

PROJETO DE LEI N.º , de 2007.
(Do Sr. Eduardo Gomes)

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º – Consideradas as exigências legais, para fins da correta aplicação da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, ficam estabelecidos critérios para as propagandas relativas a concessão de crédito.

Art. 2º – Acrescenta-se por meio desta, o §2º, ao art. 36, da Lei n.º 8.078/90, o qual possuirá a seguinte redação:

“Art. 36 - (...)

§2º - Fica estabelecido que as propagandas relativas a concessão de crédito, deverão conter a taxa mensal e anual dos juros utilizados, bem como a forma de pagamento e as consequências decorrentes da sua inadimplência.”

Art. 3º - Esta Lei entrará em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), estabeleceu normas proibindo a execução ou promoção de publicidade enganosa ou abusiva, prevendo uma pena de detenção três meses a um ano e multa para quem incorrer na prática.

O ideal do legislador era de tornar clara toda publicidade, para que o consumidor pudesse identificá-la facilmente. Sendo assim, o fornecedor deveria dispor de informações técnicas e científicas para provar a veracidade da propaganda, devendo cumprir exatamente o que for anunciado. As informações da propaganda devem fazer parte dos contratos relativos a venda de produtos e serviços.

Torna-se por bem esclarecer, que a propaganda enganosa contém informações, inteira ou parcialmente falsas sobre o produto ou serviço, capaz de

induzir o consumidor a erro quanto à: características; quantidade; origem; preço; propriedades; ou quando **omite dados essenciais**.

A publicidade é abusiva quando: gera discriminação; provoca violência; explora o medo e a superstição do consumidor; aproveita da falta de experiência da criança; desrespeita valores ambientais; induz o consumidor a comportamento prejudicial à saúde e à segurança.

Consoante os objetivos acima destacados, o Código de Defesa do Consumidor, ao definir suas diretrizes, elencou como seu principal princípio, a vulnerabilidade do consumidor em razão das relações de consumo. Essa vulnerabilidade encontra-se ainda mais evidente quando se trata do consumidor idoso, primordialmente no que diz respeito ao fornecedor de crédito. Uma vez, que é duvidosa a afirmação de que o consumidor está totalmente ciente dos valores cobrados em razão aos empréstimos concedidos pelas diversas instituições de crédito.

A oferta do crédito tem sido bastante agressora, e na maioria das vezes, a sedução do crédito fácil leva ao superendividamento do consumidor, fato que compromete o primado da vida digna.

A situação sob análise é tão grave, que a indiscutível crise do superendividamento, pode levar o consumidor, principalmente o idoso, para fora do mercado de consumo, fato que prejudica o próprio sistema que o provocou. Em muitos casos, pela quantidade dos juros embutidos na negociação, mesmo se tratando de um consumidor que adquiriu um único empréstimo, a dívida torna-se impagável.

Destarte, esta proposição visa esclarecer qualquer dúvida acerca da aplicação da Lei n.º 8.078/90, resguardando o direito do consumidor. A modificação sugerida não altera qualquer dos objetivos proferidos na norma sob análise.

Sala das Sessões, em de de 2007.

Deputado **EDUARDO GOMES**
PSDB/TO