



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: Dep. Rômulo Gouveia

Relator do Vencedor: Dep. Vinicius Carvalho

PARECER VENCEDOR

Em reunião ordinária realizada hoje, em virtude da rejeição do Parecer do nobre Relator, Deputado Guilherme Mussi, fui designado relator do parecer vencedor ao PL nº 2.849/2015 e proferi em Plenário o seguinte parecer, considerando o conteúdo do voto em separado do Deputado Heuler Cruvinel, subscrito por mim e pelos Deputados Weliton Prado, Marcos Rotta, Chico Lopes e Severino Ninho, o qual transcrevo a seguir, bem como a sugestão apresentada pelo Dep. Weliton Prado, durante a discussão do parecer.

I – RELATÓRIO

O PL nº 2849, de 2015, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouveia, 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 do artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo o 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



CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

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 esta Comissão manifestar-se quanto ao mérito, na forma do artigo 32, V, “a” e “b” do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

II – VOTO

Com a devida vênua 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, tampouco mera obrigação a mais.

Diversamente do relator, não considero que tais alterações propostas pelo Autor venham acarretar efeito contrário ao pretendido, 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 do disposto nos artigos 4º incisos II e VI; a garantia à informação/oferta adequadas, conforme



CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

disposto nos artigos 20 e 31; e a proteção contra publicidade enganosa e abusiva, disposta no artigo 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 “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 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. Anoto que, por sugestão do Deputado Weliton Prado, concordei em incluir emenda ao projeto, alterando o prazo para divulgação do histórico de preços dos produtos ou serviços em promoção de 30 (trinta) para 90 (noventa) dias.

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 nº 2849, de 2015, com a emenda anexa, conclamando meus pares nesta Comissão a apoiar sua aprovação, por ser medida de grande envergadura e importância socioeconômica à

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



CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

população, especialmente na atual conjuntura de crise ética e moral pela qual passamos no país.

Sala da Comissão, em 6 de julho de 2016.

Deputado **VINICIUS CARVALHO**
Relator do Vencedor



CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI N.º 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: Dep. Rômulo Gouveia

Relator do Vencedor: Dep. Vinicius Carvalho

EMENDA Nº 1

Dê-se ao § 2º do art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, incluído pelo art. 1º do Projeto de Lei nº 2.849/2015, a seguinte redação:

§ 2º A oferta promocional de produtos e serviços, em estabelecimentos físicos ou por meio eletrônico ou similar, deve assegurar, além das informações obrigatórias descritas no caput, o histórico de preços do produto ou serviço nos 90 (noventa) dias anteriores à promoção. (NR)

Sala da Comissão, em 6 de julho de 2016.

Deputado **VINICIUS CARVALHO**

Relator do Vencedor