

**AVULSO NÃO  
PUBLICADO.  
AG. DEFINIÇÃO -  
PARECERES  
DIVERGENTES.**



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 2.999-A, DE 2015**

**(Do Sr. Roberto Alves)**

Veda o oferecimento, nos sítios oficiais das companhias aéreas na rede mundial de computadores ("internet"), de produtos e serviços não relacionados à aquisição de passagens aéreas e a comercialização de "assentos conforto" nas aeronaves; tendo parecer: da Comissão de Viação e Transportes, pela rejeição (relator: DEP. VICENTINHO JÚNIOR); e da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação, com substitutivo (relator: DEP. AUREO).

**DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE:  
VIAÇÃO E TRANSPORTES;  
DEFESA DO CONSUMIDOR; E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).

**APRECIAÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

## S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Viação e Transportes:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão
- Voto em separado

III - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Parecer do relator
- 1º Substitutivo oferecido pelo relator
- Complementação de voto
- 2º Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão
- Voto em separado

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica vedado às companhias aéreas oferecer em seus sítios eletrônicos oficiais na rede mundial de computadores (“internet”), produtos e serviços que não se relacionem diretamente com o processo de aquisição de passagens aéreas, tais como aluguel de veículos, seguros de viagem ou de qualquer modalidade, reservas em meios de hospedagem e pacotes turísticos, dentre outros.

Parágrafo único. O disposto no *caput* não impede a comercialização de produtos e serviços não relacionados diretamente com o processo de aquisição de passagens aéreas em outros sítios eletrônicos, especificamente desenvolvidos para tais finalidades.

Art. 2º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeitará os infratores às penalidades previstas na Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990.

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

## **JUSTIFICAÇÃO**

O objetivo deste Projeto de Lei é enfrentar duas modalidades distintas de abusos praticadas, com lamentável frequência, pela indústria de transporte aéreo de passageiros.

A oferta cada vez mais maciça de serviços supostamente associados ao contrato de transporte aéreo tem confundido os consumidores que adquirem suas passagens aéreas nos sites oficiais das companhias. De fato, os insistentes e inadvertidos banners, *pop-ups*, janelas e *links* de oferta de locações de veículos, aquisição de seguros, reservas em hotéis ou pacotes turísticos, além de incômodos, desviam a atenção dos consumidores e, muitas vezes, levam-nos a uma aquisição indesejada e irrefletida.

Não somos, obviamente, contrários à comercialização desses produtos. Pensamos, apenas, que esses produtos e serviços não devem ser impingidos ao consumidor durante a compra, em ambiente virtual, de bilhetes de passagens.

Por outro lado, tem causado indignação a todos os usuários do transporte aéreo, a venda, sem nenhuma justificação econômica, dos assentos das primeiras fileiras ou daqueles situados próximos às saídas de emergência das aeronaves, os chamados “assentos conforto”. Diferentemente das passagens vendidas em primeira classe ou classe executiva, não há, nas viagens realizadas nesses assentos, qualquer distinção na prestação de serviços por parte da companhia aérea.

Contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação e aperfeiçoamento da presente proposta durante a sua tramitação nas Comissões desta

Casa.

Sala das Sessões, em 15 de setembro de 2015.

Deputado ROBERTO ALVES

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**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 VIAÇÃO E TRANSPORTES**

**I - RELATÓRIO**

Cumpre a esta Comissão examinar o Projeto de Lei nº 2.999, de 2015, proposto pelo Deputado Roberto Alves. A iniciativa veda “às companhias aéreas oferecer em seus sítios eletrônicos oficiais na rede mundial de computadores (“internet”), produtos e serviços que não se relacionem diretamente com o processo de aquisição de passagens aéreas, tais como aluguel de veículos, seguros de viagem

*ou de qualquer modalidade, reservas em meios de hospedagem e pacotes turísticos".* De acordo com a proposição, o descumprimento da norma sujeitará os infratores às penalidades previstas na Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Na justificação do projeto de lei, o autor argumenta que nos sites das companhias aéreas há o oferecimento de serviços associados, mas não diretamente vinculados, à aquisição de passagens aéreas, o que estaria desviando a atenção dos consumidores e os levando a fazer aquisições indesejadas e irrefletidas. S.Exa. faz menção, por exemplo, a ofertas de locação de veículo, de aquisição de seguros e de reserva em hotéis.

