

PARECER Nº , DE 2012

Da COMISSÃO DE MEIO AMBIENTE, DEFESA DO CONSUMIDOR E FISCALIZAÇÃO E CONTROLE, em decisão terminativa, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 76, de 2012, dos Senadores João Capiberibe, Randolfe Rodrigues, Casildo Maldaner e Angela Portela, que *adota medidas para informar os consumidores acerca de tributos que incidem diretamente sobre bens e serviços, conforme o disposto no § 5º do art. 150 da Constituição Federal.*

RELATOR: Senador **RODRIGO ROLLEMBERG**

I – RELATÓRIO

Trata-se do Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 76, de 2012, de autoria dos Senhores Senadores JOÃO CAPIBERIBE, RANDOLFE RODRIGUES, CASILDO MALDANER e ANGELA PORTELA, que estabelece regras para informar os consumidores acerca de tributos que incidem diretamente sobre bens e serviços, obedecendo ao disposto no § 5º do art. 150 da Constituição Federal (CF).

O art. 1º estabelece que deverá constar da nota ou cupom fiscal o valor dos seguintes tributos mencionados no art. 2º do projeto:

- a) Imposto sobre Importação de Produtos Estrangeiros (II);
- b) Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI);
- c) Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico relativa às Atividades de Importação ou Comercialização de Petróleo e seus

Derivados, Gás Natural e seus Derivados e Álcool Combustível (CIDE-Combustíveis);

d) Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS); e

e) Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS).

Não estarão obrigados a cumprir essa regra a microempresa com receita bruta anual inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e o microempreendedor individual de que trata o art. 18-A da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. É o que dispõe o § 1º do art. 1º da proposição.

O § 2º do mesmo dispositivo estabelece que as informações mencionadas não só devem constar da nota fiscal, como também das peças publicitárias relacionadas aos produtos comercializados, bem como na exposição de mercadorias em vitrines, gôndolas e demais espaços públicos utilizados para o mesmo fim.

O art. 3º estabelece que é crime o descumprimento da obrigação estabelecida na proposição, ao determinar a incidência do art. 66 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

O art. 4º estabelece que a lei resultante da proposição, caso aprovada, entrará em vigor na data de sua publicação.

Na justificação, os autores sustentam que a proposição busca dar efetividade ao dispositivo constitucional que estabelece o direito do consumidor de receber informações precisas a respeito da carga tributária incidente sobre os produtos e serviços.

O projeto foi apreciado pela Comissão de Assuntos Econômicos (CAE), onde foi aprovado com emenda para alterar sua ementa, que passaria a ser do seguinte teor: “Adota medidas para informar os consumidores acerca dos tributos indiretos que incidem sobre bens e serviços, conforme o disposto no § 5º do art. 150 da Constituição Federal”.

Cabe agora a esta Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA) apreciar a proposição em decisão terminativa.

Não foram apresentadas novas emendas.

II – ANÁLISE

Nos termos do art. 102-A, III, do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), cabe à CMA opinar sobre assuntos atinentes à defesa do consumidor, como é o caso.

No que se refere à constitucionalidade da proposição, observa-se que a União tem competência para legislar a respeito de direito do consumidor, a teor do art. 24, V, da Constituição Federal (CF).

Quanto à espécie normativa a ser utilizada, verifica-se que a escolha por um projeto de lei ordinária revela-se correta, pois a matéria não está reservada pela CF à lei complementar.

No que concerne à juridicidade, a proposição se afigura irretocável, porquanto: *i*) o meio eleito para o alcance dos objetivos pretendidos (normatização via edição de lei) é o adequado; *ii*) a matéria nela vertida *inova* o ordenamento jurídico; *iii*) possui o atributo da *generalidade*; *iv*) se afigura dotada de potencial *coercitividade*; e *v*) se revela compatível com os princípios diretores do sistema de direito pátrio.

A matéria veiculada não é de iniciativa privativa do Presidente da República (art. 61, § 1º, da CF) nem está no rol das competências exclusivas do Congresso Nacional ou de qualquer de suas Casas, expresso nos arts. 49, 51 e 52 da CF.

Não há ressalvas a fazer no tocante à técnica legislativa empregada.

Estamos de acordo com a emenda aprovada na CAE, que eliminou a possibilidade de interpretação equivocada da ementa.

Vejamos o mérito.

