REQUERIMENTO Nº. ,de 2016.

Requer novo despacho ao Projeto de Lei 2849/2015, a fim de incluir a Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática – CCTCI.

Senhor Presidente,

Requeiro a Vossa Excelência, nos termos do art. 17, inciso II, alíneas “a” e “c”, e art. 32, inciso III, alíneas “c” e “e”, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, o reexame do despacho inicial referente ao Projeto de Lei 2849/2015, de autoria do Deputado Rômulo Gouveia, - Altera a Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar os fornecedores a informar o histórico de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção, para que seja, também, distribuído à Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática – CCTCI.

JUSTIFICAÇÃO

O Projeto de Lei 2849/2015, apresentado pelo Exmo. Sr. Deputado Rômulo Gouveia, estabelece que a oferta de produtos vendidos em estabelecimentos comerciais físicos ou eletrônicos passe a conter também informações sobre os preços dos produtos nos 30 dias anteriores a oferta. “Oferta de produtos” inclui por obvio anúncios e qualquer outro tipo de publicidade que contenha oferecimento do produto e seu preço.

As promoções, as ofertas, a propaganda, a forma de apresentação dos produtos e seus preços estão todas intimamente relacionadas e ao fim e a cabo não são outra coisa senão atividade de propaganda e comunicação.

Além disso, vale ressaltar que os mais modernos meios de comunicação social hoje estão na internet. Diariamente são feitos milhares de anúncios em todos os tipos de sites, inclusive de jornais e revistas eletrônicos contendo o preço dos produtos.

Está claro que o Projeto pretende regular a forma de oferta (e portanto comunicação e publicidade) desses produtos, inclusive nos meios eletrônicos de comunicação social.

O PL 2849/2015 pretende que toda a oferta contenha o histórico de preços. Da forma como está redigido todo e qualquer anúncio que contenha preço do produto em oferta terá de trazer o histórico de preços dos últimos 30 dias. É uma intervenção importante sobre os meios de comunicação social – impressos e online – que precisa ser avaliada pela CCTCI.

Portanto, o PL 2849/2015 não tem outro objetivo senão regular a forma de comunicação entre o varejo, inclusive varejo online e os anunciantes em geral com os consumidores e clientes e a forma como os meios de comunicação físicos e online vão expor seus anúncios e ofertas.

O Regimento Interno – Artigo 32, inciso III deixa explícita a atribuição da CCTCI sobre todas as matérias que tenham impacto sobre os meios de Comunicação Social (físicos e online) e às Comunicações e claro à Internet. Assim, requiro a revisão do despacho inicialmente conferido ao projeto, de forma a incluir a CCTCI entre as comissões que devem ser manifestar sobre a proposição.

Sala das Sessões, em de de 2016.

Deputado MILTON MONTI
PR-SP