



PROJETO DE LEI Nº , DE 2022
(Do Sr. JORGE BRAZ)

Altera o Código de Defesa do Consumidor para vedar a prática de condicionar a concessão de desconto ao consumidor mediante o fornecimento de seus dados pessoais, bem como o seu acesso a serviços ou a produtos após cadastramento prévio.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescido do inciso XV, com a seguinte redação:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

[...]

XV – condicionar a concessão de qualquer vantagem financeira ao consumidor mediante o fornecimento de seus dados pessoais, bem como o seu acesso a serviços ou ao fornecimento de produtos após prévio cadastramento quando o pagamento for realizado de forma integral e imediata.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As empresas vem utilizando como estratégia de marketing a coleta dos dados pessoais de seus clientes; e como forma de estimular essa prática oferecem descontos aos que optarem fazer um “cadastro” na loja; essa coleta não é vedada pela Lei Geral de Proteção de Dados, desde que processada de boa-fé, devendo ser explicado ao consumidor o motivo pelo qual seus dados estão sendo solicitados. Na maioria das vezes essas





informações são utilizadas para a personalização de compras e o envio de propagandas com vistas a incrementar as vendas, porém muitos consumidores não se sentem à vontade para participar desse tipo de relacionamento, e não podem ser prejudicados na concessão de uma vantagem financeira simplesmente por não aceitarem fornecer seus dados.

Além disso, ao adquirir um produto ou serviço, o consumidor na maior parte das vezes é constrangido a fornecer seus dados pessoais por meio de um cadastramento prévio. Ocorre que, muitas vezes, o cliente não tem interesse em ficar recebendo publicidades daquele estabelecimento; no entanto, de posse dos respectivos dados, os fornecedores passam a agir de forma invasiva.

Infelizmente, devido aos abusos que vem sendo cometidos por fornecedores, têm sido reiteradas as reclamações dos consumidores quanto ao assédio moral decorrente de publicidades insistentes e indevidas, bem como em relação ao vazamento de dados pessoais como telefone, e-mail, endereço, profissão e, até mesmo, renda mensal, entre outros.

Fato é que vem aumentando significativamente a oferta massiva e diária de serviços ou produtos por meio de ligações telefônicas, de e-mails e de mensagens texto para aparelhos celulares, ainda que inexista qualquer solicitação, autorização ou sequer interesse do consumidor em sua contratação.

E, em sua maioria, são publicidades automáticas, enviadas inúmeras vezes, a qualquer hora do dia ou da noite, inclusive finais de semana e feriados, sem que o consumidor possa sequer reclamar diretamente dos excessos e solicitar o imediato cancelamento dessa prática comercial que, claramente, viola os direitos do consumidor.

Além disso, não se pode ignorar que estes dados são comumente vazados ou hackeados, fazendo com diversos estabelecimentos, mesmo aqueles que não têm qualquer relação com o consumidor, tenham acesso a estas informações e passem a importuná-los ainda mais.





Nesse contexto, merece destaque a insegurança gerada no consumidor que é abordado por intermédio de meios de contato pessoais como telefone, celular, e-mail, entre outros, por pessoas estranhas que lhe chamam pelo nome e possuem uma gama variada de informações que o consumidor não lhe repassou.

Assim sendo, entendemos que ao incluir uma previsão legal expressa no sentido de vedar que fornecedor condicione o acesso a serviços ou o fornecimento de produtos ao cadastramento prévio, quando o pagamento for realizado de forma integral e imediata pelo consumidor, será significativa a diminuição dos abusos perpetrados seja em razão da limitação de acesso, seja pela redução da exposição pública de dados pessoais dos consumidores.

Por outro lado, em se tratando de produtos ou serviços a serem pagos de forma parcelada ou com prazo postergado, e, ainda, de contratos de trato sucessivo ou de execução continuada, como TV por assinatura, planos de celular e internet, entre outros, a necessidade de cadastramento do consumidor se justifica e, por óbvio, não será objeto da vedação legal que ora se propõe.

Dessa forma, firme nas razões expostas, contamos com o indispensável apoio dos nobres pares para o aperfeiçoamento e a aprovação do presente projeto lei.

Sala das Sessões, em de de 2022.

Deputado JORGE BRAZ