A par da queixa relativa à publicidade, o autor critica a comercialização dos chamados assentos-conforto, situados na primeira fila ou nas filas das saídas de emergência. Defende que não há justificação econômica para a prática, pois inexiste diferenciação na prestação do serviço entre os que ocupam tais assentos e os que se acomodam nos assentos restantes da aeronave.

Após o exame desta Comissão, primeira a se pronunciar a respeito da matéria, deverão se manifestar a Comissão de Defesa do Consumidor e a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. O poder das comissões, neste caso, é conclusivo.

Não houve emendas ao projeto.

## II - VOTO DO RELATOR

A veiculação de publicidade não é matéria afeita à regulamentação aeronáutica. A Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC – não cuida do tema, tampouco se acha alusão a respeito no Código Brasileiro de Aeronáutica – Lei nº 7.565, de 1986. Há regulação da ANAC acerca de matéria correlata, mas não diretamente relacionada com a veiculação de publicidade. Na Resolução nº 196, de 2011, são previstas regras para o “serviço de atendimento ao passageiro prestado pelas empresas de transporte aéreo regular”. Diz-se, ali, que no sítio eletrônico da empresa aérea deve haver acesso destacado para o serviço de atendimento. Na Resolução nº 400, de 2016, encontra-se o seguinte conteúdo, no art. 5º, *verbis*:

*“Art. 5º No processo de comercialização da passagem aérea, a partir da escolha da origem, do destino, da data da viagem e antes de ser efetuado o pagamento pelos seus serviços, o transportador deverá prestar as seguintes informações ao usuário:*

*I - valor total da passagem aérea a ser pago em moeda nacional, com discriminação de todos os itens previstos no art. 4º, § 1º, desta Resolução;*

*II - regras de não apresentação para o embarque (no-show), remarcação e reembolso, com suas eventuais multas;*

*III - tempo de conexão e eventual troca de aeroportos; e*

*IV - regras e valores do transporte de bagagem.*

**§ 1º Para os fins desta Resolução, considera-se processo de comercialização aquele realizado no território nacional ou por meio eletrônico direcionado ao mercado brasileiro.**

**§ 2º É vedada qualquer cobrança por serviço ou produto opcional que não tenha sido solicitado ativamente pelo usuário (regra opt-in).**

**§ 3º As informações dos produtos e serviços relativos ao transporte aéreo e comercializados pelo transportador deverão ser disponibilizadas em língua portuguesa, de maneira clara e objetiva”.**

Também na Resolução nº 400/16 estão estabelecidas as condições gerais de transporte atinentes à comercialização e às características do bilhete de passagem. Vale destacar os seguintes dispositivos:

*“Art. 2º Na oferta dos serviços de transporte aéreo, o transportador poderá determinar o preço a ser pago por seus serviços, bem como suas regras aplicáveis, nos termos da regulamentação expedida pela ANAC.*

*Parágrafo único. O transportador deverá disponibilizar nos locais de vendas de passagens aéreas, sejam eles físicos ou eletrônicos, informações claras sobre todos os seus serviços oferecidos e as respectivas regras aplicáveis, de forma a permitir imediata e fácil compreensão.*

*Art. 3º O transportador deverá oferecer ao passageiro, pelo menos, uma opção de passagem aérea em que a multa pelo reembolso ou remarcação não ultrapasse 5% (cinco por cento) do valor total dos serviços de transporte aéreo, observado o disposto nos arts. 11 e 29, parágrafo único, desta Resolução.*

*Art. 4º A oferta de serviços de transporte aéreo de passageiros, em quaisquer canais de comercialização, conjugado ou não com serviços de turismo, deverá apresentar o valor total da passagem aérea a ser pago pelo consumidor.*

