



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.151-B, DE 2011

(Da Sra. Nilda Gondim)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que institui o Código de Defesa do Consumidor, para definir regras sobre a oferta e apresentação de produtos ou serviços; tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação deste e dos de nºs 1.758/11 e 1.883/11, apensados, com Substitutivo (relator: DEP. AUGUSTO COUTINHO); e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, pela constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa deste e dos de nºs 1.758/11 e 1.883/11, apensados, na forma do Substitutivo da Comissão de Defesa do Consumidor, com subemenda, e pela antirregimentalidade da emenda apresentada nesta comissão (relator: DEP. JORGINHO MELLO).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

SUMÁRIO

I – Projeto inicial

II – Projetos apensados: 1.758/11 e 1.883/11

III – Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão

IV – Na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania:

- Emenda apresentada
- Parecer do relator
- Subemenda oferecida pelo relator
- Parecer da Comissão
- Subemenda adotada pela Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei define regras para a oferta e apresentação de produtos ou serviços.

Art. 2º A Lei nº Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, que institui o Código de Defesa do Consumidor passa a vigorar acrescida do seguinte art.31-A:

“Art. 31-A. A divulgação das informações de que trata o artigo anterior, cabe ainda observar:

I- quanto ao fornecedor de bens e serviços:

a) o que se utilizar de publicidade transmitida por meio de qualquer plataforma de comunicação social eletrônica deve divulgar um prefixo telefônico específico para receber ligações gratuitas ou um endereço virtual pela rede mundial de computadores, ou ambos, nos quais os interessados poderão obter informações sobre todos os dados relevantes do objeto do anúncio;

b) o que se utilizar de publicidade exibida através de jornais e revistas poderá, alternativamente, divulgar um prefixo telefônico que receba ligações gratuitas ou um endereço virtual pela rede mundial de computadores, ou ambos, nos quais os interessados poderão obter informações sobre todos os dados relevantes do objeto do anúncio, ou, se preferir, divulgar as informações no próprio corpo do anúncio, utilizando-se para tanto de letras e caracteres com equivalência ao que seria obtido com Fonte “Times New Roman”, tamanho 11, ou equivalente.

II- o prefixo telefônico e o endereço virtual na rede mundial de computadores deverão possibilitar o acesso

imediato dos interessados às informações específicas a que se referem os parágrafos anteriores;

III- quando se tratar de bem de consumo, deverá ainda o fornecedor disponibilizar material informativo nos respectivos pontos de venda;

IV- nos comerciais exibidos em televisão fica proibida a exibição de informações em letras de tamanho reduzido, inferior ao equivalente a tamanho 11 da Fonte “Times New Roman”, e em ritmo que torne impossível a leitura. (NR)”

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta Lei em sessenta dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A propositura que ora reapresentamos é de iniciativa do Deputado Vital do Rêgo Filho, de acordo com o contido no PL nº 7454, de 2010 que já havia recebido parecer pela sua aprovação na primeira comissão de mérito, ou seja, na Comissão de Defesa do Consumidor, cuja relatoria coube ao Deputado Roberto Britto na legislatura anterior.

Assim, destacamos na íntegra a justificação apresentada no PL nº 7454/2010, *in verbis*:

“São notórias as reclamações e a própria insatisfação dos consumidores quanto ao tamanho das letras dos anúncios publicitários. Sejam os encontrados em impressos, como revistas, jornais e os listados na internet. Geralmente dispostos de forma diminuta e ilegível em muitos casos, sem deixar de mencionar os que aparecem nos canais de TV e por transcorrer em tempo mínimo a maior parte dos anúncios publicitários, quase sempre impossibilita em instantes a efetiva leitura de informações importantes para a ciência do consumidor.

Pautando-se nisso, nos deparamos com uma constante preocupação do legislador que é a de adequar a

norma quando esta efetivamente não resta cumprida em funções de imprecisões que, com efeito, prejudicam e limitam o direito dos consumidores.

Então o que se propõe com a presente iniciativa é estabelecer critérios práticos que permitam aos consumidores a efetiva obtenção das informações. Destarte teremos nos jornais, revistas e na internet regramento para tamanho mínimo de fonte, ou a imposição de que o anunciante forneça um serviço gratuito de informações, por meio de um número 0800 ou similar, bem como um endereço específico na Internet, de modo que o consumidor possa ter ao seu dispor mais esclarecimentos a respeito da oferta. Na televisão, por sua vez, o mesmo serviço telefônico e endereço na Internet poderão ser veiculados de forma a viabilizar o acesso total aos dados de produtos ou serviços apresentados ao consumidor.

