



CÂMARA DOS DEPUTADOS

***PROJETO DE LEI N.º 104, DE 2011** **(Do Sr. Sandes Júnior)**

Obriga as pessoas jurídicas que comercializem produtos ou serviços pela Internet a informar seu número no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, e o endereço e o telefone de suas instalações físicas; PARECER DADO AO PL 4906/2001 E CONSIDERADO VÁLIDO PARA O PL 104/2011, NOS TERMOS DO § 2º DO ART 105 DO RICD

NOVO DESPACHO:

DEVIDO AO ARQUIVAMENTO DO PL 4906/2001 NOS TERMOS DO ART. 105 DO RICD, DESAPENSE-SE O PL 104/2011 DO PL 1589/1999, PERMANECENDO A MATÉRIA DISTRIBUÍDA À COMISSÃO ESPECIAL.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão Especial - PL 1483/99:

- Parecer do relator
- Complementação de voto
- Parecer da Comissão

III - Projetos apensados: 2367/11, 3200/12, 3607/12, 4189/12, 4348/12, 4509/12, 5179/13, 6557/13, 7668/14, 3514/15, 4511/16, 4678/16, 4786/16, 6533/16, 7224/17, 7522/17, 8220/17, 9619/18, 9754/18, 9772/18, 10181/18, 10535/18, 3029/19, 4833/19, 103/20, 617/20, 4241/20, 5209/20, 1288/21, 1948/21, 2724/23, 2857/23, 3049/23, 4635/23 e 190/24.

(*) Atualizado em 22/2/2024 para inclusão de apensados (35).

PROJETO DE LEI Nº , DE 2011
(Do Sr. SANDES JÚNIOR)

Obriga as pessoas jurídicas que comercializem produtos ou serviços pela Internet a informar seu número no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, e o endereço e o telefone de suas instalações físicas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As pessoas jurídicas brasileiras que comercializem produtos ou serviços pela Internet ficam obrigadas a informar, em seu sítio eletrônico, de modo claro e destacado, as seguintes informações:

- I - seu número no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;
- II – endereço completo de suas instalações físicas, inclusive o CEP;
- III – número de telefone fixo para contato;
- IV – número da inscrição estadual ou municipal;

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

Art. 3º Esta lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A rede internacional de computadores, Internet, é um dos maiores avanços da tecnologia de nosso tempo e tem contribuído para a troca de informações, aprendizado, comunicação e especialmente fomentado o comércio.

Na área comercial, a rede mundial possibilitou o comércio a longa distância, automatizado, em que o cliente acessa o *site* (sítio eletrônico), escolhe o produto e realiza seu pedido com rapidez e facilidade, efetuando o pagamento pela rede bancária ou por meio de cartão de crédito. O pagamento da compra dá ao consumidor o direito de receber em sua residência o produto escolhido, na forma especificada e pelo preço ofertado.

Entretanto, o mundo virtual tem sido utilizado por fornecedores inidôneos ou desonestos para aplicar golpes nos potenciais clientes, seja descumprindo a oferta apresentada, com a entrega de material de má qualidade, seja deixando de entregar o produto vendido. A volatilidade das informações, a falta de registro físico das condições de venda ou da descrição do produto torna a Internet instrumento para oportunistas e desonestos aplicarem os mais diversos tipos de golpes.

A apresentação no sítio eletrônico apenas do nome de fantasia e de informações meramente virtuais – como o endereço eletrônico e o nome do *site* – ou o número de um telefone celular, impede ou dificulta ao extremo a apresentação de uma reclamação ou a exigência do cumprimento da oferta divulgada, quando se trata com estelionatários. Da mesma forma, fica inviabilizada a apresentação de queixa aos órgãos de defesa do consumidor e a demanda judicial, porquanto não se conhece o nome da pessoa jurídica ou seu endereço, para convocar, citar ou intimar.

Esse é motivo pelo qual estamos propondo a obrigatoriedade de constar no sítio eletrônico, além do número no CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), o endereço e o telefone fixo das instalações do fornecedor, para que ele possa ser encontrado e compelido a cumprir com suas obrigações com o consumidor.

Acreditamos que a obrigação de o fornecedor informar seus dados em seu *site* da Internet é uma providência que, além de respaldar o consumidor em suas compras, irá ajudar a separar os bons dos maus comerciantes, afastando aqueles que pretendem enganar e lucrar com o anonimato propiciado pelo mundo virtual.

Além disso, a informação dos dados do fornecedor é de suma importância para o consumidor não só confirmar a idoneidade do fornecedor como para exercer seus direitos já consagrados pela legislação consumerista.

O CNPJ, por exemplo, é parâmetro indispensável para eventual consulta junta à Receita Federal.

Por tudo isso, pedimos aos nobres pares o apoio necessário à aprovação da presente proposição em nome da defesa dos interesses do consumidor brasileiro.

Sala das Sessões, em de de 2011.

Deputado SANDES JÚNIOR

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 ESPECIAL DESTINADA A APRECIAR E PROFERIR PARECER AO PROJETO DE LEI Nº 1.483, DE 1999, DO SENHOR DEPUTADO DR. HÉLIO, QUE "INSTITUI A FATURA ELETRÔNICA E A ASSINATURA DIGITAL NAS TRANSAÇÕES DE COMÉRCIO ELETRÔNICO", E APENSADO.

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 1.483, de 1999, de autoria do nobre Deputado Dr. Hélio, inicialmente a proposição principal submetida ao escrutínio desta Comissão, pretende instituir a fatura eletrônica e a assinatura digital nas transações de comércio eletrônico. O autor da matéria justifica sua iniciativa pela necessidade de se normatizar as relações comerciais entre empresas e entre cidadãos e empresas, dentro do novo paradigma que vem sendo introduzido nas transações comerciais com o rápido avanço da Internet em nosso País.

À proposta foi apensado o Projeto de Lei nº 1.589, de 1999, de autoria do ilustre Deputado Luciano Pizzatto e outros, que também dispõe sobre o comércio eletrônico, tratando em especial da validade jurídica do documento eletrônico e da assinatura digital. Referido projeto pretende tratar desde já as novas relações sociais que surgiram com o advento do comércio eletrônico, seguindo tendência observada em diversos países.

Para apreciar as proposições em pauta foi constituída esta Comissão Especial, à qual compete, nos termos do art. 202 do Regimento Interno, posicionar-se sobre a admissibilidade e o mérito da matéria.

A Comissão Especial, por aprovação de seu Plenário, definiu uma rotina de trabalho que incluiu reuniões internas e audiências públicas com o intuito de aprofundar as discussões sobre o tema e colher subsídios para a elaboração do presente relatório. Nas audiências públicas, foram ouvidos e participaram dos debates os Senhores Michael Nelson, Diretor de Tecnologia e Estratégia de Internet da IBM Corporation, Marcos da Costa, Presidente da Comissão Especial de Informática Jurídica da Ordem dos Advogados de São Paulo, Ivan Moura Campos, Coordenador do Comitê Gestor da Internet, Henrique César de Conti, Diretor de Serviços aos Associados da BRISA – Sociedade para o Desenvolvimento da Tecnologia da Informação, Fernando Nery, Diretor da ASSESPRO, Rogério Vianna, Coordenador Geral de Comércio Eletrônico do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Pedro Luiz César Bezerra, Coordenador de Tecnologia da Receita Federal, Odécio Grégio, Diretor de Comércio Eletrônico do BRADESPAR, Caio Túlio Costa, Diretor-Geral do Universo Online, Murilo Tavares, Presidente da Submarino do Brasil, Juliana Behring, Diretora de Parceria do Amelia.com.br, do Grupo Pão de Açúcar, Ruy Rosado de Aguiar Júnior, Ministro do Superior Tribunal de Justiça e Marcos Diegues, Coordenador do Departamento de Atendimento do IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor.

Várias colocações apresentadas pelos palestrantes durante as audiências públicas contribuíram, de forma significativa, para a formação da opinião deste relator sobre o assunto, razão pela qual optamos por incluí-las, neste relatório, de forma resumida.

Para a primeira audiência pública da Comissão Especial, realizada em 31 de maio de 2000, foram convidados os Srs. Michael Nelson, Diretor de Tecnologia e Estratégia de Internet da IBM Corporation, e Marcos da Costa, Presidente da Comissão Especial de Informática Jurídica da Ordem dos Advogados do Brasil.

O Sr. Michael Nelson, com a experiência de ex-funcionário do gabinete da Vice-presidência do Governo do Estados Unidos e ex-integrante do Subcomitê de Ciência e Tecnologia e Assuntos Especiais do Senado norte-americano, fez sua explanação baseado na perspectiva que a IBM Corporation tem a respeito do comércio eletrônico e do negócio eletrônico em vários países do mundo onde ela atua.

Dizendo-se muito impressionado com a rápida expansão do comércio eletrônico no Brasil, bem como com o elevado grau de conhecimento que os funcionários do governo brasileiro têm sobre a matéria, o palestrante apresentou algumas sugestões sobre como se pode fomentar o crescimento do comércio eletrônico no Brasil.

O Sr. Nelson citou que, há dois anos, nos Estados Unidos, a Casa Branca emitiu um relatório denominado "A Economia Digital Emergente", que documentava o grau de importância que a Internet havia comprovado ter para a economia daquele país. Nessa análise da revolução da Internet, o Sr. Nelson entende que somente 3% da mesma está concluída, e estima que, em cerca de quatro anos, os microcomputadores serão mil vezes mais potentes e que, ao longo dos próximos cinco anos, o custo do transporte de dados na Internet decrescerá 99%.

O representante da IBM entende que é preciso ter regras para o mercado digital, pois é necessário lidar com questões como: tributação, proteção ao consumidor, privacidade de dados, assinatura digital, correio eletrônico e contratos de transações *on line*. Porém, ressalva que ainda não está claro se, de fato, é necessário ter-se a regulação do governo para lidar com todas essas questões. Talvez, argumenta ele, seja possível em muitas situações trabalhar-se com soluções não regulatórias. Nesse entendimento, segundo ele, é preciso observar que os legisladores, bem como os líderes do setor, devem assegurar que não atuarão como obstáculo ou empecilho à expansão da Internet ou do comércio eletrônico. Ainda nesse sentido, entende que o governo deve deixar o setor privado e as organizações não governamentais encabeçarem a liderança do processo de auto-regulamentação no setor de comércio eletrônico.

De outro modo, o Sr. Nelson destacou a necessidade de se pensar o comércio eletrônico em escala global, pois é nessa escala que este ocorre de fato. Assim, não se pode criar soluções unicamente internas ou nacionais, porque esse caminho não será adequado para regular o comércio eletrônico entre diversos países.

Também frisou a importância de não se definir na legislação uma única tecnologia. Deve-se, ao contrário, assegurar que muitas pessoas possam experimentar diferentes tipos de tecnologias que, por sua vez, trarão

diferentes soluções aos problemas que hoje enfrentamos para regulamentar o comércio eletrônico.

Não se pode ainda, segundo o Sr. Nelson, projetar o futuro na questão da Internet. As oportunidades na área do comércio eletrônico e na Internet serão ilimitadas e não convém redigir, desde já, uma legislação que tente prever essa ou aquela situação, uma vez que muitas opções e novas oportunidades certamente irão surgir.

O Sr. Nelson concluiu textualmente: "Lembrem-se, também, que, muitas vezes, na área de regulação, menos significa mais. A Internet, até agora, vem crescendo sem muita regulação. E, na maioria dos países, ela tem duplicado e até mesmo triplicado a cada ano. Isso, em grande medida, devido ao fato de não estar sujeita à regulação. De modo que, em suma, não se regule, apenas se demonstre."

Quanto à legislação sobre a assinatura digital, o palestrante lembrou que devem ser consideradas formas pelas quais o próprio Governo brasileiro possa utilizar assinaturas virtuais, de modo que ele mesmo demonstre as oportunidades existentes nessa área.

Destacou, finalmente, que nos Estados Unidos foi criado um grupo "Projeto Internet Global", que é presidido pela IBM, e tem, entre outras, a atribuição de desenvolver novas soluções para problemas relacionados à Internet. Dentre as questões mais recentes discutidas pelo Grupo encontram-se o nome de domínio, a segurança no espaço cibernético e recomendações para que os governos, por si próprios, façam, mediante o uso de assinaturas digitais, o aperfeiçoamento de procedimentos com o fim de promover o aumento da segurança na Internet.

O Dr. Marcos da Costa, advogado representante da OAB-SP, iniciou sua exposição destacando que no Brasil é preciso entender o conceito de comércio eletrônico sob dois aspectos bem apartados: um é o comércio eletrônico como objeto; o outro, é o meio eletrônico como instrumento. O palestrante ressaltou que a legislação brasileira relativa ao comércio já é bastante adequada e que o Código de Defesa do Consumidor brasileiro é um dos mais destacados no mundo inteiro, sendo complementado satisfatoriamente pelo Código Civil, pelo Código Comercial e por uma série de leis esparsas.

Porém, no tocante ao instrumento eletrônico, o Dr. Costa entende que ainda não há base legislativa no Brasil, diferentemente do que ocorre em outros países onde ela é bem solidificada. No caso do Estados Unidos, há uma grande quantidade de legislações estaduais prevendo a questão da privacidade, no sentido de regular o tratamento informatizado de dados cedidos a uma terceira pessoa. Na Europa, países como Espanha e Portugal já tratam em disposições constitucionais, especificamente, da proteção do cidadão, em face do tratamento automatizado dos seus dados pessoais. Também há uma diretiva da Comunidade Européia e uma série de leis em todas as nações que a compõem.

A mesma condição legislativa se repete nos Estados Unidos e na Comunidade Européia com relação ao documento eletrônico. Na Alemanha, Itália, Portugal, Espanha e França, as legislações internas asseguram ao documento eletrônico a mesma eficácia do documento em papel. Na América do Sul, o Governo da Argentina expediu um decreto que trata da questão do documento eletrônico no âmbito da administração pública. Também Uruguai e Colômbia já estão em processo de regulamentação da matéria. O Brasil ainda não expediu, até o presente momento, qualquer norma tratando do instrumento eletrônico.

Como regular a Internet, num conceito de comércio global, indaga o Dr. Costa, quando se lida com uma tecnologia que se moderniza a cada dia? Segundo ele, existem parâmetros, normas de caráter transnacional ou supranacional, que devem ser vistas como fonte base de inspiração por parte dos legisladores nacionais.

Segundo o Dr. Costa, existem fundamentalmente duas fontes principais de legislação que devem ser criteriosamente observadas: uma, é a lei modelo da Comissão das Nações Unidas para o Direito Comercial Internacional – UNCITRAL, e a outra, são as propostas em discussão de diretivas do Parlamento Europeu, que tratam de assuntos como assinatura digital ou comércio eletrônico.

Quanto à privacidade, o Dr. Costa observou que no mundo já existem muitas leis específicas tratando do tema, enfatizando a privacidade do cidadão em face do tratamento automatizado de seus dados. Entende o depoente

que a preocupação em relação a esse assunto deve dizer respeito ao tipo de tratamento automatizado que se dá aos dados de alguém por parte de terceiros.

Com relação ao comportamento dos provedores com a privacidade de seus clientes, há que se criar o conceito de responsabilidade num ambiente em que se saiba que eles, provedores, não terão condições de conhecer todas as informações que trafegam na rede por seu intermédio. Neste aspecto, o Dr. Costa também sugere que sejam adotados modelos de legislações já existentes em outros países, a exemplo da França. O princípio a ser seguido em relação aos provedores, segundo Dr. Costa, é o que considera que eles não têm responsabilidades sobre os dados que trafegam por seu intermédio, mas, a partir do momento em que têm conhecimento inequívoco de que estão servindo para instrumentalizar ilícitos, devem promover a imediata suspensão desses serviços.

No tocante ao documento eletrônico e à assinatura digital, o Dr. Costa, na qualidade de um dos formuladores do Projeto de Lei nº 1.589/99, entende que a proposição adotou o que há de mais moderno no direito comparado, na medida em que optou por garantir eficácia jurídica ao documento eletrônico, a partir de sua criação, pelo sistema de criptografia assimétrica. Assim, assinala ele, o documento eletrônico emitido por meio de criptografia assimétrica ou de chave pública passaria a ter eficácia jurídica.

Alguns países só trataram da certificação eletrônica sob o ângulo público; a exemplo da Itália, onde somente as certidões emitidas por órgãos públicos têm validade jurídica. Nos Estados Unidos, cujo conceito de responsabilidade difere do adotado na legislação brasileira, as legislações estaduais reconhecem eficácia jurídica, inclusive, à certidão privada, mas com participação de uma empresa chamada *Verisign*, que, segundo o palestrante, seria a maior certificadora privada do mundo. Desse modo, nos Estados Unidos, a *Verisign* e outras entidades privadas se encarregam da tarefa de comprovar se a pessoa que se apresenta como titular de uma chave pública é efetivamente quem se diz ser. Essa atividade exercida pelas certificadoras privadas exige a adoção de diferentes classes de certificação, a saber: classe 1, com um determinado nível de responsabilidade; classe 2, com um nível de responsabilidade mais ampla; classe 3, com uma responsabilidade mais próxima do nível pleno. Esse último nível de responsabilidade é o que se utiliza, nos Estados Unidos, para atender à

base de órgãos públicos, notários, consulados e outras entidades que tenham fé pública, com a finalidade de assegurar plena validade à titularidade da chave pública que estes órgãos públicos estão certificando.

Em 14 de junho de 2000, foram ouvidos em audiência pública os Senhores Ivan Moura Campos, do Comitê Gestor da Internet, e Henrique César de Conti, da BRISA.

O Senhor Ivan Moura Campos iniciou sua exposição apresentando um vocabulário básico da Internet, abrangendo, entre outros, os termos provedor de acesso, *backbone*, provedor de informação e roteamento, com o objetivo de uniformizar alguns conceitos entre os presentes e facilitar a compreensão de sua palestra e a delimitação mais clara dos aspectos sobre os quais pode-se ou não legislar.

Em seguida, apresentou duas decisões estratégicas que foram tomadas no passado e que, segundo sua opinião, foram imprescindíveis para o desenvolvimento da Internet em nosso País. Em primeiro lugar, destacou a decisão do governo de dispensar de outorga as atividades ligadas à Internet. A outra decisão, que considerou ainda mais importante, foi impedir as companhias telefônicas de prestarem o serviço de acesso discado à Internet. Como resultado, o Brasil possui hoje cerca de 450 mil *hosts* de Internet (computadores permanentemente ligados à rede), o que coloca o País em 13º lugar no mundo em número de *hosts*.

Para o futuro, o palestrante apresentou algumas sugestões sobre a forma como o Brasil deve atuar no contexto internacional, altamente competitivo e globalizado, merecendo destaque a ênfase que deve ser dada à participação do País nos negócios associados à Internet. Destacou ainda a convergência da informática e das telecomunicações com a indústria de mídia e de conteúdo, que está ocorrendo em direção ao protocolo IP que, segundo ele, será utilizado por todas as partes interessadas.

Com relação ao comércio eletrônico propriamente dito, o depoente enfatizou que o mesmo não se restringe ao chamado *business-to-business* e ao *business-to-consumer*, abrangendo também relações destes dois segmentos com o governo. No caso das relações entre negociantes e

consumidores já existe hoje um “fluxo invertido” no qual o consumidor solicita serviços ou produtos na rede, sem contar as relações diretas entre consumidores.

Quanto aos temas que deverão ser objeto de ação legislativa sugeriu certificação, autenticação, privacidade e segurança como sendo matérias sobre as quais existe uma certa unanimidade, embora existam alguns defensores da auto-regulamentação. Quanto ao direito autoral, considerou que se trata da matéria mais difícil de se tratar no âmbito da Internet. Outra matéria que oferece desafios complexos para o legislador é a questão tributária, que provocará discussões sobre, por exemplo, a origem e o destino de uma transação. Destacou que, nesse caso específico, não estamos atrasados, pois este é um problema que ainda não se equacionou em nenhum país.

O segundo palestrante, Henrique Conti, iniciou seu depoimento apresentando, de forma resumida, informações sobre a BRISA, instituição sem fins lucrativos que presta a seus associados serviços de consultoria em informática e telecomunicações.

O depoente, em seguida, ressaltou que o comércio eletrônico já existia antes do aparecimento da Internet, pois as empresas fazem há muito tempo suas transações utilizando o padrão EDI (Electronic Data Interchange). Com o advento da Internet, as transações foram ampliadas e deixaram de envolver apenas parceiros habituais, que já se conheciam e tinham acordo prévio para fazer o EDI, e passaram a atingir os consumidores em geral e empresas que não possuíam nenhuma relação prévia. Além disso, os usuários simplesmente desconhecem onde fica localizada a empresa fornecedora do bem ou do serviço, nem se ela opera no País ou no exterior. Outro fator citado pelo palestrante, que aponta a necessidade de uma nova regulamentação, é a natureza dos bens comercializados pela Internet.

