

PROJETO DE LEI Nº , DE 2011
(Da Sra. Nilda Gondim)

Altera a Lei nº Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, que institui o Código de Defesa do Consumidor, para definir regras sobre a oferta e apresentação de produtos ou serviços.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei define regras para a oferta e apresentação de produtos ou serviços.

Art. 2º A Lei nº Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, que institui o Código de Defesa do Consumidor passa a vigorar acrescida do seguinte art.31-A:

“Art. 31-A. A divulgação das informações de que trata o artigo anterior, cabe ainda observar:

I- quanto ao fornecedor de bens e serviços:

a) o que se utilizar de publicidade transmitida por meio de qualquer plataforma de comunicação social eletrônica deve divulgar um prefixo telefônico específico para receber ligações gratuitas ou um endereço virtual pela rede mundial de computadores, ou ambos, nos quais os interessados poderão obter informações sobre todos os dados relevantes do objeto do anúncio;

b) o que se utilizar de publicidade exibida através de jornais e revistas poderá, alternativamente, divulgar um prefixo telefônico que receba ligações gratuitas ou um endereço virtual pela rede mundial de computadores, ou ambos, nos quais os interessados poderão obter informações sobre todos os dados relevantes do objeto do anúncio, ou, se preferir, divulgar as informações no próprio corpo do anúncio, utilizando-se para tanto de letras e caracteres com equivalência ao que

seria obtido com Fonte "Times New Roman", tamanho 11, ou equivalente.

II- o prefixo telefônico e o endereço virtual na rede mundial de computadores deverão possibilitar o acesso imediato dos interessados às informações específicas a que se referem os parágrafos anteriores;

III- quando se tratar de bem de consumo, deverá ainda o fornecedor disponibilizar material informativo nos respectivos pontos de venda;

IV- nos comerciais exibidos em televisão fica proibida a exibição de informações em letras de tamanho reduzido, inferior ao equivalente a tamanho 11 da Fonte "Times New Roman", e em ritmo que torne impossível a leitura. (NR)"

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

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

JUSTIFICAÇÃO

A propositura que ora reapresentamos é de iniciativa do Deputado Vital do Rêgo Filho, de acordo com o contido no PL nº 7454, de 2010 que já havia recebido parecer pela sua aprovação na primeira comissão de mérito, ou seja, na Comissão de Defesa do Consumidor, cuja relatoria coube ao Deputado Roberto Britto na legislatura anterior.

Assim, destacamos na íntegra a justificção apresentada no PL nº 7454/2010, *in verbis*:

"São notórias as reclamações e a própria insatisfação dos consumidores quanto ao tamanho das letras dos anúncios publicitários. Sejam os encontrados em impressos, como revistas, jornais e os listados na internet. Geralmente dispostos de forma diminuta e ilegível em muitos casos, sem deixar de mencionar os que aparecem nos canais

de TV e por transcorrer em tempo mínimo a maior parte dos anúncios publicitários, quase sempre impossibilita em instantes a efetiva leitura de informações importantes para a ciência do consumidor.

Pautando-se nisso, nos deparamos com uma constante preocupação do legislador que é a de adequar a norma quando esta efetivamente não resta cumprida em funções de imprecisões que, com efeito, prejudicam e limitam o direito dos consumidores.

Então o que se propõe com a presente iniciativa é estabelecer critérios práticos que permitam aos consumidores a efetiva obtenção das informações. Destarte teremos nos jornais, revistas e na internet regramento para tamanho mínimo de fonte, ou a imposição de que o anunciante forneça um serviço gratuito de informações, por meio de um número 0800 ou similar, bem como um endereço específico na Internet, de modo que o consumidor possa ter ao seu dispor mais esclarecimentos a respeito da oferta. Na televisão, por sua vez, o mesmo serviço telefônico e endereço na Internet poderão ser veiculados de forma a viabilizar o acesso total aos dados de produtos ou serviços apresentados ao consumidor.

Considerando finalmente que os preços dos anúncios publicitários, sejam nos jornais e revistas, ou na televisão, fazem com que as informações obrigatórias fiquem deixadas em segundo plano visual, cremos que a partir do estabelecido na presente proposta os tornará mais eficazes e completos, especialmente no tocante à vontade da norma insculpida no art. 31 da Lei nº 8.078/90, permitindo, sem nenhum custo para consumidor, a busca por detalhes e esclarecimentos imprescindíveis sobre a oferta, e não somente informações genéricas e superficiais.”¹

¹ PL nº 7454/2010

Diante do exposto e levando-se em conta a importância do tema em tela, espero poder contar com o apoio dos membros desta Casa, no sentido da aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 14 de abril de 2011.

Deputada NILDA GONDIM

CL.NGPS.2011.04.14