Considerando finalmente que os preços dos anúncios publicitários, sejam nos jornais e revistas, ou na televisão, fazem com que as informações obrigatórias fiquem deixadas em segundo plano visual, cremos que a partir do estabelecido na presente proposta os tornará mais eficazes e completos, especialmente no tocante à vontade da norma insculpida no art. 31 da Lei nº 8.078/90, permitindo, sem nenhum custo para consumidor, a busca por detalhes e esclarecimentos imprescindíveis sobre a oferta, e não somente informações genéricas e superficiais.¹

Diante do exposto e levando-se em conta a importância do tema em tela, espero poder contar com o apoio dos membros desta Casa, no sentido da aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 26 de abril de 2011.

Deputada NILDA GONDIM

¹ PL nº 7454/2010

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá
outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

**Seção II
Da Oferta**

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 dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação\)](#)

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

PROJETO DE LEI N.º 1.758, DE 2011

(Do Sr. Gean Loureiro)

Disciplina a comunicação entre fornecedor e consumidor realizada por meio da rede mundial de computadores.

DESPACHO:
APENSE-SE À (AO) PL1151/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei disciplina a comunicação entre fornecedor e consumidor realizada por meio da rede mundial de computadores.

Art. 2º O fornecedor que possui sítio eletrônico na rede mundial de computadores é obrigado a apresentar endereço de correio eletrônico em todos os documentos vinculados ao fornecimento e em todos os meios utilizados para divulgar produto ou serviço, com a finalidade exclusiva de comunicar-se com o consumidor.

Art. 3º O consumidor tem direito a inscrever endereço de correio eletrônico no sítio mencionado no artigo anterior, com a finalidade de comunicar-se com o fornecedor.

Art. 4º As declarações constantes dos documentos em forma eletrônica produzidos na comunicação entre fornecedor e consumidor, mediante a utilização dos endereços eletrônicos mencionados nos arts. 1º e 2º desta lei, presumem-se verdadeiras em relação aos seus signatários.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

São notórias as dificuldades enfrentadas pelo consumidor que recorre aos Serviços de Atendimento ao Consumidor, seja para reclamar de produto ou serviço, ou solicitar atendimento de garantia, ou adquirir peça de reposição, ou para pedir esclarecimento sobre uma fatura ou sobre algum aspecto do contrato de prestação de serviço ou sobre a utilização correta do produto. Em muitos casos, o consumidor é frustrado pela falta de eficiência desses serviços que, muito embora recebam a reclamação do fornecedor, dificilmente lhe dão solução, sendo comum a

adoção de uma posição defensiva do fornecedor, no sentido de eximir-se de suas responsabilidades no período pós-venda.

Em nosso entendimento, esse procedimento irresponsável de muitos fornecedores é incentivado porque muito pouco da comunicação entre fornecedor e consumidor fica registrada para poder ser utilizada como prova em uma ação judicial. Em geral, os documentos entregues ao consumidor resumem-se a um orçamento ou uma nota fiscal, que não refletem todos os detalhes do contrato de venda que foi, de fato, celebrado. Do mesmo modo, no atendimento pós-venda, a ausência de registro da comunicação costuma atuar em prejuízo do consumidor, pois ao levar sua reclamação para a apreciação de um órgão de defesa do consumidor ou judiciário não poderá comprovar todas as suas alegações, ainda que justas.

Tendo em vista que os fornecedores de maior atuação no mercado são os que, naturalmente, geram maior número de conflitos de consumo, e que possuem sítios na rede mundial de computadores, nossa intenção com a presente iniciativa é permitir que a comunicação escrita entre fornecedor e consumidor, realizada por meio de correio eletrônico, possa ser considerada como prova na eventual apreciação da relação de consumo pelos órgãos competentes. Acreditamos que, dessa forma, os direitos do consumidor estarão mais bem protegidos e os fornecedores se verão incentivados a adotar procedimentos mais responsáveis e consequentes no atendimento das demandas do consumidor.

Atualmente, a Medida Provisória nº 2.200-1, de 27 de julho de 2001, garante a autenticidade, a integridade e a validade jurídica de documentos em forma eletrônica que utilizem certificado digital. Entretanto, seria irreal pretender que todos os consumidores brasileiros possuam um certificado digital, porque eles custam muito caro.

Com a presente iniciativa, pretendemos igualar o documento eletrônico que utiliza certificado digital ao documento eletrônico gerado pela comunicação entre um endereço eletrônico especialmente dedicado a atendimento ao consumidor e um endereço eletrônico cadastrado pelo consumidor para o mesmo fim. Na nossa maneira de ver, trata-se de um processo extremamente seguro, pois apenas o fornecedor e apenas o consumidor podem gerar declarações a partir de seus respectivos endereços eletrônicos, cujo acesso é sempre protegido por senha.

Pelas razões acima enunciadas, solicitamos o indispensável apoio dos ilustres Pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 05 de julho de 2011.

Deputado GEAN LOUREIRO

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

Medida Provisória nº 2.200-1, de 27 de Julho de 2001

(Reeditada pela Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de Agosto de 2001)

Institui a Infra-Estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Fica instituída a Infra-Estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil, para garantir a autenticidade, a integridade e a validade jurídica de documentos em forma eletrônica, das aplicações de suporte e das aplicações habilitadas que utilizem certificados digitais, bem como a realização de transações eletrônicas seguras.

Art. 2º A ICP-Brasil, cuja organização será definida em regulamento, será composta por uma autoridade gestora de políticas e pela cadeia de autoridades certificadoras composta pela Autoridade Certificadora Raiz - AC Raiz, pelas Autoridades Certificadoras - AC e pelas Autoridades de Registro - AR.

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.200-2, DE 24 DE AGOSTO DE 2001

Institui a Infra-Estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil, transforma o Instituto Nacional de Tecnologia da Informação em autarquia, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

Art. 1º Fica instituída a Infra-Estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil, para garantir a autenticidade, a integridade e a validade jurídica de documentos em forma eletrônica, das aplicações de suporte e das aplicações habilitadas que utilizem certificados digitais, bem como a realização de transações eletrônicas seguras.

Art. 2º A ICP-Brasil, cuja organização será definida em regulamento, será composta por uma autoridade gestora de políticas e pela cadeia de autoridades certificadoras

composta pela Autoridade Certificadora Raiz - AC Raiz, pelas Autoridades Certificadoras - AC e pelas Autoridades de Registro - AR.

.....

Art. 19. Ficam convalidados os atos praticados com base na Medida Provisória nº 2.200-1, de 27 de julho de 2001.

Art. 20. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 24 de agosto de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

José Gregori

Martus Tavares

Ronaldo Mota Sardenberg

Pedro Parente

PROJETO DE LEI N.º 1.883, DE 2011

(Do Sr. Gilmar Machado)

Obriga os fornecedores de produtos ou serviços que possuam site na internet, a disponibilizar e-mail padrão para o serviço de atendimento ao cliente.

DESPACHO:
APENSE-SE À (AO) PL-1151/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei obriga os fornecedores de produtos ou serviços que possuam site na internet a disponibilizar endereço eletrônico padrão para o serviço de atendimento ao cliente.

Art. 2º Todo fornecedor de produtos e serviços estabelecido em território nacional que mantenha site na internet para divulgação ou comercialização de seus produtos e serviços fica obrigado a disponibilizar endereço eletrônico com o seguinte formato: SAC @ *nome da empresa*.

Art. 3º Nos contatos feitos pelo consumidor por intermédio do endereço eletrônico mencionado nesta lei, o fornecedor deve providenciar, de forma automática, em seu site, o seguinte:

I – número de protocolo para registro do contato solicitado pelo cliente;

II - opção de impressão ou salvamento do conteúdo do e-mail com a solicitação do cliente e o número de protocolo registrado.

Art. 4º O não cumprimento do disposto nesta lei sujeita o infrator às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sem prejuízo de outras aplicáveis de acordo com a legislação em vigor.

Art. 5º Esta lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias da data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A comercialização de produtos e serviços utilizando a rede mundial de computadores, internet, vem crescendo em ritmo exponencial nos últimos anos, e a tendência mundial no comércio é que o ritmo de crescimento continue ou mesmo aumente.

Em vista desta realidade, é importante que se atente cada vez mais para a proteção e defesa do consumidor que adquire ou contrata produtos e serviços pela internet.

Na esteira deste raciocínio é que apresentamos nossa proposta, que visa criar um canal de comunicação padrão, com regras claras, para o atendimento ao consumidor que necessite esclarecer quaisquer questões ou efetuar algum tipo de reclamação em relação ao que lhe está sendo ofertado na rede.

Não é demais lembrarmos que já é consagrado ao consumidor brasileiro o direito à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços que lhe são oferecidos e que o fornecedor é responsável pelo que oferta ao consumo, incluindo-se quaisquer informações necessárias, bem como a reparação por eventual vício ou defeito nos produtos e serviços que comercializa.

O fornecimento de um comprovante do contato que realizou com o fornecedor constitui, para o consumidor, prova de que buscou entendimento e negociação amigável, antes de recorrer aos órgãos administrativos ou à demanda judicial, em razão da inflexibilidade de fornecedor na negociação ou da recusa de cumprimento de seus deveres decorrentes da relação de consumo.

Assim sendo, pedimos aos nobres pares apoio à aprovação da presente proposta em nome da defesa e dignidade do consumidor brasileiro.

Sala das Sessões, em 2 de agosto de 2011.

Deputado GILMAR MACHADO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

**CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

.....
.....

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I - RELATÓRIO

A proposição em análise, como bem destaca a ilustre Autora, Deputada Nilda Gondim, é originalmente de iniciativa do Deputado Vital do Rêgo Filho, a saber, o Projeto de Lei nº 7.454, de 2010, que já havia recebido parecer pela sua aprovação, nesta Comissão de Defesa do Consumidor, a primeira Comissão de mérito, sob a relatoria do nobre Deputado Roberto Britto, na legislatura anterior.

Trilhando o caminho da Autora, também entendemos ser de justiça destacar a íntegra da justificação então apresentada com a proposição original, *in verbis*:

São notórias as reclamações e a própria insatisfação dos consumidores quanto ao tamanho das letras dos anúncios publicitários. Sejam os encontrados em impressos, como revistas, jornais e os listados na Internet. Geralmente dispostos de forma diminuta e ilegível em muitos casos, sem deixar de mencionar os que aparecem nos canais de TV e por transcorrer em tempo mínimo a maior parte dos anúncios publicitários, quase sempre impossibilita em instantes a efetiva leitura de informações importantes para a ciência do consumidor.

Pautando-se nisso, nos deparamos com uma constante preocupação do legislador que é a de adequar a norma quando esta efetivamente não resta cumprida em funções de imprecisões que, com efeito, prejudicam e limitam o direito dos consumidores.

Então o que se propõe com a presente iniciativa é estabelecer critérios práticos que permitam aos consumidores a efetiva obtenção das informações. Destarte teremos nos jornais, revistas e na internet regramento para tamanho mínimo de fonte, ou a imposição de que o anunciante forneça um serviço gratuito de informações, por meio de um número 0800 ou similar, bem como um endereço específico na Internet, de modo que o consumidor possa ter ao seu dispor mais esclarecimentos a respeito da oferta. Na televisão, por sua vez, o mesmo serviço telefônico e endereço na Internet poderão ser veiculados de forma a viabilizar o acesso total aos dados de produtos ou serviços apresentados ao consumidor.

Considerando finalmente que os preços dos anúncios publicitários, sejam nos jornais e revistas, ou na televisão, fazem com que as informações obrigatórias fiquem deixadas em segundo plano visual, cremos que a partir do estabelecido na presente proposta os tornará mais eficazes e completos, especialmente no tocante à vontade da norma insculpida no

art. 31 da Lei nº 8.078/90, permitindo, sem nenhum custo para consumidor, a busca por detalhes e esclarecimentos imprescindíveis sobre a oferta, e não somente informações genéricas e superficiais.

A iniciativa tem, portanto, por objeto definir regras sobre a oferta e apresentação de produtos ou serviços, fazendo-o sob a forma de acréscimo de artigo (o de nº 31-A) ao Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC) - a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

O dispositivo proposto pretende dar maior especificação ao constante dos atuais arts. 30 e 31, *caput*, do CDC, os quais estabelecem o seguinte:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

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 dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

.....

Para isso, dispõe que, na divulgação de informações para oferta de produtos e serviços, o fornecedor:

a) ao utilizar plataforma de comunicação social eletrônica, deverá divulgar prefixo telefônico específico para receber ligações gratuitas e ou endereço virtual na internet, para que os interessados obtenham acesso imediato a informações relevantes sobre o objeto de publicidade;

b) ao exibir anúncio publicitário em jornais, revistas ou televisão também terá igual faculdade, mas poderá ainda optar por divulgar as informações relevantes no próprio corpo do anúncio ou na imagem exibida na tela, devendo para isto utilizar letras e caracteres empregando a fonte "Times New Roman", tamanho 11, ou outra que permita nível de leitura equivalente;

c) deverá disponibilizar material informativo nos pontos de venda, quando se tratar de oferta de bens de consumo;

d) ficará proibido de exibir comerciais em ritmo que torne impossível a leitura pelos telespectadores.

A proposição foi distribuída às Comissões de Defesa do Consumidor (parecer de mérito) e de Constituição e Justiça e de Cidadania (parecer terminativo, nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados - RICD), em regime de tramitação ordinária, estando sujeita à apreciação conclusiva por esses colegiados, nos termos do art. 24, II, do mesmo Regimento.

Em 9 e 17 de agosto de 2011, pelos Ofícios nº 254 e 275/2011, a Secretaria deste Colegiado encaminhou os Projetos de Lei nº 1.758 e 1.883, ambos de 2011, para serem apensados ao principal, de nº 1.151, do mesmo ano, e receberem manifestação, nos termos do art. 57, I, do Regimento.

