

# COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

## PROJETO DE LEI Nº 1.987, DE 2003

Dispõe sobre anúncios para a  
comercialização de veículos automotores.

**Autor:** Deputado JOSÉ IVO SARTORI

**Relator:** Deputado WALTER PINHEIRO

### I - RELATÓRIO

Vem ao exame da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, o Projeto de Lei nº 1.987, de 2003, de autoria do nobre Deputado José Ivo Sartori, que “*Dispõe sobre anúncios para a comercialização de veículos automotores*”.

A proposição em apreço pretende tornar obrigatória a divulgação da placa de veículos automotores registrados ou licenciados que estiverem sendo anunciados para comercialização em qualquer meio de comunicação. Em caso de descumprimento ao disposto no Projeto, é prevista uma multa de R\$ 127,69 (cento e vinte e sete reais e sessenta e nove centavos) por veículo em oferta. A sanção será aplicada à empresa de comunicação responsável pela veiculação do anúncio.

O autor salienta que o objetivo da proposta apresentada é assegurar ao cidadão informações mais completas sobre os veículos anunciados na mídia para comercialização, de modo a permitir a pesquisa antecipada sobre a sua procedência e, conseqüentemente, reduzir a incidência da venda ilegal de automóveis ou similares furtados.

A proposta em epígrafe foi apreciada pela Comissão de Defesa do Consumidor, tendo sido aprovado o parecer pela aprovação do Projeto elaborado pelo Relator da proposição no órgão, Deputado Ronaldo Vasconcellos. Conforme despacho da Mesa da Câmara dos Deputados, a iniciativa legislativa em exame deverá ainda ser analisada pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

No decorrer do prazo regimental, não foram apresentadas, nesta Comissão, emendas ao Projeto.

É o relatório.

## **II – VOTO DO RELATOR**

À primeira vista, o dispositivo que torna obrigatória a divulgação da placa dos veículos automotores anunciados na mídia para comercialização se revela benéfico para a sociedade, uma vez que amplia o direito do consumidor de acesso à informação.

Em que pese o meritório interesse do autor do Projeto de Lei nº 1.987, de 2003, de estabelecer instrumento adicional de aperfeiçoamento das relações de consumo no País, é necessário tecer algumas considerações em relação ao mecanismo proposto.

A checagem sobre a procedência dos veículos anunciados nos meios de comunicação, assim como a investigação acerca da existência de multas e débitos tributários pendentes, fazem parte do conjunto de providências normalmente

adotadas pelos interessados em adquirir automóveis usados ou similares. Normalmente, tais informações podem ser obtidas junto aos órgãos públicos competentes caso se conheça a placa do veículo que está sendo ofertado.

Embora o conhecimento sobre esses dados seja imprescindível para que o potencial comprador possa optar pela concretização ou pela desistência do negócio, diversas outras precauções também são tomadas pelo consumidor interessado em adquirir o veículo, como a verificação do estado geral do bem e de suas demais características. Nesse sentido, o conhecimento antecipado sobre a placa do automóvel não elimina as demais etapas de exame do veículo. Nos parece ser mais lógico imaginar que, somente após a verificação pessoal do automóvel pelo possível comprador, persistindo o interesse, é que ele se interessará em checar a documentação e a regularidade do veículo. Nesse momento, a placa já será do seu conhecimento, configurando-se desnecessária a sua publicação no anúncio de venda.

Ademais, entendemos que a obrigação proposta se constitui em embaraço à liberdade de expressão do anunciante, bem como se revela como uma interferência indevida do Estado nas relações econômicas privadas. Adicionalmente, o Projeto comete o equívoco de transferir para o meio de comunicação uma obrigação que não é de sua responsabilidade, que é o controle sobre o conteúdo elaborado pelos anunciantes, visto que as sanções previstas em caso de descumprimento ao disposto na proposição são imputadas para as instituições de mídia, e não para os responsáveis pelos anúncios.

Diante dos argumentos elencados, nosso voto é pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei nº 1.987, de 2003.

Sala da Comissão, em                    de novembro de 2004

Deputado WALTER PINHEIRO  
Relator