

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 7.052, DE 2010

Acrescenta o artigo 37-A e 37 B na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre propaganda enganosa via internet, telemarketing enganoso, spams (mensagens não solicitadas), na publicidade de oferta de crédito ao consumidor em parcelas sem juros.

Autor: Deputado CLEBER VERDE

Relator: Deputado CÉSAR HALUM

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 7.052, de 2010, propõe o acréscimo de dois novos dispositivos ao Código de Defesa do Consumidor – CDC para tratar de assunto relacionado à publicidade de oferta de crédito ao consumidor por intermédio da rede mundial de computadores – Internet.

O primeiro novo dispositivo proposto, art. 37-A, pretende proibir toda propaganda enganosa via internet, o marketing enganoso e os spams.

O segundo dispositivo proposto, art. 37-B, pretende penalizar o fornecedor de crédito quando este oferecer seu produto como sendo sem juros e sem outras taxas.

II – VOTO DO RELATOR

O projeto em análise tem o inequívoco mérito de buscar a defesa e proteção do consumidor brasileiro usuário da rede mundial de computadores – Internet , e também do consumidor de financiamentos e empréstimos em geral.

Porém, não podemos deixar de reconhecer que o problema que se deseja debelar com a proposta apresentada já está regulamentado no próprio CDC.

Quanto à propaganda enganosa, vejamos o que diz o art. 37 da lei 8.078, de 1990:

“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, desrespeite 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.”

Quanto à informação divulgada na oferta de produtos ou serviços, incluídos aí os serviços financeiros, vejamos o que rezam o art. 30 e o art. 31 do Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a

fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

*Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas **características**, qualidades, quantidade, composição, **preço**, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.” (grifo nosso)*

Como podemos observar, o CDC já dispõe de regulação suficiente para estabelecer como infração de consumo as situações que a proposta sob comento deseja resolver.

O problema não é a falta de lei ou normas reguladoras, o problema é a falta de fiscalização e aplicação da lei. Ainda, mais importante, é algo que infelizmente não tem acontecido em nosso país: o Poder Judiciário permitir o pagamento de indenizações justas e altas o suficiente para inibir os infratores de continuar ignorando a legislação de proteção ao consumidor.

Ante o exposto, tendo em vista a regulamentação geral já existente sobre a matéria proposta, somos pela rejeição do Projeto de Lei nº 7.052, de 2010.

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputado CÉSAR HALUM
Relator