*§ 1º O valor total da passagem aérea será composto pelos seguintes itens:*

*I - valor dos serviços de transporte aéreo;*

*II - tarifas aeroportuárias; e*

*III - valores devidos a entes governamentais a serem pagos pelo adquirente da passagem aérea e arrecadados por intermédio do transportador.*

*§ 2º O valor final a ser pago será acrescido de eventuais serviços opcionais contratados ativamente (regra opt-in) pelo consumidor no processo de comercialização da passagem aérea.”.*

Nada havendo no campo da legislação aeronáutica acerca do tema, cabe perguntar se na legislação relativa à atividade publicitária propriamente dita não se poderia tratar da limitação de publicidade nos canais de venda das empresas, pela Internet. Sobre o assunto, deve-se esclarecer desde já que a atividade publicitária é objeto de autorregulamentação, não existindo lei que lhe ponha freios. O organismo não-governamental que hoje se encarrega dessa tarefa é o CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. Um resumo de sua missão pode ser achado no site mesmo da organização:

*“Constituído por publicitários e profissionais de outras áreas, o CONAR é uma organização não-governamental que visa promover a liberdade de expressão publicitária e defender as prerrogativas constitucionais da propaganda comercial.*

*Sua missão inclui principalmente o atendimento a denúncias de consumidores, autoridades, associados ou formuladas pelos integrantes da própria diretoria.*

*As denúncias são julgadas pelo Conselho de Ética, com total e plena garantia de direito de defesa aos responsáveis pelo anúncio. Quando comprovada a procedência de uma denúncia, é sua responsabilidade recomendar alteração ou suspender a veiculação do anúncio.*

*O CONAR não exerce censura prévia sobre peças publicitárias, já que se ocupa somente do que está sendo ou foi veiculado.*

*Mantido pela contribuição das principais entidades da publicidade brasileira e seus filiados – anunciantes, agências e veículos –, tem sede na cidade de São Paulo e atua em todo o país. Foi fundado em 1980.”*

Outro caminho que se pode imaginar como alternativa para o trato da matéria é a Lei nº 12.965, de 2014, que “estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil”. Nada nesse diploma legal, contudo, faz crer que se possa lidar com a restrição sugerida no Projeto de Lei nº 2.999/15. Sendo lei de alcance geral, ela não se imiscui nas particularidades relacionadas a cada campo de atividade que hoje se vale da Internet.

A essa altura, cumpre indagar se a legislação pátria peca por omissão, não cuidando, nem indiretamente, da matéria contida na iniciativa em exame.

Tudo indica que não.

Em verdade, é preciso ter em mente o seguinte.

Um: seria um grave atentado contra o princípio da isonomia privar as empresas aéreas de controlar o formato e o conteúdo de suas páginas na Internet, permitindo que todo o restante do setor privado continuasse a fazê-lo.

Dois: a veiculação de publicidade em ambiente menos procurado pelo público (página à parte, como quer o projeto de lei) por certo acarretará diminuição do interesse publicitário em atuar nos sítios das empresas aéreas ou, ainda, na redução dos valores pagos a elas pela veiculação. Em ambas as situações, haverá perda de receita para os transportadores. Perda de receita que, inevitavelmente, procurar-se-á obter mediante a comercialização das próprias passagens, que hoje se submetem ao regime de liberdade de preço.

Três: não é plausível que o consumidor médio se sinta perturbado com a publicidade veiculada nas páginas das empresas aéreas, a ponto de se lançar a compras imprudentes e irrefletidas. Trata-se de uma subestimação da capacidade intelectual e moral dos consumidores. É óbvio que compras dessa natureza, em alguma medida, podem acontecer, mas isso diz menos da influência da publicidade do que da própria personalidade do comprador.

