

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

## **PROJETO DE LEI Nº 768, DE 2011**

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção aos direitos do consumidor e dá outras providências, para facilitar a localização de anunciante de bens e serviços.

**Autor:** Deputado LINCOLN PORTELA

**Relator:** Deputado SANDES JÚNIOR

### **I – RELATÓRIO**

O Projeto de Lei nº 768, de 2011, de autoria do Deputado Lincoln Portela, tem por objetivo alterar o Código de Defesa do Consumidor – CDC, determinando que toda oferta de bens e serviços veiculada mediante publicidade ou anúncio em jornal, revista, rádio, televisão ou sítios de venda na Internet contenha o endereço ou o telefone fixo do anunciante. Além disso, a proposição prevê a aplicação de multa diária de duzentos reais ao veículo de comunicação que publicar anúncio em desconformidade com o disposto no projeto.

De acordo com o despacho expedido pela Mesa da Câmara dos Deputados, a proposição em análise deverá ser apreciada pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela Comissão de Defesa do Consumidor e pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (art. 54 do Regimento Interno).

No prazo regimental, não foram apresentadas, nesta Comissão, emendas ao Projeto.

É o relatório.

## II – VOTO DO RELATOR

O desenvolvimento das telecomunicações e a digitalização das mídias vêm causando grandes transformações nas relações de consumo. Essa revolução tecnológica reflete-se no avanço significativo de setores que há até bem pouco tempo ocupavam espaço inexpressivo no cenário econômico brasileiro. É o caso do comércio eletrônico, cujo faturamento saltou de apenas 540 milhões de reais, em 2001, para 14,8 bilhões de reais, em 2010. No mesmo período, o número de consumidores “on-line” passou de 1,1 milhão para 23 milhões.

Da mesma forma, a massificação do acesso à telefonia celular também tem contribuído para alterar a dinâmica das relações comerciais. Hoje, considerável parcela de prestadores de serviços e fornecedores de produtos tem empregado as redes de comunicação móvel como principal meio para veiculação de publicidade e relacionamento com seus clientes.

Porém, se por um lado a democratização dos meios de comunicação tem ampliado as oportunidades de acesso ao mercado de consumo, gerando benefícios para toda a cadeia produtiva, pelo outro, a sociedade brasileira tem observado com grande preocupação a proliferação da ação de criminosos que se aproveitam da crescente virtualização das relações consumeristas para aplicar as mais diversas modalidades de fraudes.

Dentre as condutas ilícitas mais recorrentes incluem-se as transações realizadas por meio de sítios de vendas na Internet em que o suposto fornecedor não entrega a mercadoria prometida ao consumidor, mesmo após receber o pagamento pelo produto. Essa situação revela-se ainda mais alarmante se considerarmos que a legislação brasileira ainda não dispõe

de instrumentos que afastem, em definitivo, a ameaça da disseminação dos delitos praticados no espaço cibernético.

Prática semelhante ocorre quando falsos anunciantes se utilizam do telefone celular para estabelecer vínculo com a clientela e, após a execução de alguma manobra desonesta, desabilitam prontamente a linha telefônica, causando prejuízos para o consumidor e deixando as autoridades policiais e judiciais sem qualquer referência para investigá-los.

Diante desse cenário de vulnerabilidade e desamparo do cidadão perante o mercado de consumo, consideramos plenamente meritória e oportuna a iniciativa apresentada pelo autor do Projeto de Lei em exame. A proposição, ao mesmo tempo em que obriga os anunciantes a fornecerem seu endereço ou telefone fixo em adendo ao próprio anúncio veiculado, também imputa aos meios de comunicação a responsabilidade pela divulgação de produtos e serviços em conformidade com o disposto no projeto. A medida permitirá que o fornecedor que descumprir os termos da relação pactuada com o consumidor possa ser localizado com maior facilidade, reduzindo o risco da aplicação de fraudes em ambientes não presenciais.

Entendemos que o estabelecimento de parâmetros mínimos de identificação do anunciante, mediante a prestação obrigatória de informações sobre suas referências, conferirá maior segurança e estabilidade às relações de consumo, inibindo, assim, o crescimento dos golpes no comércio engendrados por intermédio dos meios de comunicação social.

Por todo o exposto, votamos pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 768, de 2011.

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputado SANDES JÚNIOR  
Relator