

# **COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

## **PROJETO DE LEI Nº 1.415, de 2007**

Proíbe a utilização do termo “seminovo” ou similar, na veiculação de peças publicitárias.

**Autor:** Deputado BARBOSA NETO

**Relator:** Deputado NELSON GOETTEN

### **I - RELATÓRIO**

O Projeto de Lei nº 1.415, de 2007, de autoria do Deputado Barbosa Neto, propõe a proibição da utilização do termo “seminovo” ou similar na veiculação de peças publicitárias.

Propõe, também, a aplicação das sanções previstas Código de Defesa do Consumidor – CDC - tanto aos infratores quanto às agências de publicidade e aos veículos de comunicação que infringirem a nova determinação legal.

Finalmente, determina que “os anunciantes, pessoas jurídicas ou naturais, deverão ser esclarecidas da proibição prevista nesta lei, quando da solicitação de inserção de anúncios”.

O autor justifica sua proposta argumentando que o uso do termo “seminovo” ou similar é utilizado para ludibriar o consumidor, atribuindo ao produto a idéia de ser novo, isto é, com suas características originais, de qualidade dos componentes e desempenho.

Além disso, lembra o autor do projeto, que este tipo de anúncio afronta diretamente o inciso III do art. 6º do CDC, que determina, como direito básico do consumidor, “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade,

características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem” e, também, o inciso IV do mesmo dispositivo legal, que determina “a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”.

O projeto não recebeu emendas, e cabe-nos, nesta Comissão de Defesa do Consumidor, a análise da questão no que tange à defesa do consumidor e às relações de consumo.

## **II - VOTO DO RELATOR**

O projeto sob comento foi elaborado, certamente, com a mais nobre das intenções: a proteção dos interesses do consumidor brasileiro. Porém, não podemos deixar de tecer as seguintes considerações a respeito da proposta em análise.

Inicialmente, recorrendo à etimologia da expressão “seminovo”, verificamos que é composta do prefixo semi e da palavra novo, cada qual com seu significado próprio.

“Semi” significa metade ou meio e “novo” significa, entre outros sentidos e escolhido o que melhor se adapta ao caso em tela, aquilo que é usado pela primeira vez.

Ao utilizarmos a expressão “seminovo”, o sentido do prefixo e o da palavra se conjugam para especificar uma nova idéia, qual seja, a de algo que é “quase” ou “meio” novo, portanto, diferente de novo, no caso em questão significando o que tem pouco uso.

Verifica-se, desta forma, que “seminovo” indica um produto com metade de uso, ou metade de novo, próximo de novo, não deteriorado pelo tempo, que não é velho ou sem condições de uso.

Assim, quando se usa o termo “seminovo”, há um entendimento tácito, um conceito subentendido de pouco tempo de uso, de bom estado de conservação, em que a qualidade está implícita, embora esteja claro e implícito que não se trata de algo novo ou “zero”.

Vale lembrar que muitas entidades já fixaram seus critérios para definir o significado de “seminovo”. A título de exemplo, a Associação dos Revendedores de Veículos no Estado de São Paulo estipula que veículo “seminovo” deve ter, no máximo, três anos de uso, ótima conservação da lataria, do motor e do interior, originalidade das peças, um só dono e baixa quilometragem.

Determina, ainda, os fatores que impedem que o veículo seja comercializado como “seminovo”, a saber: má conservação; estrutura afetada por acidentes; lataria com sinais de ferrugem; defeitos no motor, embreagem, câmbio e/ ou suspensão e mau alinhamento; mudança no motor; mudança do tipo de combustível; rebaixamento da carroceria e acessórios que alteram a forma original do veículo.

Como podemos observar, pelo exemplo acima, não é a utilização da expressão que faz a diferença, mas sim a honestidade do fornecedor de produtos ou serviços e, neste aspecto, se não houver seriedade por parte do fornecedor, o consumidor pode ser enganado até mesmo na compra de um produto novo.

Assim, acreditamos que o uso da expressão “seminovo” não induz o consumidor a um erro de avaliação, mas, ao contrário, o faz exigir um produto que esteja em excelentes condições, cujas características se aproximem do estado de novo.

Ante o exposto, somos pela rejeição do Projeto de Lei nº 1.415, de 2007.

Sala da Comissão, em 19 de setembro de 2007.

Deputado **NELSON GOETTEN**

Relator