Para regular a matéria, o representante da BRISA sugeriu, no entanto, uma postura cuidadosa, buscando-se a compatibilidade internacional e a simplificação dos procedimentos e evitando-se com isso limitar as oportunidades oferecidas pela Internet.

O palestrante tratou de enfatizar, em seguida, a questão das fraudes no comércio realizado por meio da Internet. Para impedir comportamentos

que causem prejuízos tanto aos consumidores como aos vendedores ou prestadores de serviços, há que se tomar medidas de precaução. Em primeiro lugar, o depoente destacou a necessidade de se autenticar os participantes de uma transação, bem como de se assegurar que a transação seja válida, tanto nos casos que envolvem consumidores, como naqueles que envolvem apenas organizações, sem esquecer as transações que incluem o governo. Por último, elencou outra medida relevante: proteger a integridade da transação, de forma a se garantir que não houve adulteração no meio do processo.

Segundo o representante da BRISA, o melhor meio disponível hoje para atingir as medidas citadas é o mecanismo de chaves públicas e chaves privadas. Esse mecanismo, no entanto, depende de um sistema que garanta a autenticidade e a integridade das chaves, uma estrutura capaz de guardar as chaves das pessoas e das entidades que realizam transações na Internet e fornecer certificados que assegurem a propriedade das chaves.

Discute-se, em nível mundial, segundo Henrique Conti, qual o melhor sistema de certificação a ser adotado. Pode-se criar uma hierarquia de certificadoras públicas ou privadas, baseado numa certificadora-raiz que possua as informações de todas as outras certificadoras. Nos Estados Unidos, segundo o convidado, esse modelo vem sendo duramente criticado, devido a preocupações com privacidade. Observa-se, portanto, uma tendência no sentido de implantar sistemas de certificação não hierárquicos, baseados no mútuo reconhecimento e troca de certificados entre várias certificadoras.

Por fim, o palestrante teceu alguns comentários sobre os projetos em apreciação na Comissão Especial, cabendo destacar: 1) não é usual, no cenário internacional, a certificação de assinaturas por órgão público; 2) a exigência de fé pública deveria se restringir a situações para as quais haja previsão legal; 3) há receio quanto à capacidade do Ministério da Ciência e Tecnologia certificar os programas das certificadoras; 4) deve ser dado tratamento diferenciado à necessidade de armazenamento de cópias eletrônicas e de cópias físicas; 5) a tecnologia de certificação não deve ser especificada na lei, mas num decreto de regulamentação.

Da audiência seguinte, realizada em 9 de agosto de 2000, participaram os Srs. Fernando Nery, da ASSESPRO, Rogério Vianna, do

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, e Pedro Luiz César Bezerra, da Receita Federal.

O primeiro palestrante, Sr. Fernando Nery, iniciou sua apresentação fornecendo alguns dados sobre o comércio eletrônico no Brasil com o intuito de demonstrar a competência do País no setor e o grande potencial de seu mercado interno. No âmbito da América Latina, segundo o depoente, o Brasil detém hoje 88% das transações realizadas por meio da Internet, enquanto o México é responsável por 8% e a Argentina por apenas 2%. Em 2005, a Internet ocupará em nosso País 11% do mercado publicitário e movimentará 9 bilhões em negócios voltados para o consumidor final.

Em seguida, o representante da ASSESPRO passou a se posicionar sobre a assinatura digital, afirmando que ela é necessária para aumentar a credibilidade das transações de comércio eletrônico e, por conseguinte, incrementar o número de transações e os valores negociados por meio da Internet, colocando o Brasil em posição de destaque no cenário mundial. O palestrante alertou, então, para o risco de se assistir à realização das compras em outros países, caso a regulamentação não seja logo aprovada.

O depoente informou que a Argentina já tem legislação sobre assinatura digital e que o Presidente dos Estados Unidos acabara de sancionar lei sobre a matéria que deveria ser considerada pela Comissão Especial.

Destacou ainda outra questão que merece, em sua opinião, a atenção do Legislativo: a tributação do comércio eletrônico. Afirmou que os principais atores nesse negócio são simpáticos à tributação do comércio eletrônico em geral e apresentou sua posição pessoal, como técnico, que considera mais fácil tributar esse tipo de comércio do que o tradicional. Citou outros assuntos que são objeto de propostas que tramitam, no momento, no Congresso Nacional, que vão certamente influenciar fortemente o funcionamento da Internet no Brasil: registros de sites de comércio eletrônico; crimes por computador, moeda eletrônica, direito autoral, propriedade industrial e patentes de modelos de negócios no âmbito da Internet e desregulamentação do setor de telecomunicações.

O palestrante concluiu sua exposição alertando que a aprovação de uma legislação regulando a assinatura digital levaria a um aumento de confiança no comércio eletrônico e evitaria que outros países que já regulamentaram o assunto tirassem o Brasil de sua posição de liderança nesse negócio. Ademais, a legislação de assinatura digital é muito importante para viabilizar as aplicações governamentais, dando uma clara sinalização para os governos estaduais sobre a relevância que está sendo atribuída à matéria.

O Sr. Rogério Vianna, representante do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, iniciou sua exposição fazendo um breve histórico da atuação do ministério no tema objeto da Comissão Especial. Relatou, então, que a primeira iniciativa data de 1998, quando o Emb. Botafogo Gonçalves, então Ministro da pasta, criou um grupo interno de trabalho sobre o comércio eletrônico, que produziu relatório que serve até hoje de guia para o ministério.

A primeira conclusão que se tirou à época, segundo o depoente, foi a necessidade de focar a questão da assinatura digital. Na ocasião, a equipe do Ministério não identificou qualquer proposta legislativa em tramitação no Congresso e considerou que não era conveniente propô-la de imediato, mas sim disciplinar o uso da assinatura digital pelo governo. Na sequência, o palestrante informou à Comissão que a primeira iniciativa nessa direção foi tomada, no final de 1999, pela Receita Federal, que anunciou por meio de Instrução Normativa que disporia de serviços com base na assinatura digital. Em abril de 2000, o Presidente da República criou um grupo de trabalho, no âmbito da Casa Civil, para se debruçar sobre o tema, cabendo destacar a grande preocupação existente com a democratização do acesso à Internet, fundamental tanto do ponto de vista do mercado e dos negócios, como mecanismo fundamental de reforço da cidadania.

Segundo o palestrante, a prestação de informações aos cidadãos por meio da Internet depende intrinsecamente da assinatura digital, pois é necessário garantir que as informações estejam sendo prestadas unicamente ao interessado, que deve, portanto, ser devidamente identificado. Resolvido esse problema com o uso da assinatura digital, há que se promover o amplo uso da Internet por todas as camadas sociais, sob pena de prestar serviços, apenas, a uma pequena parcela da população.

Para aprofundar essas e outras questões relacionadas ao comércio eletrônico, o representante do MDIC informou à Comissão que, poucos dias antes, havia sido criado, no âmbito do governo federal, o Comitê Executivo do Comércio Eletrônico, composto por representantes dos Ministérios do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, da Ciência e Tecnologia e do Planejamento, Orçamento e Gestão, que será o *locus* para onde deverão convergir todas as demandas, propostas e problemas relacionados ao assunto.

Quanto à legislação, o convidado considerou que sua elaboração é absolutamente fundamental e concordou com o palestrante anterior quanto à utilização da legislação federal americana como referência para o trabalho da Comissão. Sobre essa legislação, comentou que ela possui uma preocupação básica: tratar os direitos do consumidor no mundo virtual, o que, na sua avaliação, seria o problema mais importante a ser equacionado pela legislação de comércio eletrônico. Esclareceu, ainda, que referida legislação pretende criar um “clima” favorável, isto é, um ambiente adequado para os negócios, para o consumidor, para a sociedade e para o governo e baseia-se fortemente na Lei Modelo da UNCITRAL.

Neste caso, a postura adotada pelos legisladores, segundo o depoente, foi de minimizar a interferência sobre as atividades privadas, procurando apenas dar validade ao contrato eletrônico e proteger os direitos das partes envolvidas.

Concluindo, o palestrante afirmou que o mundo todo ainda está tateando sobre o tema e citou a existência de legislação de comércio eletrônico na Alemanha e na Itália e a recente aprovação pelo Parlamento Europeu de diretiva da União Européia sobre o assunto.

O último convidado da terceira audiência pública, Sr. Pedro Bezerra, iniciou sua exposição afirmando que a Receita Federal trabalha com dupla visão nessa área de tecnologia e na sua forma de atuação. Na primeira visão, a Receita quer ser enxergada pelo contribuinte e facilitar o cumprimento de sua obrigação tributária e, para isso, utiliza fortemente a Internet.

Na seqüência, apresentou várias informações para ilustrar o nível de utilização da rede, em especial com relação à entrega da declaração de

Imposto de Renda, que atingiu, em 2000, a espantosa cifra de 11 milhões e 100 mil enviadas via Internet dentro de um universo de 13 milhões de declarações. Esclareceu que a Receita hoje é totalmente dependente da Internet para realizar seu processo básico e a utiliza para prestar vários outros serviços relevantes ao contribuinte.

Segundo o depoente, para poder avançar ainda mais no uso da Internet, a Receita Federal precisou instituir, em 1999, por meio de uma Instrução Normativa, os certificados digitais. Na realidade, o que se instituiu foram os cartões de identificação do contribuinte emitidos por meio eletrônico, utilizando a tecnologia de certificação digital. Antes de decidir pela publicação da Instrução Normativa, a equipe da Receita estudou profundamente a situação da legislação no Brasil e as legislações do mundo inteiro e concluiu que o órgão tinha competência para legislar sobre o assunto. Essa conclusão baseou-se no fato de que as instruções normativas da Receita fazem parte da legislação tributária e podem modificar, como já fizeram várias vezes no passado, a identificação do contribuinte e estabelecer regras na relação entre contribuinte e Fisco.

O representante da Receita tratou, em seguida, de discutir alguns detalhes da Instrução Normativa. Em primeiro lugar, destacou que a referida instrução trata tanto da tecnologia de certificação digital como dos procedimentos de credenciamento de autoridades certificadoras, atribuindo à Receita o papel de autoridade credenciadora. Define as regras para o credenciamento de empresas ou instituições que se disponham a participar de um processo de concurso público, no qual são avaliadas tanto sua capacidade técnica, como características e condições como, por exemplo, capital mínimo. Estabelece, ainda, que a Receita fará auditorias periódicas nas autoridades certificadoras, às quais cabe emitir os certificados eletrônicos (e-CPF e e-CNPJ), por conta e custo do contribuinte, que, em contrapartida, passa a contar com serviços prestados via Internet que somente podiam ser prestados pessoalmente.

O palestrante informou à Comissão que o sistema de certificação é baseado na emissão de um certificado raiz da Receita, que deve ser colado ao certificado da certificadora credenciada. Esses dois certificados são anexados ao certificado do contribuinte, garantindo que ele recebeu a certificação de uma entidade credenciada pela Receita. Essa sistemática permitirá que o contribuinte obtenha a cópia de sua declaração ou que uma CPI, ou um juiz,

devidamente certificados, acessem o banco de dados da Receita para consultar as declarações de qualquer pessoa.

A Instrução Normativa, segundo o depoente, não mexeu na questão das autoridades registradoras que continuam sendo intervenientes nesse processo. Nesse caso, num primeiro momento, a Receita optou por continuar trabalhando apenas com os cartórios públicos.

Neste ponto, o convidado passou a discorrer sobre a segunda visão que norteia os trabalhos da Receita Federal, de que todo contribuinte deva ser enxergado por ela. Nesse caso, é preciso garantir que a tecnologia não seja usada para a fraude. É fundamental, na opinião do palestrante, que a legislação traga uma série de definições, relativas a fato gerador, origem, destino e responsabilidades fiscais, uma vez que o comércio eletrônico revolucionou vários princípios tributários. Concluiu destacando que cabe ao Legislativo legislar sobre o comércio eletrônico em geral e criar novos princípios do ponto de vista tributário.

Na audiência pública seguinte, realizada em 23 de agosto de 2000, foram convidados o Sr. Odécio Grégio, Diretor de Comércio Eletrônico da Bradespar, o Sr. Caio Túlio Costa, Diretor Geral da Universo On Line (provedor UOL), o Sr. Murilo Tavares, Presidente da empresa Submarino do Brasil, e a Sra. Juliana Behring, Diretora de Parceria do Grupo Pão de Açúcar.

O Sr. Odécio Grégio, representante do grupo Bradesco, iniciou sua palestra dizendo que, em 1998, a Bradespar lançou sua primeira experiência de comércio eletrônico na Internet, sendo que o *site* possuía apenas uma carteira eletrônica, cujo sistema era seguro e utilizava criptografia de 1.024 bits. O cliente podia utilizar cartão de crédito, cartão de débito e cartão de poupança, apenas cadastrando uma senha de, no mínimo, oito dígitos.

Ressaltou, ainda, que o Bradesco tem evoluído constantemente nas ferramentas de segurança para o cliente dentro do ambiente do *site* de comércio eletrônico. Neste sentido, desenvolveram um novo sistema, no qual o próprio *site* emite um boleto bancário. Esse boleto bancário, como meio de pagamento, já aparece na tela para o cliente, que poderá pagá-lo no banco de sua preferência ou, mesmo, por intermédio de algum *Internet banking*.

O Sr. Caio Túlio Costa, representante do provedor UOL, teceu alguns comentários sucintos acerca do comércio eletrônico. Iniciou sua exposição destacando que apenas 5% da população brasileira, ou 8,5 milhões de pessoas, tem acesso à Internet no País, porque existem algumas barreiras, ainda intransponíveis no momento, como o alto custo dos computadores e a pequena disponibilidade de linhas telefônicas no Brasil.

Destacou que, em recente pesquisa feita com usuários do portal UOL, foi detectado que 80% dos que passam pelas páginas de comércio eletrônico não fazem compras via Internet. Porém, a grande maioria dos entrevistados, 86% desses 80%, disseram que não fazem compras por sentirem falta de segurança na transação.

O palestrante entende que as proposições que tramitam no Congresso Nacional devem regulamentar fundamentalmente o fator segurança nas transações verificadas no ambiente Internet. Também acha que as experiências no Brasil e no exterior já têm demonstrado que se deve permitir que instituições públicas e privadas possam desenvolver sistemas capazes de dar segurança e autenticidade a uma assinatura digital. No seu entendimento, quanto mais empresas estiverem capacitadas e devidamente reguladas para atender a esse objetivo, melhor será para a população.

Assim, conclui o depoente, a regulamentação para as transações e autenticações eletrônicas da assinatura digital não deveria criar reservas de mercado, mas, sim, permitir que diversas instituições possam desenvolver tecnologias para a execução dessa atividade de certificação.

Em seguida, o Sr. Murilo Tavares, empresário e presidente do *site* Submarino, iniciou sua explanação, dizendo-se representante do segmento do comércio eletrônico no Brasil. Citou dados que indicam uma movimentação entre 200 a 300 milhões de reais no comércio eletrônico entre as nações na Internet no ano de 1999, sendo que já há estimativas, segundo ele, de que esse volume possa chegar, nos próximos três ou quatro anos, a mais de 8 bilhões de reais.

Acredita o Sr. Tavares que o comércio eletrônico deverá atender a uma demanda reprimida, por meio da conveniência e facilidades que as pessoas terão para consumir, e permitirá suprimir dificuldades geográficas, na

medida em que disponibilizará produtos e mercadorias para pessoas localizadas nas pequenas cidades brasileiras. Também as indústrias brasileiras estão muito empenhadas no crescimento do comércio eletrônico no País, porque poderão oferecer uma gama de produtos muito maior do que a oferecida por intermédio das lojas de rua.

No seu entendimento existe uma diferença crucial na questão da privacidade, quando esta é questionada no ambiente Internet. Assim, no mundo real, o consumidor pode ser um anônimo, na medida em que entra numa loja, olha os produtos que quer e vai embora, sem que ninguém saiba o que ele fez. Já no ambiente da Internet, ocorre exatamente o contrário, pois quando o “consumidor-internauta” entra num determinado *site* de compras, o administrador desta página saberá precisamente quais as características desse consumidor. Logo, surge a discussão sobre como o lojista da Internet deverá lidar com a privacidade dos dados de seu cliente que acabou de passar pela sua página. Entende o Sr. Murilo Tavares que uma pessoa não pode ser exposta pelo fato de estar adquirindo um produto ou simplesmente navegando num determinado *site*.

A segunda grande preocupação demonstrada pelo convidado diz respeito à clareza da transação. O comerciante na Internet tem que dizer exatamente o que está vendendo, quanto custa, quanto tempo demora e quais as condições da entrega do produto, além de alertar o consumidor sobre os possíveis problemas que poderão ocorrer com a entrega. Apesar dessa preocupação também existir no comércio praticado no mundo real, no comércio eletrônico há o agravante de que o consumidor não poderá voltar à loja para reclamar pessoalmente por ter sido mal atendido .

Um terceiro aspecto, não menos importante na opinião do palestrante, é a confidencialidade dos dados do consumidor no comércio eletrônico. Além da veracidade e da boa-fé na transação, é necessário que se preserve a confidencialidade dos dados financeiros do cliente numa determinada transação comercial no ambiente eletrônico. Na triangulação entre consumidor, lojista e meio de pagamento, é preciso que se tenha formas contratuais e legais de se assegurar, com auxílio da tecnologia da criptografia, a confidencialidade dos dados financeiros de um consumidor que se dispôs a declarar, por exemplo, o número de seu cartão de crédito.

A Sra. Juliana Behring, diretora da divisão de comércio eletrônico do Grupo Pão de Açúcar (*site* Amélia), destacou que o *site* do Pão de Açúcar *Delivery* foi, em junho de 1996, um dos pioneiros em comércio eletrônico no Brasil, tendo surgido a partir da larga experiência de comércio varejista adquirida pelo Grupo Pão de Açúcar.

Atualmente, entende a palestrante que, com a evolução do comércio no ambiente virtual, é preciso que a legislação não engesse as formas que as empresas terão para disponibilizar mecanismos de uso facilitado para o consumidor neste novo ambiente de compras que é a Internet. O cliente, na sua opinião, não pode encontrar muitas barreiras para efetuar a compra no ambiente virtual, devendo lhe ser facultado, por exemplo, o uso de assinaturas digitais por meio de senhas.

Alertou que o Grupo Pão de Açúcar vem enfrentando uma barreira específica quanto às formas de pagamento no comércio eletrônico, uma vez que o boleto bancário não tem validade jurídica e, quando se vende a prazo, o estabelecimento se sujeita a uma inadimplência muito grande. Segundo ela, o *site* do Grupo opera hoje com diversas formas de pagamento, a saber: cartão de crédito, 60%; cheque, 35%; vale-refeição eletrônico, 3%; e dinheiro, 2%. Com relação ao boleto bancário, somente irão utilizá-lo para vendas à vista, pois nas vendas a prazo a validade jurídica do boleto é questionável. Algumas empresas do segmento de cartão de crédito já estão se mobilizando para oferecer meios de pagamento mais seguros na Internet.

Por fim, a Sra. Juliana Behring insistiu que o legislador não deve permitir que apenas um órgão seja autorizado a emitir a certificação digital. Mostrou muita preocupação também com a avaliação dos órgãos que poderão conceder a certificação digital, bem como com a periodicidade dessa avaliação. No seu entender, tal periodicidade deveria ser inferior a dois anos, porque a tecnologia muda muito rápido e as ferramentas oferecidas no ambiente eletrônico também evoluem num ritmo muito intenso.

Na última audiência pública realizada pela Comissão Especial, em 22 de março de 2001, foram ouvidos S. Exa., o Dr. Ruy Rosado de Aguiar Júnior, Ministro do Superior Tribunal de Justiça, e o Dr. Marcos Diegues,

Coordenador do Departamento de Atendimento do IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor.

O Ministro Ruy Rosado destacou, inicialmente, a grande responsabilidade dos legisladores na tarefa de normatizarem as condutas das pessoas no novo ambiente da Internet, cujas conseqüências já são significativas para uma parcela da sociedade brasileira. Assim, entende que a lei sobre os serviços da sociedade de informação é necessária para trazer segurança às relações decorrentes dos negócios gerados neste novo ambiente. A tarefa do legislador será de dar solução a algumas questões, porém evitando criar um instrumento de contenção, que prejudicaria o desenvolvimento do mercado. Assim, entende o Ministro, deve-se, como princípio básico, não dificultar e, sim, facilitar o exercício da atividade de informática na rede mundial de computadores.

Como parâmetro inicial sugeriu que seja observada a Lei Modelo da UNCITRAL, aprovada pela Assembléia Geral das Nações Unidas, que enuncia: *"Não se negarão efeitos jurídicos, validez ou força obrigatória à informação pela só razão de que está em forma de mensagem de dados"*. Isto é, não ter nenhum preconceito com relação ao que consta da rede. Em segundo lugar, não impor sistemas prévios de fiscalização e de controle aos participantes dos serviços de informática. Em terceiro lugar, manter e acentuar a necessidade de proteção do consumidor. Finalmente, permitir a aplicação do direito existente para todas as situações que não exijam regulação específica.

Os temas a serem enfrentados na tarefa de legislar sobre ações praticadas no ambiente Internet podem, segundo o expositor, ser assim elencados:

- a) decidir sobre a proteção da privacidade do titular dos dados pessoais inseridos na rede;
- b) definir as atividades que não podem ser veiculadas na Internet, como, por exemplo, programas que gerem danos informáticos, difusão de material pornográfico, apologia ao terrorismo, violações à propriedade intelectual, dentre outras;

- c) dispor sobre os métodos para garantir a autoria e a veracidade dos documentos eletrônicos;
- d) estabelecer a responsabilidades dos agentes que atuam na Internet, tais como o autor da informação, o receptor dela, e os intermediários que prestam tanto serviços de conexão como serviços de busca.

Com relação especificamente ao comércio eletrônico, destacou o Sr. Ministro que é preciso definir os requisitos específicos do contrato celebrado na rede, o lugar onde é celebrado, o tempo, a lei aplicável, a formalização do contrato, a sua prova, o meio e o modo de reclamação, a assistência que possa ser dada ao consumidor e a responsabilidade do prestador de serviços ou do fornecedor dos produtos comercializados.

Na primeira análise que fez sobre o Projeto de Lei nº 1.589/99, de autoria do Deputado Luciano Pizzatto, o Sr. Ministro apontou que alguns princípios recomendáveis para o comércio eletrônico foram adotados na proposição, a saber: libera o fato informático de qualquer autorização prévia (art. 3º); preserva a legislação de proteção ao consumidor (art. 13); cria um sistema de garantia da autenticidade e veracidade dos documentos (art. 24 e seguintes). Ao dispor sobre o contrato, o PL nº 1.589/99, enumera os requisitos que deve conter a oferta, que são genericamente os mesmos requisitos que constam do art. 5º da Diretiva da União Européia, com ênfase para a identificação do ofertante, a exigência do seu endereço geográfico e os seus dados profissionais. Entretanto, a proposição é omissa quanto a: objeto do contrato, esclarecimento acerca do preço, outras despesas da compra, tributos, enfim tudo aquilo que é de responsabilidade do comprador. O projeto ainda não se refere à oferta ou à comunicação comercial não solicitada.

O projeto tem a clara preocupação de preservar as informações privadas do destinatário, quando em seu art. 5º define que tais informações são sigilosas, mas, em seu parágrafo, permite a transferência desses dados se houver cláusula com destaque no contrato. Adverte, porém, o Sr. Ministro, que sabidamente os contratos de adesão não são lidos com a devida atenção pelos consumidores. Assim, entende ele, ainda que postas em destaque essas cláusulas, elas passam despercebidas e a regra proposta permitirá o uso

indiscriminado dos dados pessoais se a referida cláusula constar do contrato. Essa regra, portanto, parece não ser conveniente para o cidadão, e a transferência dos seus dados somente poderia ser feita mediante contrato próprio ou sua manifestação expressa e inequívoca.

O Ministro Rosado destaca que o Brasil precisa se conscientizar da importância dos bancos de dados pessoais, uma vez que seu uso indevido poderá servir à prática de crimes e a fins comerciais e políticos que não sejam de interesse do cidadão.

Com relação à responsabilidade do provedor por intermediar a divulgação de informações de conteúdo questionável, a solução apresentada no PL nº 1.589/99 parece ser interessante, pois determina que o provedor, a partir do momento que tome conhecimento do uso indevido da rede, fica obrigado a tomar certas providências para impedir a continuidade da conduta irregular do usuário. Porém, ainda seria conveniente que o legislador prevísse uma norma exigindo que o provedor incentive seus usuários a utilizar certas ferramentas já disponíveis pela tecnologia atual, para impedir que fatos irregulares aconteçam. Medidas desse tipo poderiam evitar, por exemplo, a prática do "spam", que é o envio indevido de malas diretas a milhares de pessoas sem a sua solicitação.

Assim, o Ministro Rosado resume a questão da responsabilização do provedor, dizendo que ela poderá ser total, intermédia ou nenhuma. No primeiro caso, existiria um controle prévio total, que seria desinteressante para a democracia e, talvez, contrária aos princípios constitucionais adotados no Brasil. A opção de exercer nenhum controle implicaria na liberação absoluta, causando uma ampla falta de responsabilização no processo. Por fim, a solução adotada pelo PL nº 1.589/99, que seria a intermédia, obrigaria o provedor a tomar certas providências uma vez já acontecido o caso. A responsabilização do provedor poderá ser penal, administrativa ou civil.

No Título II do projeto de lei, que trata do comércio eletrônico, poderiam ser incluídas disposições relacionadas às questões contratuais, abordando, por exemplo, os aspectos relacionados ao lugar e ao momento da celebração do contrato. Talvez seja o caso de incorporar os princípios e regras referentes aos contratos firmados a distância, como aceitos no Código Civil Brasileiro e no Código de Defesa do Consumidor. Com relação ao

lugar do contrato, faz-se necessário analisar com cautela a definição de um ou outro princípio, porque, em determinado momento, o Código Civil entende que a lei aplicável é a lei do domicílio ou da sede do fornecedor, mas o Código de Defesa do Consumidor já determina que o fornecedor teria que se adaptar às diversas legislações de todos os lugares onde estivesse o consumidor.

Destaca, pois, o Ministro Rosado, que parece ser conveniente, em princípio, adotar a lei do fornecedor, mas, quando essa sede for usada como artifício para burlar a proteção do consumidor, adotar-se-ia como regra a lei do consumidor.

Com relação ao art. 51 do PL nº 1.589/99 que permite a utilização do juízo arbitral, o Sr. Ministro entende que esse incentivo da lei abriria um precedente perigoso para o consumidor, que se vê forçado, na maioria das vezes, a assinar um contrato de adesão. Na sua opinião, os conselhos e comissões de arbitragem que estão se organizando no Brasil junto às associações comerciais podem não ter a devida imparcialidade e independência necessária para julgar tais causas.

Quanto à opção que o projeto de lei faz na questão da entidade certificadora, o Ministro Rosado alerta para o velho hábito do colonial cartorialismo. Em sua opinião, não é recomendável que a lei estabeleça o monopólio em favor dos notários e, portanto, seria conveniente examinar os termos do Decreto-lei nº 290/99, de Portugal, que permite a qualquer entidade credenciada a função de certificar a autenticidade do documento virtual. Pergunta, então o Sr. Ministro, por que, por exemplo, os tribunais, bancos, repartições públicas, OAB, Correios não podem autenticar seus documentos? Bastaria que a administração pública selecionasse os certificadores e os fiscalizasse, na busca de um serviço confiável e eficiente, sem o ranço do cartorialismo monopolista.

Constatou o palestrante, ainda, que o PL nº 1.589/99, ao dispor sobre as infrações criminais praticadas no âmbito da Internet, apenas as equipara a certas figuras e delitos que podem ser cometidos pelas pessoas sem o uso da rede, e que já estão previstos na legislação comum. Porém, destaca o Ministro Rosado que esses delitos descritos no projeto de lei não são os únicos específicos da informática e que seria oportuno que o legislador fizesse a previsão

de outros delitos não previstos na legislação comum, a exemplo da invasão hostil do ambiente informático de outrem.

O Dr. Marcos Diegues, representante do IDEC, começou sua exposição dizendo que, do ponto de vista do IDEC, ou mais especificamente do ponto de vista do consumidor, não há necessidade de nova legislação para regular o comércio eletrônico no Brasil. O IDEC entende que o Código de Defesa do Consumidor, quer pela sua modernidade, quer pela qualidade de sua elaboração, é absolutamente aplicável e satisfatório para regular o comércio eletrônico entre o fornecedor e o consumidor.

Mesmo com a importância para o consumidor de se legislar sobre a assinatura eletrônica e a certificação digital, faz-se necessário chamar a atenção para o art. 48, do Código de Defesa do Consumidor, que diz claramente que qualquer manifestação de vontade do fornecedor é considerada um documento válido e passível de execução.

O IDEC também entende que o direito à informação é um direito fundamental do consumidor e esta preocupação consta do art. 4º, alíneas "a" e "d" do PL nº 1.589/99, no momento em que se refere à oferta de contratação eletrônica exigindo informações claras e inequívocas. A questão dos sistemas de segurança também está prevista no projeto de lei, que exige que esses sistemas sejam informados ao consumidor. A exigência de que essa informação seja dada ao consumidor é fundamental e permitirá que ele se sinta mais seguro no relacionamento com qualquer fornecedor que aja dessa maneira.

Com relação às informações derivadas de bancos de dados, o Dr. Diegues entende que é importante que haja uma legislação tratando, de forma mais detalhada, a possibilidade de transferência, cessão ou venda de dados particulares do consumidor que são fornecidos quando este transaciona no ambiente Internet. Porém, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) trata a questão dos bancos de dados de forma generalizada, com informações relativas a consumo, mas não é específico no tocante à privacidade de dados do consumidor. De outro modo, o CDC exige, com relação ao banco de dados, que o consumidor seja sempre comunicado, por escrito, de que está sendo aberto um banco de dados com informações a seu respeito ou que um registro em seu nome está sendo modificado. Assim, entende o Dr. Diegues que se essa exigência legal do

CDC for cumprida, a partir desse momento, o consumidor poderá dirigir-se à empresa que o incluiu indevidamente e exigir que simplesmente se retire o seu registro do banco de dados.

O art. 8º do projeto de lei traz uma disposição que obriga a que a mensagem de caráter publicitário ou a oferta de negócios possa ser identificada pelo destinatário como tal. Destacou o palestrante que a disposição é válida e absolutamente pertinente, apesar do CDC conter uma regra semelhante.

O representante do IDEC ainda chamou a atenção para os termos do art. 10 do projeto de lei, no qual há uma ressalva quanto à responsabilidade do intermediário que fornece ou oferece serviço de armazenamento de arquivos ou de sistemas necessários para operacionalização da oferta eletrônica. No PL nº 1.589/99 só existem duas únicas condições em que o intermediário seria responsabilizado, por meio de ação regressiva. Porém, o CDC já estabelece a responsabilidade solidária para todos os casos, sendo mais amplo no tocante à proteção dos direitos do consumidor.

Finalmente, o Dr. Marcos Diegues elogiou o art. 13, do PL nº 1.589/99, que diz: *"Aplicam-se ao comércio eletrônico as normas de defesa e proteção do consumidor"*.

Ainda com o propósito de enriquecer os conhecimentos sobre a matéria, este relator realizou reuniões em São Paulo com a participação de parlamentares desta Comissão Especial, tendo recebido valiosas contribuições e sugestões adicionais de diversos participantes, em especial da BRISA, da CNI, da ABRANET, da ASSESPRO/ABES, da Câmara Americana de Comércio e de outras entidades representativas do setor.

Como resultado desse amplo conjunto de discussões, apresentamos um primeiro relatório na reunião do dia 20 de junho de 2001, propondo Substitutivo à matéria. Porém, em vista do posterior recebimento do Projeto de Lei nº 4.906, de 2001 (PLS nº 672, de 1999), oriundo do Senado Federal, que passou a constituir-se na proposição principal nos termos regimentais, cabe-nos complementar o relatório, examinando o texto recebido daquela Casa.

O Projeto de Lei nº 4.906, de 2001, trata do comércio eletrônico em geral, do reconhecimento jurídico das mensagens eletrônicas e dos procedimentos a serem seguidos para a caracterização da origem e do recebimento de mensagens eletrônicas. Baseia-se, conforme destacado na justificativa à proposta por seu autor, nobre Senador LÚCIO ALCÂNTARA, nas recomendações da Comissão das Nações Unidas para o Direito Comercial Internacional – UNCITRAL.

No período, recebemos ainda diversas sugestões dos ilustres membros desta Comissão, o que nos permitiu realizar alguns ajustes redacionais, com vista a aperfeiçoar o Substitutivo.

II - VOTO DO RELATOR

Graças à popularização do computador pessoal e da Internet, os hábitos de consumo e as formas de relacionamento entre as pessoas sofreram, na última década, importantes transformações. O uso da mensagem eletrônica e de documentos eletrônicos que expressam compromisso vêm crescendo rapidamente. A mensagem eletrônica já substitui com sucesso a antiga carta e, em muitos casos, o contato telefônico entre pessoas e firmas.

Torna-se necessário, portanto, dispor sobre a validade a ser dada a esses novos instrumentos que a tecnologia colocou à disposição do cidadão e que, pela sua praticidade, vêm sendo adotados entusiasmamente. Hoje, apenas no Brasil, a Internet, certamente o principal canal de comunicação eletrônica, já conta com cerca de nove milhões de usuários, a maior parte deles trocando mensagens eletrônicas e navegando em páginas de fornecedores de bens e serviços.

No entanto, em decorrência de uma percepção de falta de segurança operacional e de fundamentação jurídica para as operações realizadas por meio eletrônico, o número de pessoas físicas que efetivamente realiza transações comerciais via Internet no Brasil ainda é ínfimo, realidade bem diferente da constatada no mercado norte-americano e em outros países em que melhorou a confiança do usuário no comércio eletrônico, graças ao melhor conhecimento técnico e à existência de uma legislação específica que proteja os seus atos comerciais.

O comércio eletrônico, em suma, vem-se expandindo em nível mundial. No Brasil, porém, ainda não há garantias suficientes, seja ao

agente, seja ao consumidor, existindo, portanto, uma demanda por regulação da matéria.

A legislação de outros países já reconhece essas demandas, dispondo sobre a validade do documento eletrônico, sobre a assinatura digital e sua certificação e sobre as normas aplicáveis ao comércio eletrônico. A tabela 1, apresentada a seguir, resume alguns dos aspectos tratados com maior frequência por esses textos legais.

Tabela 1 – Análise comparativa da legislação adotada em outros países e por organismos internacionais

País	Portugal	República Tcheca	Irlanda	Peru
Instrumento legal	Decreto-Lei nº 290-D/99	Ato nº 227, de 29/6/2000 (The Electronic Signature Act)	Electronic Commerce Act, 2000	Ley nº 27269
A legislação inclui definições dos principais termos usados	SIM	SIM	SIM	NÃO (Remete para o regulamento)
Trata da validade do documento eletrônico	SIM	SIM (mensagem eletrônica)	SIM	NÃO
Trata da assinatura eletrônica	SIM	SIM	SIM	SIM
É neutra tecnologicamente	NÃO (criptografia assimétrica)	SIM	SIM	NÃO (criptografia assimétrica)
Trata da certificação	SIM	SIM	SIM	SIM
Admite o credenciamento da entidade certificadora	SIM (voluntário)	SIM (voluntário) (Administração pública só aceita documento eletrônico certificado por entidade credenciada)	SIM (voluntário)	SIM (voluntário) (compulsório o registro)
Trata de certificadoras de outro país	SIM	SIM	NÃO	SIM
Trata da proteção à privacidade	SIM (somente de informações prestadas às entidades certificadoras)	NÃO	NÃO	SIM (somente de informações prestadas às entidades certificadoras)
Trata da proteção ao consumidor	NÃO	SIM (remete à legislação específica)	SIM	NÃO
Trata dos deveres e responsabilidades dos intermediários (provedores)	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Inclui disposições tributárias	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

Tabela 1 — Análise comparativa da legislação adotada em outros países e por organismos internacionais (cont.)

País	Colômbia	Espanha	Alemanha	Hong-Kong
Instrumento legal	Ley 527 de 1999	Real Decreto-ley 14/1999	Law Governing Framework Conditions for Electronic Signatures	Electronic Transactions Ordinance
A legislação inclui definições dos principais termos usados	SIM	SIM	SIM	SIM
Trata da validade do documento eletrônico	SIM (mensagem eletrônica)	NÃO	NÃO	SIM
Trata da assinatura eletrônica	SIM	SIM	SIM	SIM
É neutra tecnologicamente	NÃO (criptografia assimétrica)	SIM	NÃO (criptografia assimétrica)	NÃO (criptografia assimétrica)
Trata da certificação	SIM	SIM	SIM	SIM
Admite o credenciamento da entidade certificadora	SIM (compulsória)	SIM (voluntária)	SIM (voluntária)	SIM (voluntária)
Trata de certificadoras de outro país	SIM	SIM	SIM	SIM
Trata da proteção à privacidade	NÃO	NÃO	SIM (somente de informações prestadas às entidades certificadoras)	SIM (somente de informações prestadas às entidades certificadoras)
Trata da proteção ao consumidor	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Trata dos deveres e responsabilidades dos intermediários (provedores)	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Inclui disposições tributárias	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

Tabela 1 – Análise comparativa da legislação adotada em outros países e por organismos internacionais (cont.)

País	Cingapura	Estados Unidos	Comunidade Europeia	UNCITRAL
Instrumento legal	Electronic Transactions Act	Electronic Signatures in Global and National Commerce Act	Diretiva 99/93-CE	Lei Modelo
A legislação inclui definições dos principais termos usados	SIM	NÃO	SIM	SIM
Trata da validade do documento eletrônico	SIM	SIM (mensagem eletrônica)	SIM	SIM (mensagem eletrônica)
Trata da assinatura eletrônica	SIM	SIM	SIM	SIM
É neutra tecnologicamente	NÃO (criptografia assimétrica)	SIM	SIM	SIM
Trata da certificação	SIM	NÃO	SIM	NÃO
Admite o credenciamento da entidade certificadora	SIM (voluntário)	NÃO	SIM (voluntário)	NÃO
Trata de certificadoras de outro país	SIM	NÃO	SIM	NÃO
Trata da proteção à privacidade	NÃO	NÃO	Remete a outra diretiva (95/46 – CE)	NÃO
Trata da proteção ao consumidor	NÃO	SIM (preserva direitos de outras legislações)	NÃO	NÃO
Trata dos deveres e responsabilidades dos intermediários (provedores)	SIM	NÃO	NÃO	NÃO
Inclui disposições tributárias	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

Considerando a experiência de outros países e as valiosas contribuições recebidas durante as audiências públicas e reuniões de que participamos, bem como sugestões apresentadas por diversos membros desta Comissão e por especialistas ligados à área, optamos por apresentar um Substitutivo que consolida as propostas em exame e agrega alguns aperfeiçoamentos às mesmas.

Primeiramente, optamos por acompanhar a técnica legislativa do PL nº 4.906, de 2001, do Senado Federal, incluindo um glossário, objeto do art. 2º do Substitutivo, de modo a estabelecer uma nomenclatura compatível com a já reconhecida na legislação de outros países.

Além disso, subdividimos o texto em grandes blocos, que tratam, respectivamente, do documento eletrônico e da assinatura digital, da certificação digital, das entidades certificadoras, do comércio eletrônico e das sanções aplicáveis. Procuramos, em cada um, disciplinar os principais aspectos, deixando à regulamentação o detalhamento mais pormenorizado de questões de natureza operacional.

Ao tratar dos efeitos jurídicos do documento eletrônico, optamos por acompanhar, uma vez mais, a proposição principal, Projeto de Lei nº 4.906, de 2001, aplicando as recomendações da UNCITRAL, entidade que vem contribuindo com importantes estudos para a harmonização e unificação da legislação de comércio. Acatamos, ainda, a concepção de documento eletrônico original e de cópia, constantes do Projeto de Lei nº 1.589, de 1999, do Deputado Luciano Pizzatto.

Em relação à assinatura digital, também seguimos a proposta do Deputado Luciano Pizzatto, adotando sistema baseado em criptografia assimétrica, embora seja feita a ressalva de que os dispositivos serão estendidos a outros processos que venham a satisfazer os requisitos de segurança e operacionalidade exigidos, a exemplo da legislação de vários países.

Quanto à certificação, estabelecemos sistema no qual poderão atuar entidades certificadoras públicas e privadas, que não dependerão de autorização do Estado para exercerem essa atividade. Determinamos, apenas,

que as empresas comuniquem ao Poder Público sua intenção de exercer a atividade de certificação e declarem atender às condições estabelecidas em lei. Por outro lado, facultamos às entidades certificadoras solicitar seu credenciamento junto ao Poder Público, que designará uma autoridade credenciadora para desempenhar essa função.

À autoridade credenciadora compete, ainda, aplicar sanções administrativas nos casos em que seja comprovada infração aos dispositivos da lei pelas entidades certificadoras, sem prejuízo das sanções penais e de reparação de danos que causarem.

Com relação ao comércio eletrônico, procuramos manter um título específico no Substitutivo para tratar da matéria, em razão da importância do disciplinamento jurídico das transações comerciais firmadas por meio eletrônico.

Assim, no capítulo inicial, tratamos da contratação eletrônica. Primeiramente dispomos sobre a desnecessidade de autorização prévia para a oferta de bens, serviços e informações realizadas por meio eletrônico. Em seguida, abordamos o aspecto fundamental da manifestação de vontade das partes contratantes nos contratos celebrados nesse meio. Diferentemente dos contratos firmados em papel, cujo disciplinamento jurídico já é amplamente consagrado no Código Civil, tivemos que adotar uma nova conceituação para determinar a troca de documentos eletrônicos que irão comprovar a intenção de cada parte envolvida na transação.

Nesse sentido, adotamos o entendimento de que o documento eletrônico considera-se enviado pelo remetente e recebido pelo destinatário se for transmitido para o endereço eletrônico definido por acordo das partes e neste for recebido. Tal conceituação complementa a definição de que a manifestação de vontade entre as partes no comércio eletrônico dar-se-á mediante a troca de documentos eletrônicos.

Outro aspecto advindo da nova concepção de comércio eletrônico, não menos importante, diz respeito à normatização da fatura e da duplicata emitidas por meio eletrônico. A preocupação, já esposada no Projeto de Lei nº 1.483/99, de autoria do ilustre Deputado Dr. Hélio, mereceu nosso cuidado

na forma de um artigo que diz expressamente: *"Para fins do comércio eletrônico, a fatura, a duplicata e documentos comerciais, quando emitidos eletronicamente, obedecerão ao disposto na legislação comercial vigente"*.

Com essa redação, equiparamos os requisitos e os pressupostos jurídicos da fatura, da duplicata e de documentos comerciais emitidos por meio eletrônico àqueles já consagrados pelo Código Comercial Brasileiro e pela legislação esparsa que trata das duplicatas mercantis e de prestação de serviços, sem incorreremos no risco de criar alguma nova conceituação jurídica, que poderia ser extemporânea e imprópria.

No capítulo seguinte, seguimos a orientação de alguns juristas e, especialmente, do Excelentíssimo Ministro do STJ, Dr. Ruy Rosado de Aguiar, quando incorporamos ao texto do Substitutivo a preocupação com a proteção e defesa do consumidor no âmbito do comércio eletrônico.

Com a precisão dos ensinamentos do Ministro Ruy Rosado, procuramos manter no texto os princípios já adotados pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990), buscando adaptá-lo à nova realidade do comércio eletrônico. Desse modo, foram inseridas algumas regras específicas relacionadas ao ambiente eletrônico, aplicando-se ainda ao comércio eletrônico todas as normas de defesa e proteção do consumidor já vigentes no Brasil.

Com a adoção desses princípios em nosso Substitutivo, acreditamos que o consumidor que contratar no âmbito do comércio eletrônico estará plenamente respaldado pela segurança e eficácia do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, além de fixarmos na lei um dispositivo que contemplará a validade jurídica das transações realizadas em ambiente eletrônico, para que as partes contratantes tenham a necessária tranquilidade para negociar por meio eletrônico.

Especialmente o art. 49, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, continuará a ser invocado para fins do exercício do direito de arrependimento por parte do consumidor, dentro do prazo de sete dias, quando a compra for realizada no ambiente eletrônico. Atualmente, o Poder Judiciário já

demonstra esse entendimento, na medida em que estabelece a equiparação da compra realizada no ambiente eletrônico àquela feita fora do estabelecimento comercial, seja por telefone ou em domicílio, mas doravante, de acordo com o texto proposto no Substitutivo, o consumidor do comércio eletrônico contará com uma normatização clara a respeito desse direito de arrependimento.

Ainda com relação ao comércio eletrônico, julgamos ser muito importante tratar da privacidade das informações relacionadas ao consumidor, disciplinando o comportamento dos estabelecimentos comerciais no tocante ao domínio destas informações.

Consideramos que o ofertante, caracterizado aqui como o estabelecimento comercial ou o próprio comerciante, somente poderá solicitar do consumidor informações de caráter privado necessárias à efetivação do negócio que lhe é oferecido. Assim, o ofertante fica obrigado a manter sigilo dessas informações, salvo quando, prévia e expressamente, for autorizado pelo consumidor a divulgá-las ou cedê-las a terceiros. Desse modo, o Substitutivo adota como princípio a preservação do sigilo de informações do consumidor por parte do comerciante, tornando-se exceção a divulgação desses dados.

Acatamos, ainda, as disposições constantes da proposição de autoria do Deputado Luciano Pizzatto, no tratamento dos intermediários das transações de comércio eletrônico, quais sejam os provedores de serviços de acesso, de conexão e transmissão de informações e de tratamento de dados, disciplinando suas obrigações e as isenções de responsabilidade sobre o conteúdo veiculado, decorrentes da natureza de sua atividade.

Finalmente, no tratamento das sanções penais acompanhamos mais uma vez o Projeto de Lei nº 1.589, de 1999, equiparando os tipos penais aplicáveis ao documento eletrônico àqueles já conceituados na legislação vigente, evitando assim definir novos institutos ou criar novos tipos.

Diante do exposto, o nosso VOTO é pela constitucionalidade, juridicidade, boa técnica legislativa e, no mérito, pela aprovação dos Projetos de

Lei nº 4.906, de 2001, nº 1.483, de 1999, e nº 1.589, de 1999, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 8 de agosto de 2001.



Deputado Júlio Semeghini

Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 4.906, DE 2001

(PLS Nº 672, DE 1999)

(APENSADOS OS PROJETOS DE LEI Nº 1.483, DE 1999 E Nº 1.589, DE 1999)

Dispõe sobre a validade jurídica e o valor probante do documento eletrônico e da assinatura digital, regula a certificação digital, institui normas para as transações de comércio eletrônico e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

TÍTULO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta lei dispõe sobre a validade jurídica e o valor probante do documento eletrônico e da assinatura digital, regula a certificação digital, institui normas para as transações de comércio eletrônico e estabelece sanções administrativas e penais aplicáveis.

Art. 2º Para os efeitos desta lei, considera-se:

I – documento eletrônico: a informação gerada, enviada, recebida, armazenada ou comunicada por meios eletrônicos, ópticos, opto-eletrônicos ou similares;

II – assinatura digital: resultado de um processamento eletrônico de dados, baseado em sistema criptográfico assimétrico, que permite comprovar a autoria e integridade de um documento eletrônico cifrado pelo autor com o uso da chave privada;

III – criptografia assimétrica: modalidade de cifragem que utiliza um par de chaves distintas e interdependentes, denominadas chaves pública e privada, de modo que a mensagem codificada por uma das chaves só possa ser decodificada com o uso da outra chave do mesmo par;

IV – entidade certificadora: pessoa jurídica que esteja apta a expedir certificado digital e oferecer ou facilitar serviços de registro e datação da transmissão e da recepção de documentos eletrônicos;

V – certificado digital: documento eletrônico expedido por entidade certificadora que atesta a titularidade de uma chave pública;

VI – autoridade credenciadora: órgão responsável pelo credenciamento voluntário de entidadesificadoras.

Parágrafo único. O Poder Público determinará a aplicação das disposições constantes desta lei para a assinatura digital a outros processos que satisfaçam os requisitos operacionais e de segurança daquela.

TÍTULO II

DO DOCUMENTO ELETRÔNICO E DA ASSINATURA DIGITAL

Capítulo I – Dos efeitos jurídicos do documento eletrônico e da assinatura digital

Art. 3º Não serão negados efeitos jurídicos, validade e eficácia ao documento eletrônico, pelo simples fato de apresentar-se em forma eletrônica.

§ 1º Considera-se original o documento eletrônico digitalmente assinado por seu autor.

§ 2º Considera-se cópia o documento eletrônico resultante da digitalização de documento físico, bem como a materialização de documento eletrônico original em forma impressa, microfilmada ou registrada em outra mídia que permita a sua leitura em caráter permanente.

Art. 4º As declarações constantes de documento eletrônico original presumem-se verdadeiras em relação ao signatário, desde que a assinatura digital:

- I – seja única e exclusiva para o documento assinado;
- II – seja passível de verificação pública;
- III – seja gerada com chave privada pertencente ao signatário e mantida sob o seu exclusivo controle;
- IV – esteja ligada ao documento eletrônico de tal modo que se o conteúdo deste se alterar, a assinatura digital estará invalidada;
- V – não tenha sido gerada posteriormente à expiração, revogação ou suspensão das chaves.

Art. 5º A titularidade da chave pública poderá ser provada por todos os meios de direito, vedada a prova exclusivamente testemunhal.

Parágrafo único. Não será negado valor probante ao documento eletrônico e sua assinatura digital, pelo simples fato de esta não se basear em chaves certificadas por uma entidade certificadora credenciada.

Art. 6º Presume-se verdadeira, entre os signatários, a data do documento eletrônico, sendo lícito, porém, a qualquer deles, provar o contrário por todos os meios de direito.

§ 1º Após expirada ou revogada a chave de algum dos signatários, compete à parte a quem o documento beneficiar a prova de que a assinatura foi gerada anteriormente à expiração ou revogação.

§ 2º Entre os signatários, para os fins do parágrafo anterior, ou em relação a terceiros, considerar-se-á datado o documento particular na data:

- I - em que foi registrado;
- II - da sua apresentação em repartição pública ou em juízo;
- III - do ato ou fato que estabeleça, de modo certo, a anterioridade da formação do documento e respectivas assinaturas.

Art. 7º Aplicam-se ao documento eletrônico as demais disposições legais relativas à prova documental que não colidam com as normas deste Título.

Capítulo II - Da falsidade dos documentos eletrônicos

Art. 8º O juiz apreciará livremente a fé que deva merecer o documento eletrônico, quando demonstrado ser possível alterá-lo sem invalidar a assinatura, gerar uma assinatura eletrônica idêntica à do titular da chave privada, derivar a chave privada a partir da chave pública, ou pairar razoável dúvida sobre a segurança do sistema criptográfico utilizado para gerar a assinatura.

Art. 9º Havendo impugnação do documento eletrônico, incumbe o ônus da prova:

I - à parte que produziu o documento, quanto à autenticidade da chave pública e quanto à segurança do sistema criptográfico utilizado;

II - à parte contrária à que produziu o documento, quando alegar apropriação e uso da chave privada por terceiro, ou revogação ou suspensão das chaves.

TÍTULO III

DOS CERTIFICADOS DIGITAIS

Capítulo I - Dos certificados digitais e seus efeitos

Art. 10 Os certificados digitais produzirão, entre o ente certificante e a pessoa certificada, os efeitos jurídicos definidos no contrato por eles firmado.

Parágrafo único. Em relação a terceiros, a certificação produz os efeitos que o ente certificante declarar à praça, se mais benéficos a aqueles.

Art. 11 Para fazer prova em relação ao titular indicado no certificado, é necessário que, no ato de sua expedição:

I - o requerente seja pessoalmente identificado pela entidade certificadora;

II - o requerente reconheça ser o titular da chave privada, identificada com elementos suficientes para sua individualização;

III - sejam arquivados registros físicos comprobatórios dos fatos previstos nos incisos anteriores, assinados pelo requerente, a serem exibidos em juízo, quando necessário.

Art. 12 Os certificados digitais deverão conter pelo menos as seguintes informações:

I – identificação e assinatura digital da entidade certificadora;

II – identificação da chave pública a que o certificado se refere e do seu titular, caso o certificado não seja diretamente apensado àquela;

III – data de emissão e prazo de validade;

IV – nome do titular e poder de representação de quem solicitou a certificação, no caso do titular ser pessoa jurídica;

V – data de nascimento do titular, se pessoa física;

VI – elementos que permitam identificar o sistema de criptografia utilizado.

§ 1º Na falta de informação sobre o prazo de validade do certificado, este será de dois anos, contados da data de emissão.

§ 2º A regulamentação desta lei poderá determinar a inclusão de informações adicionais no certificado digital, em respeito a requisitos específicos conforme a finalidade do certificado.

Art. 13 São obrigações do titular do certificado digital:

I – fornecer as informações solicitadas pela entidade certificadora, observado o inciso VII do art. 18;

II – manter sigilo e controle da chave privada;

III – solicitar a revogação dos certificados nos casos de quebra de confidencialidade ou comprometimento da segurança de sua chave privada.

§ 1º O titular do certificado digital será civilmente responsável pela falsidade das informações fornecidas à entidade certificadora, sem prejuízo das sanções penais aplicáveis, bem como pelo descumprimento das obrigações previstas no *caput* deste artigo.

§ 2º Exclui-se a responsabilidade do titular do certificado, decorrente do inciso II do *caput* deste artigo, quando o uso da assinatura digital lhe for imposto ou os meios a ele fornecidos para a criação das chaves não ofereçam garantias de auditabilidade e controle do risco.

Capítulo II – Da suspensão e revogação de certificados digitais.

Art. 14 A entidade certificadora suspenderá temporariamente o certificado digital:

I – a pedido por escrito do titular, devidamente identificado para o evento, ou de seu representante legal;

II – quando existam fundadas razões para crer que:

a) o certificado foi emitido com base em informações errôneas ou falsas;

b) as informações nele contidas deixaram de ser condizentes com a realidade; ou

c) a confidencialidade da chave privada foi violada.

Parágrafo único. A suspensão do certificado digital com fundamento no inciso II deste artigo será sempre motivada e comunicada prontamente ao titular, bem como imediatamente inscrita no registro do certificado.

Art. 15 A entidade certificadora deverá revogar um certificado digital:

I - a pedido por escrito do titular, devidamente identificado para o evento, ou de seu representante legal;

II – quando expirado seu prazo de validade;

III – de ofício ou por determinação do Poder Judiciário, caso se verifique que o certificado foi expedido com base em informações falsas;

IV – de ofício, se comprovadas as razões que fundamentaram a suspensão prevista no inciso II do art. 14;

V – tratando-se de entidade certificadora credenciada, por determinação da autoridade credenciadora, na forma do inciso IX do art. 24 desta lei;

VI – se a entidade certificadora vier a encerrar suas atividades sem que seja sucedida por outra entidade nos termos do § 1º do art. 20 desta lei;

VII – por falecimento ou interdição do signatário, se pessoa física, ou no caso de falência ou dissolução de sociedade, se pessoa jurídica.

TÍTULO IV

DAS ENTIDADES CERTIFICADORAS

Capítulo I – Dos princípios gerais

Art. 16 A atividade de certificação digital será regida pelos seguintes princípios:

I - liberdade de contratação, observadas as normas de defesa do consumidor;

II - preservação da privacidade do usuário;

III - dispensa de autorização prévia;

IV - direito do usuário a ser adequadamente informado sobre o funcionamento dos sistemas criptográficos utilizados e os procedimentos técnicos necessários para armazenar e utilizar com segurança a chave privada;

V - vedação ao depósito de chaves privadas pela entidade certificadora.

Art. 17 Poderão ser entidadesificadoras as pessoas jurídicas de direito público ou privado, constituídas sob as leis brasileiras e com sede e foro no País.

Parágrafo único. O funcionamento de entidade certificadora independe do credenciamento previsto no art. 21 desta lei, sendo obrigatória apenas a comunicação, ao Poder Público, do início das atividades.

Capítulo II – Dos deveres e responsabilidades das entidadesificadoras

Art. 18 As entidadesificadoras deverão:

I – emitir certificados conforme o solicitado ou acordado com o signatário da assinatura digital;

II – implementar sistemas de segurança adequados à criação, emissão e arquivamento de certificados digitais;

III – implementar sistemas de proteção adequados para impedir o uso indevido da informação fornecida pelo requerente de certificado digital;

IV – operar sistema de suspensão e revogação de certificados, procedendo à imediata publicação nas hipóteses previstas nesta lei;

V – tornar disponível, em tempo real e mediante acesso eletrônico remoto, lista de certificados emitidos, suspensos e revogados;

VI – manter quadro técnico qualificado;

VII - solicitar do requerente de certificado digital somente as informações necessárias para sua identificação e emissão do certificado;

VIII – manter confidencialidade sobre todas as informações obtidas do titular que não constem do certificado;

IX – exercer as atividades de emissão, suspensão e revogação de certificados dentro dos limites do território brasileiro.

§ 1º Os dados pessoais não serão usados para outra finalidade que não a de certificação, salvo se consentido expressamente pelo requerente, por cláusula em destaque, que não esteja vinculada à realização da certificação.

§ 2º A quebra da confidencialidade das informações de que trata o inciso VIII do *caput* deste artigo, quando determinada pelo Poder Judiciário, respeitará os mesmos procedimentos previstos em lei para a quebra do sigilo bancário.

Art. 19 A entidade certificadora é responsável civilmente pelos danos sofridos pelo titular do certificado e por terceiros, decorrentes da falsidade dos certificados por ela emitidos ou do descumprimento das obrigações previstas no art. 18.

Art. 20 O registro de certificado expedido por uma entidade certificadora deve ser por ela conservado até o término do prazo exigido pela lei que regular o negócio jurídico associado ao certificado, não inferior, em qualquer caso, a vinte anos.

§ 1º No caso de pretender cessar voluntariamente a sua atividade ou tiver a falência decretada por sentença transitado em julgado, a entidade certificadora deverá:

I – comunicar a intenção à autoridade credenciadora com antecipação mínima de três meses;

II – comunicar aos titulares dos certificados por ela emitidos, com antecedência de trinta dias, a revogação dos certificados ou a sua transferência a outra entidade certificadora.

§ 2º No caso de revogação dos certificados mencionados no inciso II do § 1º, emitidos por entidade certificadora credenciada, a guarda da respectiva documentação será de responsabilidade da autoridade credenciadora.

Capítulo III – Do credenciamento voluntário

Art. 21 Poderão ser credenciadas pela autoridade competente, mediante requerimento, as entidadesificadoras que preencham os seguintes requisitos, conforme a regulamentação desta lei:

I - capacitação técnica para prestar os serviços de certificação, nos termos definidos nesta lei;

II - recursos de segurança física e lógica compatíveis com a atividade de certificação;

III - capacidade patrimonial adequada à atividade de certificação, ou manutenção de contrato de seguro suficiente para cobertura dos danos eventualmente causados;

IV - integridade e independência no exercício da atividade de certificação;

V - garantia da qualidade das informações transmitidas aos requerentes, quanto ao uso e procedimentos de segurança dos sistemas utilizados.

Art. 22 As entidades certificadoras credenciadas será atribuído um sinal gráfico, atestando que atendem aos requisitos previstos no art. 21.

Parágrafo único. O credenciamento permitirá à entidade certificadora utilizar, com exclusividade, o sinal previsto no *caput* deste artigo, bem como a designação de "entidade certificadora credenciada".

Art. 23 O credenciamento será revogado, sem prejuízo de outras sanções aplicáveis na forma desta lei, nos casos em que:

I - for obtido por meio de declaração falsa ou expediente ilícito;

II - deixar de se verificar algum dos requisitos previstos no art. 21;

III - deixar a entidade certificadora de exercer suas atividades por período superior a doze meses;

IV - ocorrerem irregularidades insanáveis na administração, organização ou no exercício das atividades da entidade certificadora;

V - forem praticados atos ilícitos ou que coloquem em perigo a confiança do público na certificação.

§ 1º A revogação compete à autoridade credenciadora, em decisão fundamentada, devendo a entidade certificadora ser notificada no prazo de sete dias úteis.

§ 2º A autoridade credenciadora dará ampla publicidade à decisão.

Capítulo IV – Da autoridade credenciadora

Art. 24 O Poder Público designará autoridade credenciadora, a quem caberá:

I – apreciar pedido de credenciamento apresentado por entidade certificadora;

II - solicitar emendas ao pedido ou informações complementares e proceder, diretamente ou por terceiros, às averiguações e inspeções necessárias à apreciação do pedido;

III – estabelecer condições adicionais desde que necessárias para assegurar o cumprimento das disposições legais e regulamentares aplicáveis ao exercício da atividade de certificação;

IV – expedir declaração de credenciamento, estabelecendo o seu prazo de validade;

V – conduzir auditorias periódicas para verificar se as condições do credenciamento se preservam, na forma da regulamentação;

VI – manter e divulgar relação de entidades certificadoras credenciadas;

VII – divulgar amplamente a suspensão ou revogação de credenciamento;

VIII – aplicar sanções administrativas nas hipóteses previstas nesta lei;

IX – determinar a suspensão temporária ou a revogação de certificado digital emitido por entidade certificadora por ela credenciada quando constatada irregularidade.

TÍTULO V DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Capítulo I – Da contratação no âmbito do comércio eletrônico

Art. 25 A oferta de bens, serviços e informações não está sujeita a qualquer tipo de autorização prévia pelo simples fato de ser realizada por meio eletrônico.

