



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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, 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, com objetivo de permitir a identificação dos responsáveis por publicidade e propaganda, por meio do uso de 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.

Cumprir informar que, anteriormente, foi apresentado o PL nº 2.745, de 2008, de autoria do deputado Vital do Rêgo Filho, de igual teor, o qual foi aprovado por unanimidade, com emenda, por esta comissão na forma do parecer do relator, Deputado Paulo Henrique Lustosa. O projeto foi arquivado nos termos do Artigo 105 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados:



Art. 105. Finda a legislatura, arquivar-se-ão todas as proposições que no seu decurso tenham sido submetidas à deliberação da Câmara e ainda se encontrem em tramitação, bem como as que abram créditos suplementar, com pareceres ou sem eles, salva as:

I -;

II -;

A proposição agora em análise foi distribuída 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

Código de Defesa do Consumidor, a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, proíbe expressamente a publicidade enganosa ou abusiva, contudo não prevê mecanismos de garantam a plena identificação dos autores das peças publicitária.

O referido Código dispõe no Art. 37, na Sessão III - Da Publicidade, o seguinte:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falso, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de



induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

O presente projeto obriga a identificação clara dos anunciantes, tanto a pessoa física quanto a pessoa jurídica, de modo que o consumidor tenha, objetivamente, contra quem recorrer nos casos previstos em lei.

Trata-se, portanto, de iniciativa que dá eficácia às disposições do Código de Defesa do Consumidor, especialmente em seu art. 30, ao dispor 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 do consumidor na prevenção contra aqueles que agem de má-fé.

Podemos inferir da justificação do projeto que a preocupação central da nobre deputada Nilda Gondim, autora da proposição, é com a distribuição de impressos avulsos. Em suas palavras: “Os prejuízos oriundos de propagandas enganosas ou abusivas alcançam e afetam diretamente o consumidor, que recebe informações publicitárias equivocadas ou distorcidas. Especialmente por meio de distribuições avulsas, isto é, pelos denominados panfletos”.

Além disso, como o propósito do projeto é a identificação, tanto do anunciante quanto de quem executa o serviço de anúncio, evitando que ataques publicitários sejam feitos no anonimato, a utilização de meios considerados mais simples e diretos nos parece à forma mais indicada para a plenitude da proposta. Assim a escolha do uso o QR CODE ou Código de Barras pode dificultar a ação da Justiça, na medida em que nem todas as Delegacias de Defesa do Consumidor, principalmente nos pequenos municípios, poderão estar devidamente equipadas para a leitura desses códigos.

Dessa forma apresentamos emenda para aperfeiçoar o projeto. Propomos impressão do CNPJ ou CPF no anúncio em substituição ao QR Code ou Código de Barras, por entender que esta é a forma mais eficaz e barata de identificar os autores ou executores do anúncio. Ademais, este modo de identificação já é largamente utilizado e consagrado na legislação eleitoral,



em que todo material impresso deve trazer o CNPJ do candidato e da gráfica responsável pela impressão, facilitando e agilizando a ação da justiça eleitoral na correção de distorções e descumprimento das regras estabelecidas.

Já a identificação da agência de propaganda não nos parece necessária, uma vez que estas empresas participam no processo de elaboração das campanhas publicitárias apenas propondo idéias, confeccionando e produzindo o anúncio, mas a peça publicitária final deverá ser aprovada pelo cliente, e como tal, ele será o responsável direto pelo anúncio. Além disso, os impressos avulsos, que são a preocupação central do projeto, em geral não são criados por agência de publicidade, na maioria dos casos são de criação do próprio anunciante, ou de um prestador de serviço autônomo, dessa forma tal medida resultaria em uma norma inócua. Portanto, essa identificação, pela nossa emenda, foi retirada do texto.

Propomos também a exclusão da identificação nos anúncios classificados, por entender que, se assim procedermos, inviabilizaria este tipo de anúncio, onerando substancialmente e dificultando o acesso dos cidadãos, principalmente os de baixa renda, a este tipo de serviço tão difundido para dispor da venda de pequenos objetos.

Para ampliar o projeto e garantir maior segurança aos consumidores, incluímos a obrigatoriedade da identificação dos autores da publicidade e propaganda veiculada em revistas, jornais e principalmente na internet. Mas nesse caso não será necessária a identificação dos veículos, uma vez que ele já se encontra identificados e tem personalidade jurídica e endereços conhecidos.

Outro ponto foi o aperfeiçoamento da redação de modo evitar que o termo *afixar em mídia*, que consta no *caput* do Art. 38-A, possa ser confundido com exibição de publicidade através de meios eletrônicos formais, como rádio e televisão, que resultará em uma proposta inexequível.

Por fim, mantivemos a data do anúncio por considerar que é de fundamental importância a localização na linha do tempo para que as medidas legais cabíveis possam situar-se e as ações possam ser tomadas dentro dos prazos legais.



Portanto, com a adoção das medidas propostas por este projeto, é possível ampliar de forma significativa o combate à produção de publicidade enganosa ou abusiva e combater a impunidade, uma vez que, com a identificação, é possível chegar aos responsáveis pelo anúncio e assim aplicar as sanções previstas em lei, ajudando estabelecer uma cultura de responsabilidade no diálogo comercial entre comerciantes e consumidores.

Pelo exposto, somos pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei n.º 401, de 2011, com uma **EMENDA** que a seguir apresentamos.

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputada Luciana Santos
Relatora



**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

EMENDA MODIFICATIVA Nº 01

Dê-se ao art. 1º do projeto a seguinte redação:

Art. 1º. Acrescente-se à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção ao consumidor e dá outras providências”, o artigo 38-A, com a seguinte redação:

Art. 38–A. Toda publicidade ou propaganda impressa, exceto anúncios classificados, distribuída de forma avulsa, publicada em jornais, revistas, internet ou afixada em painéis, deve conter:

- I - nome do anunciante e respectivo CPF ou CNPJ;
- II - em caso de impresso avulso, o nome e CNPJ da gráfica responsável;
- III - data de lançamento do anúncio.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Parágrafo Único – As informações obrigatórias que tratam os incisos I, II e III, deste artigo, devem ser impressos em caracteres facilmente legíveis ao público. (NR)

Art. 2º

Deputada **LUCIANA SANTOS**

Relatora

PCdoB-PE