



# SENADO FEDERAL

## PROJETO DE LEI DO SENADO

### Nº 293, DE 2007

Acrescenta parágrafos ao art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que *dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*, para dispor sobre publicidade.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

**Art. 1º** O art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor (CDC), passa a vigorar acrescido dos seguintes parágrafos:

“**Art. 37.** .....

§ 5º Toda publicidade que se referir a fornecimento com pagamento parcelado ou financiamento deverá informar todos os encargos financeiros a serem pagos pelo consumidor, inclusive a taxa mensal de juros, o número e o valor das prestações, o montante do preço a prazo e o preço à vista.

§ 6º Os caracteres utilizados para divulgar as informações exigidas pelo § 5º não poderão dificultar a leitura e a compreensão de seu sentido e alcance pelos consumidores. (NR)”

**Art. 2º** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

O objetivo desta proposta é alterar a redação do Código de Defesa do Consumidor, de forma a reprimir a prática exercida por alguns fornecedores, no tocante à publicidade, em que informações relevantes para o consumidor estão apresentadas em letra diminuta. A publicidade assim veiculada induz o consumidor em erro, pois oculta dele as reais condições de pagamento.

Ressalte-se que o princípio da transparência das relações de consumo constitui um dos objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo (CDC, art. 4º, *caput*). Tal princípio busca proporcionar uma relação contratual mais leal e menos danosa entre as duas partes. No entanto, para atrair o cliente, algumas empresas lançam mão de artifícios que ferem o princípio da transparência. Assim sendo, esses fornecedores veiculam publicidade, dos quais constam, em letras diminutas, a taxa mensal de juros e outros dados essenciais para que o consumidor esteja apto a realizar o ato de consumo.

Desse modo, torna-se necessário aperfeiçoar a referida Lei nº 8.078, de 1990, mediante o acréscimo desses dois dispositivos (art. 37, §§ 5º e 6º), para pôr fim à prática abusiva de não conferir, quando da veiculação de publicidade, a necessária visibilidade das informações relevantes. Esta proposição vem complementar o aludido art. 37 desse diploma legal, que define outros procedimentos desleais tais como publicidade enganosa e publicidade enganosa por omissão (CDC, art. 37, §§ 1º e 3º).

Pelos motivos expostos, contamos com o apoio de nossos ilustres Pares para a aprovação deste projeto de lei, porquanto ele se reveste de inegável

alcance socioeconômico, beneficiando principalmente as camadas menos esclarecidas da população.

Sala das Sessões, 30 de maio de 2007

  
Senadora SERYS SLHESSARENKO

### *LEGISLAÇÃO CITADA*

#### **LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990.**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

#### TÍTULO I

##### Dos Direitos do Consumidor

##### CAPÍTULO I

##### Disposições Gerais

Art. 1º .....

##### CAPÍTULO II

##### Da Política Nacional de Relações de Consumo

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

- I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
- II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:
  - a) por iniciativa direta;
  - b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
  - c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
  - d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º .....

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).

Art. 38. ....

*(À Comissão do Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle, em decisão terminativa.)*

Publicado no **Diário do Senado Federal**, de 31/05/2007

**Secretaria Especial de Editoração e Publicações do Senado Federal – Brasília – DF**

(OS:12862/2007)