Quatro: ao contrário do que se pode imaginar, é muito pequeno o número de acessos aos anúncios publicitários nos sites. Quando 1% dos que ingressam numa página acionam um *banner* ali abrigado, já se trata de um caso de sucesso. Observe-se o seguinte trecho da dissertação de mestrado de Eduardo Brandão<sup>1</sup> – PUC/RJ:

---

<sup>1</sup> [http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/9116/9116\\_8.PDF](http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/9116/9116_8.PDF)

De forma oposta, no segundo caso (induzir uma resposta direta) a publicidade *on-line* é capaz de criar ações de busca de informações ou compra de produtos pelos consumidores como resultado da visualização de um anúncio na tela do computador. O usuário clica sobre um *banner* e é levado para o *site* do anunciante. Lá é possível obter mais informações sobre um determinado produto, além da oportunidade de completar o processo de transação *on-line*. Mas quantos usuários clicam sobre o *banner*? As taxas de clique variam bastante, mas é sabido que um *banner* com uma taxa de cliques de 1% representa um resultado muito satisfatório. De acordo com RETTIE, GRANDCOLAS e MCNEIL (2004), apesar da medição dos anúncios na internet ser tradicionalmente baseada no CPM (Custo por Mil), as taxas dos cliques sobre o *banner* tornaram-se rapidamente o sistema padrão de medida. Vale ressaltar que estas taxas de cliques estão diminuindo nos últimos anos, como consequência de dois fenômenos: os *banners* deixaram de ser uma novidade, além do fato dos usuários terem aprendido a filtrar estas peças publicitárias em relação ao restante do conteúdo das páginas.

Cinco: o Código de Defesa do Consumidor, art. 49, concede àquele que efetua compra fora do estabelecimento comercial físico o direito de arrepender-se do negócio, no prazo de sete dias após o recebimento do produto ou da assinatura do contrato de prestação do serviço. Não se pode afirmar, portanto, que o consumidor está indefeso nas situações nas quais perceba ter sido vítima de seu próprio impulso.

Seis: qualquer usuário de computador pode se valer de programas e configurações que evitam o aparecimento de *banners* ou *pop-ups* na tela. Não é algo simples para todos, mas que tem de ser considerado.

Por fim, gostaria de esclarecer que o texto do projeto não cuida de impedir a venda de assento-conforto. Trata tão somente da restrição à apresentação de publicidade nas páginas dedicadas à venda de passagens, nos *sites* oficiais das companhias aéreas. É bem possível que o autor da proposição não tenha se dado conta desse fato, pois aborda o tema no penúltimo parágrafo da justificação. A respeito dessa matéria, portanto, não iremos nos pronunciar.

Sendo essas as considerações, o voto é pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.999, de 2015.

Sala da Comissão, em 10 de maio de 2017.

Deputado VICENTINHO JÚNIOR  
Relator

### **III - PARECER DA COMISSÃO**

A Comissão de Viação e Transportes, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 2.999/2015, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Vicentinho Júnior. O Deputado Ronaldo Martins apresentou voto em separado.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Altineu Côrtes - Presidente, Diego Andrade e Marcelo Squassoni - Vice-Presidentes, Alexandre Valle, Alfredo Nascimento, Christiane de Souza Yared, Ezequiel Fonseca, Hélio Leite, Hugo Leal, João Rodrigues, José Airton Cirilo, Julio Lopes, Laudívio Carvalho, Leônidas Cristina, Marcio Alvino, Mauro Mariani, Milton Monti, Nelson Marquezelli, Paulo Feijó, Remídio Monai, Renzo Braz, Ricardo Teobaldo, Roberto Britto, Ronaldo Lessa, Vanderlei Macris, Vicentinho Júnior, Wilson Beserra, Aiel Machado, Benjamin Maranhão, Carlos Henrique Gaguim, Delegado Edson Moreira, Jones Martins, Jose Stédile, Leonardo Monteiro, Lucio Mosquini, Marcelo Álvaro Antônio, Osmar Bertoldi, Raquel Muniz, Roberto Balestra, Simão Sessim e Zé Augusto Nalin.

Sala da Comissão, em 31 de maio de 2017.

