

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 58, DE 2003

Acrescenta parágrafo único ao art. 67 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Autor: Deputado Wilson Santos

Relator: Deputado Ariosto Holanda

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 58, de 2003, pretende alterar a redação da Lei nº 8.078, de 1990, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor, de forma a estender ao autor e à agência de publicidade responsáveis pela elaboração do anúncio a penalidade estabelecida em seu art. 67 que pune quem promove publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa.

Alega o ilustre autor da matéria que renomadas agências de publicidade, ao emprestarem sua capacidade e credibilidade a determinado produto, estão afiançando a veracidade das informações veiculadas e, portanto, assumindo uma responsabilidade perante a sociedade. No entanto, não são punidas quando se comprova que a publicidade é enganosa ou abusiva, pois o referido dispositivo não define bem a quem se aplica a penalidade de detenção ou de multa.

Cabe à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e informática posicionar-se sobre o mérito da matéria, à qual não foram apresentadas emendas durante o prazo regimental.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

O Código de Defesa do Consumidor inclui entre os direitos básicos do consumidor a proteção contra a publicidade enganosa ou abusiva. Define publicidade enganosa como qualquer modalidade de informação publicitária inteira ou parcialmente falsa que, mesmo por omissão, seja capaz de induzir em erro o consumidor sobre as características dos produtos. Já a publicidade abusiva é aquela que possui caráter discriminatório de qualquer natureza, que incite à violência, explore o medo ou a superstição, que se aproveite da deficiência de julgamento de grupos de consumidores, que desrespeite o meio ambiente ou que leve o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança.

Referida legislação inclui entre as infrações penais “fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva” e estabelece como penalidade a detenção de três meses a um ano e multa, sem definir a quem se aplicam as referidas penalidades.

Em nosso entendimento, no caso de publicidade enganosa, referida penalidade pode ser aplicada ao autor da peça publicitária ou à agência de publicidade se estes veicularem informação sabendo-a inteira ou parcialmente falsa. No entanto, eles também poderão ser inocentados quando essa publicidade for elaborada com base em informações fornecidas pelo seu cliente sem que haja a possibilidade de averiguar a veracidade dos dados recebidos, pois isso exigiria que as agências de publicidade mantivessem, por exemplo, laboratórios de testes para verificar a autenticidade dos dados que os anunciantes lhes fornecem sobre cada produto. Já a publicidade abusiva é de mais fácil identificação pelos autores e pelas agências de publicidade, pelo menos em alguns dos casos elencados pela legislação.

Da forma como está hoje redigido o dispositivo do Código de Defesa do Consumidor, cabe ao juiz determinar, em cada caso, se os autores da peça publicitária ou as agências de publicidade tinham ou não conhecimento de informações que lhes permitissem avaliar se a publicidade era enganosa ou abusiva.

A proposta do Deputado Wilson Santos parte, portanto, do pressuposto equivocado de que essas pessoas não podem ser punidas com base no que dispõe a legislação atual.

Por essa razão, votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 58, de 2003.

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2005.

Deputado Ariosto Holanda
Relator