

# COMISSÃO DE TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO

## PROJETO DE LEI Nº 3.828, DE 2008

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor.

**Autor:** Deputado Valdir Colatto

**Relatora:** Deputada Vanessa Grazziotin

### I - RELATÓRIO

A proposição indicada na epígrafe prevê o acréscimo, ao Código de Defesa do Consumidor, de dispositivo determinando que nos meses de maio, novembro e dezembro de cada ano, *“toda propaganda oficial destinará 20% (vinte por cento) do tempo ou espaço contratado à veiculação de campanhas de esclarecimento e defesa do consumidor.”*

O Autor do projeto defende que, nas épocas que antecedem o Natal e o Dia das Mães, parte da propaganda oficial seja utilizada para alertar e conscientizar consumidores e fornecedores de seus direitos e obrigações.

O prazo regimental transcorreu sem que fossem apresentadas emendas ao projeto de lei, sujeito à apreciação conclusiva pelas comissões.

## II - VOTO DA RELATORA

A proposta consubstanciada no projeto sob parecer é insubsistente e até contraproducente, em determinado aspecto. O parecer apresentado no ano de 2008 pela Deputada Iriny Lopes, embora não tenha sido apreciado por este Colegiado, traz argumentos irrefutáveis, os quais endossamos e passamos a reproduzir.

“Em primeiro lugar, a expressão ‘*propaganda oficial*’ é inadequada, posto que o sentido do primeiro termo embute conotação de persuasão, enquanto a Constituição Federal, em seu art. 37, § 1º, preconiza que ‘*a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social...*’

O próprio Autor do projeto registra que o Código de Defesa do Consumidor ‘*é uma das leis mais conhecidas e aplicadas em nosso país.*’

A divulgação dos direitos e deveres instituídos pelo Código recém citado não é mais importante do que a das leis que combatem o trabalho infantil ou a violência contra mulheres, crianças e idosos, apenas para dar alguns exemplos. Todavia, não há, nem deve haver, qualquer vinculação de despesa relativa a campanhas de divulgação dessas matérias.

Considerada a miríade de assuntos de que se ocupa o poder público, a destinação de recursos deve ser definida em virtude das prioridades estabelecidas em cada momento. Ademais, a obrigatoriedade de realização de determinada despesa não assegura a efetividade, a eficácia ou a eficiência da ação governamental correspondente, mas, muito ao contrário, costuma comprometê-las. Portanto, estabelecer critérios rígidos de distribuição de recursos é contraproducente.

Finalmente, bastaria que o poder público concentrasse a ‘propaganda oficial’ nos meses não alcançados pela norma aventada para se liberar da obrigação de destinar montante considerável de recursos a campanhas de esclarecimento do consumidor.

Até a constitucionalidade da proposta é questionável, visto que estabelece obrigação não apenas para a União, mas também para os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, cuja autonomia somente pode ser limitada pela *Carta Política*.”

Pelas razões declinadas, voto, no mérito, pela rejeição do Projeto de Lei nº 3.828, de 2008.

Sala da Comissão, em                      de                      de 2009.

Deputada Vanessa Grazziotin  
Relatora