

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
PROJETO DE LEI Nº 1.501, DE 2003

Dispõe sobre a propaganda comercial
voltada à pessoa física e dá outras
providências.

EMENDA SUBSTITUTIVA

Dê-se ao Projeto de Lei nº 1.501 de 2003, a seguinte
redação:

“O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Ficam as empresas públicas e privadas obrigadas a dar cumprimento a toda informação ou publicidade que veicularem, por qualquer forma ou meio de comunicação, referente a contratos, operações e serviços oferecidos ou prestados, que devem inclusive constar do contrato que vier a ser celebrado.

Parágrafo único. A cobrança de tarifas pela prestação de serviços por parte das instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil deve estar prevista no contrato firmado entre a instituição e o cliente ou ter sido o respectivo serviço previamente autorizado ou solicitado pelo cliente ou pelo usuário.

Art. 2º A publicidade de que trata o Art. 1º deve ser veiculada de tal forma que o público possa identificá-la de forma simples e imediata, sendo vedada a utilização de publicidade enganosa ou abusiva.

Art. 3º Aplicam-se ao infrator, as penalidades previstas em Lei.

Art. 4º O Poder Executivo designará, em regulamento, os órgãos responsáveis pela fiscalização do cumprimento das regras contidas nesta Lei, bem como pela aplicação das sanções previstas.

Art. 5º Os recursos provenientes da arrecadação das penalidades aplicadas se destinarão para o Fundo de Defesa dos Direitos Difusos.

Art. 6º As entidades de que trata a Lei nº 8.935, de 18 de novembro de 1994 sujeitam-se as disposições da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sendo obrigatória a publicação de suas demonstrações contábeis em jornal de grande circulação.

Art. 7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.”

JUSTIFICAÇÃO

Pelo Princípio da Transparência, o fornecedor é devedor de informação correta e completa, cumprindo-lhe esclarecer, avisar e predispor o consumidor a escolhas refletidas e autodeterminadas, prática que deve ser adotada por todas as empresas seja pública ou privada.

Diante da proposta que apresentamos, entendemos que os consumidores estarão devidamente resguardados quando da efetiva conclusão do negócio, ou melhor, quando o vínculo jurídico obrigacional se estabelecerá, sendo a propaganda, veiculada previamente, mero atrativo comercial sem efeito contratual, salvo o de proposta.

Diante disso, o Substitutivo não descaracteriza a idéia inicial, que é a de proteger o consumidor, mas sim, mantém de forma completa o

respeito aos consumidores, tidos em harmonia com o Código de Defesa do Consumidor, como hipossuficientes, sem incorrer em restrições legais ao direito à informação e banimento da expressão comercial de produtos lícitos.

Sala da Comissão, de outubro de 2.008.

Paes Landim
Deputado Federal – PTB/PI