O primeiro apensado, PL nº 1.758, de 2011, “Disciplina a comunicação entre fornecedor e consumidor realizada por meio da rede mundial de computadores”. A proposição pretende obrigar o fornecedor que possuir sítio eletrônico na internet a indicar o respectivo endereço “em todos os documentos vinculados ao fornecimento e em todos os meios utilizados para divulgar produto ou serviço, com a finalidade exclusiva de comunicar-se com o consumidor”.

Além disso, assegura ao consumidor o direito de “inscrever endereço de correio eletrônico no sítio mencionado [...] com a finalidade de comunicar-se com o fornecedor”. Por fim, estabelece presunção de verdade em relação às “declarações constantes dos documentos em forma eletrônica na comunicação entre fornecedor e consumidor, mediante a utilização dos endereços eletrônicos mencionados”.

A preocupação maior do ilustre Autor, o Deputado Gean Loureiro, é com a produção de meio de prova idôneo para respaldar a reclamação do consumidor perante os órgãos competentes. Anota que “Atualmente, a Medida Provisória nº 2.200-1, de 27 de julho de 2001², garante a autenticidade, a integridade e a validade jurídica de documentos em forma eletrônica que utilizem certificado digital”. Reconhece, no entanto, que “seria irreal pretender que todos os consumidores brasileiros possuam um certificado digital, porque eles custam muito caro”. Por isso que, com a iniciativa, pretende “igualar o documento eletrônico que

² Convalidada pela MP nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001.

utiliza certificado digital ao documento eletrônico gerado pela comunicação entre um endereço eletrônico especialmente dedicado a atendimento ao consumidor e um endereço eletrônico cadastrado pelo consumidor para o mesmo fim”, que entende ser “um processo extremamente seguro, pois apenas o fornecedor e apenas o consumidor podem gerar declarações a partir de seus respectivos endereços eletrônicos, cujo acesso é sempre protegido por senha”.

O segundo apensado, PL nº 1.883, de 2011, da lavra do nobre Deputado Gilmar Machado, “Obriga os fornecedores de produtos ou serviços que possuam site na internet, a disponibilizar e-mail padrão para o serviço de atendimento ao cliente”, no formato que especifica, quando o fornecedor for estabelecido em território nacional e mantiver sítio eletrônico na referida rede.

Agrega a proposição que, “Nos contratos feitos pelo consumidor por intermédio do endereço eletrônico mencionado nesta lei, o fornecedor deve providenciar, de forma automática, em seu site, o seguinte: I – número de protocolo para registro do contato solicitado pelo cliente; II - opção de impressão ou salvamento do conteúdo do e-mail com a solicitação do cliente e o número de protocolo registrado”.

O projeto estabelece a sujeição do infrator às penalidades previstas no CDC, sem prejuízo de outras aplicáveis de acordo com a legislação em vigor. Por fim, fixa um prazo de “vacatio legis” de noventa dias.

Justifica o Autor que o crescimento do comércio via internet exige a introdução de regras específicas de proteção e defesa do consumidor, para o que propõe a criação de um canal de comunicação padrão, para o consumidor esclarecer questões ou efetuar reclamações. Também, “O fornecimento de um comprovante do contato que realizou com o fornecedor constitui, para o consumidor, prova de que buscou entendimento e negociação amigável, antes de recorrer aos órgãos administrativos ou à demanda judicial, em razão da inflexibilidade de fornecedor na negociação ou da recusa de cumprimento de seus deveres decorrentes da relação de consumo”.

II - VOTO DO RELATOR

Registram-se aqui, inicialmente, as razões expendidas pelo destacado Relator que anteriormente preferiu voto em relação à proposição principal, na legislatura passada, nestes termos:

1. A brilhante iniciativa se justifica pela evidente insatisfação dos consumidores quanto ao tamanho das letras dos anúncios publicitários, sua exibição televisiva em ritmo que impede a leitura, bem como a costumeira ausência de um número de telefone ou endereço na internet por meio dos quais o consumidor possa obter maiores informações ou detalhes relevantes sobre os bens e serviços ofertados ao mercado.
2. O projeto de lei, nas bem postas palavras do ilustre Autor, se propõe a estabelecer critérios práticos que permitam aos consumidores a efetiva obtenção das informações, de que necessitam para decidir conscientemente sobre a compra, para o que “teremos nos jornais, revistas e na internet regramento para tamanho mínimo de fonte, ou a imposição de que o anunciante forneça um serviço gratuito de informações, por meio de um número 0800 ou similar, bem como um endereço específico na Internet, de modo que o consumidor possa ter a seu dispor mais esclarecimentos a respeito da oferta”.
3. Anota também o Redator que “Na televisão, por sua vez, o serviço telefônico e endereço na Internet poderão ser veiculados de forma a viabilizar o acesso total aos dados de produtos ou serviços apresentados ao consumidor”.