A importância da proposição dispensa maiores comentários. O direito do consumidor às informações referentes aos tributos que incidem sobre os produtos já decorre do texto constitucional. Resta ao legislador ordinário, tão-somente, estabelecer a natureza e a forma de prestação das informações.

Embora o sistema tributário brasileiro seja absurdamente complexo, dificultando a prestação das informações, estamos de acordo que deve ser explicitado na nota ou no cupom fiscal o valor pago pelo consumidor a título de cada um dos tributos elencados no art. 2º. E mais: entendemos que não deve ser feita uma “estimativa” ou um “valor aproximado” do valor dos tributos, pois o consumidor tem direito a informações precisas. Assim, com todo o respeito às opiniões contrárias, caso não conste o valor exato dos tributos, as informações prestadas ao consumidor serão imprecisas.

Contudo, não nos parece razoável que a norma seja aplicada a quaisquer peças publicitárias. Obviamente, não faz sentido incluir o valor dos tributos em peças publicitárias nas quais não conste o preço de venda dos produtos. Além disso, entendemos que não é viável, na prática, obrigar o fornecedor a explicitar os valores dos tributos em anúncios veiculados por rádio e televisão: isso aumentaria em muito o custo da publicidade, com graves prejuízos para a economia. Propomos, portanto, emenda para alterar o § 2º do art. 1º do PLS.

O art. 3º da proposição estabelece que será crime a omissão das informações impostas. Nada diz, porém, a respeito das informações imprecisas ou errôneas. Entendemos que essa regra deve ser alterada, pois não basta proporcionar uma informação qualquer, é necessário que a informação seja correta. Assim, é preciso aprimorar o dispositivo para que também sejam punidos os casos em que a informação for falsa, errônea, dúbia ou incompleta.

Por outro lado, estabelecer que haverá punição criminal para o descumprimento das regras ora propostas nos parece desproporcional. A desobediência ao dever de informar corretamente quanto à incidência dos tributos não nos parece ser tão grave quanto a conduta contida no art. 66 do CDC, do seguinte teor: “Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade,

segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços”.

Assim, não se pode estabelecer a mesma pena para condutas com gravidades diferentes.

Propomos, portanto, emenda para alterar o art. 3º, de modo a punir os casos em que as informações prestadas forem falsas, errôneas, dúbias ou incompletas, bem como para estabelecer que o descumprimento das obrigações estabelecidas será passível de punição administrativa nos termos do art. 56 do CDC.

No que se refere à cláusula de vigência, entendemos que não é possível que a lei resultante da proposição entre em vigor na data da publicação.

É necessário que os fornecedores de produtos e serviços tenham algum espaço de tempo para implementar as medidas impostas pela norma ora proposta. E, com todo respeito às opiniões contrárias, esse espaço de tempo não pode ser curto, sob pena de colocar em risco a própria sobrevivência da lei como norma passível de, na prática, surtir efeitos.

Entendemos, assim, que a lei deve entrar em vigor decorridos cento e oitenta dias da data de sua publicação, prazo que será suficiente até para o desenvolvimento de *softwares* para auxiliar os contribuintes a cumprirem a lei.

III – VOTO

Pelas razões expostas, votamos pela aprovação do Projeto de Lei do Senado nº 76, de 2012, e da Emenda nº 1 – CAE, com as seguintes emendas:

EMENDA Nº - CMA
(ao PLS nº 76, de 2012)

Dê-se ao § 2º do art. 1º do Projeto de Lei do Senado nº 76, de 2012, a seguinte redação:

“**Art. 1º**

.....

§ 2º Com exceção de anúncios veiculados em rádio e televisão, o disposto no *caput* deste artigo aplica-se a toda peça publicitária em que conste o preço de venda ou revenda de produto nela mencionada, assim como aos produtos expostos nas vitrines, gôndolas e demais espaços de exposição ao público.”

EMENDA Nº - CMA
(ao PLS nº 76, de 2012)

Dê-se ao art. 3º do Projeto de Lei do Senado nº 76, de 2012, a seguinte redação:

“**Art. 3º** O descumprimento, total ou parcial, do dever de prestar de forma precisa e correta as informações estabelecidas nesta Lei enseja a aplicação do disposto no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.”

EMENDA Nº - CMA
(ao PLS nº 76, de 2012)

Dê-se ao art. 4º do Projeto de Lei do Senado nº 76, de 2012, a seguinte redação:

“**Art. 4º** Esta Lei entra em vigor após decorridos cento e oitenta dias da data de sua publicação.”

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator