

JUSTIFICATIVA
PL 0009/2013

Com a democratização do estado brasileiro e fixação da livre iniciativa como paradigma constitucional, surgiu à necessidade de criar meios e regras, com a finalidade de equilibrar as relações de consumo.

A sociedade caminha hoje para um amadurecimento desta relação de consumo, em que se discute programas sobre a proteção de crianças, meios capazes de proteger o consumidor quanto a produtos nocivos a sua saúde, como álcool e cigarros e a próxima tônica será amparar o consumidor e protegê-lo, bem como a sociedade de consumo, quanto as inúmeras incursões dos meios de marketing e propagandas.

A educação do consumidor é garantia constitucional e infraconstitucional, codificada com o advento do CDC, porém, ante a imaturidade da norma consumerista que acabou de completar vinte e um anos de vigência, políticas educacionais não vem sendo aplicadas a contento pelos poderes públicos, imbuídos de cuidar desta relação.

O professor Vida Serrano Nunes Júnior, na obra de sua coordenação "Manual de Direitos Difusos" (1ª Ed. 2009, Ed. Verbatim) apresenta uma síntese do mercado de consumo da seguinte forma:

"Em um mercado de consumo complexo, revolto por mensagens publicitárias que muitas vezes instigam a um consumo desenfreado e malévolo, a inserção do tema educação para o consumo contribui para diversos aspectos de nossa sociedade.

Basta pensar que alguns dos problemas mais graves de saúde pública estão relacionados ao consumo inadequado de alimentos, em regra, daqueles que são objeto de intensiva publicidade pelos meios de comunicação de massa.(...)

A educação para o consumo tem, ademais, o escopo de proteger o consumidor face a práticas ilegais, pois a orientação do poder de compra do consumidor pode coibir abusos de toda espécie.