

**LEI DE SP REFORÇA CDC AO OBRIGAR O FORNECIMENTO DE DADOS SOBRE
OFERTAS**

POR DANIEL FIGUEIREDO HEIDRICH E EDUARDO JOSÉ DE OLIVEIRA COSTA

Diariamente os consumidores são assediados com inúmeros panfletos, cardápios, *folders* (físicos ou digitais), ofertando os mais variados produtos e serviços, os quais, na maioria das vezes, vêm desacompanhados de informações importantes, notadamente, sem a indicação dos respectivos preços.

Ao que tudo indica, no entanto, essa prática que pode se mostrar danosa ao consumidor tem seus dias contados.

Fazendo coro ao Código de Defesa do Consumidor foi promulgada, em 19 de janeiro de 2016, a Lei Estadual nº 16.119 que dispõe justamente sobre as condições de apresentação de ofertas de produtos e serviços ao consumidor, a qual, dentre outras determinações, exige que o fornecedor indique expressamente o preço praticado e o seu período de vigência.

A mencionada Lei, que entrou em vigor em 19 de março de 2016, tem clara inspiração no Código de Defesa do Consumidor e vem reforçar uma de suas linhas mestras: a necessidade de informação adequada e clara ao consumidor.

Nesse sentido, desde 1990, com a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, aumentaram significativamente os mecanismos de proteção a todos aqueles que adquirem produtos ou serviços como usuários finais, bem como houve um nítido processo de conscientização sobre os direitos e deveres daqueles que participam de toda a cadeia da relação de consumo.

De fato, houve uma sensível alteração no perfil do consumidor brasileiro que se tornou mais exigente quanto aos seus direitos antes, durante e após a aquisição de um produto ou serviço.

No entanto, passados mais de 25 anos da promulgação do referido *Codex*, nem todos os direitos e deveres ali estabelecidos tiveram a aplicação ou a efetividade que deles se esperava.

Nesse aspecto, em termos gerais, o artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor dispõe que é direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço.

Mais especificamente, o artigo 31 do mesmo diploma legal determina que 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.

Em reforço às diretrizes estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor, a nova Lei Estadual determina que o fornecedor de produto e serviço, ao disponibilizar catálogo, cardápio ou qualquer espécie de oferta, física ou virtual, dentro ou fora do seu estabelecimento, deverá indicar:

- (i) o preço individualizado do produto ou serviço;
- (ii) a identificação de marca e modelo do produto, quando for o caso, de cada um dos itens;
- (iii) o período de vigência dos preços praticados.

Embora conste da exposição de motivos da Lei que o seu intuito visa coibir as irregularidades praticadas principalmente por estabelecimentos comerciais do gênero alimentício, a expressão genérica “comercialização ou divulgação de produtos e serviços”, utilizada no texto final da Lei, não faz qualquer distinção do ramo de atividade.

Ou seja, aplica-se a todo e qualquer estabelecimento comercial e fornecedor de serviço situado no Estado de São Paulo, como por exemplo: lojas de roupas, calçados, brinquedos ou prestadores de serviços de lavanderias, gráficas e salões de beleza.

A Lei também é genérica quanto ao meio ou forma de divulgação do produto ou serviço, pouco importando se a divulgação da oferta ocorrer por meio físico ou virtual.

Assim, as informações quanto ao preço, prazo de vigência, marca e modelo devem ser observadas tanto nas ofertas físicas (cardápio, *folder*, panfleto, catálogo etc.), como quando da apresentação de produto ou serviço em ambiente virtual (*site*, email etc.).

Quanto à punição, a Lei estabelece que o infrator estará sujeito às penalidades previstas nos artigos 56 e 57 do Código de Defesa do Consumidor, a saber:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

No caso de multa, ela poderá variar entre R\$ 600,00 (seiscentos reais) e R\$ 9.000.000,00 (nove milhões de reais) e será graduada de acordo com a gravidade da infração, vantagem auferida, condição econômica do fornecedor e reincidência no descumprimento.

Importante destacar, ainda, que a Lei enfrentará (como de fato vem enfrentando) resistência por parte de alguns fornecedores de produtos e serviços, em razão dos custos para adaptação do material publicitário físico e/ou digital, justamente em um momento de forte retração econômica.

Contudo, repise-se que a Lei apenas veio dar maior clareza e efetividade às diretrizes estabelecidas há muito no Código de Defesa do Consumidor.

Em suma, o Código de Defesa do Consumidor ganhou uma aliada. Conta a partir de agora, com o precioso auxílio da Lei Estadual 16.119/16 que obriga, a partir de 19 de março de 2016, a que todos os fornecedores localizados no Estado de São Paulo divulguem seus produtos e serviços de forma clara e adequada, especialmente, indicando o preço e o seu prazo de vigência.