

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 1.623, DE 2011

Dispõe sobre a obrigatoriedade de divulgação do prazo de validade dos produtos ou serviços colocados em promoção.

Autor: Deputado Miriquinho Batista

Relator: Deputado Francisco Araújo

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 1.623, de 2011, do Deputado Miriquinho Batista, propõe que seja obrigatória a divulgação do prazo de validade dos produtos ou serviços ofertados em promoção com o mesmo destaque utilizado para a publicidade do produto ou serviço.

Determina que o descumprimento da nova norma sujeita o infrator às sanções previstas no art. 56 do Código de Defesa do Consumidor – CDC.

O projeto não recebeu emendas e cabe-nos, nesta Comissão de Defesa do Consumidor, analisar a questão no que tange à defesa e proteção do consumidor e ao equilíbrio nas relações de consumo.

II - VOTO DO RELATOR

O projeto de lei em análise merece nosso apoio e seu autor nossa congratulação por estar tratando dos interesses do consumidor brasileiro e desejando resguardar seus direitos. Não obstante, queremos tecer algumas considerações e oferecer algumas sugestões no sentido de aprimorar a proposta.

Preliminarmente, deve-se observar que o Projeto deveria referir-se (art. 1º) a “prazo de validade do produto ou de garantia do serviço”, porque a prestação do serviço não se configura, propriamente, objeto “perecível”.

Mas não é a questão terminológica o foco de nossa atenção. Ocorre que o Código de Defesa do Consumidor já contempla dispositivos que atendem satisfatoriamente aos objetivos gerais da proposição.

O art. 18 do CDC estabelece a responsabilidade solidária dos fornecedores, não só em razão de vícios de qualidade ou de quantidade dos produtos, como também por vícios decorrentes de disparidade entre as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, vejamos o texto:

“Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas”.

Também, relativamente à oferta e apresentação de produtos ou serviços, o art. 31 do CDC impõe a obrigatoriedade de que estas assegurem informações corretas, claras, precisas, ostensivas, acerca de vários requisitos, inclusive prazos de validade. Vejamos:

“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.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.”.

Nesse sentido, os direitos dos consumidores, no que diz respeito ao conhecimento dos prazos de validade de produtos, estão amplamente assegurados, com plena liberdade de consultar preços e data de validade no momento da aquisição da mercadoria.

Por conseguinte, embora meritória a preocupação do Deputado Miriquinho Batista, a proposta de tutela correlata para o cidadão mostra-se desnecessária e operacionalmente de difícil viabilização, por exigir grandes espaços para listas de prazos de validade, e de resto pouco perceptíveis na mídia, mormente quando a divulgação abrange toda uma linha de produtos ou os produtos de todo um departamento de varejo.

Por outro lado, ampliam-se redes varejistas que contabilizam centenas de estabelecimentos, lidando, dia a dia, com enormes estoques, com extrema variação no que tange a prazos de validade dos produtos, motivo pelo qual, por questões operacionais, frequentemente uniformizam a comunicação mercadológica, no que tange às suas ofertas.

Dessa forma, o que se resume em uma peça publicitária, nacional ou regionalmente exibida, se vingar o projeto, a exigência nele prevista acarretará a inviabilidade da comunicação, de tal sorte que, no limite, poderá resultar, por exemplo, no absurdo da necessidade de uma peça publicitária para cada loja ou linha de produtos.

Ainda assim, caso fosse exequível, a medida traria consigo ilimitado potencial de onerar os produtos, pela ampliação de custos de comunicação e de logística.

Na realidade, o que a iniciativa ora em exame deveria buscar estabelecer, e, a esse respeito, permanece omissa a legislação, seria regular os prazos de validade das campanhas promocionais, durante os quais prevaleceriam as condições especiais anunciadas pelos fornecedores, sobretudo quando se colocam em oferta produtos ou serviços com redução de preços.

Comumente, os consumidores são surpreendidos quando – movidos pelo material de divulgação, seja na mídia eletrônica, seja na via impressa, amiúde, nenhuma informação visível ou destacada consta a respeito – se dirigem aos estabelecimentos comerciais e são informados de que “a campanha já terminou”, ofertando-se os produtos com seus preços normais ao consumidor.

A mesma situação ocorre via sítios de compra na internet, que anunciam condições especiais, mas não indicam por quanto tempo o consumidor poderá usufruí-las.

Sob tais fundamentos, aproveitando a ideia e a intenção da proposição em tela, oferecemos SUBSTITUTIVO para normatizar a situação acima exposta, que, em nosso entendimento, está a necessitar de regulação para proteção e defesa do consumidor brasileiro.

Ante o exposto, votamos pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 1.623, de 2011, na forma do SUBSTITUTIVO anexo.

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputado FRANCISCO ARAÚJO
Relator

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.623, DE 2011

Dispõe sobre a obrigatoriedade de divulgação do prazo de validade das promoções em quaisquer formas de marketing comercial de produtos ou serviços colocados à venda.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As promoções especiais de venda de quaisquer produtos ou serviços, especialmente aquelas realizadas mediante redução de preço, obrigam o fornecedor a divulgar o prazo de validade das referidas promoções em quaisquer formas de marketing comercial, com o mesmo destaque, pelo mesmo meio de comunicação utilizado para divulgar o anúncio.

Parágrafo único. Quando os preços promocionais dos produtos ou serviços apresentarem mais de um prazo de validade dentro da campanha promocional, todos devem ser divulgados, distintamente.

Art. 2º Em toda publicidade impressa, distribuída de forma avulsa ou afixada em painéis, cujos objetos anunciados forem produtos alimentícios perecíveis, o anúncio deverá conter a seguinte mensagem: “OBSERVE O PRAZO DE VALIDADE NA EMBALAGEM”, em tamanho destacado e de fácil visualização pelo consumidor.

Art. 3º O descumprimento desta lei caracteriza infração das normas de defesa do consumidor e sujeita o infrator às sanções previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputado FRANCISCO ARAÚJO
Relator

2011_15709