

PROJETO DE LEI Nº /2010.

(Do Sr. EDMAR MOREIRA)

Dispõe sobre a proibição do uso da expressão “foto ou imagem meramente ilustrativa” nos veículos de comunicação quando a imagem não for condizente com o produto.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Fica proibida a utilização da expressão “foto ou imagem meramente ilustrativa” nas publicações de produtos nos veículos de comunicação.

Parágrafo único - Enquadram-se na proibição constante do “caput” os seguintes veículos de comunicação:

- 1 - jornais;
- 2 - revistas;
- 3 - panfletos;
- 4 - televisão;
- 5 - embalagens;
- 6 - sites;
- 7 - outros.

Art. 2º - O anúncio deverá ser apresentado exatamente como o conteúdo do produto, para informação e divulgação dos seus benefícios ao usuário.

Art. 3º - O não cumprimento do disposto nesta lei acarretará ao produtor/revendedor:

- I - multa de 1.000 (um mil) reais;
- II - na reincidência, 10.000 (dez mil) reais e fechamento do estabelecimento.

Art. 4º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO:

É normal vermos nos anúncios de TV, jornais, revistas, embalagens, entre outros, expressões do tipo: “foto ou imagem meramente ilustrativa”. E, quando adquirimos o referido produto, constatamos que ele não condiz com o anunciado, o que não poderia acontecer, pois o produto que é ilustrado nas embalagens tem que representar o produto anunciado, que será adquirido pelo consumidor.

Essa prática tornou-se normal, e os anunciantes utilizam-se de imagens completamente fora da realidade para que os produtos anunciados apresentem um aspecto mais atraente aos potenciais clientes.

Esse enunciado exige os anunciantes da responsabilidade da entrega do produto como consta na imagem, ou seja, significa que o consumidor talvez não receba um produto idêntico ao apresentado.

Com isso, os anunciantes escapam das reclamações relacionadas ao direito do consumidor, pois o Código de Defesa do Consumidor é explícito ao proibir, em seu art. 37, a publicidade enganosa, caracterizando-a como “qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, característica, qualidade, quantidade, propriedade, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços”. Mesmo assim, os fornecedores continuam enganando consumidores e tendo lucros abusivos em cima de anúncios diversos com fotos ou imagens meramente ilustrativas.

Quantos anúncios, embalagens e contratos precisarão de frases tão tolas quanto óbvias, quanto “foto meramente ilustrativa”, para que se faça algo em benefício de milhões de consumidores?

Por essas razões, conclamo os meus nobres pares a aprovarem esta proposição.

Sala das Sessões, em de de 2010

DEPUTADO EDMAR MOREIRA