Art. 26 Sem prejuízo das disposições do Código Civil, a manifestação de vontade das partes contratantes, nos contratos celebrados por meio eletrônico, dar-se-á no momento em que:

I – o destinatário da oferta enviar documento eletrônico manifestando, de forma inequívoca, a sua aceitação das condições ofertadas; e

II – o ofertante transmitir resposta eletrônica transcrevendo as informações enviadas pelo destinatário e confirmando seu recebimento.

§ 1º A proposta de contrato por meio eletrônico obriga o proponente quando enviada por ele próprio ou por sistema de informação por ele programado para operar automaticamente.

§ 2º A manifestação de vontade a que se refere o *caput* deste artigo será processada mediante troca de documentos eletrônicos, observado o disposto nos arts. 27 a 29 desta lei.

Art. 27 O documento eletrônico considera-se enviado pelo remetente e recebido pelo destinatário se for transmitido para o endereço eletrônico definido por acordo das partes e neste for recebido.

Art. 28 A expedição do documento eletrônico equivale:

I – à remessa por via postal registrada, se assinado de acordo com os requisitos desta lei, por meio que assegure sua efetiva recepção; e

II – à remessa por via postal registrada e com aviso de recebimento, se a recepção for comprovada por mensagem de confirmação dirigida ao remetente e por este recebida.

Art. 29 Para os fins do comércio eletrônico, a fatura, a duplicata e demais documentos comerciais, quando emitidos eletronicamente, obedecerão ao disposto na legislação comercial vigente.

Capítulo II - Da proteção e defesa do consumidor no âmbito do comércio eletrônico

Art. 30 Aplicam-se ao comércio eletrônico as normas de defesa e proteção do consumidor vigentes no País, naquilo que não conflitar com esta Lei.

Art. 31 A oferta de bens, serviços ou informações por meio eletrônico deve ser realizada em ambiente seguro, devidamente certificado, e deve conter claras e inequívocas informações sobre:

- I – nome ou razão social do ofertante;
- II – número de inscrição do ofertante no respectivo cadastro geral do Ministério da Fazenda e, em se tratando de serviço sujeito a regime de profissão regulamentada, o número de inscrição no órgão fiscalizador ou regulamentador;
- III – domicílio ou sede do ofertante;
- IV – identificação e sede do provedor de serviços de armazenamento de dados;
- V – número de telefone e endereço eletrônico para contato com o ofertante;
- VI – tratamento e armazenamento, pelo ofertante, do contrato ou das informações fornecidas pelo destinatário da oferta;
- VII – instruções para arquivamento do contrato eletrônico pelo aceitante, bem como para sua recuperação em caso de necessidade; e
- VIII – sistemas de segurança empregados na operação.

Art. 32 Para o cumprimento dos procedimentos e prazos previstos na legislação de proteção e defesa do consumidor, os adquirentes de bens, serviços e informações por meio eletrônico poderão se utilizar da mesma

via de comunicação adotada na contratação para efetivar notificações e intimações extra-judiciais.

§ 1º Para os fins do disposto no *caput* deste artigo, os ofertantes deverão, no próprio espaço que serviu para o oferecimento de bens, serviços e informações, colocar à disposição dos consumidores área específica, de fácil identificação, que permita o armazenamento das notificações ou intimações, com a respectiva data de envio, para eventual comprovação.

§ 2º O ofertante deverá transmitir uma resposta automática aos pedidos, mensagens, notificações e intimações que lhe forem enviados eletronicamente, comprovando o recebimento.

Capítulo III – Da solicitação e uso das informações privadas

Art. 33 O ofertante somente poderá solicitar do consumidor informações de caráter privado necessárias à efetivação do negócio oferecido, devendo mantê-las em sigilo, salvo se prévia e expressamente autorizado pelo respectivo titular a divulgá-las ou cedê-las.

§ 1º A autorização de que trata o *caput* deste artigo constará em destaque, não podendo estar vinculada à aceitação do negócio.

§ 2º Sem prejuízo de sanção penal, responde por perdas e danos o ofertante que solicitar, divulgar ou ceder informações em violação ao disposto neste artigo.

Capítulo IV – Das obrigações e responsabilidades dos provedores

Art. 34 Os provedores de acesso que assegurem a troca de documentos eletrônicos não podem tomar conhecimento de seu conteúdo, nem duplicá-los por qualquer meio ou ceder a terceiros qualquer informação, ainda que resumida ou por extrato, sobre a existência ou sobre o conteúdo desses documentos, salvo por indicação expressa do seu remetente.

§ 1º Igual sigilo recai sobre as informações que não se destinem ao conhecimento público armazenadas no provedor de serviços de armazenamento de dados.

§ 2º Somente mediante ordem do Poder Judiciário poderá o provedor dar acesso às informações acima referidas, sendo que as mesmas deverão ser mantidas, pelo respectivo juízo, em segredo de justiça.

Art. 35 O provedor que forneça serviços de conexão ou de transmissão de informações, ao ofertante ou ao adquirente, não será responsável pelo conteúdo das informações transmitidas.

Art. 36 O provedor que forneça ao ofertante serviço de armazenamento de arquivos e sistemas necessários para operacionalizar a oferta eletrônica de bens, serviços ou informações não será responsável pelo seu conteúdo, salvo, em ação regressiva do ofertante, se:

I – deixou de atualizar as informações objeto da oferta, tendo o ofertante tomado as medidas adequadas para efetivar as atualizações, conforme instruções do próprio provedor; ou

II – deixou de arquivar as informações ou, tendo-as arquivado, foram elas destruídas ou modificadas, tendo o ofertante tomado as medidas adequadas para seu arquivamento, segundo parâmetros estabelecidos pelo provedor.

Art. 37 O provedor que forneça serviços de conexão ou de transmissão de informações, ao ofertante ou ao adquirente, não será obrigado a vigiar ou fiscalizar o conteúdo das informações transmitidas.

Art. 38 Responde civilmente por perdas e danos, e penalmente por co-autoria do delito praticado, o provedor de serviço de armazenamento de arquivos que, tendo conhecimento inequívoco de que a oferta de bens, serviços ou informações constitui crime ou contravenção penal, deixar de promover sua imediata suspensão ou interrupção de acesso por destinatários, competindo-lhe notificar, eletronicamente ou não, o ofertante, da medida adotada.

TÍTULO VI

DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 39 As infrações às normas estabelecidas nos Títulos II, III e IV desta lei, independente das sanções de natureza penal e reparação

de danos que causarem, sujeitam a entidade infratora à penalidade de multa de dez mil reais a um milhão de reais cominada, no caso de entidade credenciada, à suspensão de credenciamento ou à sua revogação.

§ 1º As sanções estabelecidas neste artigo serão aplicadas pela autoridade credenciadora, considerando-se a gravidade da infração, vantagem auferida, capacidade econômica, e eventual reincidência.

§ 2º A pena de suspensão poderá ser imposta por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

TÍTULO VII DAS SANÇÕES PENAIS

Art. 40 A quebra de sigilo das informações de que trata o inciso VIII do art. 18 e os arts. 33 e 34 desta lei constitui crime e sujeita os responsáveis à pena de reclusão, de um a quatro anos.

Art. 41 Equipara-se ao crime de falsificação de papéis públicos, sujeitando-se às penas do art. 293 do Código Penal, a falsificação, com fabricação ou alteração, de certificado digital de ente público.

Parágrafo único. Incorre na mesma pena de crime de falsificação de papéis públicos quem utilizar certificado digital público falsificado.

Art. 42 Equipara-se ao crime de falsificação de documento público, sujeitando-se às penas previstas no art. 297 do Código Penal, a falsificação, no todo ou em parte, de documento eletrônico público, ou a alteração de documento eletrônico público verdadeiro.

Parágrafo único. Se o agente é funcionário público, e comete o crime prevalecendo-se do cargo, aplica-se o disposto no § 1º do art. 297 do Código Penal.

Art. 43 Equipara-se ao crime de falsidade de documento particular, sujeitando-se às penas do art. 298 do Código Penal, a falsificação, no todo ou em parte, de certificado ou documento eletrônico particular, ou alteração de certificado ou documento eletrônico particular verdadeiro.

Art. 44 Equipara-se ao crime de falsidade ideológica, sujeitando-se às penas do art. 299 do Código Penal, a omissão, em documento ou certificado eletrônico público ou particular, de declaração que dele devia constar, ou a inserção ou fazer com que se efetue inserção, de declaração falsa ou diversa da que devia ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre fato juridicamente relevante.

Parágrafo único. Se o agente é funcionário público, e comete o crime prevalecendo-se do cargo, aplica-se o disposto no parágrafo único do art. 299 do Código Penal.

Art. 45 Equipara-se ao crime de supressão de documento, sujeitando-se às penas do art. 305 do Código Penal, a destruição, supressão ou ocultação, em benefício próprio ou de outrem, de documento eletrônico público ou particular verdadeiro, de que não se poderia dispor.

Art. 46 Equipara-se ao crime de extravio, sonegação ou inutilização de documento, sujeitando-se às penas previstas no art. 314 do Código Penal, o extravio de qualquer documento eletrônico, de que se tem a guarda em razão do cargo, ou sua sonegação ou inutilização, total ou parcial.

TÍTULO VIII

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 47 As certificações estrangeiras de assinaturas digitais terão o mesmo valor jurídico das expedidas no País, desde que a entidade certificadora esteja sediada e seja devidamente reconhecida em país signatário de acordos internacionais relativos ao reconhecimento jurídico daqueles certificados, dos quais seja parte o Brasil.

Art. 48 Para a solução de litígios de matérias objeto desta lei poderá ser empregado sistema de arbitragem, obedecidos os parâmetros da Lei nº 9.037, de 23 de setembro de 1996, dispensada a obrigação decretada no § 2º de seu art. 4º, devendo, entretanto, efetivar-se destacadamente a contratação eletrônica da cláusula compromissória.

TÍTULO IX
DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 49 O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de noventa dias.

Art. 50 Esta lei entra em vigor em cento e vinte dias, contados da data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 8 de agosto de 2001.



Deputado JULIO SEMEGHINI

Relator

PROJETO DE LEI Nº 4.906, DE 2001
(PLS Nº 672, DE 1999)
(APENSADOS OS PROJETOS DE LEI Nº 1.483, DE 1999 E Nº
1.589, DE 1999)

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO DO RELATOR

Durante reunião da Comissão Especial, convocada para discussão e votação do nosso parecer, atendendo sugestões dadas por colegas da Comissão, procedemos aos seguintes ajustes em relação ao texto oferecido na reunião de 8 de agosto de 2001:

1. Foi incluída, nos arts. 2º e 24, a previsão de designação de uma autoridade certificadora raiz.
2. Foram excluídos os §§ 1º e 2º do art. 3º.

3. Foram modificados os textos dos arts. 4º e 5º, de forma a estabelecer distinção entre a validade jurídica de documento eletrônico certificado por autoridade certificadora credenciada e de documento submetido a outros procedimentos de verificação de autenticidade.
4. No art. 12, foram incluídas como informações obrigatórias do certificado o número de série e o prazo de validade. Foi, ainda, retirada a previsão de inclusão da data de nascimento do titular, por não ser exigida em todos os tipos de certificado emitidos para pessoa física. Nos casos em que seja necessária, será exigida na regulamentação, na forma do parágrafo único.
5. Foi incluído um inciso III no art. 13, exigindo que o titular tenha manifestado sua concordância com os dados constantes do certificado, por ocasião de sua emissão.
6. Foi modificado o art. 21, de modo a estabelecer a sujeição da autoridade certificadora credenciada à autoridade raiz, e permitir o credenciamento provisório, enquanto a autoridade certificadora raiz não assegurar a inserção do seu certificado raiz nos programas de computador, máquinas e equipamentos de acesso à Internet, de modo a preservar a interoperabilidade dos certificados emitidos pelas autoridades certificadoras credenciadas.
7. No caput do art. 24, adotou-se a expressão “Lei disporá sobre a criação de autoridade credenciadora”, evitando-se vício de iniciativa e abrindo oportunidade para absorção da Medida Provisória editada pelo Poder Executivo tratando da matéria, no caso desta vir a ser aprovada pelo Congresso Nacional.
8. No art. 30, foi retirada a expressão “no que não conflitar com esta lei”, assegurando a plena vigência do Código de Defesa do Consumidor.

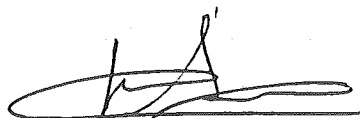
9. Foram feitos os seguintes ajustes de redação:

- a) Na ementa e no art. 1º, foi retirada a expressão “validade jurídica”, para simplificar a referência à lei.
- b) Foi adotada a expressão “autoridade certificadora” em lugar de “entidade certificadora”, para compatibilizar o texto com as recomendações, normas e acordos internacionais.
- c) No art. 2º, inciso III, a palavra “cifragem” foi substituída pela palavra “criptografia”, para melhorar a qualidade do texto.
- d) No art. 2º, inciso IV, foi retirada a expressão “e oferecer ou facilitar serviços de registro e datação da transmissão e da recepção de documentos eletrônicos”, por não ser esta uma atividade compulsória da autoridade certificadora.
- e) Foi adicionada ao parágrafo único do art. 2º a expressão “acompanhará a evolução tecnológica”.
- f) No art. 9º, inciso I, substituiu-se a palavra “produziu” por “impugnou”.
- g) No art. 10 substituíram-se as expressões “ente certificante” por “autoridade certificadora” e “pessoa certificada” por “titular do certificado”.
- h) No art. 11, incisos I a III, foi feita correção da conjugação dos verbos e foi suprimida, no inciso III, a expressão “a serem exibidos em juízo, quando necessário”, sendo esta transferida ao *caput*.
- i) No art. 12, foi retirada a expressão “caso o certificado não seja diretamente apensado àquela” no inciso II (renumerado como inciso III).
- j) No art. 13, a redação foi ajustada, incluindo-se no inciso II a expressão “e fazer uso exclusivo” e no inciso III a expressão “ou suspeita de quebra”.
- k) No art. 15 a palavra “signatário” foi substituída por “titular” e foi retirado o inciso II, pois a expiração do prazo de validade invalida o certificado, não demandando a sua revogação.

- l) No art. 16, inciso V, foi adicionada a expressão "exigência de depósito", admitindo-se, portanto, o depósito da chave privada apenas por iniciativa do titular.
- m) No art. 18, inciso I, a expressão "signatário da assinatura digital" foi substituída por "titular das chaves".
- n) No art. 20, §§ 1º e 2º, a redação foi simplificada.
- o) No art. 26, consolidou-se o *caput* com o inciso I e suprimiu-se o inciso II, por estar a medida já prevista no art. 28, inciso II.
- p) No art. 31, inciso V, foi adicionada a expressão "bem como instruções precisas para o exercício do direito de arrendimento".
- q) No art. 32, mudou-se a expressão "para eventual comprovação" pela expressão "para efeito de comprovação".

No mais, preserva-se o restante do texto de nossa autoria, apresentado na reunião de 8 de agosto de 2001.

Sala da Comissão, em 26 de setembro de 2001.



Deputado JULIO SEMEGHINI

Relator

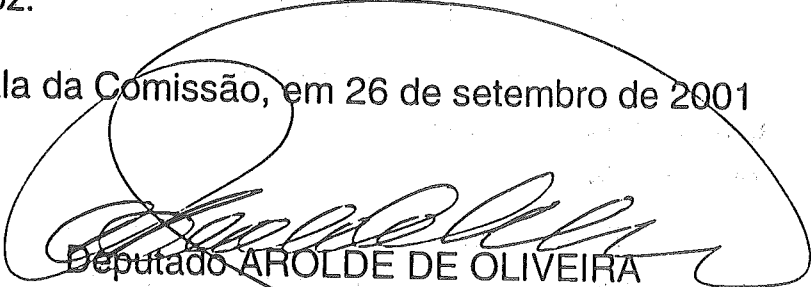
PARECER DA COMISSÃO

A Comissão Especial destinada a proferir parecer ao Projeto de Lei nº 1.483, de 1999, que "institui a fatura eletrônica e a assinatura digital nas transações de comércio eletrônico" e apensados, em reunião ordinária realizada hoje, opinou, unanimemente, pela

constitucionalidade, juridicidade, boa técnica legislativa e, no mérito, pela aprovação dos Projetos de Lei nºs 4.906, de 2001, 1.483, de 1999 e 1.589, de 1999, com substitutivo, nos termos do parecer do Relator, que apresentou complementação de voto.

Participaram da votação os Deputados Alex Canziani, Arolde de Oliveira, Corauci Sobrinho, Dr. Hélio, Emerson Kapaz, Gerson Gabrielli, Jorge Bittar, Julio Semeghini, Luiz Piauhyllino, Marçal Filho, Marcos Cintra, Professor Luizinho, Rodrigo Maia, Salvador Zimbaldi, Walfrido Mares Guia, Iris Simões, José Carlos Fonseca Jr., Márcio Fortes, Nelson Marquezelli, Paulo Kobayashi, Paulo Marinho e Romeu Queiroz.

Sala da Comissão, em 26 de setembro de 2001



Deputado AROLDE DE OLIVEIRA
Presidente



Deputado JULIO SEMEGHINI
Relator

PROJETO DE LEI Nº 4.906, DE 2001
(PLS Nº 672, DE 1999)

(APENSADOS OS PROJETOS DE LEI Nº 1.483, DE 1999 E Nº 1.589, DE 1999)

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA COMISSÃO

Dispõe sobre o valor probante do documento eletrônico e da assinatura digital, regula a certificação digital, institui normas para as transações de comércio eletrônico e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

TÍTULO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta lei dispõe sobre o valor probante do documento eletrônico e da assinatura digital, regula a certificação digital, institui normas para as transações de comércio eletrônico e estabelece sanções administrativas e penais aplicáveis.

Art. 2º Para os efeitos desta lei, considera-se:

I – documento eletrônico: a informação gerada, enviada, recebida, armazenada ou comunicada por meios eletrônicos, ópticos, opto-eletrônicos ou similares;

II – assinatura digital: resultado de um processamento eletrônico de dados, baseado em sistema criptográfico assimétrico, que permite comprovar a autoria e integridade de um documento eletrônico cifrado pelo autor com o uso da chave privada;

III – criptografia assimétrica: modalidade de criptografia que utiliza um par de chaves distintas e interdependentes, denominadas chaves pública e privada, de modo que a mensagem codificada por uma das chaves só possa ser decodificada com o uso da outra chave do mesmo par;

IV – autoridade certificadora: pessoa jurídica que esteja apta a expedir certificado digital;

V – certificado digital: documento eletrônico expedido por autoridade certificadora que atesta a titularidade de uma chave pública;

VI – autoridade credenciadora: órgão responsável pela designação de autoridade certificadora raiz e pelo credenciamento voluntário de autoridades certificadoras.

Parágrafo único. O Poder Público acompanhará a evolução tecnológica, determinando a aplicação das disposições constantes desta lei para a assinatura digital a outros processos que satisfaçam aos requisitos operacionais e de segurança daquela.

TÍTULO II

DO DOCUMENTO ELETRÔNICO E DA ASSINATURA DIGITAL

Capítulo I – Dos efeitos jurídicos do documento eletrônico e da assinatura digital

Art. 3º Não serão negados efeitos jurídicos, validade e eficácia ao documento eletrônico, pelo simples fato de apresentar-se em forma eletrônica.

Art. 4º As declarações constantes de documento eletrônico presumem-se verdadeiras em relação ao signatário, nos termos do Código Civil, desde que a assinatura digital:

I – seja única e exclusiva para o documento assinado;

II – seja passível de verificação pública;

III – seja gerada com chave privada cuja titularidade esteja certificada por autoridade certificadora credenciada e seja mantida sob o exclusivo controle do signatário;

IV – esteja ligada ao documento eletrônico de tal modo que se o conteúdo deste se alterar, a assinatura digital estará invalidada;

V – não tenha sido gerada posteriormente à expiração, revogação ou suspensão das chaves.

Art. 5º A titularidade da chave pública poderá ser provada por todos os meios de direito.

Parágrafo único. Não será negado valor probante ao documento eletrônico e sua assinatura digital, pelo simples fato desta não se basear em chaves certificadas por uma autoridade certificadora credenciada.

Art. 6º Presume-se verdadeira, entre os signatários, a data do documento eletrônico, sendo lícito, porém, a qualquer deles, provar o contrário por todos os meios de direito.

§ 1º Após expirada ou revogada a chave de algum dos signatários, compete à parte a quem o documento beneficiar a prova de que a assinatura foi gerada anteriormente à expiração ou revogação.

§ 2º Entre os signatários, para os fins do parágrafo anterior, ou em relação a terceiros, considerar-se-á datado o documento particular na data:

- I - em que foi registrado;
- II - da sua apresentação em repartição pública ou em juízo;
- III - do ato ou fato que estabeleça, de modo certo, a anterioridade da formação do documento e respectivas assinaturas.

