

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 1.501, DE 2003

Dispõe sobre a propaganda comercial voltada para a concessão de empréstimos à pessoa física e dá outras providências

Autor: Deputado LUIZ CARLOS HAULY

Relator: Deputado JORGE BITTAR

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 1.501, de 2003, dispõe sobre a propaganda comercial voltada para a concessão de empréstimos à pessoa física e dá outras providências. Estabelece a proposição que esse tipo de propaganda deverá informar, de modo claro e ostensivo, os valores das taxas de juros mensais e o montante anual incidentes sobre o valor do empréstimo. Também deverá discriminar as tarifas incidentes sobre a operação de crédito que deverão ser pagas pelo tomador.

No artigo segundo, são estabelecidas algumas vedações, tais como a proibição do emprego de imperativos que induzam diretamente à concessão de empréstimo, a concessão de brindes, a promoção de sorteios, a prática de *merchandising* e a inclusão de crianças ou adolescentes nas peças publicitárias. Ao infrator, são estabelecidas multas que vão desde a advertência até a suspensão da programação da emissora de rádio e de televisão na qual o anúncio foi veiculado.

A proposição foi distribuída às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e de Constituição e Justiça e de

Redação e está sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões. Decorrido o prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto nesta Comissão.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

Em todo o mundo, há dois tipos primordiais e antagônicos de regulação da publicidade: a auto-regulamentação, na qual o próprio mercado emana as regras a serem seguidas por aqueles que, por sua própria vontade, aderirem às regras estabelecidas por um órgão representativo do setor; e o modelo de regulação estatal, no qual as regras são ditadas pelo Estado, por meio de leis e regulamentos, e cujo cumprimento é compulsório.

Trata-se contudo de modelos puros – portanto, na realidade, o que existe é uma mistura entre os dois, tendendo em alguns países para a auto-regulamentação, em outros para a regulação estatal. Essa mistura é exatamente a que ocorre no Brasil, e aqui se pode dizer que a balança pesa para o lado da auto-regulamentação. Em regra, o mercado publicitário está sujeito às normas estabelecidas pelo Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária (CONAR), emanadas por meio do Código de Auto-Regulamentação Publicitária. Porém em alguns casos especiais, relacionados à publicidade de produtos e serviços considerados “sensíveis”, cabe ao Estado emanar leis que estabeleçam regras especiais sobre esse tipo de anúncio.

Não há dúvida de que anúncios relativos ao Sistema Financeiro Nacional e, mais especificamente aqui, à concessão de empréstimo à pessoa física, podem ser classificados como “sensíveis”. Tanto isso é verdade que regras especiais para a divulgação das condições existentes em ofertas de crédito ao cidadão já existem hoje, estabelecidas em leis esparsas sobre o tema, mas com pouca clareza no que concerne à publicidade comercial desse tipo de produto. Também o Código de Auto-Regulamentação Publicitária, em seu Anexo “E”, já trata da categoria especial de anúncio “Investimento, Empréstimos e Mercados de Capitais”. Contudo, entendemos que as regras estabelecidas no Código também não são suficientes para

garantir a plena informação da pessoa física que pretende adquirir um empréstimo.

Assim, podemos concluir inicialmente que o Projeto de Lei nº 1.501, de 2003, é muito pertinente e irá contribuir sobremaneira para um maior conhecimento do consumidor acerca das condições existentes na concessão de empréstimos à pessoa física. Como bem ressalta o autor da matéria, Deputado Luiz Carlos Hauly, na sua justificção, a proposição que aqui relatamos tem o claro objetivo de “evitar que o público, sobretudo o de baixa renda, seja iludido com promessas de facilidades que não se cumprem, e que acarretam a inadimplência desse segmento populacional”.