De fato, constatamos igualmente que “A proposta procura reunir ampliação e maior clareza das informações sobre produtos e serviços com a vantagem de não adicionar custos ao consumidor para acesso e obtenção de dados, detalhes e esclarecimentos sobre a oferta”.

As proposições apensadas vão ao encontro dessas preocupações, pondo foco específico na criação de canal de comunicação entre fornecedor e consumidor, via internet, além de propiciar meios de prova a serem utilizados pelo consumidor, em caso de ver frustradas suas reclamações perante o consumidor.

Não se pode deixar de anotar, no entanto, que parece demasiado “obrigar” o fornecedor que tenha sítio eletrônico a proceder da forma preconizada nas proposições, porque estaríamos adentrando evidentemente no campo de atuação da iniciativa privada. Em outras palavras, obrigar o fornecedor a manter um canal de comunicação e disciplinar formatos mínimos e critérios a serem observados, é uma coisa; mas, obrigar somente quem tenha página na internet a criar canal via e-mail afigura-se como anti-isonômico e refoge ao espírito do Estado Democrático.

Sobre este ponto, no entanto, a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania estará mais apta a se pronunciar quanto à constitucionalidade e juridicidade da matéria.

Por outro lado, é razoável a adoção da presunção de verdade por meio das comunicações feitas via e-mail, bem como o disciplinamento de formas de realização da comunicação e geração de protocolos ou relatórios.

Sob o prisma desta Comissão de Defesa do Consumidor, todas as propostas contribuem para a promoção da cidadania e do respeito aos direitos do consumidor, merecendo nossos aplausos.

Aditamos algumas considerações que se nos afiguram relevantes, no tocante à matéria em exame.

O formato convencional das mensagens publicitárias veiculadas em televisão aberta no Brasil e no exterior consagra a duração de trinta segundos. Impor aos anunciantes o dever de contratar comerciais com duração superior a isso implicaria aumentar seus custos, acarretando majoração dos preços dos produtos e serviços, onerando o consumidor e afetando a competição entre empresas, em detrimento das médias e pequenas, que também se servem dos serviços de publicidade no país.

A dificuldade de leitura de anúncios por parte do consumidor tornou-se ainda mais comum com a proliferação de aparelhos de telefonia celular, que captam os sinais transmitidos pelas emissoras de televisão abertas. Nas telas diminutas desses aparelhos, a leitura de mensagens publicitárias escritas é impraticável.

Assim sendo, a conciliação entre o dever de informar e o direito de ser informado, preconizados pelo CDC, em face dos avanços tecnológicos, poderá ser alcançada por meio de fontes complementares alternativas: sítio na internet, correio eletrônico e ou prefixo telefônico para ligações gratuitas para o consumidor. Essas fontes poderão ser empregadas sempre que se fizerem necessárias para o pleno esclarecimento do consumidor, além do ponto-de-venda ou de prestação dos serviços, onde as informações e dúvidas deverão ser plenamente prestadas ou solucionadas por meio de contado direto.

As informações e afirmações do anunciante no comercial de TV e nos meios complementares acima indicados devem integrar o contrato, em conformidade com o disposto no art. 30 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, independentemente de estarem inseridos no contexto do seu instrumento escrito, a saber:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Por fim, propomos a adoção de um Substitutivo, para adequar todas as contribuições do projeto principal e dos apensados, bem como as ponderações acima, evitando a obrigação indiscriminada de disponibilização de número telefônico ou endereço na internet, mesmo em anúncios nos quais a informação completa já esteja disponível na tela ou na página impressa – o que, vale ressaltar, representa a maioria das peças publicitárias veiculadas, segundo nossa observação.

Diante do exposto, **votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 1.151, de 2011, e de seus apensados, Projetos de Lei nº 1.758, de 2011, e 1.883, de 2011, na forma do Substitutivo anexo.**

Sala da Comissão, em 27 de outubro de 2011.

Deputado AUGUSTO COUTINHO
Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.151, DE 2011

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para definir regras sobre a oferta e apresentação de produtos ou serviços.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta artigo à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Proteção e Defesa do Consumidor –, definindo normas específicas para a oferta e apresentação de produtos ou serviços.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 31-A:

“Art. 31-A. Na divulgação das informações de que trata o artigo anterior, independentemente da mídia em que se veicular o anúncio, admitir-se-á que o provimento de informações relevantes sobre o produto ou serviço seja complementado por um dos meios abaixo elencados, com indicações das formas de acesso especificadas na peça publicitária:

I - endereço virtual na rede mundial de computadores – internet;

II - correspondência eletrônica (“e-mail”);

III - número telefônico apto a receber ligações gratuitas do consumidor.

