

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 3.646, DE 2008

Modifica a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que institui o Código Brasileiro de Telecomunicações, para definir regras para a publicidade comercial nas emissoras de televisão.

Autor: Deputado Vanderlei Macris

Relator: Deputado Felipe Bornier

I - RELATÓRIO

O projeto de lei em exame inclui o art. 124-A na Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que “institui o Código Brasileiro de Telecomunicações”, para proibir a exibição de letras de tamanho reduzido nos comerciais de televisão.

Determina, outrossim, que o Poder Executivo regule a lei em 60 (sessenta) dias contados da data de sua publicação.

Despachado inicialmente à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, o projeto foi ali aprovado, com Substitutivo, na forma do parecer do Relator, Deputado Ratinho Junior.

O Substitutivo da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática expande o objeto do projeto de lei, determinando que a publicidade, transmitida por qualquer plataforma de comunicação social eletrônica ou exibida em jornais ou revistas, deve divulgar um prefixo telefônico que receba ligações gratuitas ou um endereço virtual nos quais os interessados poderão obter informações adicionais sobre o anúncio.

Dispõe ainda que, quando se tratar de bem de consumo, deverá o fornecedor disponibilizar material informativo nos respectivos pontos de venda e que, nos comerciais exibidos em televisão, fica proibida a exibição

de informações em letras de tamanho reduzido, inferior ao equivalente ao tamanho 11 da Fonte “Times New Roman” e em ritmo que torne impossível a leitura.

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, o projeto não recebeu emendas e cabe-nos analisar a questão no que tange à defesa do consumidor e ao equilíbrio nas relações de consumo.

II - VOTO DO RELATOR

O Código de Defesa do Consumidor – CDC – determina como um dos direitos básicos do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços.

Determina também que toda informação ou publicidade na oferta de produtos ou serviços seja suficientemente precisa em qualquer meio de comunicação onde seja veiculada.

Entretanto ainda persiste como prática corrente explicitar, em anúncios na televisão, as condições especiais, as exceções ou explicações da oferta, com letras reduzidas ou em ritmo que impossibilita sua leitura pelo telespectador.

O projeto de lei simplesmente determinava a vedação dessa prática. A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, mediante o Substitutivo do Relator, achou por bem estender a disciplina da matéria, definindo regras para a divulgação de anúncios em qualquer plataforma de comunicação social eletrônica ou em jornais e revistas.

A nosso ver, o Substitutivo atende melhor à questão, uma vez que estabelece meios – telefone ou endereço eletrônico – pelos quais o consumidor interessado possa obter informações adicionais sobre o produto ou serviço.

Entretanto, não nos passou despercebida a necessidade de pequenos ajustes para maior precisão e clareza do texto e melhoria da técnica legislativa. Por essa razão, optamos por apresentar o Substitutivo anexo.

Diante do exposto, votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.646, de 2008, e do Substitutivo da Comissão da Ciência e Tecnologia , Comunicação e Informática, na forma do Substitutivo anexo.

Sala da Comissão, em de de 2010.

Deputado FELIPE BORNIER
Relator

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.646, DE 2008

Altera a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que institui o Código Brasileiro de Telecomunicações, para definir regras para a publicidade comercial nas emissoras de televisão.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 124-A:

“Art. 124-A. O fornecedor de bens e serviços que se utilizar de publicidade transmitida por meio de qualquer plataforma de comunicação social eletrônica obriga-se a divulgar um número telefônico que receba ligações gratuitas ou um endereço virtual, pela rede mundial de computadores, nos quais os interessados poderão obter informações sobre todos os dados relevantes do objeto do anúncio.

§ 1º O fornecedor de bens e serviços que se utilizar de publicidade exibida através de jornais e revistas poderá alternativamente divulgar um número telefônico que receba ligações gratuitas ou um endereço virtual pela rede mundial de computadores, nos quais os interessados poderão obter informações sobre todos os dados relevantes do objeto do anúncio, ou divulgar as informações no próprio corpo do anúncio, utilizando-se para tanto de letras e caracteres com equivalência ao que seria obtido com Fonte “Times New Roman”, tamanho 11, ou equivalente.

§ 2º O número telefônico e o endereço virtual na rede mundial de computadores deverão possibilitar o acesso imediato dos interessados às informações específicas a que se referem os parágrafos anteriores.

§ 3º Quando se tratar de bem de consumo, deverá ainda o fornecedor disponibilizar material informativo nos respectivos pontos de venda.

§ 4º Nos comerciais exibidos em televisão fica proibida a exibição de informações em letras de tamanho reduzido, inferior ao equivalente a tamanho 11 da Fonte “Times New Roman”, e em ritmo que torne impossível a leitura.”

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2010.

Deputado FELIPE BORNIER
Relator