



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº , DE 2012 **(Do Sr. FRANCISCO ARAÚJO)**

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, estabelecendo critérios para a publicidade de produtos e serviços nos canais de televisão aberta e fechada.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, estabelecendo critérios para a publicidade de produtos e serviços nos canais de televisão aberta e fechada.

Art. 2º O art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 2º a 4º, renumerando-se o parágrafo único para § 1º:

“Art. 31.

.....

§ 2º A publicidade veiculada nos canais de televisão aberta e fechada não poderá omitir qualquer informação essencial sobre o produto ou serviço anunciado, inclusive eventuais condicionantes relativas ao prazo de validade do preço promocional ofertado e à necessidade da aquisição de produto ou serviço adicional para acesso à promoção anunciada.

§ 3º As condicionantes de que trata o § 2º deverão ser informadas em inserções de mesma duração e caracteres de mesma dimensão que os utilizados para informar as condições principais da oferta.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

§ 4º Será considerada enganosa a publicidade que não obedecer aos requisitos estabelecidos nos §§ 2º e 3º.”

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O Código de Defesa de Consumidor representa hoje um dos principais instrumentos instituídos pelo Poder Público em defesa do exercício da cidadania no Brasil. O avanço nas relações consumeristas proporcionado pelo Código teve reflexos sobre a melhoria da qualidade dos bens e serviços ofertados pelas empresas, com benefícios para toda a sociedade.

Não obstante o inegável mérito dos dispositivos estatuídos pelo Código, o exame das práticas mercantis empregadas no mercado brasileiro revela que a legislação consumerista ainda carece de aperfeiçoamentos pontuais. No campo da propaganda de produtos, por exemplo, as técnicas publicitárias utilizadas nas campanhas veiculadas na mídia nem sempre se coadunam com os princípios gerais estabelecidos pelo CDC. Nesse sentido, embora o Código determine que toda informação ou publicidade seja anunciada de forma clara e precisa, a prática cotidiana demonstra o uso crescente de artifícios para burlar tal premissa.

Essa conduta abusiva é observada nos anúncios televisivos em que as regras gerais de comercialização de um serviço são expostas em letras garrafais, mas as condições complementares para acesso à oferta – como a necessidade da aquisição conjunta de outros produtos ou a limitação do prazo de validade do preço promocional – são informadas em uma rápida inserção, normalmente em letras miúdas. Essa prática é especialmente corriqueira em algumas ofertas de serviços de TV por assinatura, em que os preços anunciados são condicionados à assinatura de serviços de telefonia ou de banda larga, ou mesmo limitados a apenas três meses, embora a propaganda não confira o devido destaque a tais condicionantes.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Por esse motivo, apresentamos este Projeto de Lei com o objetivo de obrigar o anunciante a informar, com o mesmo destaque, todas as condições essenciais de oferta do produto, incluindo as condicionantes relativas ao prazo de validade do preço promocional ofertado e à necessidade da aquisição de produto ou serviço adicional para acesso à promoção anunciada. Em caso de descumprimento ao disposto na proposição, o Projeto determina que o responsável será submetido às sanções previstas no Código de Defesa do Consumidor.

Além de tornar as relações de consumo mais transparentes, a medida contribuirá para reforçar um dos princípios fundamentais estabelecidos pelo CDC – o direito do consumidor de ter pleno acesso a informações claras e ostensivas sobre o produto ou serviço que irá adquirir. Por esse motivo, solicitamos aos nobres Pares o apoio necessário para a aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2012.

Deputado FRANCISCO ARAÚJO