

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 4.056, DE 2021

Altera a Lei nº 11.795, de 8 de outubro de 2008, para vedar que administradoras de consórcios anunciem a potenciais consorciados a contemplação automática imediatamente após a assinatura de contrato de consórcio.

Autor: Deputado HELIO LOPES

Relator: Deputado AUREO RIBEIRO

I - RELATÓRIO

O projeto de lei em epígrafe objetiva, por meio da inclusão de um novo parágrafo 1º-A ao art. 22 da Lei nº 11.795, de 8 de outubro de 2008, vedar que as administradoras de consórcio de qualquer forma venham sugerir em suas peças publicitárias que quaisquer novos consorciados serão contemplados imediatamente após a assinatura de contrato de consórcio, sem fazer alusão aos critérios de lance ou sorteio.

A matéria foi distribuída às Comissões de Defesa do Consumidor; Finanças e Tributação (mérito e art. 54, RICD) e Constituição e Justiça e de Cidadania (art. 54 RICD), estando a proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - art. 24 II, em regime de tramitação ordinária (art. 151, III, RICD).

No âmbito desta CDC, encerrado o prazo de 5 sessões para apresentação de emendas ao projeto (compreendido no período de 20/04/2023 a 03/05/2023), não foram apresentadas emendas à proposição.



II - VOTO DO RELATOR

A proposição que vem ao nosso exame, de autoria do deputado Helio Lopes, vem cuidar de um tema muito caro à proteção dos interesses do consumidor brasileiro, qual seja aquele que trata da coibição da propaganda enganosa – já capitulada no art. 37, § 1º, do CDC¹ - e que traz sérios prejuízos aos consumidores desatentos e incautos, sobretudo.

O PL em questão objetiva vedar que as administradoras de consórcio de qualquer forma venham sugerir em suas peças publicitárias que quaisquer novos consorciados serão contemplados imediatamente após a assinatura de contrato de consórcio, sem fazer alusão aos critérios de lance ou sorteio.

Pois bem, como já bem realça a justificativa do projeto de lei, “muitas administradoras de consórcios têm se valido de uma prática que pode induzir a erro potenciais participantes de seus grupos e, no limite, afetar a confiança da sociedade no mercado de que participam”. A explicação do nobre autor ainda esclarece que se refere “aos anúncios que prometem ou sugerem que os participantes de determinado grupo de consórcio serão contemplados imediatamente após a assinatura de contrato de consórcio, independentemente de serem sorteados ou de ofertarem lance que os habilite a receber a carta de contemplação”.

Ora, é inaceitável que consumidores de boa-fé sejam claramente induzidos ao erro na aquisição de cotas desses consórcios que agem com total desrespeito e desobediência às disposições claríssimas de nosso CDC, deixando essas pessoas desprotegidas e desamparadas, uma vez que o Banco Central do Brasil, que tem a atribuição legal de fiscalizar os

¹ 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, desrespeite 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).



consórcios, nada faz para fazer prevalecer as disposições da Lei nº 8.078/90 em sua inteireza.

Desse modo, compreendemos que os termos propostos no PL, sob análise, são precisos e suficientes e vão ao encontro do dever de informação clara, adequada e objetiva dirigida ao consumidor, como também lhe é assegurado, na condição de direito básico, pelo art. do 6º, III, do próprio CDC.

Igualmente, como expõe o autor do PL, também entendemos ser apropriado inserir tal vedação de veiculação de propaganda enganosa pelos consórcios no seio da Lei própria que lhes rege (Lei nº 11.795, de 2008), permitindo ao consumidor maior clareza sobre tal proibição, além do que realmente poderá facilitar a punição administrativa das administradoras de consórcios pelo Banco Central, de acordo com as regras sancionadoras previstas naquela mesma Lei.

Tal modificação legal também permitirá futuras ações do consumidor destinadas à reparação de seus prejuízos, com a devida responsabilização no campo civil por danos que lhes foram eventualmente causados.

Face ao exposto e pela relevância e oportunidade do mérito desta proposição, votamos pela sua **aprovação** no âmbito desta Comissão.

Sala da Comissão, em de de 2024.

Deputado AUREO RIBEIRO
Relator

2024-2638