Contudo, com o objetivo de garantir que a proposição, caso seja transformada em Lei, cumpra efetivamente os objetivos a que se propõe, entendemos que algumas adequações devem ser efetuadas – motivo que nos leva a apresentar 5 emendas ao projeto. Tais emendas trazem as seguintes alterações:

- mudança na redação do artigo 1º, de modo a aumentar o número de informações que devem ser contidas na propaganda comercial voltada para a concessão de empréstimos à pessoa física;
- supressão do inciso I do artigo 2º, tendo em vista que a regra estabelecida, no nosso entender, não irá contribuir para um maior nível de informação daquele que contrai um empréstimo;
- exclusão dos meios de comunicação da lista de responsáveis pela peça publicitária, tendo em vista que eles apenas comercializam o espaço para a veiculação de publicidade, não podendo ser responsabilizados pelas condições divulgadas pelos anunciantes;
- alteração do órgão competente pela fiscalização, deixando esta definição a cargo do Poder Executivo, que poderá estabelecer com maior exatidão o órgão ou os órgãos responsáveis pela garantia do cumprimento da Lei;

Assim, tendo em vista a análise aqui exposta, nosso voto é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 1.501, de 2003, e pela APROVAÇÃO das Emendas nº 1/2006, 2/2006, 3/2006, 4/2006 e 5/2006, do Relator.

Sala da Comissão, em de de 2006.

Deputado JORGE BITTAR
Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 1.501, DE 2003

Dispõe sobre a propaganda comercial voltada para a concessão de empréstimos à pessoa física e dá outras providências.

EMENDA Nº 1

Dê-se ao art. 1º do projeto a seguinte redação:

"Art.1º A propaganda comercial veiculada em todos os meios de comunicação voltada para a concessão de empréstimos à pessoa física deverá conter, entre outras informações, de modo claro, correto e ostensivo:

I – os valores das taxas de juros mensais e o montante anual incidentes sobre o valor do empréstimo;

II – a discriminação das tarifas incidentes sobre a operação de crédito que deverão ser pagas pelo tomador;

III – acréscimos legalmente previstos;

IV – número e periodicidade das prestações;

V – multas de mora decorrentes do inadimplemento de obrigação. "

Sala da Comissão, em de de 2006.

Deputado JORGE BITTAR

**COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E
INFORMÁTICA**

PROJETO DE LEI Nº 1.501, DE 2003

Dispõe sobre a propaganda comercial voltada para a concessão de empréstimos à pessoa física e dá outras providências.

EMENDA Nº 2

Suprima-se o inciso I do Art. 2º do projeto.

Sala da Comissão, em de de 2006.

Deputado JORGE BITTAR

**COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E
INFORMÁTICA**

PROJETO DE LEI Nº 1.501, DE 2003

Dispõe sobre a propaganda
comercial voltada para a concessão de
empréstimos à pessoa física e dá outras
providências.

EMENDA Nº 3

Suprima-se o inciso V do art. 3º do projeto.

Sala da Comissão, em de de 2006.

Deputado JORGE BITTAR

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 1.501, DE 2003

Dispõe sobre a propaganda comercial voltada para a concessão de empréstimos à pessoa física e dá outras providências.

EMENDA Nº 4

Dê-se ao § 3º do art. 3º do projeto a seguinte redação:

"Art 3º
....."
§ 1º

§ 3º *Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, o anunciante, a agência de publicidade ou qualquer outra pessoa física ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela produção da peça publicitária."*

Sala da Comissão, em de de 2006.

Deputado JORGE BITTAR

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 1.501, DE 2003

Dispõe sobre a propaganda comercial voltada para a concessão de empréstimos à pessoa física e dá outras providências.

EMENDA Nº 5

Dê-se ao § 4º do art. 3º do projeto a seguinte redação:

"Art 3º
....."
§ 1º

§ 4º *O Poder Executivo designará, em regulamento, os órgãos responsáveis pela fiscalização do cumprimento das regras contidas nesta Lei, bem como pela aplicação das sanções previstas.*"

Sala da Comissão, em de de 2006.

Deputado JORGE BITTAR