§ 1º Os dados e informações veiculados e complementados pelos meios admitidos no *caput* deverão estar obrigatoriamente disponíveis nos pontos-de-venda ou de prestação dos serviços e integram o contrato, nos termos do art. 30.

§ 2º É vedado o emprego de letras e caracteres com equivalência de visualização inferior à que seria obtida com a utilização da fonte tipográfica “Times New Roman”, tamanho

11 (onze), nos anúncios veiculados em jornais, revistas e outras mídias impressas.

§ 3º As comunicações registradas pelos meios disponibilizados pelo fornecedor, em forma gravada ou escrita, mesmo eletronicamente, constituem meios idôneos de prova relativamente à relação de consumo e passam a integrar o contrato quanto às obrigações assumidas pelas partes.”

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de 60 (sessenta) dias, contados da sua publicação oficial.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 27 de outubro de 2011.

Deputado AUGUSTO COUTINHO
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, com substitutivo, o Projeto de Lei nº 1.151/2011 e os PLs 1.758/2011 e 1.883/2011, apensados, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Augusto Coutinho.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Wolney Queiroz - Vice-Presidente; César Halum, Chico Lopes, Iracema Portella, Joseph Bandeira, Lauriete, Raimundão, Reguffe, Roberto Santiago, Severino Ninho, Augusto Coutinho, Carlinhos Almeida, Dimas Ramalho, Nelson Marchezan Junior e Weliton Prado.

Sala da Comissão, em 7 de dezembro de 2011.

Deputado WOLNEY QUEIROZ
Presidente em exercício

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA

EMENDA MODIFICATIVA Nº 1

Dê-se ao inciso IV do artigo 31-A da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 introduzido pelo art. 2º do Projeto de Lei a seguinte redação:

“Art. 2º

“Art. 31-A

.....

IV - As informações constantes dos anúncios veiculados em jornais, revistas e outras mídias impressas serão redigidas em termos claros e com caracteres legíveis, de modo a facilitar sua visualização e compreensão pelo consumidor. (NR)

.....”

JUSTIFICATIVA

Em que pese a nobre intenção do legislador, a alteração proposta é necessária para adequar o projeto de lei à realidade prática dos fornecedores em relação às campanhas publicitárias, uma vez que nem sempre será possível a inclusão das informações como constante no inciso IV do projeto original ou no §2º do artigo 31-A proposto pelo substitutivo da Comissão de Defesa do Consumidor.

Um dispositivo legal que nada agrega ou que não pode ser aplicado tecnicamente é, de fato, injurídico.

Cabe ressaltar que a fonte Times New Roman no tamanho 11, sugerida pelo Projeto, não é viável para a maioria dos veículos de

comunicação e materiais publicitários, inviabilizando determinados formatos, os quais são muito pequenos para o conteúdo das informações na forma proposta.

Ressalte-se que o intuito do Projeto deve garantir o direito do consumidor à informação relativa à oferta de produtos e serviços, todavia, a alteração que propomos aqui é imprescindível para viabilidade da inclusão das informações nas peças publicitárias, uma vez que não é possível comportar os dados da maneira especificada no projeto original e no substitutivo da Comissão de Defesa do Consumidor.

Desse modo, a alteração sugerida corrige o vício de juridicidade e ao mesmo tempo atende a pretensão do legislador ao tornar o texto mais abrangente, além de possibilitar que o fornecedor inclua as informações em todos os materiais publicitários, respeitando as particularidades de cada caso.

Sala da Comissão, em 12 de junho de 2012.

Deputado **PAES LANDIM**

I – RELATÓRIO

Pelo presente projeto de lei, altera-se o diploma legal mencionado na ementa (Lei nº 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor), definindo regras sobre a oferta e apresentação de produtos/serviços.

Em apenso ao projeto, encontram-se as seguintes proposições:

- PL nº 1.758/11, do Deputado GEAN LOUREIRO;
- PL nº 1.883/11, do Deputado GILMAR MACHADO.

Os projetos foram distribuídos, inicialmente, à CDC – Comissão de Defesa do Consumidor, que os aprovou, nos termos do substitutivo oferecido pelo Relator, Deputado AUGUSTO COUTINHO, ainda em 2011.

Agora, todas estas proposições encontram-se nesta douta CCJC – Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, onde aguardam parecer acerca de sua constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa, conforme prevê o art. 54, I, do regimento Interno da Casa, no prazo do regime ordinário de tramitação.

