

## COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

### PROJETO DE LEI Nº 4.727, DE 1994 (Apensado o PL nº 3.061, de 1997)

Dispõe sobre propaganda para esclarecimento e defesa do consumidor.

**Autor:** Deputado VALDIR COLATTO

**Relatora:** Deputada MARIA DO CARMO LARA

## I - RELATÓRIO

Vêm à apreciação desta Comissão de Defesa do Consumidor o projeto em epígrafe e seu apensado, ambos de autoria do nobre Deputado Valdir Colatto.

O PL apresentado em 1994 propõe que em toda propaganda oficial seja reservado um décimo do tempo para a veiculação de campanhas de esclarecimento e defesa do consumidor. O PL apresentado em 1997 propõe que, durante os meses de maio, novembro e dezembro, em toda propaganda oficial seja reservado 20% (vinte por cento) do tempo ou espaço contratado para a veiculação de campanhas de esclarecimento e defesa do consumidor.

Ao justificar a matéria, o Autor sustenta que em certas regiões do Brasil, menos desenvolvidas ou afastadas dos grandes centros, muitos consumidores ainda desconhecem seus direitos e o Código de Defesa do Consumidor, sendo que os consumidores das regiões mais desenvolvidas sabem da existência do Código mas, em geral, desconhecem seu conteúdo.

De acordo com o Autor, é necessário que fornecedores e consumidores conheçam seus direitos e obrigações para que se instaure, de fato, o equilíbrio nas relações de consumo.

Ainda conforme o ilustre Autor, a matéria em pauta fundamenta-se no disposto no inciso XXXII do art. 5º da Constituição Federal: “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.”

No decorrer do prazo regimental, nesta Comissão, não foram apresentadas emendas aos projetos.

## II - VOTO DA RELATORA

De notar que os dois projetos em comento têm o mesmo autor, e que apesar de tratarem do mesmo assunto - ou seja, dedicar obrigatoriamente parte da publicidade oficial para promover o esclarecimento e a defesa do consumidor -, o projeto apresentado em 1997 traz algumas alterações em relação ao projeto apresentado em 1994.

Ao passo que o PL n.º 4.727/94 determina que toda a propaganda oficial deve destinar 10% de seu tempo a promover a defesa do consumidor, o PL n.º 3.061/97 estabelece que, apenas nos meses de maio, novembro e dezembro, 20% do tempo e do espaço da propaganda oficial destinem-se a tal fim. Observamos que a matéria apresentada por último restringe o período da propaganda aos meses em que se verificam os picos de consumo na economia brasileira, exatamente o mês de maio, associado ao Dia das Mães e os meses de novembro e dezembro, associados ao recebimento do 13º salário e ao Natal. Contudo, amplia de 10% para 20% a fatia da propaganda oficial a ser utilizada em benefício das relações de consumo. Além disso, a proposição de 1994 fala em 10% do tempo, e a de 1997 fala em 20% do tempo e do espaço da publicidade oficial, demonstrando claramente a intenção do proponente de incluir na obrigatoriedade a propaganda escrita, além da falada e televisada.

Não há como discordar dos argumentos do ilustre representante das proposições em apreciação. A despeito dos 14 anos de vigência da Lei nº 8.078/90, ainda é incipiente o número de consumidores que conhecem na plenitude o conteúdo dessa lei e as formas como pode ser utilizada na defesa de seus direitos, mesmo nos grandes centros urbanos.

São várias as causas desse lamentável fato. No Brasil ainda existem muitos consumidores analfabetos, além dos chamados analfabetos funcionais, que conseguem ler mas não compreendem tudo que lêem. Também, o conformismo de nosso povo, fruto da tradição paternalista da política brasileira, que condiciona as pessoas a aguardar a iniciativa do Estado para a solução de seus problemas. A falta de interesse de alguns setores da atividade econômica em respeitar os direitos do consumidor, sem dúvida, também colabora para que esses direitos permaneçam desconhecidos.

Hoje em dia, muito se fala em inclusão social, em promoção da cidadania. Temos a convicção de que a divulgação, mediante propaganda oficial, dos direitos do consumidor é uma ferramenta eficaz para se atingir esses objetivos. Cada vez mais brasileiros participam do mercado de consumo e, à medida em que conseguem melhorar sua renda, participam de relações de consumo cada vez mais complexas, o que demanda um conhecimento crescente da legislação sobre o assunto.

Esse conhecimento também é imprescindível aos que estão deixando para trás a pobreza absoluta e dão seus primeiros passos no mercado de consumo, para que não sejam presa fácil de empresas desonestas ou incompetentes.

Os direitos encerrados no Código de Defesa do Consumidor devem ser difundidos pelo Estado, de modo a atingir os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo enunciados no art. 4º da Lei nº 8.078/90, entre eles o especificado no inciso IV, que diz respeito à educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo. Também, de modo a tornar efetivo o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, criado pelo art. 105 da supracitada lei, que

tem como atribuição, entre outras, a definida no inciso IV de seu art. 106: informar, conscientizar e motivar o consumidor através dos diferentes meios de comunicação.

Em nossa maneira de ver, à medida em que forem difundidos os direitos do consumidor, este se tornará mais exigente, o que implicará no aprimoramento da qualidade dos produtos e serviços oferecidos ao mercado, melhorando a qualidade de vida dos brasileiros e a economia nacional, incluindo as exportações.

Julgamos excelente a idéia de que a propaganda oficial só deve incorporar a difusão dos direitos do consumidor nos meses de maio, novembro e dezembro, exatamente no momento em que o consumidor mais precisa ser alertado, pois está fazendo mais compras. Ao desonerar a propaganda oficial nos demais meses do ano a proposta torna-se mais objetiva, corrige excessos e torna-se mais viável ao Poder Executivo, que, afinal, é quem cederá maior espaço e tempo na publicidade.

Pelas razões acima expostas, votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.061, de 1997, e pela rejeição do Projeto de Lei nº 4.727, de 1994.

Sala da Comissão, em        de        de 2005.

Deputada MARIA DO CARMO LARA  
Relatora