

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 6.029, DE 2016

Acrescenta §3º ao art. 3º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para fins de estabelecer obrigações ao fornecedor.

Autor: Deputado CARLOS HENRIQUE GAGUIM

Relator: Deputado MARCO TEBALDI

PARECER 2

I – RELATÓRIO

Por meio do Projeto de Lei nº 6.029/2015, o ilustre Deputado Carlos Henrique Gaguim visa obrigar o fornecedor a publicar, em local destacado em visível do seu estabelecimento comercial e nos veículos automotores pertencentes à sua frota que acaso possuam, os seus meios de contato, o seu endereço completo e a sua inscrição cadastral junto ao Ministério da Fazenda.

Acrescenta, para tais fins, § 3º ao art. 3º, da Lei n. 8.078, de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), com quatro incisos que relacionam informações a serem exibidas pelo fornecedor.

A proposição tramita em regime ordinário e submete-se à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor e de Constituição e Justiça e de Cidadania (arts. 24, II e 54, RICD).

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, dentro do prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto, cabendo a mim a missão de relatá-lo.

Após o encerramento do prazo de vista concedido ao nobre Deputado Vinícius Carvalho, este Relator solicitou a retirada de pauta, a fim de que pudesse reformular o parecer apresentado em 08 de novembro de 2016, com as ponderações que ora exponho.

II – VOTO DO RELATOR

Gostaria, inicialmente, de registrar minhas saudações ao ilustre Deputado Carlos Henrique Gaguim e render-lhe elogios pelo seu empenho diuturno em prol do povo brasileiro e por sua sempre valorosa contribuição no âmbito desta Comissão, com iniciativas que buscam a melhoria das relações de consumo.

O Projeto de Lei nº 6.029/2015 espelha esse esforço. Por meio da referida iniciativa, o estimado colega visa estabelecer para os fornecedores de produtos e serviços a obrigação de publicarem os seus meios de contato, endereço completo e número de CNPJ, em local destacado em visível do seu estabelecimento comercial e nos veículos automotores pertencentes à sua frota (caso os possuam). Objetiva, com a medida, privilegiar o direito à informação, tal qual previsto no art. 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor.

Confesso aos nobres pares que toda pauta que se apresente a favor dos consumidores desperta minha imediata, instantânea e quase instintiva simpatia, razão pela qual concluí pela absoluta pertinência da iniciativa e ofereci parecer favorável poucos dias após o encerramento do prazo para emendas.

No entanto, iniciadas as discussões em abril deste ano, amadureci o tema para bem equacionar até que ponto a medida, muito embora bem-intencionada, realmente retornará benefícios para o consumidor. Ou se, ao revés, traz consigo reflexo negativo que certamente será repassado para a parte mais fraca da relação, sobretudo considerando a existência de dispositivos, no próprio CDC, que adequadamente atendem a previsão que se almeja com a alteração legislativa proposta.

Essa ponderação perpassa, em primeiro plano e de rigor, o que temos na legislação vigente acerca do tema, e no que inova a introdução proposta. O direito à informação nas relações consumeristas tem amparo no art. 5º, XIV, da Constituição Federal, e na garantia da defesa do consumidor, prevista no art. 5º, XXXII e no art. 170, V, da Carta Magna.

Paralelamente às disposições constitucionais, o art. 6º, do Código de Defesa do Consumidor, em seu inciso III, já assegura “o *direito básico à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que se apresentem*”, inclusive em favor da pessoa com deficiência, na forma do parágrafo único, do mesmo dispositivo.

No mesmo sentido, os arts. 8º, 30, 31 e 33 do CDC, que assim preveem:

“Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.”

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto”.

“Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado”.

“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.”

“Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou

reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.”

O dever de informação irradia-se, ainda, em outras várias disposições do Código de Defesa do Consumidor, a exemplo do art. 36, parágrafo único, art. 37, §§1º e 3º, art. 38 e art. 43. O diploma consumerista, em seu art. 66, também capitula como crime a afirmação falsa, enganosa e a omissão de *“informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços”*.

Ao lado dessas disposições, o CDC estrutura toda uma sistemática de responsabilidade, que impõe ao fornecedor a obrigação de sanar ou ressarcir os danos e vícios pelo produto ou serviço que coloca à disposição no mercado. Somado a isso, outras normas esparsas, dentre as quais destacamos a Lei nº 10.962/04, que dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços ao consumidor, robustecem a disciplina do dever de informação em matéria consumerista, dentre os quais se insere a obrigatoriedade da identificação do fabricante, construtor, produtor ou importador.

Outro ponto é digno de nota. Ao fazer menção, em sua justificativa, a *“dados do estabelecimento comercial onde adquiriu um produto ou contratou a prestação de um serviço”*, não tenho por certo se o autor pretende vincular o teor da iniciativa ao fornecedor *stricto sensu* ou à figura do comerciante.

Se for a primeira hipótese (fornecedor *stricto sensu*), o CDC e leis esparsas já dispõem exaustivamente sobre dever de informar, conforme já enunciamos acima.

Se for a segunda hipótese, ou seja, se o que se busca é impor tal dever de informação ao proprietário (titular) do local em que o consumidor efetuou a compra, a medida não trará a relevância esperada, posto que esbarraremos no art. 13, do CDC, que delimita as responsabilidades do comerciante às seguintes situações: I – quando o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados; II – quando o produto for fornecido sem identificação clara do seu o fabricante, o construtor, o produtor ou importador; III – quando não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Sob outra perspectiva, considerando que já há previsão expressa acerca da obrigação de fornecimento dos dados do fornecedor nas compras efetuadas à distância (art. 33, CDC), não se faz clara a utilidade do

dispositivo quando a contratação de produto ou serviço é feita presencialmente, no próprio estabelecimento, notadamente no tocante ao endereço completo, considerando que foi esse o local em que o consumidor efetuou a aquisição.

A par dessas considerações, temos que a providência estampada na proposta acarretará um custo adicional, seja para o comerciante, seja para o “fornecedor stricto sensu”, consistente na reformulação das fachadas dos estabelecimentos, reformulação dos sites, nova plotagem da frota de veículos. Vivemos em uma realidade de mercado que se assenta no lucro, de modo que não restam dúvidas que esse será um ônus repassado para o consumidor final, com o encarecimento do preço dos produtos e serviços ofertados.

Sem falar que tal alteração, muito embora pareça singela, repercutirá ainda mais negativamente na sobrevivência de pequenos comerciantes e fornecedores, gerando também para esses um ônus a mais e uma evidente desvantagem competitiva.

Por essas razões, entendo pela necessidade de equacionarmos o custo-benefício da providência legislativa, sob o prisma do efetivo proveito que a modificação redundará para o consumidor, sobretudo quando estamos diante de um microssistema robusto, com amparo constitucional, que já contempla e privilegia o direito e dever de informação nas relações de consumo.

Em razão do exposto, reformulo meu parecer para, à vista do exposto, votar pela **rejeição** do Projeto de Lei nº 6.029, de 2016.

Sala da Comissão, em de de 2017.

Deputado MARCO TEBALDI
Relator