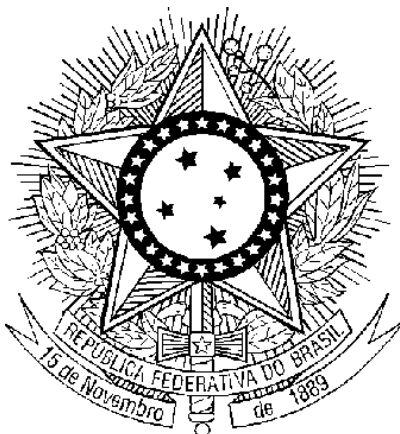


AVULSO NÃO PUBLICADO.
REJEITADO NA ÚNICA DE
MÉRITO



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.233-A, DE 2007

(Do Sr. Eduardo Gomes)

Acrescenta o § 2º, ao art. 36 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e dá outras providências; tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela rejeição (relator: DEP. EDUARDO DA FONTE).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR; E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIACÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- parecer do relator
- parecer da Comissão

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 31 de maio de 2007.

Deputado **EDUARDO GOMES**
PSDB/TO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá
outras providências.

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....
CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS
.....

Seção III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

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, desrespeita 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).

.....
.....

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 1.233, de 2007, de autoria do Deputado Eduardo Gomes, acrescenta § 2º ao art. 36 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências” (Código de Defesa do Consumidor). Referido parágrafo institui a obrigatoriedade de que nas “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.”

A argumentação do autor para justificar a proposição fundamenta-se no fato de que “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.”

Entende ainda o autor que a solução seria tornar clara “toda publicidade, para que o consumidor pudesse” identificar claramente os custos das operações.

Durante o prazo regimental não foram apresentadas emendas.

II - VOTO DO RELATOR

A oferta de crédito tem realmente sido ostensiva e o nível de endividamento da população tem crescido fortemente, denotando que o autor do PL nº 1.233/2007 está em perfeita sintonia com os problemas enfrentados pelos cidadãos brasileiros.

Todavia o provimento de informação ao consumidor relativamente a preços foi recentemente regrado por meio da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que “dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor”. Esta lei foi regulamentada pelo Decreto nº 5.903, de 20 de setembro de 2006, cujo teor da informação requerida para a oferta de operação de crédito assemelha-se àquele proposto pelo Parlamentar, conforme se depreende do parágrafo único do art. 3º da mencionada norma, o qual reproduzimos abaixo:

Art. 3º O preço de produto ou serviço deverá ser informado discriminando-se o total à vista.

Parágrafo único. No caso de outorga de crédito, como nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, deverão ser também discriminados:

I - o valor total a ser pago com financiamento;

II - o número, periodicidade e valor das prestações;

III - os juros; e

IV - os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento. (Decreto nº 5.903, de 20 de setembro de 2006)

Desse modo, à exceção das conseqüências decorrentes da inadimplência da operação de crédito, as quais, salvo melhor juízo, são de conhecimento da imensa maioria da população, o projeto em apreço requer procedimentos já exigidos no arcabouço legal vigente. Assim sendo, se essa for a solução para o problema subjacente à proposição, em que pese a meritória intenção do Deputado Eduardo Gomes, nada mais há que se fazer nesse sentido, motivo pelo qual **votamos pela rejeição do PL nº 1.233/2007.**

Sala da Comissão, em 32 de outubro de 2007.

Deputado **EDUARDO DA FONTE**

Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 1.233/2007, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Eduardo da Fonte.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Cezar Silvestri - Presidente; Walter Ihoshi - Vice-Presidente; Ana Arraes, Barbosa Neto, Chico Lopes, Eduardo da Fonte, Felipe Bornier, José Carlos Araújo, Júlio Delgado, Léo Alcântara, Luciana Costa, Luiz Bassuma, Luiz Bittencourt, Nelson Goetten, Ricardo Izar, Tonha Magalhães, Vinicius Carvalho, Bruno Araújo, Maria do Carmo Lara, Nilmar Ruiz e Ratinho Junior.

Sala da Comissão, em 7 de novembro de 2007.

Deputado **CEZAR SILVESTRI**

Presidente

FIM DO DOCUMENTO
