opiniões políticas enviesadas com base em informação truncada, configurando verdadeira manipulação ideológica dissimulada por agentes econômicos.

No âmbito das relações de consumo, vige o princípio da boa-fé objetiva, que impõe o dever de lealdade, transparência e cooperação entre fornecedor e consumidor (Art. 4º, III, do CDC). Inserir juízo político ou linguagem ideologicamente orientada em comunicações que deveriam ser estritamente técnicas fere esse princípio e viola o direito à informação clara (Art. 6º, III, CDC).

Ao responsabilizar genericamente um “governo” por um encargo tributário, sem explicitar a lei, a portaria ou o ato administrativo aplicável, a empresa deixa de informar e passa a interpretar ideologicamente um fato jurídico, convertendo uma obrigação informacional em instrumento político.

É importante ressaltar que a presente Lei não censura opiniões políticas nem interfere na liberdade de expressão empresarial ou de indivíduos. O que se propõe é uma restrição pontual à comunicação institucional em ambiente regulado, especialmente quando dirigida a consumidores em situação de vulnerabilidade informacional.

A jurisprudência do Supremo Tribunal Federal tem reafirmado que a liberdade de expressão não protege o uso abusivo da linguagem quando há risco à integridade de outros direitos fundamentais, como o direito à informação, à não discriminação e à veracidade dos fatos.

Assim como leis setoriais já exigem fundamentação técnica em publicidade sobre alimentos, medicamentos ou combustíveis, é razoável exigir que qualquer menção a normas, impostos ou decisões do poder público venha acompanhada de: Identificação da norma legal ou administrativa (lei, decreto, resolução etc.); Descrição precisa do fato gerador ou da medida adotada; Indicação de fonte verificável pelo consumidor.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL JOÃO DANIEL PT/SE

Essa exigência reforça a educação para o consumo consciente, além de coibir abusos comunicacionais com finalidade político-eleitoral.

A proposta legislativa aqui apresentada atua na interseção entre proteção do consumidor, responsabilidade social da empresa e integridade da informação em ambientes polarizados. Busca-se, por meio dela, um equilíbrio entre a liberdade empresarial e o dever de neutralidade institucional, promovendo relações de consumo baseadas em transparência, confiança e boa-fé.

Solicita-se, por isso, o apoio dos nobres parlamentares para sua aprovação, em defesa de um ambiente regulatório mais saudável, menos contaminado por narrativas ideológicas e mais comprometido com a verdade e o respeito ao cidadão-consumidor.

Sala das Sessões, de junho de 2025.

Deputado JOÃO DANIEL
(PT-SE)





CÂMARA DOS DEPUTADOS

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11:8078>

FIM DO DOCUMENTO