Deputado ALTINEU CÔRTE  
Presidente

### **VOTO EM SEPARADO** (Do senhor RONALDO MARTINS)

O projeto de lei 2999 / 2015, em análise, de autoria do ilustre Deputado Roberto Alves, PRB –SP, propõe a vedação às companhias aéreas de oferecer em seus sítios eletrônicos oficiais na rede mundial de computadores (“internet”), produtos e serviços que não se relacionem diretamente com o processo de aquisição de passagens aéreas, tais como aluguel de veículos, seguros de viagem ou de qualquer modalidade, reservas em meios de hospedagem e pacotes turísticos, dentre outros.

De acordo com o autor, o objetivo do Projeto de Lei é enfrentar abusos praticados pela indústria de transporte aéreo de passageiros em sítios na internet.

Neste sentido, ao nosso entendimento, a propositura apresentada é um importante instrumento para assegurar ao consumidor condições de utilização adequada dos mecanismos oferecidos on line sem serem confundidos pelas companhias. Basta digitarmos o endereço eletrônico de uma companhia aérea para

comprovarmos a permanência de banners, pop-ups, janelas e links de oferta de locações de veículos, aquisição de seguros, reservas em hotéis ou pacotes turísticos, prejudicando o entendimento do consumidor no que tange ao negócio principal em exercício pelas companhias, o transporte aéreo de passageiros em voos comerciais.

Ao analisar com propriedade o projeto de lei 2999/ 2015, compreendemos que seu autor não é contrário à comercialização desses produtos, mas como consumidor entende que a oferta da forma estabelecida confunde o consumidor e coagindo o princípio da livre concorrência.

No relatório da deputada Clarissa Garotinho, PR- RJ, designada relatora nesta comissão de mérito, opinando pela rejeição do projeto 2999/2015, a nobre parlamentar argumenta que as empresas aéreas, em geral, são braços de uma corporação diversificada que podem abranger a administração aeroportuária, catering, transporte de passageiros e de cargas entre outros serviços. Relata também ao seu mérito, que as empresas firmam convênios comerciais com outros “parceiros”, tais como locação de veículos e seguros de viagem e vedar a prática seria ferir o princípio da livre concorrência. Apresenta a nós, o art. 170 da Constituição para justificar seu entendimento.

Discordo da nobre colega por meio de seu relatório proferido, arguindo que nada impede as companhias aéreas na consolidação de sítios específicos na internet para venda de outros serviços a partir da aquisição de passagem aérea, cito o exemplo específico da TAM, que mantem os sites [www.tamviagens.com.br](http://www.tamviagens.com.br) para oferta de pacotes e outros serviços e o site [www.tam.com.br](http://www.tam.com.br) para venda de passagens, mantendo na barra de serviços acesso ao outro sítio gerenciado pela companhia.

O excesso de ofertas de serviços nos sítios de venda de passagens para deslocamento aéreo vem ocasionando transtornos dia a dia na vida do consumidor brasileiro que tem procurado resarcimento nos órgãos competentes frente aos abusos praticados pelas companhias aéreas.

Pelo exposto, votamos pela aprovação ao PL nº 2.999/2015.

**RONALDO MARTINS**  
**Deputado Federal**  
**PRB - CE**

## COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

### I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 2.999, de 2015, proíbe as companhias aéreas de oferecer, em seus sítios eletrônicos, produtos e serviços não relacionados diretamente às passagens aéreas. Incluem-se nesse rol o aluguel de veículos, seguros de viagem ou de qualquer outra modalidade, reservas em hotéis e a contratação de pacotes turísticos, entre outros.

A proposição em exame esclarece que a sua aprovação não implicará a vedação à comercialização daqueles produtos e serviços em outros sítios eletrônicos.

Por despacho da Mesa da Câmara dos Deputados, a matéria foi encaminhada para apreciação das Comissões de Viação e Transportes (CVT), de Defesa do Consumidor (CDC), e de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC).

Nesta Comissão, não houve apresentação de emendas à proposição no prazo regimental.

