

## **COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

### **PROJETO DE LEI Nº 5.402, DE 2005**

**(Do Sr. Eduardo Paes)**

Acrescenta o §2º, ao art. 36 da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, e dá outras providências.

### **EMENDA MODIFICATIVA**

Dê-se aos §§ 2º e 3º do artigo 36 da Lei 8078/90, acrescentado por meio do artigo 2º do Projeto de Lei, a seguinte redação:

“§ 2º Ficam as empresas públicas e privadas obrigadas a dar cumprimento a toda informação ou publicidade que veicularem, por qualquer forma ou meio de comunicação, referente a contratos, operações e serviços oferecidos ou prestados, que devem inclusive contar do contrato que vier a ser celebrado.

§ 3º A publicidade de que trata o § 2º deve ser veiculada de tal forma que o público possa identificá-la de forma simples e imediata, sendo vedada a utilização de publicidade enganosa ou abusiva.” (NR)

### **JUSTIFICAÇÃO**

Pelo Princípio da Transparência, o fornecedor é devedor de informação correta e completa, cumprindo-lhe esclarecer, avisar e predispor o consumidor a escolhas refletidas e autodeterminadas, prática que deve ser adotada por todas as empresas seja pública ou privada. A nova redação não descaracteriza a idéia inicial, mas sim, mantém de forma completa o respeito aos consumidores, tidos em harmonia com o Código de Defesa do Consumidor, como hipossuficientes.

A respeito da propaganda em si, entendemos que a própria sistemática negocial e de oferta faz com que o projeto de lei em referência não seja operacional dada a volatilidade que as taxas de juros estão sujeitas/submetidas. Logo, as Instituições haveriam por estar vinculadas às taxas de juros divulgadas na oferta pública (propaganda), ao passo que, eventualmente, quase em forma de regra geral, a taxa de juros a ser efetivamente contratada pode ser até menor, gerando o descompasso entre a oferta e o negócio jurídico em si.

Entendemos que os consumidores estarão devidamente resguardados quando da efetiva conclusão do negócio, ou melhor, quando o vínculo jurídico obrigacional se estabelecerá, sendo a propaganda, veiculada previamente, mero atrativo comercial sem efeito contratual, salvo o de proposta.

Sala da Comissão, de Julho de 2.005.

**MAX ROSENMAN**  
**Deputado Federal – PMDB/PR**



A4B02DEC35