



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.894, 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.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-3077/2019.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD



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



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 V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção III
Da Publicidade

.....

Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [\("Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)](#)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação

regulados em leis especiais; (Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. (Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)

XI - Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. (Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. (Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. (Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação)

XV - (VETADO na Lei nº 14.368, de 14/6/2022)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