### II - VOTO DO RELATOR

Nos últimos anos, comprar passagens em sítios eletrônicos de companhias aéreas virou um desafio para os consumidores, uma espécie de corrida com obstáculos. Entre as escolhas iniciais de origem, destino e data da viagem, e a efetiva aquisição dos bilhetes, os clientes precisam passar por uma série de “ofertas” de serviços e produtos oferecidos por parceiros da empresa aérea. Aluguel de carros, hotéis, seguros, a lista é extensa. Pior: muitas vezes esses serviços são apresentados de modo a induzir o consumidor a erro, forçando a compra de itens que não lhe interessam e que geram custos inesperados e excessivos.

Tendo todos esses fatos em vista, quero iniciar meu voto cumprimentando o ilustre Deputado Roberto Alves, que corajosamente toca em um ponto de absoluta relevância para a proteção dos consumidores. Fica aqui registrado esse reconhecimento que, tenho certeza, Senhor Presidente, é compartilhado por todos os membros desta Comissão.

Ao analisar a proposição e a avaliar os procedimentos para compra de passagens aéreas nos sítios eletrônicos de companhias aéreas, me parece inquestionável a ocorrência de abusos. Por exemplo, no site de determinada empresa,

entre as diversas páginas por que o consumidor deve passar até realizar o pagamento, uma é destinada apenas ao oferecimento de produtos de parceiros que, a rigor, podem ser totalmente dispensáveis para o consumidor. Em todas as outras páginas, o cliente deve preencher campos, selecionar opções ou realizar alguma atividade para seguir adiante rumo à concretização da compra do bilhete aéreo. Mas, quando chega à tal seção das “ofertas dos parceiros”, caso selecione qualquer item, estará contratando um serviço ou produto que não o(s) voo(s) pretendido(s). Pior, todo o destaque (letras e cores) é dado ao botão que leva à contratação desses serviços e produtos, de tal maneira que o consumidor chega a ter dificuldades para encontrar o caminho para seguir com a compra das passagens aéreas sem adquirir um daqueles itens.

Essas circunstâncias são gravíssimas e revelam a necessidade de aprimoramento da disciplina legal aplicável às relações consumeristas de que as companhias aéreas tomam parte, como fornecedoras.

Quero ponderar, contudo, que o fato realmente alarmante não é a simples oferta aos consumidores de outros produtos e serviços que não a passagem aérea. Diversos fornecedores oferecem aos seus clientes bens que não se incluem entre o objeto principal de sua atividade. Para ficar em um exemplo, farmácias vendem chicletes e produtos alimentícios sem propriedades curativas, inclusive em seus sítios eletrônicos.

O caso das companhias aéreas desperta preocupação em razão da forma como os produtos e serviços de seus parceiros têm sido anunciados. Quer-nos parecer que a adoção de medidas para corrigir assimetrias de informações poderia colocar os consumidores em posição de tomar decisões que melhor representem seus interesses. Afinal, eventualmente, os clientes podem querer contratar os serviços indiretamente relacionados à aquisição de passagens aéreas. O importante é que não o façam por terem sido induzidos a erro.

Nossa proposta é que a oferta de qualquer produto ou serviço, que não a passagem área nos sítios eletrônicos das companhias área, seja precedida de um alerta. Esse aviso deve esclarecer que a aquisição do serviço ou produto ofertado não é necessária para a compra da passagem área e depende exclusivamente da vontade do consumidor. É importante que tal alerta receba destaque. Por isso, ele deve ser escrito em fonte de tamanho maior do que a de redação das próprias ofertas de produtos e serviços. Além disso, o botão por meio do qual o consumidor opta pela

não contratação do produto ou serviço deve ser colocado em evidência, com fonte maior do que o botão usado para a contratação e com cores que o destaque em relação ao restante do texto.

Tomamos a liberdade de incorporar essas considerações ao Substitutivo que ora apresentamos anexo, com o intuito de unir esforços ao nobre Deputado Roberto Alves na luta pela maior proteção dos consumidores.

