

# **COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA**

## **PROJETO DE LEI Nº 401, DE 2011**

Acrescenta artigo à Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção ao consumidor e dá outras providências.”

**Autor:** Deputada Nilda Gondim

**Relator:** Deputada Luciana Santos

### **I - RELATÓRIO**

O Projeto de Lei n.º 401, de 2011, objetiva permitir a identificação dos responsáveis por publicidade e propaganda. O Projeto acrescenta artigo à Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção ao consumidor e dá outras providências, de modo a estabelecer que toda publicidade, distribuída de forma avulsa ou afixada em mídia, deve conter código de barras ou QR code para identificação de sua procedência, informando: nome do anunciante e respectivo CPF ou CNPJ; nome e CNPJ da agência de propaganda e publicidade responsável pela veiculação do anúncio; nome e CNPJ da gráfica responsável pela impressão do anúncio e data de lançamento do anúncio.

O projeto foi distribuído às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania, estando sujeito à Apreciação Conclusiva pelas Comissões. Não foram apresentadas, no prazo regimental, emendas ao projeto nesta Comissão.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

O presente Projeto de Lei obriga os anunciantes a identificação clara de seus dados pessoais, de modo que o consumidor tenha, objetivamente, um pessoa física ou jurídica a quem responsabilizar, nos casos previstos em lei. Trata-se, portanto, de iniciativa que dá eficácia às disposições do Código de Defesa do Consumidor, que determina, em seu art. 30, que toda publicidade configura obrigação do fornecedor e integra o contrato de oferta. A medida propicia, também, maior transparência na relação de consumo, facilitando a ação dos órgãos de defesa na prevenção contra aqueles que agem de má-fé.

O baixo custo da publicidade via folhetos, cartazes ou panfletos, promovido pelo barateamento dos equipamentos de impressão e pela massificação dos sistemas de produção de mídia, acabaram agravando o problema da responsabilidade pela divulgação da informação, uma vez que a publicidade pode ser feita por empresas de “fundo de quintal”, sem qualquer garantia de que haja registro do solicitante ou responsável.

Dessa forma, consideramos que a medida irá combater a impunidade e ajudará a estabelecer uma cultura de responsabilidade no diálogo comercial entre comerciantes e consumidores. A adoção do código de barras ou *QR code* é oportuna, por se tratar de tecnologia de ampla disseminação e que propicia o registro dos dados de modo discreto e eficaz, sem contaminar graficamente a peça publicitária.

Pelo exposto, somos pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei n.º 401, de 2011.

Sala da Comissão, em                      de                      de 2011.

Deputada Luciana Santos  
Relatora