Foi apresentada 1 (uma) emenda pelo Deputado PAES LANDI), neste Órgão Técnico, que deverá também ser analisada.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A iniciativa das proposições em epígrafe é válida, pois todas visam a alterar lei federal e/ou tratam do direito do consumidor, matéria de competência legislativa privativa da União (CF, art. 22, I). Não há reserva de iniciativa a outro Poder, nem se exige lei complementar sobre a matéria.

Passando às proposições, o art. 3º do PL nº 1.151/11, principal, é inconstitucional, pois fixa prazo para que outro Poder exerça atribuição típica – há inclusive decisão do STF – Supremo Tribunal Federal, nesse sentido. O dispositivo a ser acrescentado à Lei nº 8.078/90, outrossim, tem problemas de técnica legislativa e redação. A emenda/CCJC ao projeto é antirregimental, pois adentra o mérito da proposição principal.

O PL nº 1.758/11, apensado, por sua vez, não apresenta problemas relativos aos aspectos a observar, nesta oportunidade.

Ao PL nº 1.883/11, apensado, também não fazemos objeções no terreno jurídico, embora o art. 5º demande aperfeiçoamento da técnica legislativa.

Finalmente, é o Substitutivo/CDC que dá a melhor formulação jurídica à questão, sem dúvida. A proposição acessória, entretanto, necessita de supressão de inconstitucionalidade constante do art. 3º. Para tanto, oferecemos a subemenda em anexo para sanar o vício.

Assim, votamos pela constitucionalidade, juridicidade e boa técnica legislativa dos Projetos de Lei de nºs 1.151/11, principal; 1.758/11, apensado; e 1.883/11, apensado, na forma do Substitutivo/CDC, com a subemenda anexa, e pela antirregimentalidade da emenda/CCJC ao PL nº 1.151/11, principal.

É o voto.

Sala da Comissão, em 13 de Dezembro de 2012.

Deputado JORGINHO MELLO
Relator

SUBSTITUTIVO DA COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS PROJETOS DE LEI DE NºS 1.151, 1.758 E 1.883, TODOS DE 2011

Altera a Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para definir regras sobre a oferta e apresentação de produtos ou serviços.

SUBEMENDA Nº 1 DO RELATOR

Suprima-se o art. 3º da proposição.

Sala da Comissão, em 13 de Dezembro de 2012.

Deputado JORGINHO MELLO
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, em reunião ordinária realizada hoje, opinou pela constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa do Projeto de Lei nº 1.151/2011 e dos Projetos de Lei nºs 1.758/2011 e 1.883/2011, apensados, na forma do Substitutivo da Comissão de Defesa do Consumidor, com Subemenda, e pela antirregimentalidade da Emenda apresentada nesta Comissão, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Jorginho Mello.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Luiz Couto e Fábio Trad - Vice-Presidentes, Alceu Moreira, Andre Moura, Anthony Garotinho, Antonio Bulhões, Arthur Oliveira Maia, Beto Albuquerque, Cândido Vaccarezza, Cesar Colnago, Danilo Forte, Décio Lima, Dr. Grilo, Eduardo Sciarra, Esperidião Amin, Felipe Maia, Félix Mendonça Júnior, Iriny Lopes, João Paulo Lima, Jorginho Mello, José Guimarães, José Mentor, Jutahy Junior, Leonardo Picciani, Lincoln Portela, Luiz de Deus, Luiz Pitiman, Marcos Medrado, Marcos Rogério, Mauro Benevides, Onofre Santo Agostini, Osmar Serraglio, Paulo Freire, Paulo Maluf, Ricardo Berzoini, Roberto Freire, Ronaldo Fonseca, Sandra Rosado, William Dib, Alberto Filho, Arnaldo Faria de Sá, Gonzaga Patriota, Hugo Leal, João Magalhães, Jose Stédile, Lázaro Botelho, Luciano Castro, Nilda Gondim, Oziel Oliveira, Padre João, Paulo Teixeira, Reinaldo Azambuja, Rosane Ferreira, Sandro Alex e Valtenir Pereira.

Sala da Comissão, em 18 de março de 2014.

Deputado LUIZ COUTO
Presidente em exercício

**SUBEMENDA ADOTADA PELA COMISSÃO AO
SUBSTITUTIVO DA COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS
PROJETOS DE LEI DE Nºs 1.151, 1.758 E 1.883, DE 2011**

Altera a Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para definir regras sobre a oferta e apresentação de produtos ou serviços.

Suprima-se o art. 3º da proposição.

Sala da Comissão, em 18 de março de 2014.

Deputado LUIZ COUTO
Presidente em exercício

FIM DO DOCUMENTO