Pelo exposto, votamos pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 2.999, de 2015, nos termos do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 03 de agosto de 2017.

Deputado Aureo

Relator

### **1º SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.999, DE 2015**

Estabelece formalidades para o oferecimento, nos sítios eletrônicos das companhias aéreas, de produtos e serviços outros que não a própria comercialização de passagens áreas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece formalidades para o oferecimento, nos sítios eletrônicos das companhias aéreas, de produtos e serviços outros que não a própria comercialização de passagens áreas.

Art. 2º O oferecimento de qualquer outro produto, que não a venda de passagens áreas nos sítios eletrônicos de companhias áreas, deve ser imediatamente precedido por uma mensagem de alerta aos consumidores.

§ 1º O alerta de que trata o *caput* deste artigo deve esclarecer que a aquisição do produto ou serviço ofertado não é necessária para a compra de passagem aérea.

§ 2º O alerta de que trata o *caput* deste artigo deve receber destaque

e ser redigido em fonte de tamanho maior do que aquela utilizada para o oferecimento dos produtos e serviços de que se cuida.

Art. 3º O oferecimento de qualquer outro produto ou serviço, que não a venda de passagens áreas nos sítios eletrônicos de companhias áreas, deve ser imediatamente seguido por opções de não contratação e de contratação.

Parágrafo único. A opção de não contratação deve receber destaque, com uso de fonte maior do que aquela utilizada na opção de contratação e com cores que se sobressaiam em relação ao restante do texto.

Art. 4º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita os infratores às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 5º Esta lei entra em vigor quarenta e cinco dias após sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em 03 de agosto de 2017.

Deputado Aureo  
Relator

### **COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO**

Em reunião da Comissão de Defesa do Consumidor realizada hoje, durante a discussão do meu Parecer ao PL nº 2.999/2015, acatei sugestões apresentadas pelo nobre Presidente, Deputado Rodrigo Martins, consolidadas no substitutivo apresentado em seu voto em separado.

Diante do exposto, voto, portanto, pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei 2.999, de 2015, na forma do Substitutivo anexo.

Sala da Comissão, em 13 de setembro de 2017.

Deputado **AUREO**  
Relator

### **2º SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.999, DE 2015**

**NOVA EMENTA:** Estabelece normas para a comercialização de passagens aéreas em sítios,

aplicativos e demais canais eletrônicos.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas para a comercialização de passagens aéreas em sítios, aplicativos e demais canais eletrônicos.

Art. 2º Os sítios eletrônicos, aplicativos e demais funcionalidades ou canais eletrônicos disponibilizados para a comercialização de passagens aéreas somente poderão ofertar a opção de aquisição de outros produtos ou serviços após a definição, pelos compradores, de todas as especificações de comodidades e serviços diretamente relacionados às passagens.

Parágrafo único. Para fins de cumprimento ao disposto no caput deste artigo, a oferta de produtos ou serviços que não estejam diretamente relacionados às passagens aéreas deverá:

I - ser precedida de alerta que esclareça que a aquisição do produto ou serviço ofertado não é necessária para a compra da passagem aérea, disponibilizando sempre ao comprador a opção de ir diretamente ao pagamento;

II - ser feita por meio de opção selecionável que indique, de forma clara e individualizada, os demais produtos e serviços disponíveis para aquisição;

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita os infratores às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º Esta lei entra em vigor trinta dias após sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em 13 de setembro de 2017.

Deputado **AUREO**

Relator

### **III - PARECER DA COMISSÃO**

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, com substitutivo, o Projeto de Lei nº 2.999/2015, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Aureo, que apresentou Complementação de Voto.

O Deputado Rodrigo Martins apresentou voto em separado.

Estiveram presentes os Senhores Deputados: Rodrigo Martins - Presidente, João Fernando Coutinho, Ricardo Izar e Eros Biondini - Vice-Presidentes, Antônio Jácome, Aureo, Celso Russomanno, Chico Lopes, Deley, Ivan Valente, José Carlos Araújo, Márcio Marinho, Maria Helena, Severino Ninho, Weliton Prado, André Amaral, Átila Lira, Cabo Sabino, Carlos Henrique Gaguim, Jose Stédile, Júlio Delgado, Lucas Vergilio e Moses Rodrigues.

