



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 2.849, de 2015.

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar os fornecedores a informar o histórico de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

Autor: Deputado Rômulo Gouvêia

Relator: Deputado Guilherme Mussi

VOTO EM SEPARADO DO DEPUTADO HEULER CRUVINEL

I - RELATÓRIO:

O PL nº 2849, de 2015, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouvêia, tem por finalidade obrigar os fornecedores de produtos ou serviços ofertados no mercado de consumo a informar o histórico de preços daqueles postos em promoção, exatamente no intuito de fortalecer o dever fundamental da transparência, boa-fé objetiva e informação adequada nas relações de consumo.

Em seu bojo, a proposição sob exame promove alteração no artigo 31 do supracitado diploma consumerista, incluindo um parágrafo segundo estabelecendo que nos casos de oferta promocional de produtos ou serviços, seja em meio presencial ou eletrônico, deve ser informado ao consumidor também o histórico de preços daqueles itens em oferta, nos trinta dias antecedentes à data da promoção.

No prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto, competindo a essa Comissão manifestar-se quanto ao mérito, na forma do artigo 32, V, “a” e “b” do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

II - VOTO:

Com a devida *vênia* ao nobre relator Deputado Guilherme Mussi, seu parecer, quanto ao mérito, não merece prosperar, eis que, ao manifestar seu voto pela rejeição do PL nº 2.849/2015 sob o argumento de excesso de intervenção do Estado na atividade econômica, alegando que o CDC já prevê a forma como a informação deve ser veiculada, no caput do artigo 31, bem como que já há previsão no artigo 66 quanto à publicidade falsa ou enganosa de preços de produtos ou serviços, sob o risco de inviabilizar a concorrência e o exercício do comércio; não é irrazoável nem tampouco mera obrigação a mais.

Diversamente do relator, não vejo que tais alterações propostas pelo Autor venham acarretar efeito contrário ao pretendido, nem tampouco acho que a previsão do artigo 106 do CDC quanto às ações do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor dispostas no seu inciso I sejam razão ou justificativa limitante ou exclusiva da iniciativa que ora se apresenta.

Ora, as atividades de comércio, em sua essência, derivam do direito contratual civil, devendo considerar a função social dos contratos (trocas úteis e justas) disposta nos artigos 187 e 421 do Código Civil; a Teoria do Risco do Negócio disposta no art. 14 (responsabilidade objetiva do fornecedor em face dos riscos e da hipossuficiência econômica, técnica e jurídica dos consumidores); a obrigatoriedade da ação governamental na coibição e repressão eficientes dos abusos e fraudes praticados no mercado de consumo, a teor no disposto nos artigos 4º incisos II e VI; a garantia à informação/oferta adequadas conforme disposto nos artigos 20 e 31; e a proteção contra publicidade enganosa e abusiva disposta no artigos 6º incisos III e IV, e 37 §§ 1º e 2º.

Nesse contexto, entendo que estabelecer regras específicas e complementares à oferta de produtos e serviços em situações especiais como a das “promoções” do comércio em geral, criando mecanismo eficaz de garantia ao consumidor quanto à boa-fé do fornecedor, é medida acertada, legítima e legalmente respaldada, a teor dos argumentos e fundamentos supra, a qual se impõe, face à escalada de um tipo nefasto de publicidade/oferta nas promoções de varejo, travestido muitas vezes de um pseudo selo de qualidade importado e desvirtuado em nosso país: as sextas feiras promocionais ou



CÂMARA DOS DEPUTADOS

“black Fridays”. Ano após ano, mesmo em tempos de crise econômica, na mesma proporção em que o volume de vendas no varejo durante tais datas “especiais” tem recebido forte incremento, os indicadores de “maquiagem” de preços também aumentam, só que em maior proporção, levando muitos consumidores mais conscientes a darem a tais datas a pecha de “Black Fraude”¹. Não há qualquer prova de que a divulgação obrigatória do histórico de preços dos últimos trinta dias antes das promoções vá prejudicar ou aumentar os custos de fornecedores no comércio, ao contrário, promoverá uma seleção natural daqueles que respeitam os princípios e normas do CDC, promovendo efetivamente a boa-fé nas relações de consumo.

Parafraseando um grande fornecedor de produtos e serviços do capitalismo moderno (Henry Ford), alerto que sendo o consumidor o elo mais fraco da corrente que representa a economia, devemos primar por um equilíbrio de forças entre seus outros elos, sob pena de o “galho quebrar do lado mais fraco”: o consumidor.

Por todo o exposto, voto **pela aprovação do PL 2849, de 2015**, conclamando meus pares nesta Comissão a apoiar sua aprovação, por ser medida de grande envergadura e importância socioeconômica à população, especialmente na atual conjuntura de crise ética e moral pela qual passamos no país.

Sala da Comissão, em de junho de 2016.

Deputado HEULER CRUVINEL

PSD/GO

¹ <http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/11/da-pra-confiar-na-black-friday-no-brasil.html>