

## PARECER Nº , DE 2015

Da COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA, sobre a Sugestão nº 7, de 2014, que trata da regulamentação das atividades de *marketing* de rede.

RELATOR: Senador **RANDOLFE RODRIGUES**  
RELATOR *Ad hoc*: Senador **JOSÉ MEDEIROS**

### I – RELATÓRIO

Submete-se à deliberação da Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa (CDH) a Sugestão nº 7, de 2014, originada na Ideia Legislativa nº 11.322, veiculada no Portal e-Cidadania, de autoria do cidadão Stanley Dacles Oliveira e que teve apoio superior a vinte mil manifestações individuais.

Propõe regulamentação do *marketing* multinível, com a finalidade específica de regulamentar a diferença entre *marketing* multinível e esquema piramidal. A ideia está assim exposta:

“Definir o *marketing* multinível como um negócio legítimo, ao contrário do esquema em pirâmide. O *marketing* multinível surgiu em 1903 e em 1979 tornou-se uma indústria reconhecida nos EUA. Desde então, reconheceu a legitimidade da operação como uma forma legal.”

A atividade de *marketing* multinível constitui estratégia empresarial de distribuição de bens e serviços, onde a divulgação dos produtos se dá pela indicação “boca a boca” feita por distribuidores independentes. Além da indicação dos produtos, os distribuidores podem arregimentar outros distribuidores e, assim, construir uma organização de escoamento de produtos com possibilidades de ganhos elevados.

No Brasil, há experiências muito bem sucedidas e profundamente enraizadas na cultura popular, como é o caso da venda de cosméticos de porta em porta, ou produtos de nutrição.

## II - ANÁLISE

A Constituição Federal (CF) estabelece, em seu art. 48, que cabe ao Congresso Nacional, com a sanção do Presidente da República, dispor sobre todas as matérias de competência da União. O comando inclui legislar especialmente sobre aquelas matérias elencadas no art. 22, dentre as quais figuram questões sobre direito comercial. É o caso da sugestão em análise, que trata da regulação de um tipo específico de relação comercial.

A esta CDH, nos termos do art. 102-E, inciso I, do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), compete opinar sobre sugestões legislativas apresentadas por associações e órgãos de classe, sindicatos e entidades organizadas da sociedade civil. Do ponto de vista regimental, a CDH é soberana para decidir pelo acatamento ou não da sugestão e, se acatada, estruturar o projeto de lei de acordo com premissas e parâmetros definidos pela própria Comissão.

Não há vício de origem da matéria, já que o assunto não se insere entre os temas de competência de iniciativa legislativa privativa do chefe do Poder Executivo, conforme art. 61 da Carta Magna.

Quanto à juridicidade, não existe no Brasil, atualmente, regulamentação específica para essa atividade, prevalecendo, a esse respeito, o princípio da livre iniciativa econômica. Ou seja, como não há qualquer proibição legal, os fornecedores de produtos e serviços podem adotar livremente o *marketing* multinível. Nesse caso, dispensaria esforço legislativo específico, pois o *marketing* multinível consiste em um sistema de distribuição de produtos ou serviços praticados legalmente, com objeto lícito, fornecido por empresas legalmente constituídas no País.

Quanto ao mérito, a sugestão busca diferenciar uma atividade comercial lícita e virtuosa de outra irregular e criminosa. Qual seja, a prática de esquemas piramidais. Isso reside no fato de que esquemas fraudulentos tentam, equivocadamente, caracterizar suas atividades como sendo de venda direta, por meio do mesmo modelo de *marketing* multinível, ou de relacionamento.

Com efeito, pirâmides financeiras se caracterizam como crime contra a economia popular. Ainda que se baseiem em cadeias de relacionamento, em que o ganho do primeiro depende do repasse de recursos da pessoa que se encontra no nível seguinte da cadeia piramidal,

são constituídas com o único objetivo de ganhar vantagem indevida, sem a devida contraprestação de um produto ou serviço.

Contra isso, a Lei nº 1.521, de 26 de dezembro de 1951, já tipificou essa prática como crime contra a economia popular, sujeitando-a à pena de detenção, de seis meses a dois anos, e multa. Nos termos do inciso IX de seu art. 2º:

IX - obter ou tentar obter ganhos ilícitos em detrimento do povo ou de número indeterminado de pessoas mediante especulações ou processos fraudulentos ('bola de neve', 'cadeias', 'pichardismo' e quaisquer outros equivalentes).

Por isso, a fraude da “pirâmide financeira” já é uma operação ilegal no Brasil, que envolve o pagamento de rendimentos exageradamente altos a alguns investidores, usando os recursos de investidores mais recentes, que chegaram depois ao negócio, ao invés de lucros obtidos por investimentos ou negócios verdadeiros.

Nesse caso, entendemos que a Sugestão torna-se desnecessária, tendo em vista que a legislação pátria já coíbe fraudes do gênero piramidal e já regula as relações lícitas decorrentes do marketing multinível.

Portanto, temos objeção quanto à adequação da sugestão nº 7, de 2014, no ordenamento legal já existente.

### **III – VOTO**

Em virtude do exposto, o voto é pela rejeição da Sugestão nº 7, de 2014.

Sala da Comissão, 29 de abril de 2015.

Senador **Paulo Paim**, Presidente

Senador **José Medeiros**, Relator *ad hoc*