Sala da Comissão, em 13 de setembro de 2017.

**Deputado RODRIGO MARTINS**  
Presidente

### **SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CDC AO PL Nº 2.999, DE 2015**

**NOVA EMENTA:** Estabelece normas para a comercialização de passagens aéreas em sítios, aplicativos e demais canais eletrônicos.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas para a comercialização de passagens aéreas em sítios, aplicativos e demais canais eletrônicos.

Art. 2º Os sítios eletrônicos, aplicativos e demais funcionalidades ou canais eletrônicos disponibilizados para a comercialização de passagens aéreas somente poderão ofertar a opção de aquisição de outros produtos ou serviços após a definição, pelos compradores, de todas as especificações de comodidades e serviços diretamente relacionados às passagens.

Parágrafo único. Para fins de cumprimento ao disposto no caput deste artigo, a oferta de produtos ou serviços que não estejam diretamente relacionados às passagens aéreas deverá:

I - ser precedida de alerta que esclareça que a aquisição do produto ou serviço ofertado não é necessária para a compra da passagem aérea,

disponibilizando sempre ao comprador a opção de ir diretamente ao pagamento;

II - ser feita por meio de opção selecionável que indique, de forma clara e individualizada, os demais produtos e serviços disponíveis para aquisição;

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita os infratores às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º Esta lei entra em vigor trinta dias após sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em 13 de setembro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**

Presidente

### **VOTO EM SEPARADO DO DEP. RODRIGO MARTINS**

O projeto de lei em análise, de autoria do Deputado Roberto Alves, PRB/SP, estabelece a vedação às companhias aéreas de oferecer, em seus sites eletrônicos oficiais na *internet*, produtos e serviços que não relacionados diretamente com o processo de aquisição de passagens aéreas, tais como aluguel de veículos, seguros de viagem ou de qualquer modalidade, reservas em meios de hospedagem e pacotes turísticos, dentre outros.

O autor objetivou deixar mais clara a oferta de produtos, como, por exemplo, aluguel de automóveis, hotéis, transportes e/ou serviços de forma geral, de modo a não permitir que o consumidor faça aquisições não desejadas inicialmente na compra das passagens comerciais.

Após análise, verificamos serem necessárias ao aprimoramento da matéria algumas alterações e, para tal, apresentamos este voto em separado, com um texto alternativo ao do Relator.

Votamos, portanto, pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei 2.999, de 2015 com o substitutivo anexo.

### **SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.999, DE 2015**

Estabelece normas para a comercialização de passagens aéreas em sítios, aplicativos e demais

canais eletrônicos. (NOVA EMENTA)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece normas para a comercialização de passagens aéreas em sítios, aplicativos e demais canais eletrônicos.

Art. 2º Os sítios eletrônicos, aplicativos e demais funcionalidades ou canais eletrônicos disponibilizados para a comercialização de passagens aéreas somente poderão ofertar a opção de aquisição de outros produtos ou serviços após a definição, pelos compradores, de todas as especificações de comodidades e serviços diretamente relacionados às passagens.

Parágrafo único. Para fins de cumprimento ao disposto no caput deste artigo, a oferta de produtos ou serviços que não estejam diretamente relacionados às passagens aéreas deverá:

I - ser precedida de alerta que esclareça que a aquisição do produto ou serviço ofertado não é necessária para a compra da passagem aérea, disponibilizando sempre ao comprador a opção de ir diretamente ao pagamento;

II - ser feita por meio de opção selecionável que indique, de forma clara e individualizada, os demais produtos e serviços disponíveis para aquisição;

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita os infratores às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º Esta lei entra em vigor trinta dias após sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em 12 de setembro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**  
PSB/PI

**FIM DO DOCUMENTO**