



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 3.187, DE 2012** **(Do Sr. Francisco Araújo)**

Acrescenta parágrafos aos artigos 30 e 36 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para proibir a utilização de imagens meramente ilustrativas na oferta e apresentação de produtos e serviços, equiparando tal prática à de divulgação de publicidade enganosa.

**DESPACHO:**

APENSE-SE À(AO) PL-7228/2010.

**APRECIÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

**PUBLICAÇÃO INICIAL**

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta parágrafos aos artigos 30 e 36 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para proibir a utilização de imagens meramente ilustrativas na oferta e apresentação de produtos e serviços, equiparando tal prática à de divulgação de publicidade enganosa.

Art. 2º O artigo 30 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

*“Art.30. ....*

*.....*

*Parágrafo único: é vedada, em toda informação ou publicidade, a utilização de imagens meramente ilustrativas que não expressem com exatidão o produto ou serviço apresentado (AC).”*

Art. 3º O artigo 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte § 5º:

*Art. 37. ....*

*.....*

*§ 1º. ....*

*.....*

*§ 5º. É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário que utilize imagens meramente ilustrativas que não expressem com exatidão o produto ou serviço apresentado (AC).”*

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

### **JUSTIFICAÇÃO**

O Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 31,

estabelece que a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas e ostensivas. Portanto, pode-se depreender que as imagens apresentadas tanto nas embalagens quanto nas peças publicitárias de produtos e serviços também devem atender a esse princípio da correta divulgação, sendo vedadas, portanto, práticas que possam ludibriar o consumidor.

Além disso, é um princípio basilar de nossa legislação de consumo a garantia da correta informação do consumidor. Apenas pessoas bem informadas sobre os produtos e serviços à sua disposição podem exercer plenamente a sua cidadania nas relações de consumo, estando aptas assim a não apenas escolher livremente os diversos itens que estão disponíveis no mercado, mas também a cobrar dos fornecedores a correta oferta dos bens que venha a adquirir.

Contudo, uma prática nefasta, que gera muita desinformação e induz muitas vezes o consumidor ao erro, é a da utilização de imagens meramente ilustrativas na publicidade. Trata-se de um verdadeiro estelionato comercial, já que muitos fornecedores divulgam em seus anúncios características de seus produtos e serviços que não condizem com a realidade. Isso é, sem dúvida, uma afronta aos princípios básicos da legislação brasileira de defesa do consumidor, afronta essa que precisa ser urgentemente debelada.

Por isso, apresentamos o presente projeto de lei, que acrescenta parágrafos aos artigos 30 e 36 do Código de Defesa do Consumidor. Com essa medida, iremos proibir a utilização de imagens meramente ilustrativas na oferta e apresentação de produtos e serviços. Além disso, passamos a equiparar a utilização desse tipo de imagem à prática de divulgação de publicidade enganosa, possibilitando assim que as autoridades punam exemplarmente aqueles que tentam ludibriar o consumidor por meio de imagens que não condizem com a realidade.

Portanto, é com a certeza de que a presente proposição irá contribuir sobremaneira para a modernização das relações de consumo no Brasil que conclamo o apoio dos nobres Pares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em 9 de fevereiro de 2012.

Deputado FRANCISCO ARAÚJO

<p style="text-align: center;"><b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</b></p>
---

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

.....

**CAPÍTULO V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

.....

**Seção II  
Da Oferta**

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. *[\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação\)](#)*

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#))

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

### **Seção III Da Publicidade**

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

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

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, 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.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (VETADO).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

**FIM DO DOCUMENTO**