

Rio de Janeiro, 08 de maio de 2013.

Jurídico: 09/2013

EMENTA: Estabelece normas para a divulgação de preços ao consumidor nas vendas à prazo.

RELATÓRIO DA CONSULTA

O Sindicato do Comércio Varejista de Material Elétrico, Eletrônicos e Eletrodomésticos – SIMERJ solicitou parecer sobre a Lei nº 6.419, de 21.03.2013 que estabelece normas para a divulgação de preços ao consumidor nas vendas à prazo.

PARECER¹

Inicialmente importante ressaltar que a Lei em análise não afronta qualquer dispositivo constitucional ou legal, senão vejamos:

A Constituição da República Federativa do Brasil em seu artigo 24, V, assim dispõe:

*Art. 24. Compete à União, aos **Estados** e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:*

(...)

V - produção e consumo;

(...)

(grifou-se)

Logo, pelo dispositivo supramencionado, resta cristalina a competência do Estado do Rio de Janeiro para legislar sobre produção e consumo.

Ultrapassada a forma, vejamos o mérito. Insta destacar o que assevera o Código de Defesa do Consumidor:

*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*

¹ **Atenção!** É proibida a reprodução total ou parcial deste parecer para divulgação pública, mesmo que sem fins comerciais, sem a permissão expressa da FECOMERCIO-RJ. Os infratores estão sujeitos às penas da Lei nº 9.610/98, que rege os direitos autorais no Brasil.

*dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.
(grifou-se)*

Ainda, conforme destacam os ilustres doutrinadores Antônio Herman V. Benjamin, Cláudia de Lima Marques e Bruno Miragem: **"O dever de informar passa a representar, no sistema do CDC, um verdadeiro dever essencial, dever básico (art. 6º, III) para a harmonia e transparência das relações de consumo. O dever de informar passa a ser natural na atividade de fomento ao consumo..."**. (Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 3º. Ed., Editora Revista dos Tribunais, p.674.).

Desta feita, não se vislumbra qualquer desproporcionalidade ou ilegalidade na norma em comento ao determinar que a divulgação do tamanho destacado para o preço à vista deverá ser sempre maior que o tamanho destacado para o valor parcelado.

A presente legislação vem ao encontro do disposto no diploma legal federal, bem como ao que ensina a doutrina especializada.

Por amor ao debate, insta esclarecer que a presente legislação regula tão somente o preço, imposição prevista na norma transcrita. Trazemos a baila definição de propaganda, conforme esclarece o dicionário Housaiss:

Propaganda. 1. divulgação, propagação de uma idéia, uma crença, uma religião. 2. ação de exaltar as qualidades de (algo) para um número ger. grande de pessoas; anúncio, reclame. 3. disseminação de idéias(...). 4. difusão de mensagem verbal, (...); publicidade. (grifou-se)

Com isso, infere-se que a divulgação de preço, jamais - em tempo algum - poderá se assemelhar ao conceito de propaganda, haja vista tratar-se de informação imprescindível que não poderá ser omitida, independente da forma em que é exposta.

Assim, a Lei nº 6.419/2013, se apresenta compatível com a ordem jurídica e não esbarra em óbices constitucionais ou legais, razão pela qual concluímos pela sua **CONSTITUCIONALIDADE**.

É o parecer, s.m.j.

Mary Hellen Nascimento
Advogada

Vinícius Crespo
Advogado

ANEXO

Lei nº 6.419, de 21.03.2013 – DOE 1 de 22.03.2013.

Estabelece normas para a divulgação de preços ao consumidor nas vendas à prazo.

Art. 1.º Nos cartazes de preços de produtos expostos à venda em lojas, ou em qualquer tipo de mídia veiculada no Estado do Rio de Janeiro, o tamanho destacado para a divulgação do valor da parcela deverá ser sempre inferior ao tamanho destacado para a divulgação do seu preço de venda à vista.

Parágrafo único. O valor total da venda a prazo deverá sempre estar presente, bem como o número de parcelas, e em tamanho destacado igual ou superior ao tamanho destacado da parcela, nos cartazes de preço ou em qualquer tipo de mídia veiculada no Estado do Rio de Janeiro.

Art. 2.º Aos lojistas infratores desta Lei será aplicada pena de multa de 1000 UFIRS, a ser revertida para o Fundo especial de Apoio a Programas de Proteção e Defesa do Consumidor – FEPROCON, aplicada em dobro, ocorrendo reincidência e em caso de contribuinte, cassação da inscrição estadual, independentemente de outras penalidades cabíveis.

Art. 3.º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Rio de Janeiro, 21 de março de 2013.

SÉRGIO CABRAL

Governador