

PROJETO DE LEI Nº , DE 2007
(Do Sr. JORGINHO MALULY)

Dispõe sobre o serviço de atendimento
ao consumidor.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O fornecedor que oferece serviço de atendimento ao consumidor fica obrigado a manter registro de consumidores que não desejam receber correspondência que contenha oferta ou publicidade de produto ou serviço.

Art. 2º É vedado ao fornecedor enviar correspondência que contenha oferta ou publicidade de produto ou serviço a consumidor que conste no registro mencionado no artigo anterior.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Na grande maioria das vezes que o consumidor fornece seus dados cadastrais a um fornecedor, passa a integrar uma lista, que é ampliada diariamente pelo fornecedor, onde figuram os destinatários de promoções de marketing do tipo mala direta. Nesse tipo de promoção, é enviada uma correspondência ao cliente contendo oferta ou publicidade de produtos e serviços, podendo ainda conter o próprio produto ou serviço, sem que tenha havido qualquer solicitação do consumidor, como é usual acontecer com os cartões de crédito e os cartões de fidelidade.



C53231FC29

É comum os fornecedores trocarem essas listas entre si ou entregá-las a bancos de dados que as revendem. Dessa forma, o consumidor passa a constar de inúmeras listas e a receber inúmeras correspondências indesejadas e inúteis, que provêm de empresas as quais jamais contatou ou fez qualquer solicitação, e que só servem para atulhar sua caixa de correspondência e trazer-lhe aborrecimentos, sem contar o enorme desperdício de papel causado por essa prática desrespeitosa ao consumidor.

Entendemos que o consumidor tem direito à privacidade, tanto em relação a seus dados e hábitos de consumo, que não podem ser informados a terceiros sem seu consentimento, quanto em relação a não ser obrigado a receber correspondência indesejada em seu domicílio.

Um dos pilares que sustentam a relação de consumo saudável é a harmonia entre fornecedor e consumidor. Portanto, para preservar essa harmonia, o fornecedor deve respeitar a disposição do consumidor de receber ou não correspondência contendo publicidade ou oferta de produtos e serviços. Para tanto, ele deve constituir uma lista onde constem os consumidores que desejam e os que não desejam receber esse tipo de correspondência.

Desse modo, ele poderá enviar sua promoção apenas aos consumidores que estejam dispostos a recebê-la. Caso contrário, o fornecedor estará incorrendo em uma prática comercial desleal para com o consumidor e abalando a harmonia da relação de consumo.

Devemos também considerar a questão do ponto de vista ambiental. Sem dúvida, uma redução significativa no envio de correspondência indesejada e inútil resultará em economia significativa de papel e conseqüentemente de árvores, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

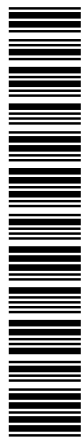
Pelas razões acima, contamos com o voto dos ilustres Pares para a aprovação da presente proposição.



Sala das Sessões, em de de 2007.

Deputado Federal JORGINHO MALULY

ArquivoTempV.doc



C53231FC29