



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.377-A, DE 2004 **(Do Sr. Lincoln Portela)**

Acrescenta novo inciso ao art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e dá outras providências; tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela rejeição (relator: DEP. SIMPLÍCIO MÁRIO).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIAÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II – Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- parecer do relator
- parecer da Comissão

O Congresso Nacional *decreta*:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a viger acrescido do seguinte inciso XIII:

“Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

.....
XIII – colocar ou expor à venda produto de consumo de qualquer natureza, em gôndola, prateleira, receptáculo ou equipamento similar que se situe à distância de até 2 (dois) metros do guichê de caixa destinado ao pagamento do respectivo produto.”

Art. 2º Esta lei entra em vigor prazo de 30 (trinta) dias de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Já se tornou usual a prática dos supermercados de colocar em prateleiras ou gôndolas – próximas aos guichês de caixas - diversos produtos e mercadorias, sejam gêneros alimentícios ou não, como uma técnica de venda de induzir ao consumo seus clientes.

Esta técnica ardilosa, que vem se evidenciando cada vez mais em minimercados, lojas de conveniência e supermercados, a nosso ver, é uma prática totalmente abusiva contra o consumidor porque o incentiva a adquirir produtos que sequer está necessitando, além de exercer forte pressão sobre o público infantil.

Entendemos que esta conduta dos estabelecimentos comerciais é danosa aos interesses do consumidor na medida em que o “força” a gastar mais dinheiro do que aquela quantia que havia planejado gastar inicialmente, além de levá-lo ao consumo por impulso e por indução.

De outro modo, essa prática fere um dos princípios contidos no art. 4º (inciso VI) do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC), uma vez que a Política Nacional das Relações de

Consumo deve também ter por objetivo “*coibir e reprimir de maneira eficiente todos os abusos praticados no mercado de consumo, (...)*”.

Acreditamos que esta proposição servirá para motivar a discussão sobre essa questão no âmbito das Comissões temáticas desta Casa, quando esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares para o aprimoramento das regras de nosso CDC, de modo a melhor impedir abusos contra o consumidor nacional.

Sala das Sessões, em 10 de novembro de 2004.

Deputado **LINCOLN PORTELA**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

LEI N° 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras providências.

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO II
DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

* *Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 9008, de 21/03/1995.*

- I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
- II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor;

- a) por iniciativa direta;
- b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
- c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
- d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho;

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (Art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o Poder Público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

§ 1º (Vetado).

§ 2º (Vetado).

CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção IV

Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

* *Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/06/1994*

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se Normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - CONMETRO;

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais:

* *Inciso IX acrescido pela Lei nº 8.884, de 11/06/1994*

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

* *Inciso X acrescido pela Lei nº 8.884, de 11/06/1994*

XI - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.

* *Inciso XI incorporado pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério.

* *Inciso XII acrescido pela Lei nº 9008, de 21/03/1995*

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.

* *Inciso XIII acrescido pela Lei nº 9.870, de 23.11.1999*

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de 10 (dez) dias, contados de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros, não previstos no orçamento prévio.

.....
.....

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I-RELATÓRIO

Chega para análise desta Comissão de Defesa do Consumidor o projeto sob epígrafe, que acrescenta inciso ao art. 39 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor. A modificação pretendida visa incluir entre as práticas consideradas abusivas contra o consumidor expor à venda produtos em gôndola que se situe a menos de dois metros de distância do guichê de caixa.

Justificando a sua proposição, o Autor argumenta que a exposição de produtos próximo aos caixas de supermercado e lojas de conveniência é uma prática abusiva contra o consumidor porque o seduz, por impulso e por indução, a consumir produtos que não está necessitando, além de exercer forte pressão sobre o público infantil.

Dentro do prazo regimental, não foram apresentadas emendas à proposição.

Este, pois, o relatório.

II-VOTO DO RELATOR

Compartilhamos das preocupações do nobre Apresentante do projeto de lei em análise, no que diz respeito a permanecermos vigilantes para evitar que sejam cometidos abusos contra o consumidor.

Especialmente no que diz respeito público infantil, acreditamos que, em alguns casos, existe a intenção do fornecedor de expor mercadorias ao

alcance das crianças, para que elas a desejem e peçam a seus pais para comprá-las. Dessa maneira, por intermédio da criança, ao pedir com insistência que lhe comprem a mercadoria em questão, o fornecedor consegue exercer forte pressão sobre o consumidor.

Entretanto, apesar de reconhecermos que pode haver intenção de abuso por parte do fornecedor, não julgamos que seja necessário acrescentar dispositivo à Lei n.º 8.078/90, haja vista que o dispositivo no inciso IV de seu art. 39 considera como prática abusiva prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua **idade**, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe produtos ou serviços. Desse modo, se os órgãos responsáveis pela fiscalização das relações de consumo considerarem que, em determinadas situações, expor mercadorias próximo ao guichê de caixa vise prevalecer-se da idade e da ignorância das crianças para forçar a venda de algum produto, já dispõem da legislação necessária para punir quem cometer tal abuso.

Por outro lado, consideramos que seria totalmente inadequado o Código de Defesa do Consumidor, que como todo código deve ter o caráter da generalidade, conter dispositivo que trate de matéria tão específica quanto determinar a distância do guichê de caixa a partir da qual mercadorias possam ser expostas à venda.

Em nosso entendimento, a disposição das mercadorias dentro de um estabelecimento comercial não pode e não deve ser objeto de lei, mas de legítima estratégia de marketing a ser definida pelo fornecedor.

Isto posto, votamos pela **rejeição** do Projeto de Lei n.º 4.377, de 2004.

Sala da Comissão, em 09 de março de 2005.

Deputado SIMPLÍCIO MÁRIO
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 4.377/2004, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Simplício Mário.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Luiz Antonio Fleury - Presidente, Eduardo Seabra - Vice-Presidente, Almeida de Jesus, Ana Guerra, Celso Russomanno, Givaldo Carimbão, Jonival Lucas Junior, José Carlos Araújo, Luiz Bittencourt, Marcelo Guimarães Filho, Paulo Lima, Simplício Mário, José Divino, Luiz Bassuma, Maria do Carmo Lara e Zelinda Novaes.

Sala da Comissão, em 30 de março de 2005.

Deputado LUIZ ANTONIO FLEURY
Presidente

FIM DO DOCUMENTO