Art. 7º Aplicam-se ao documento eletrônico as demais disposições legais relativas à prova documental que não colidam com as normas deste Título.

Capítulo II - Da falsidade dos documentos eletrônicos

Art. 8º O juiz apreciará livremente a fé que deva merecer o documento eletrônico, quando demonstrado ser possível alterá-lo sem invalidar a assinatura, gerar uma assinatura eletrônica idêntica à do titular da chave privada, derivar a chave privada a partir da chave pública, ou pairar razoável dúvida sobre a segurança do sistema criptográfico utilizado para gerar a assinatura.

Art. 9º Havendo impugnação de documento eletrônico, incumbe o ônus da prova:

I - à parte que produziu a prova documental, quanto à autenticidade da chave pública e quanto à segurança do sistema criptográfico utilizado;

II - à parte contrária à que produziu a prova documental, quando alegar apropriação e uso da chave privada por terceiro, ou revogação ou suspensão das chaves.

TÍTULO III

DOS CERTIFICADOS DIGITAIS

Capítulo I - Dos certificados digitais e seus efeitos

Art. 10 Os certificados digitais produzirão, entre a autoridade certificadora e o titular do certificado, os efeitos jurídicos definidos no contrato por eles firmado.

Parágrafo único. Em relação a terceiros, a certificação produz os efeitos que a autoridade certificadora declarar à praça, se mais benéficos àqueles.

Art. 11 Para fazer prova, em juízo, em relação ao titular indicado no certificado, é necessário que, no ato de sua expedição:

I – o titular tenha sido pessoalmente identificado pela autoridade certificadora;

II - o titular haja reconhecido ser o detentor da chave privada correspondente à chave pública para a qual tenha solicitado o certificado;

III – tenham sido arquivados registros físicos comprobatórios dos fatos previstos nos incisos anteriores, assinados pelo titular.

Art. 12 Os certificados digitais deverão conter, pelo menos, as seguintes informações:

I – número de série;

II - identificação e assinatura digital da autoridade certificadora;

III – chave pública a que o certificado se refere e identificação do seu titular;

IV – data de emissão e prazo de validade;

V – nome do titular e poder de representação de quem solicitou a certificação, no caso do titular ser pessoa jurídica;

VI – elementos que permitam identificar os sistemas de criptografia utilizados pela autoridade certificadora e pelo titular.

Parágrafo único. A regulamentação desta lei poderá determinar a inclusão de informações adicionais no certificado digital, em respeito a requisitos específicos conforme a finalidade do certificado.

Art. 13 São obrigações do titular do certificado digital:

- I – fornecer as informações solicitadas pela autoridade certificadora, observado o inciso VII do art. 18;
- II – guardar sigilo, manter controle e fazer uso exclusivo de sua chave privada;
- III – manifestar sua concordância expressa com os dados constantes do certificado digital;
- IV – solicitar a revogação dos certificados nos casos de quebra ou suspeita de quebra de confidencialidade ou comprometimento da segurança de sua chave privada.

§ 1º O titular do certificado digital será civilmente responsável pela falsidade das informações fornecidas à autoridade certificadora, sem prejuízo das sanções penais aplicáveis, bem como pelo descumprimento das obrigações previstas no *caput* deste artigo.

§ 2º Exclui-se a responsabilidade do titular do certificado, decorrente do inciso II do *caput* deste artigo, quando o uso da assinatura digital lhe for imposto ou os meios a ele fornecidos para a criação das chaves não ofereçam garantias de auditabilidade e controle do risco.

Capítulo II – Da suspensão e revogação de certificados digitais.

Art. 14 A autoridade certificadora suspenderá temporariamente o certificado digital:

- I – a pedido por escrito do titular, devidamente identificado para o evento, ou de seu representante legal;
- II – quando existam fundadas razões para crer que:
 - a) o certificado foi emitido com base em informações errôneas ou falsas;

b) as informações nele contidas deixaram de ser condizentes com a realidade; ou

c) a confidencialidade da chave privada foi violada.

Parágrafo único. A suspensão do certificado digital com fundamento no inciso II deste artigo será sempre motivada e comunicada prontamente ao titular, bem como imediatamente inscrita no registro do certificado.

Art. 15 A autoridade certificadora deverá revogar um certificado digital:

I - a pedido por escrito do titular, devidamente identificado para o evento, ou de seu representante legal;

II – de ofício ou por determinação do Poder Judiciário, caso se verifique que o certificado foi expedido com base em informações falsas;

III – de ofício, se comprovadas as razões que fundamentaram a suspensão prevista no inciso II do art. 14;

IV – tratando-se de autoridade certificadora credenciada, por determinação da autoridade credenciadora, na forma prevista na regulamentação desta lei;

V – se a autoridade certificadora vier a encerrar suas atividades, nos termos do § 1º do art. 20 desta lei;

VII – por falecimento ou interdição do titular do certificado, se pessoa física, ou no caso de falência ou dissolução de sociedade, se pessoa jurídica.

TÍTULO IV

DAS AUTORIDADES CERTIFICADORAS

Capítulo I – Dos princípios gerais

Art. 16 A atividade de certificação digital será regida pelos seguintes princípios:

I - liberdade de contratação, observadas as normas de defesa do consumidor;

II - preservação da privacidade do usuário;

III - dispensa de autorização prévia;

IV - direito do usuário a ser adequadamente informado sobre o funcionamento dos sistemas criptográficos utilizados e os procedimentos técnicos necessários para armazenar e utilizar com segurança a chave privada;

V - vedação à exigência de depósito de chaves privadas pela autoridade certificadora.

Art. 17 Poderão ser autoridades certificadoras as pessoas jurídicas de direito público ou privado, constituídas sob as leis brasileiras e com sede e foro no País.

Parágrafo único. O funcionamento de autoridade certificadora independe do credenciamento previsto no art. 21 desta lei, sendo obrigatória apenas a comunicação, ao Poder Público, do início das atividades.

Capítulo II – Dos deveres e responsabilidades das autoridades certificadoras

Art. 18 As autoridades certificadoras deverão:

I – emitir certificados conforme o solicitado ou acordado com o titular das chaves criptográficas;

II – implementar sistemas de segurança adequados à criação, emissão e arquivamento de certificados digitais;

III – implementar sistemas de proteção adequados para impedir o uso indevido da informação fornecida pelo requerente de certificado digital;

IV – operar sistema de suspensão e revogação de certificados, procedendo à imediata publicação nas hipóteses previstas nesta lei;

V – tornar disponível, em tempo real e mediante acesso eletrônico remoto, lista de certificados emitidos, suspensos e revogados;

VI – manter quadro técnico qualificado;

VII - solicitar do requerente de certificado digital somente as informações necessárias para sua identificação e emissão do certificado;

VIII – manter confidencialidade sobre todas as informações obtidas do titular que não constem do certificado;

IX – exercer as atividades de emissão, suspensão e revogação de certificados dentro dos limites do território brasileiro.

§ 1º Os dados pessoais não serão usados para outra finalidade que não a de certificação, salvo se consentido expressamente pelo requerente, por cláusula em destaque, que não esteja vinculada à realização da certificação.

§ 2º A quebra da confidencialidade das informações de que trata o inciso VIII do *caput* deste artigo, quando determinada pelo Poder Judiciário, respeitará os mesmos procedimentos previstos em lei para a quebra do sigilo bancário.

Art. 19 A autoridade certificadora é responsável civilmente pelos danos sofridos pelo titular do certificado e por terceiros, decorrentes da falsidade dos certificados por ela emitidos ou do descumprimento das obrigações previstas no art. 18.

Art. 20 O registro de certificado expedido por uma autoridade certificadora deve ser por ela conservado até o término do prazo exigido pela lei que regular o negócio jurídico associado ao certificado, não inferior, em qualquer caso, a vinte anos.

§ 1º No caso de pretender cessar voluntariamente a sua atividade ou tiver a falência decretada, a autoridade certificadora deverá providenciar a revogação dos certificados por ela emitidos, comunicando o fato, em até trinta dias, aos titulares e à autoridade credenciadora.

§ 2º No caso de revogação, referida no § 1º deste artigo, dos certificados emitidos por autoridade certificadora credenciada, a guarda da

respectiva documentação será de responsabilidade da autoridade credenciadora.

Capítulo III – Do credenciamento voluntário

Art. 21 Poderão ser credenciadas pela autoridade competente, mediante requerimento, as autoridades certificadoras que preencham os seguintes requisitos, conforme a regulamentação desta lei:

I - capacitação técnica para prestar os serviços de certificação, nos termos definidos nesta lei;

II – recursos de segurança física e lógica compatíveis com a atividade de certificação;

III - capacidade patrimonial adequada à atividade de certificação, ou manutenção de contrato de seguro suficiente para cobertura da responsabilidade civil decorrente da atividade de certificação;

IV - integridade e independência no exercício da atividade de certificação;

V – garantia da qualidade das informações transmitidas aos requerentes, quanto ao uso e procedimentos de segurança dos sistemas utilizados;

VI – submeter-se ao cumprimento das diretrizes, normas técnicas e práticas operacionais instituídas pela autoridade credenciadora.

§ 1º O credenciamento da autoridade certificadora importa na emissão do respectivo certificado pela autoridade certificadora raiz ou autoridade a esta vinculada.

§ 2º A autoridade certificadora raiz, primeira autoridade da cadeia de certificação, terá suas atribuições definidas na regulamentação desta lei, sendo-lhe vedada a emissão de certificados para o usuário final.

§ 3º A autoridade credenciadora procederá, a título provisório, ao credenciamento de autoridades certificadoras sem a emissão do certificado de que trata o § 1º deste artigo, até que a autoridade certificadora raiz tenha comprovadamente inserido seu certificado raiz nos programas de

computador, máquinas e equipamentos de acesso à Internet, de modo a preservar a interoperabilidade dos certificados emitidos pelas autoridades certificadoras credenciadas.

Art. 22 Às autoridades certificadoras credenciadas será atribuído um sinal gráfico, atestando que atendem aos requisitos previstos no art. 21.

Parágrafo único. O credenciamento permitirá à autoridade certificadora utilizar, com exclusividade, o sinal previsto no *caput* deste artigo, bem como a designação de "autoridade certificadora credenciada".

Art. 23 O credenciamento será revogado, sem prejuízo de outras sanções aplicáveis na forma desta lei, nos casos em que:

I – for obtido por meio de declaração falsa ou expediente ilícito;

II – deixar de se verificar algum dos requisitos previstos no art. 21;

III – deixar a autoridade certificadora de exercer suas atividades por período superior a doze meses;

IV – ocorrerem irregularidades insanáveis na administração, organização ou no exercício das atividades da autoridade certificadora;

V – forem praticados atos ilícitos ou que coloquem em perigo a confiança do público na certificação.

§ 1º A revogação compete à autoridade credenciadora, em decisão fundamentada, devendo a autoridade certificadora ser notificada no prazo de sete dias úteis.

§ 2º A autoridade credenciadora dará ampla publicidade à decisão.

Art. 24 Lei disporá sobre a criação de autoridade credenciadora, a quem caberá designar autoridade certificadora raiz, credenciar e proceder à fiscalização das autoridades certificadoras credenciadas, bem como executar atividades correlatas.

TÍTULO V DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Capítulo I – Da contratação no âmbito do comércio eletrônico

Art. 25 A oferta de bens, serviços e informações não está sujeita a qualquer tipo de autorização prévia pelo simples fato de ser realizada por meio eletrônico.

Art. 26 Sem prejuízo das disposições do Código Civil, a manifestação de vontade das partes contratantes, nos contratos celebrados por meio eletrônico, dar-se-á no momento em que o destinatário da oferta enviar documento eletrônico manifestando, de forma inequívoca, a sua aceitação das condições ofertadas.

§ 1º A proposta de contrato por meio eletrônico obriga o proponente quando enviada por ele próprio ou por sistema de informação por ele programado para operar automaticamente.

§ 2º A manifestação de vontade a que se refere o *caput* deste artigo será processada mediante troca de documentos eletrônicos, observado o disposto nos arts. 27 a 29 desta lei.

Art. 27 O documento eletrônico considera-se enviado pelo remetente e recebido pelo destinatário se for transmitido para o endereço eletrônico definido por acordo das partes e neste for recebido.

Art. 28 A expedição do documento eletrônico equivale:

I – à remessa por via postal registrada, se assinado de acordo com os requisitos desta lei, por meio que assegure sua efetiva recepção; e

II - à remessa por via postal registrada e com aviso de recebimento, se a recepção for comprovada por mensagem de confirmação dirigida ao remetente e por este recebida.

Art. 29 Para os fins do comércio eletrônico, a fatura, a duplicata e demais documentos comerciais, quando emitidos eletronicamente, obedecerão ao disposto na legislação comercial vigente.

Capítulo II - Da proteção e defesa do consumidor no âmbito do comércio eletrônico

Art. 30 Aplicam-se ao comércio eletrônico as normas de defesa e proteção do consumidor vigentes no País.

Art. 31 A oferta de bens, serviços ou informações por meio eletrônico deve ser realizada em ambiente seguro, devidamente certificado, e deve conter claras e inequívocas informações sobre:

I – nome ou razão social do ofertante;

II – número de inscrição do ofertante no respectivo cadastro geral do Ministério da Fazenda e, em se tratando de serviço sujeito a regime de profissão regulamentada, o número de inscrição no órgão fiscalizador ou regulamentador;

III – domicílio ou sede do ofertante;

IV – identificação e sede do provedor de serviços de armazenamento de dados;

V – número de telefone e endereço eletrônico para contato com o ofertante, bem como instruções precisas para o exercício do direito de arrependimento;

VI – tratamento e armazenamento, pelo ofertante, do contrato ou das informações fornecidas pelo destinatário da oferta;

VII – instruções para arquivamento do contrato eletrônico pelo aceitante, bem como para sua recuperação em caso de necessidade; e

VIII – sistemas de segurança empregados na operação.

Art. 32 Para o cumprimento dos procedimentos e prazos previstos na legislação de proteção e defesa do consumidor, os adquirentes de bens, serviços e informações por meio eletrônico poderão se utilizar da mesma

via de comunicação adotada na contratação para efetivar notificações e intimações extra-judiciais.

§ 1º Para os fins do disposto no *caput* deste artigo, os ofertantes deverão, no próprio espaço que serviu para o oferecimento de bens, serviços e informações, colocar à disposição dos consumidores área específica, de fácil identificação, que permita o armazenamento das notificações ou intimações, com a respectiva data de envio, para efeito de comprovação.

§ 2º O ofertante deverá transmitir uma resposta automática aos pedidos, mensagens, notificações e intimações que lhe forem enviados eletronicamente, comprovando o recebimento.

Capítulo III – Da solicitação e uso das informações privadas

Art. 33 O ofertante somente poderá solicitar do consumidor informações de caráter privado necessárias à efetivação do negócio oferecido, devendo mantê-las em sigilo, salvo se prévia e expressamente autorizado pelo respectivo titular a divulgá-las ou cedê-las.

§ 1º A autorização de que trata o *caput* deste artigo constará em destaque, não podendo estar vinculada à aceitação do negócio.

§ 2º Sem prejuízo de sanção penal, responde por perdas e danos o ofertante que solicitar, divulgar ou ceder informações em violação ao disposto neste artigo.

Capítulo IV – Das obrigações e responsabilidades dos provedores

Art. 34 Os provedores de acesso que assegurem a troca de documentos eletrônicos não podem tomar conhecimento de seu conteúdo, nem duplicá-los por qualquer meio ou ceder a terceiros qualquer informação, ainda que resumida ou por extrato, sobre a existência ou sobre o conteúdo desses documentos, salvo por indicação expressa do seu remetente.

§ 1º Igual sigilo recai sobre as informações que não se destinem ao conhecimento público armazenadas no provedor de serviços de armazenamento de dados.

§ 2º Somente mediante ordem do Poder Judiciário poderá o provedor dar acesso às informações acima referidas, sendo que as mesmas deverão ser mantidas, pelo respectivo juízo, em segredo de justiça.

Art. 35 O provedor que forneça serviços de conexão ou de transmissão de informações, ao ofertante ou ao adquirente, não será responsável pelo conteúdo das informações transmitidas.

Art. 36 O provedor que forneça ao ofertante serviço de armazenamento de arquivos e sistemas necessários para operacionalizar a oferta eletrônica de bens, serviços ou informações não será responsável pelo seu conteúdo, salvo, em ação regressiva do ofertante, se:

I – deixou de atualizar as informações objeto da oferta, tendo o ofertante tomado as medidas adequadas para efetivar as atualizações, conforme instruções do próprio provedor; ou

II – deixou de arquivar as informações ou, tendo-as arquivado, foram elas destruídas ou modificadas, tendo o ofertante tomado as medidas adequadas para seu arquivamento, segundo parâmetros estabelecidos pelo provedor.

Art. 37 O provedor que forneça serviços de conexão ou de transmissão de informações, ao ofertante ou ao adquirente, não será obrigado a vigiar ou fiscalizar o conteúdo das informações transmitidas.

Art. 38 Responde civilmente por perdas e danos, e penalmente por co-autoria do delito praticado, o provedor de serviço de armazenamento de arquivos que, tendo conhecimento inequívoco de que a oferta de bens, serviços ou informações constitui crime ou contravenção penal, deixar de promover sua imediata suspensão ou interrupção de acesso por destinatários, competindo-lhe notificar, eletronicamente ou não, o ofertante, da medida adotada.

TÍTULO VI DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 39 As infrações às normas estabelecidas nos Títulos II, III e IV desta lei, independente das sanções de natureza penal e reparação

de danos que causarem, sujeitam a autoridade infratora à penalidade de multa de dez mil reais a um milhão de reais cominada, no caso de autoridade credenciada, à suspensão de credenciamento ou à sua revogação.

§ 1º As sanções estabelecidas neste artigo serão aplicadas pela autoridade credenciadora, considerando-se a gravidade da infração, vantagem auferida, capacidade econômica, e eventual reincidência.

§ 2º A pena de suspensão poderá ser imposta por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

TÍTULO VII DAS SANÇÕES PENAIS

Art. 40 A quebra de sigilo das informações de que trata o inciso VIII do art. 18 e os arts. 33 e 34 desta lei constitui crime e sujeita os responsáveis à pena de reclusão, de um a quatro anos.

Art. 41 Equipara-se ao crime de falsificação de papéis públicos, sujeitando-se às penas do art. 293 do Código Penal, a falsificação, com fabricação ou alteração, de certificado digital de ente público.

Parágrafo único. Incorre na mesma pena de crime de falsificação de papéis públicos quem utilizar certificado digital público falsificado.

Art. 42 Equipara-se ao crime de falsificação de documento público, sujeitando-se às penas previstas no art. 297 do Código Penal, a falsificação, no todo ou em parte, de documento eletrônico público, ou a alteração de documento eletrônico público verdadeiro.

Parágrafo único. Se o agente é funcionário público, e comete o crime prevalecendo-se do cargo, aplica-se o disposto no § 1º do art. 297 do Código Penal.

Art. 43 Equipara-se ao crime de falsidade de documento particular, sujeitando-se às penas do art. 298 do Código Penal, a falsificação, no todo ou em parte, de certificado ou documento eletrônico particular, ou alteração de certificado ou documento eletrônico particular verdadeiro.

Art. 44 Equipara-se ao crime de falsidade ideológica, sujeitando-se às penas do art. 299 do Código Penal, a omissão, em documento ou certificado eletrônico público ou particular, de declaração que dele devia constar, ou a inserção ou fazer com que se efetue inserção, de declaração falsa ou diversa da que devia ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre fato juridicamente relevante.

Parágrafo único. Se o agente é funcionário público, e comete o crime prevalecendo-se do cargo, aplica-se o disposto no parágrafo único do art. 299 do Código Penal.

Art. 45 Equipara-se ao crime de supressão de documento, sujeitando-se às penas do art. 305 do Código Penal, a destruição, supressão ou ocultação, em benefício próprio ou de outrem, de documento eletrônico público ou particular verdadeiro, de que não se poderia dispor.

Art. 46 Equipara-se ao crime de extravio, sonegação ou inutilização de documento, sujeitando-se às penas previstas no art. 314 do Código Penal, o extravio de qualquer documento eletrônico, de que se tem a guarda em razão do cargo, ou sua sonegação ou inutilização, total ou parcial.

TÍTULO VIII DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 47 As certificações estrangeiras de assinaturas digitais terão o mesmo valor jurídico das expedidas no País, desde que a autoridade certificadora esteja sediada e seja devidamente reconhecida em país signatário de acordos internacionais relativos ao reconhecimento jurídico daqueles certificados, dos quais seja parte o Brasil.

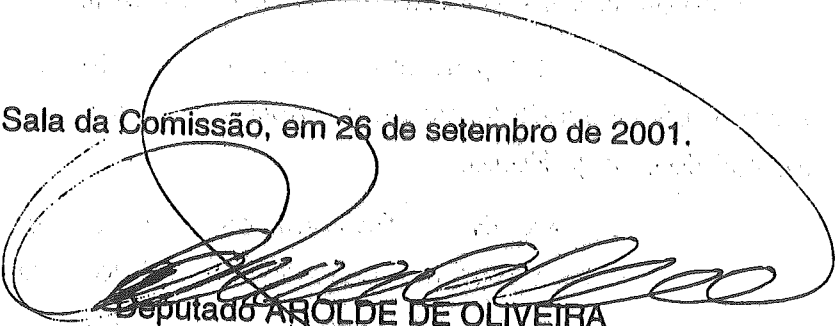
Art. 48 Para a solução de litígios de matérias objeto desta lei poderá ser empregado sistema de arbitragem, obedecidos os parâmetros da Lei nº 9.037, de 23 de setembro de 1996, dispensada a obrigação decretada no § 2º de seu art. 4º, devendo, entretanto, efetivar-se destacadamente a contratação eletrônica da cláusula compromissória.

TÍTULO IX DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 49 O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de noventa dias.

Art. 50 Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 26 de setembro de 2001.



Deputado AROLDE DE OLIVEIRA
Presidente



Deputado JULIO SEMECHINI
Relator

PROJETO DE LEI N.º 2.367, DE 2011

(Do Sr. Nelson Bornier)

Torna obrigatório em todo território nacional para as pessoas jurídicas que comercializem produtos ou serviços pela Internet a informar seu número no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, Inscrição Estadual/Municipal, endereço e telefone de suas instalações físicas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-104/2011.

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2011
(Do Sr. Nelson Bornier)

Torna obrigatório em todo território nacional para as pessoas jurídicas que comercializem produtos ou serviços pela Internet a informar seu número no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, Inscrição Estadual/Municipal, endereço e telefone de suas instalações físicas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As pessoas jurídicas brasileiras que comercializem produtos ou serviços pela Internet ficam obrigadas a informar, em seu sítio eletrônico, de modo claro e destacado, as seguintes informações:

- I - seu número no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;
- II – endereço completo de suas instalações físicas, inclusive o CEP;
- III – número de telefone fixo para contato;
- IV – número da inscrição estadual ou municipal;

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

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

JUSTIFICAÇÃO

O mundo virtual tem sido utilizado por fornecedores inidôneos ou desonestos para aplicar golpes nos potenciais clientes, seja descumprindo a oferta apresentada, com a entrega de material de má qualidade, seja deixando de entregar o produto vendido. A volatilidade das informações, a falta de registro físico das condições de venda ou da

descrição do produto torna a Internet instrumento para oportunistas e desonestos aplicarem os mais diversos tipos de golpes.

A apresentação no sítio eletrônico apenas do nome de fantasia e de informações meramente virtuais – como o endereço eletrônico e o nome do *site* – ou o número de um telefone celular, impede ou dificulta ao extremo a apresentação de uma reclamação ou a exigência do cumprimento da oferta divulgada, quando se trata com estelionatários.

Da mesma forma, fica inviabilizada a apresentação de queixa aos órgãos de defesa do consumidor e a demanda judicial, porquanto não se conhece o nome da pessoa jurídica ou seu endereço, para convocar, citar ou intimar.

Esse é motivo pelo qual estamos propondo a obrigatoriedade de constar no sítio eletrônico, além do número no CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), inscrição estadual ou municipal, o endereço e o telefone fixo das instalações do fornecedor, para que ele possa ser encontrado e compelido a cumprir com suas obrigações com o consumidor.

A obrigação de o fornecedor informar seus dados em seu *site* da Internet é uma providência que, além de respaldar o consumidor em suas compras, irá ajudar a separar os bons dos maus comerciantes, afastando aqueles que pretendem enganar e lucrar com o anonimato propiciado pelo mundo virtual.

A informação dos dados do fornecedor é de suma importância para o consumidor não só confirmar a idoneidade do fornecedor como para exercer seus direitos já consagrados pela legislação consumerista. O CNPJ, por exemplo, é parâmetro indispensável para eventual consulta junta à Receita Federal.

Por tudo isso, pedimos aos nobres pares o apoio necessário à aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em de setembro de 2011.

NELSON BORNIER
Deputado Federal – PMDB/RJ

**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.

.....
.....

**PROJETO DE LEI N.º 3.200, DE 2012
(Do Sr. Marcos Rogério)**

Altera a Lei nº 8.078, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá
outras providências

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-104/2011.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2012
(Do Sr. Marcos Rogério)

Altera a Lei nº 8.078, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para obrigar a prestação de informações ao consumidor, na oferta de produtos ou serviços pela rede mundial de computadores (Internet).

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os arts. 33 e 34 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passam a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 33.

Parágrafo único. Se a oferta de produtos ou serviços tiver como veículo a rede mundial de computadores (Internet), o fornecedor fica obrigado a apresentar, em seu sítio eletrônico, com o devido destaque, as seguintes informações:

I – razão social da empresa ou o nome completo, se pessoa física;

II - número no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou no Cadastro de Pessoa Física (CPF);

III – endereço completo de suas instalações físicas, com o respectivo Código de Endereçamento Postal (CEP);

IV – número de telefone fixo.” (NR)

“Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos, bem como dos de terceiros que comercializam suas marcas por intermédio da rede mundial de computadores (Internet).” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor após decorridos 60 (sessenta) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

O comércio eletrônico de mercadorias e serviços ganhou uma dimensão inimaginável quando de sua criação. As facilidades que a rede internacional de computadores (Internet) introduziu na pesquisa e acesso aos produtos e fornecedores vieram efetivamente romper as barreiras físicas ao comércio. Basta dispor de um computador conectado à rede para demandar informações, realizar pedidos e efetuar pagamentos, não importam a distância, a nacionalidade do fornecedor e até o horário da compra. Todo o processamento é automático e rápido.

Entretanto, essa extrema facilidade trouxe também problemas sérios para o consumidor, sendo o mais grave deles a possibilidade de que o ambiente virtual seja utilizado por pessoas inescrupulosas para a prática de golpes. As escassas exigências para o registro de um domínio na Internet permitem a oferta de produtos e serviços por quem não dispõe do devido lastro de bens físicos para cumprir com os pedidos dos consumidores. Igualmente, a facilidade de mudar as informações da página eletrônica impossibilita ao consumidor comprovar os termos da oferta que lhe foi apresentada no ato da compra. Dessas circunstâncias têm-se aproveitado maus fornecedores e golpistas para prejudicar os consumidores, com ofertas ardilosas, lesando-os seja com a não entrega dos produtos, seja atrasando as entregas seja entregando mercadorias de má qualidade ou em desacordo com o pedido.

Ao buscar o exercício de seus direitos, o consumidor defronta-se com a dificuldade para encontrar os verdadeiros responsáveis, uma vez que as páginas eletrônicas não informam a sede e endereço do fornecedor nem um número de telefone que permita um contato fora do ambiente virtual.

Assim, se retirada a página eletrônica da internet, praticamente não há como localizar e responsabilizar os infratores.

O presente projeto de lei tem o objetivo de obrigar a aposição, no sítio eletrônico, de informações relativas à titularidade da empresa ou pessoa física, o endereço de suas instalações e um meio de comunicação fora da Internet, com o que se pretende viabilizar a comunicação direta com os fornecedores.

Assim será possível solucionar pendências e demandas dos consumidores, negociar reparações, aplicar penalidades e, nos casos previstos na lei consumerista, abrir processo penal contra os infratores.

Além disso, propõe-se também a responsabilização solidária do fornecedor pelos atos de terceiros que comercializam suas marcas na Internet, uma vez que a terceirização de vendas tem sido uma forma ardilosa de escapar às responsabilidades perante o consumidor.

Pelo exposto, demandamos aos nobres Pares o devido apoio e contribuição para transformar em norma legal a presente proposição, que consideramos de interesse para a proteção e defesa do consumidor.

Sala das Sessões, em 14 de fevereiro de 2012.

Deputado MARCOS ROGÉRIO

**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. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#))

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

PROJETO DE LEI N.º 3.607, DE 2012
(Do Sr. Romero Rodrigues)

Acrescenta o art. 48-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências".

NOVO DESPACHO:

DEVIDO AO ARQUIVAMENTO DO PL 4906/2001 NOS TERMOS DO ART. 105 DO RICD, DESAPENSE-SE DO PL 4906/2001 O PL 3607/2012, O PL 4348/2012, O PL 5179/2013, O PL 3514/2015, O PL 8220/2017, O PL 9619/2018 E O PL 10535/2018, E, EM SEGUIDA, APENSE-OS AO PL 104/2011.



PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2012
(Do Sr. Romero Rodrigues)

Acrescenta o art. 48-A à Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º. Esta Lei acrescenta o art. 48-A à Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, a fim de dispor sobre a obrigatoriedade de envio ao consumidor do contrato celebrado através de telefone, meio eletrônico ou outros meios não presenciais, em até 15 dias úteis.

Art. 2.º. A Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte art. 48-A:

“Art. 48-A. Nos contratos celebrados através de telefone, meio eletrônico ou outros meios não presenciais, o fornecedor do produto ou serviço deve encaminhar uma via do conteúdo contratual ou a nota fiscal para o consumidor em até 15 dias úteis.

Parágrafo único. Os documentos previstos neste artigo poderão ser encaminhados por via postal ou por meio eletrônico, à escolha do consumidor.”

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

JUSTIFICAÇÃO



A motivação precípua do presente projeto de lei deriva do crescimento exponencial em nosso país dos contratos de compra e venda e de prestação de serviços celebrados pela via telefônica ou por meio eletrônico.

A questão que se põe, e que precisamos enfrentar, é que tal crescimento veio acompanhado de um equivalente aumento do número de reclamações sobre esse tipo de comércio nos órgãos de defesa do consumidor.

É sabido que grande parte dessas reclamações baseiam-se em discordâncias sobre o que foi ofertado e acordado no contato entre as partes, ou seja, sobre as cláusulas do contrato.

Assim, buscando ajudar na solução de tais problemas, apresentamos esse projeto que acrescenta dispositivo ao Código de Defesa do Consumidor, tornando obrigatório para os fornecedores de produtos ou serviços o envio ao consumidor de nota fiscal ou do contrato efetuado através de telefone, meio eletrônico ou outros meios não presenciais, em até 15 dias úteis a partir de sua celebração.

Dispõe, ainda que tal encaminhamento poderá ocorrer por via postal ou por meio eletrônico, à escolha do consumidor.

Assim, entendendo que a alteração proposta na presente proposição será de grande valia na proteção dos direitos dos consumidores, esperamos o apoio dos nossos ilustres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2012

Deputado **ROMERO RODRIGUES**
PSDB/PB

**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 VI
DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

Seção I
Disposições Gerais

.....
Art. 48. As declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica, nos termos do art. 84 e parágrafos.

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

PROJETO DE LEI N.º 4.189, DE 2012
(Da Sra. Iracema Portella)

Dispõe sobre a oferta de produto ou serviço a consumidor, mediante utilização de sítio na rede mundial de computadores.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-104/2011.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº , DE 2012

(Da Sra. IRACEMA PORTELLA)

Dispõe sobre a oferta de produto ou serviço a consumidor, mediante utilização de sítio na rede mundial de computadores.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A oferta a consumidor de produto ou serviço mediante utilização de sítio na rede mundial de computadores sujeita-se às normas estabelecidas nesta lei.

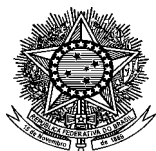
Art. 2º A oferta, referida no artigo anterior, deve identificar de forma clara seu veiculador, o gestor de pagamentos e o fornecedor do produto ou serviço, bem como deve conter, no mínimo, as seguintes informações em caracteres ostensivos e legíveis a respeito de cada um deles:

I – nome empresarial;

II – endereço do estabelecimento sede;

III – número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

IV – número telefônico e endereço eletrônico do Serviço de Atendimento ao Consumidor.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Art. 3º A infração dos dispositivos desta lei, sujeita o veiculador da oferta ou o fornecedor de produto ou serviço às sanções previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 1990, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei.

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

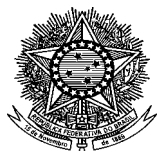
JUSTIFICAÇÃO

A rede mundial de computadores tem sido intensivamente utilizada para ofertar produtos e serviços aos consumidores. A adesão do setor financeiro e de milhares de empresas de varejo ao sistema de vendas pela Internet tornou o comércio eletrônico altamente relevante para o mercado de consumo. Portanto, sua regulamentação é essencial para a efetiva proteção dos direitos do consumidor.

Esta proposição destina-se a eliminar um método malicioso que tem sido bastante utilizado no comércio eletrônico para impedir o consumidor de exigir seus direitos em juízo; trata-se de esconder a identidade do fornecedor. Em um grande número de sítios, o fornecedor identifica-se unicamente pelo nome de fantasia e omite seu nome empresarial e o endereço do estabelecimento.

Desse modo, o consumidor fica impedido de recorrer a um órgão de defesa ou ao judiciário, haja vista que a citação judicial requer a informação do nome e do endereço do fornecedor. Em nosso entendimento, esse procedimento irresponsável é incentivado pela falta de regulamentação do comércio eletrônico e pela falta de punição a esse tipo de conduta.

Devemos considerar que a oferta de produtos e serviços pela internet, em geral, não envolve apenas um fornecedor. Em muitos casos, o responsável pelo sítio é apenas o veiculador da oferta de outro fornecedor e uma terceira empresa é responsável pela liquidação financeira da transação.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Por esse motivo, visando proporcionar uma efetiva proteção ao consumidor contra qualquer tipo de abuso a seus direitos, estendemos a obrigação de divulgar nome empresarial e endereço a todos os que participarem da cadeia de fornecimento no comércio eletrônico, bem como estabelecemos punição aos infratores da norma.

Por fim, estabelecemos a obrigação de o fornecedor divulgar, no sítio da internet, um número de telefone destinado ao atendimento direto ao consumidor, pois trata-se de uma alternativa que pode beneficiá-lo, sempre que houver qualquer problema relativo aos computadores do fornecedor, ou sempre que julgar mais conveniente uma comunicação verbal.

Pelas razões apontadas acima, solicitamos o imprescindível apoio dos ilustres Pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em de de 2012

Deputada IRACEMA PORTELLA (PP-PI)

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 VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.348, DE 2012

(Do Sr. Carlos Magno)

Altera a redação do art. 49 e acrescenta o art. 49-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para estabelecer a obrigatoriedade de divulgação de meios de contato com os órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e a obrigatoriedade de divulgação da íntegra do Código de Defesa do Consumidor nas páginas de estabelecimentos que prestam serviços de comércio eletrônico via internet.

NOVO DESPACHO:

DEVIDO AO ARQUIVAMENTO DO PL 4906/2001 NOS TERMOS DO ART. 105 DO RICD, DESAPENSE-SE DO PL 4906/2001 O PL 3607/2012, O PL 4348/2012, O PL 5179/2013, O PL 3514/2015, O PL 8220/2017, O PL 9619/2018 E O PL 10535/2018, E, EM SEGUIDA, APENSE-OS AO PL 104/2011.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2012

(Do Sr. Carlos Magno)

Altera a redação do art. 49 e acrescenta o art. 49-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para estabelecer a obrigatoriedade de divulgação de meios de contato com os órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e a obrigatoriedade de divulgação da íntegra do Código de Defesa do Consumidor nas páginas de estabelecimentos que prestam serviços de comércio eletrônico via internet.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a redação do art. 49 e acrescenta o art. 49-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para estabelecer a obrigatoriedade de divulgação de meios de contato com os órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e a obrigatoriedade de divulgação da íntegra do Código de Defesa do Consumidor nas páginas de estabelecimentos que prestam serviços de comércio eletrônico via internet.

Art. 2º O art. 49 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente a domicílio, por telefone, por meios de comunicação eletrônica de massa, pela internet ou por qualquer outra forma de comunicação à distância. (NR).”

Art. 3º Acrescente-se à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, o parágrafo 49-A, com a seguinte redação:

“Art. 49-A. Os estabelecimentos que prestam serviços de comércio eletrônico via internet deverão ofertar a seus usuários as seguintes facilidades:

I – informações precisas e abrangentes sobre os produtos e serviços oferecidos, suas condições de aquisição, quantidade disponível em estoque e prazo previsto de entrega;

II – link, disponível de maneira clara e ostensiva em sua página principal e em todas as demais páginas secundárias, que direcione o usuário para página de informações que contenha meios de contato com os órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor de todo o País, incluindo todos os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais de defesa do consumidor;

III – página, acessível a partir da sua página principal e de todas as suas páginas secundárias, contendo a íntegra do Código de Defesa do Consumidor;

IV – link, disponível de maneira clara e ostensiva em sua página principal e em todas as demais páginas secundárias, que direcione o usuário para página de informações que contenha as formas de acessar o serviço de atendimento ao consumidor ofertado pelo estabelecimento, caso exista. (AC).”

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

JUSTIFICAÇÃO

O comércio eletrônico vem crescendo com uma velocidade impressionante no Brasil, tornando-se um setor bastante pujante da economia e contribuindo para o crescimento econômico do País. Estimativas do setor dão conta de que o faturamento anual do comércio eletrônico no Brasil em 2011 foi da casa de 18,7 bilhões, representando um aumento de 26% em relação ao ano anteriorⁱ. De fato, há nesta forma de comércio uma série de benefícios ao consumidor que justificam esse crescimento – o maior deles por certo a

comodidade de poder adquirir produtos e serviços no conforto de casa, sem precisar se locomover a um estabelecimento comercial tradicional.

Contudo, esta facilidade gera também uma vulnerabilidade ainda maior ao consumidor, na medida em que o seu afastamento do vendedor pode contribuir para uma maior assimetria de informação entre os atores da relação de consumo. Há muito tempo, no início da década de 90, quando a internet sequer existia e as compras a distância se resumiam primordialmente à utilização dos correios e do telefone, o legislador já antevia uma necessidade de proteção adicional ao consumidor que faz uso de compras à distância. Exatamente por isso, o Código de Defesa do Consumidor traz já há muito tempo regras específicas, com proteções adicionais ao consumidor que faz uso das facilidades de compras não presenciais.

Com o advento da internet e o crescimento do comércio eletrônico, entendemos ser necessária uma revisão do Código de Defesa do Consumidor, de modo a gerar um ambiente de consumo mais equânime e saudável. Nosso objetivo é aproximar ao máximo a proteção que se dá aos consumidores quando realiza uma transação no comércio eletrônico com aquelas que já lhes são disponibilizadas no comércio tradicional. Desse modo, apresentamos o presente projeto de lei, que altera a redação do art. 49 e acrescenta o art. 49-A à Lei nº 8.078, de 1990, com o objetivo de melhor informar o consumidor acerca dos seus direitos.

Assim, com a certeza da conveniência e oportunidade do presente projeto de lei, conclamo o apoio dos nobres pares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2012.

Deputado Carlos Magno

2012_15096.docx

ⁱ Fonte eBit. Não considera vendas de automóveis, passagens aéreas e leilões on-line.

**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 VI
DA PROTEÇÃO CONTRATUAL**

**Seção I
Disposições Gerais**

.....
Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

.....
.....

**PROJETO DE LEI N.º 4.509, DE 2012
(Do Sr. Wellington Fagundes)**

Dispõe sobre a disponibilização de informações em sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-104/2011.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2012

(Do Sr. Wellington Fagundes)

Dispõe sobre a disponibilização de informações em sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a disponibilização de informações em sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet.

Art. 2º As pessoas físicas ou jurídicas legalmente representadas ou estabelecidas no Brasil que administrem sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet, nas quais haja a comercialização de bens e serviços, deverão disponibilizar, em destaque, as seguintes informações:

I – número de inscrição junto ao Ministério da Fazenda do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) ou do Cadastro de Pessoa Física (CPF), conforme o caso;

II – endereço postal completo da sede, loja, depósito ou local onde seus produtos, no todo ou em parte, são expostos ou armazenados para entrega, com indicação do Código de Endereçamento Postal (CEP);

III – número de telefone fixo para contato;

IV – número do serviço de atendimento ao consumidor por meio telefônico, caso exista;

V – informações sobre os termos de uso do serviço, quando for o caso;

VI – informações sobre a pessoa física ou jurídica responsável pela entrega dos produtos adquiridos, com seus respectivos número de telefone fixo para contato e número do serviço de atendimento ao consumidor por meio telefônico, caso este último exista;

VII – informações sobre as pessoas físicas ou jurídicas responsáveis pela criação e manutenção dos sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de internet.

§ 1º As informações previstas neste artigo deverão estar disponíveis no rodapé de todas as páginas dos sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet, de acordo com padrões estabelecidos em regulamento.

§ 2º As pessoas físicas ou jurídicas legalmente representadas ou estabelecidas no Brasil que administrem sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet, nas quais não haja a comercialização de bens e serviços e que tenham domínios de internet registrados nas categorias sob o .br poderão, alternativamente, disponibilizar as informações previstas no art. 2º ou indicar ponteiro para o sistema *whois* ou similar mantido pela autoridade responsável pelo registro de domínios para a internet no Brasil.

Art. 3º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita os infratores ao pagamento de multa de R\$ 1.000,00 (mil reais), aplicável em triplo no caso de reincidência, sem prejuízo das penalidades dispostas na legislação de defesa do consumidor.

§ 1º Respondem solidariamente pelo descumprimento dos termos desta Lei as pessoas físicas ou jurídicas legalmente representadas ou estabelecidas no Brasil que administrem sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet e as pessoas físicas ou jurídicas responsáveis pela sua criação e manutenção.

§ 2º A fiscalização, a abertura de processo administrativo e a aplicação das sanções previstas nesta Lei ficará a cargo, preferencialmente, dos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) previstos no art. 105 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro

de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”.

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

JUSTIFICAÇÃO

O princípio da informação do consumidor é basilar das relações de consumo. Via de regra, uma sociedade que é capaz de estabelecer os mecanismos de fluxo de comunicação necessários à disponibilização de informações amplas e irrestritas a seus consumidores é uma sociedade moderna, na qual a competição entre os fornecedores é mais acirrada e na qual os direitos dos consumidores tendem a ser respeitados.

Exatamente por isso, a legislação de defesa do consumidor brasileira – conhecida internacionalmente por sua efetividade e modernidade – tem privilegiado o princípio da informação. Em todas as peças legais que compõem essa legislação, com destaque para o Código de Defesa do Consumidor, há diversos preceitos que têm como objetivo reduzir a assimetria de informação entre fornecedores e consumidores.

Contudo, com o crescimento do comércio à distância, sobretudo via internet, esse princípio da informação tem se enfraquecido consideravelmente. Em toda relação à distância, o consumidor já é, por definição, ainda mais hipossuficiente, já que lhe falta a relação presencial com o fornecedor. Essa hipossuficiência é potencializada devido à carência de informações que hoje impera na maior parte dos sítios de comércio eletrônico em atuação no País. Muitas vezes, não é possível identificar sequer a razão social daquele que oferta serviços ou produtos à distância, o que dificulta sobremaneira a possibilidade de defesa do consumidor no caso de cometimento de abusos.

Por isso, apresentamos o presente projeto de lei, que dispõe sobre a disponibilização de informações em sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet. Caso aprovado o projeto, passará a ser obrigatória a disponibilização de informações como CNPJ ou CPF, endereço postal e telefone de contato em sítios eletrônicos, blogs, fóruns e demais aplicações de Internet, nas quais haja a comercialização de bens e serviços.

Assim, certos da conveniência e oportunidade da presente proposição, conclamamos o apoio dos nobres Pares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2012.

Deputado WELLINGTON FAGUNDES

**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 IV

DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Art. 105. Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor.

Art. 106. O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 5.179, DE 2013
(Do Sr. Major Fábio)

Obriga a devolução em dobro do valor pago por produto adquirido pela internet quando não entregue na data marcada.

NOVO DESPACHO:

DEVIDO AO ARQUIVAMENTO DO PL 4906/2001 NOS TERMOS DO ART. 105 DO RICD, DESAPENSE-SE DO PL 4906/2001 O PL 3607/2012, O PL 4348/2012, O PL 5179/2013, O PL 3514/2015, O PL 8220/2017, O PL 9619/2018 E O PL 10535/2018, E, EM SEGUIDA, APENSE-OS AO PL 104/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei obriga a devolução em dobro do valor pago por produto adquirido pela rede mundial de computadores – Internet – quando não entregue na data marcada.

Art. 2º O fornecedor de produtos ofertados pela Internet fica obrigado a restituir o valor pago em dobro quando não entregar o produto adquirido pelo consumidor até a data acordada no momento da compra.

§ 1º A devolução deverá ser feita em conta bancária

indicada pelo consumidor ou pelo envio de cheque nominal a ser entregue ao consumidor no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis em qualquer dos casos.

§ 2º O fornecedor é obrigado a manter o comprovante do pagamento da devolução pelo período de 5 (cinco) anos.

§ 3º O pagamento referido no caput não impede o consumidor de pedir em juízo indenização por danos morais.

Art. 3º Esta lei entra em vigor em 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O objetivo desta proposição é proteger o consumidor brasileiro dos maus fornecedores que utilizam a distância propiciada pelo comércio eletrônico para iludir o cliente e prometer toda a sorte de vantagens para vender seus produtos.

Sem falar dos casos extremos de entrega de embalagens vazias ou a simples não entrega de produtos por empresas fantasmas, fatos esses existentes e já tratados na legislação criminal, temos, infelizmente, sido testemunhas de outro tipo de desrespeito ao consumidor que é a entrega em atraso das mercadorias adquiridas.

O que ocorre é que muitos fornecedores tem comercializados produtos que não existem em seus estoques, fazendo a chamada venda por demanda. O problema é que, depois da venda, esses comerciantes não conseguem o produto vendido no prazo acordado com o cliente, gerando frustração e diversos tipos de problemas ao consumidor.

O fato é que o fornecedor, seja fabricante, comerciante ou importador, é obrigado a organizar seu negócio e cumprir com os compromissos comerciais firmados com seus clientes. Se não puder entregar o produto na data desejada pelo consumidor, que seja honesto e sincero e estipule uma data real para a entrega, ao invés de iludir o consumidor somente para não perder a venda.

Acreditamos que a proposição que oferecemos será uma boa forma de inibir as falsas promessas que são cada vez mais comuns no âmbito do comércio eletrônico.

Ante o exposto, pedimos aos nobres pares o apoio para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 20 de março de 2013

Deputado **MAJOR FÁBIO**
DEM/PB

PROJETO DE LEI N.º 6.557, DE 2013

(Do Sr. Simão Sessim)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para instituir a obrigação, para todos aqueles que comercializem produtos ou serviços pela Internet, de informar, em sua página principal, dados essenciais para a salvaguarda de direitos por parte do consumidor.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-104/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida das seguintes alterações:

“Art. 35-A. O fornecedor que comercialize produtos ou serviços por meio da Internet, diretamente ou através de terceiros coobrigados, deverá colocar em sua página principal, de forma que possam ser de imediato identificadas, as seguintes informações: razão social da empresa, número no Cadastro da Pessoa Jurídica (CNPJ), nome completo do sócio administrador ou do principal responsável e respectivo número do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), bem como o endereço físico da sede.

§ 1º A infração ao disposto no caput sujeita o fornecedor a multa no valor de R\$ 100,00 (cem reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), graduada de acordo com a capacidade financeira do infrator.

§ 2º O valor máximo da multa poderá ser triplicado, a critério da autoridade administrativa, ante a hipersuficiência econômica do infrator.

§ 3º No caso de persistência, serão aplicadas as penalidades previstas no art. 56, sem prejuízo da sanção prevista no art. 66 desta lei.”

“Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços, bem como deixar de cumprir a obrigação prevista no art. 35-A desta lei, ou fazê-lo com afirmação falsa, imprecisa ou enganosa.

.....” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e

oitenta) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

O objetivo principal deste projeto de lei é garantir ao consumidor a informação adequada a respeito do fornecedor de produtos e serviços pela Internet.

Dada a facilidade de registro e veiculação de ofertas de produtos e serviços, muitos fornecedores de má-fé utilizam a rede mundial de computadores para lesar consumidores em todo o Brasil.

Quando buscam a tutela do Estado, estes consumidores constatarem que desconhecem a real identidade do fornecedor, sua identificação fiscal e o endereço físico, dados que não constavam do site. À falta dessas informações, providências simples como a citação ou a notificação do demandado ficam inviabilizadas porquanto não se conhece a quem e aonde dirigir a comunicação.

Assim, vimos propor que os sites que comercializam produtos e serviços forneçam em suas páginas principais da Internet informações que os identifiquem adequadamente, perante os consumidores de seus produtos.

A necessidade de segurança certamente levará o consumidor a escolher apenas os sites que apresentarem a devida identificação, entretanto estabelecemos penalidades a serem aplicadas àqueles que infringirem a norma, para que se torne prática corrente e universal do comércio eletrônico.

Ante o exposto, solicitamos aos nossos Pares o devido apoio para o aperfeiçoamento e aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 10 de outubro de 2013.

Deputado Simão Sessim

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. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Seção III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

CAPÍTULO VII DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;

II - apreensão do produto;

III - inutilização do produto;

IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;

V - proibição de fabricação do produto;

VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;

VII - suspensão temporária de atividade;

VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;

IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;

X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI - intervenção administrativa;

XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. ([*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*](#))

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. ([*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*](#))

TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIAS

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposos;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (VETADO).

PROJETO DE LEI N.º 7.668, DE 2014

(Da Sra. Sandra Rosado)

Acrescenta dispositivo à Lei nº 8.078, de 1990, para obrigar a publicação do CNPJ ou CPF do fornecedor e do endereço para reclamação por parte do consumidor.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-104/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta parágrafo único ao art. 3º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, para obrigar a publicação do CNPJ ou CPF do fornecedor e do endereço para reclamação por parte do consumidor, na forma que especifica.

Art. 2º O art. 3º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

“Art.3º.....

Parágrafo único. Todo fornecedor é obrigado a publicar, por todos os meios de divulgação das atividades empresariais ou dos produtos ou serviços vendidos, os seguintes dados:

I – número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), do Poder Executivo;

II – em se tratando de fornecedor que atua sob a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), do Poder Executivo, o

número deste;

III – endereço dos estabelecimentos físicos em que atua, no território nacional e no exterior, onde podem ser recebidas reclamações quanto a produto ou serviço adquirido pelo consumidor.” (NR)

JUSTIFICAÇÃO

Parece que, com o advento da internet, cada vez menos terão os consumidores condições de encaminharem suas reclamações a um endereço, digamos, “real”.

Não pode ser assim, Senhores e Senhoras Parlamentares, e nós temos por obrigação adotar medidas preventivas e saneadoras para viabilizar, ao consumidor, meios para efetivamente manifestarem suas insatisfações, seus reclamos, e obterem a correção dos vícios e defeitos apresentados em produtos e serviços.

Uma das informações básicas de que o consumidor precisa dispor para exercer seus direitos é o número do CNPJ ou do CPF do fornecedor; a outra, o endereço para reclamações,

Tais informações devem estar sempre disponíveis nos meios de divulgação, sejam do produtor original, do importador, do atacadista ou do comerciante varejista, todas essas categorias abrangidas no conceito amplo de “fornecedor” adotado pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor – a Lei nº 8.078, de 1990.

De fato, o art. 3º desta lei assim dispõe:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Optamos, então, pela inclusão de parágrafo único a esse artigo, estabelecendo desde logo a obrigação de o fornecedor publicar, por todos os meios de divulgação do seu empreendimento (empresa e produtos ou serviços), o número de inscrição no cadastro oficial do Poder Executivo federal, assim como os endereços dos estabelecimentos físicos em que o consumidor poderá apresentar suas reclamações.

Acreditando ser medida de grande utilidade e mesmo de

impacto social relevante, contamos com o voto de apoio dos membros do Congresso Nacional, para aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 04 de junho de 2014.

Deputada Sandra Rosado

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.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

**CAPÍTULO II
DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO**

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: [“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995](#)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
 c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
 d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.514, DE 2015 **(Do Senado Federal)**

PLS nº 281/2012

Ofício nº 1609/2015 SF

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico, e o art. 9º do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais.

NOVO DESPACHO:

DEVIDO AO ARQUIVAMENTO DO PL 4906/2001 NOS TERMOS DO ART. 105 DO RICD, DESAPENSE-SE DO PL 4906/2001 O PL 3607/2012, O PL 4348/2012, O PL 5179/2013, O PL 3514/2015, O PL 8220/2017, O PL 9619/2018 E O PL 10535/2018, E, EM SEGUIDA, APENSE-OS AO PL 104/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 3º-A. As normas e os negócios jurídicos devem ser interpretados e integrados da maneira mais favorável ao consumidor.”

“Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida e a proteção do meio ambiente, bem como a transparência e a harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

II -

e) pelo incentivo a padrões de produção e consumo sustentáveis;

IX - promoção de padrões de produção e consumo sustentáveis, de forma a atender às necessidades das atuais gerações, permitindo melhores condições de vida e promovendo o desenvolvimento econômico e a inclusão social, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras.” (NR)

“Art. 5º

VI - conhecimento pelo Poder Judiciário, no âmbito do processo em curso e assegurado o contraditório, de violação a normas de defesa do consumidor;

VII - instituição de Câmaras de Conciliação das Relações de Consumo de Serviços Públicos, no âmbito da Advocacia Pública federal, estadual e municipal, garantida a efetiva participação do órgão de defesa do consumidor local.

.....” (NR)

“Art. 6º

XI - a privacidade e a segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico, assim como o acesso gratuito do consumidor a estes e a suas fontes;

XII - a liberdade de escolha, em especial frente a novas tecnologias e redes de dados, vedada qualquer forma de discriminação e assédio de consumo;

XIII - a informação ambiental veraz e útil, observados os requisitos da Política Nacional de Resíduos Sólidos, instituída pela Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010.

.....” (NR)

“Art. 10-A. As regras preventivas e precautórias dos arts. 8º, 9º e 10 deste Código aplicam-se aos riscos provenientes de impactos ambientais decorrentes de produtos e serviços colocados no mercado de consumo.”

“Art. 39.

XIV - ofertar produto ou serviço com potencial de impacto ambiental negativo sem tomar as devidas medidas preventivas e precautórias;

XV - cobrar tarifa de cadastro e de abertura de crédito, sob qualquer designação.

.....” (NR)

“Seção VII Do Comércio Eletrônico”

“Art. 45-A. Esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico e a distância, visando a fortalecer sua confiança e assegurar sua tutela efetiva, mediante a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações e a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais.”

“Art. 45-B. Sem prejuízo do disposto neste Código, os sítios e demais meios eletrônicos, bem como as comunicações remetidas ao consumidor, utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, entre outras, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica;

II - endereços físico e eletrônico e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega;

IV - condições integrais da oferta, incluindo modalidades de pagamento, disponibilidade e forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto ou serviço;

V - características essenciais do produto ou serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

VI - prazo de validade da oferta, inclusive do preço;

VII - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.”

“Art. 45-C. Os sítios e demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 45-B, as seguintes:

I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;

II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor;

III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado.

Parágrafo único. O fornecedor de compras coletivas, como intermediador legal do fornecedor responsável pela oferta do produto ou serviço, responde solidariamente pela veracidade das informações publicadas e por eventuais danos causados ao consumidor.”

“Art. 45-D. É obrigação do fornecedor que utilizar meio eletrônico ou similar:

I - apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, destacadas as cláusulas que limitem direitos;

II - manter disponível, por meio como o eletrônico ou o telefônico, serviço adequado, facilitado e eficaz de atendimento que possibilite ao consumidor enviar e receber comunicações, inclusive notificações,

reclamações e demais informações necessárias à efetiva proteção de seus direitos;

III - confirmar imediatamente o recebimento de comunicações relevantes, como a manifestação de arrependimento e cancelamento do contrato, utilizando o mesmo meio empregado pelo consumidor ou outros costumeiros;

IV - assegurar ao consumidor meios técnicos adequados, eficazes e facilmente acessíveis que permitam a identificação e a correção de eventuais erros na contratação, antes de finalizá-la, sem prejuízo do posterior exercício do direito de arrependimento;

V - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor;

VI - informar aos órgãos de defesa do consumidor e ao Ministério Público, sempre que requisitado, o nome, o endereço eletrônico e demais dados que possibilitem o contato com o provedor de hospedagem, bem como com os prestadores de serviços financeiros e de pagamento;

VII - informar imediatamente às autoridades competentes e ao consumidor sobre vazamento de dados ou comprometimento, mesmo que parcial, da segurança do sistema.”

“Art. 45-E. Na contratação por meio eletrônico ou similar, o fornecedor deve enviar ao consumidor:

I - em momento prévio à contratação, o contrato, em língua portuguesa, em linguagem acessível e com fácil visualização em sua página;

II - confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta;

III - via do contrato em suporte duradouro, assim entendido qualquer instrumento, inclusive eletrônico, que ofereça as garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação dos dados contratuais e que permita sua fácil reprodução;

IV - formulário, ou **link** para formulário, facilitado e específico para preenchimento pelo consumidor em caso de exercício do direito de arrependimento.

Parágrafo único. Caso a confirmação e o formulário previstos, respectivamente, nos incisos II e IV não tenham sido enviados pelo fornecedor, o prazo previsto no **caput** do art. 49 deverá ser ampliado por mais 14 (quatorze) dias.”

“Art. 45-F. É vedado ao fornecedor de produto ou serviço enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que:

I - não possua relação de consumo anterior com o fornecedor e não tenha manifestado consentimento prévio e expresso em recebê-la;

II - esteja inscrito em cadastro de bloqueio de oferta;

III - tenha manifestado diretamente ao fornecedor a opção de não recebê-la.

§ 1º Se houver prévia relação de consumo entre o remetente e o destinatário, admite-se o envio de mensagem não solicitada, desde que o consumidor tenha tido oportunidade de recusá-la.

§ 2º O fornecedor deve informar ao destinatário, em cada mensagem enviada:

I - o meio adequado, simplificado, seguro e eficaz que lhe permita, a qualquer momento, recusar, sem ônus, o envio de novas mensagens eletrônicas não solicitadas;

II - o modo como obteve seus dados.

§ 3º O fornecedor deve cessar imediatamente o envio de ofertas e comunicações eletrônicas ou de dados a consumidor que manifeste recusa a recebê-las.

§ 4º Para os fins desta seção, entende-se por mensagem eletrônica não solicitada aquela relacionada a oferta ou publicidade de produto ou serviço e enviada por correio eletrônico ou meio similar.

§ 5º É vedado também:

I - remeter mensagem que oculte, dissimule ou não permita de forma imediata e fácil a identificação da pessoa em nome de quem é efetuada a comunicação e a sua natureza publicitária;

II - veicular, exhibir, licenciar, alienar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais sem expressa autorização e consentimento informado de seu titular.

§ 6º Na hipótese de o consumidor manter relação de consumo com fornecedor que integre conglomerado econômico, o envio de mensagem por qualquer sociedade que o integre não se insere nas vedações do **caput** deste artigo, desde que o consumidor tenha tido oportunidade de recusá-la e não esteja inscrito em cadastro de bloqueio de oferta.

§ 7º A vedação prevista no inciso II do § 5º não se aplica aos fornecedores que integrem um mesmo conglomerado econômico.”

“Art. 45-G. Na oferta de produto ou serviço por meio da rede mundial de computadores (internet) ou qualquer modalidade de comércio eletrônico, somente será exigida do consumidor, para a aquisição do produto ou serviço ofertado, a prestação das informações indispensáveis à conclusão do contrato.

Parágrafo único. Quaisquer outras informações além das indispensáveis terão caráter facultativo, devendo o consumidor ser previamente avisado dessa condição.”

“Art. 49. O consumidor pode desistir da contratação a distância no prazo de 7 (sete) dias a contar da aceitação da oferta, do recebimento ou da disponibilidade do produto ou serviço, o que ocorrer por último.

§ 1º

§ 2º Por contratação a distância entende-se aquela efetivada fora do estabelecimento ou sem a presença física simultânea do consumidor e do fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone, por reembolso postal ou por meio eletrônico ou similar.

§ 3º Equipara-se à modalidade de contratação prevista no § 2º deste artigo aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não tenha tido a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo.

§ 4º A desistência formalizada dentro do prazo previsto no **caput** implica a devolução do produto, com todos os acessórios recebidos pelo consumidor e a nota fiscal.

§ 5º Caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, inclusive em operação que envolva retirada de recursos ou transação de financiamento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, devendo ser devolvido ao fornecedor do crédito o valor total financiado ou concedido que tiver sido entregue, acrescido de eventuais juros incidentes até a data da efetiva devolução, tributos e tarifas, sendo estas cobradas somente quando

aplicável.

§ 6º Sem prejuízo da iniciativa do consumidor, o fornecedor deve comunicar de modo imediato a manifestação do exercício de arrependimento à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, a fim de que:

I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor;

II - seja efetivado o estorno do valor, caso a fatura já tenha sido emitida no momento da comunicação;

III - caso o preço já tenha sido total ou parcialmente pago, seja lançado o crédito do respectivo valor na fatura a ser emitida posteriormente à comunicação.

§ 7º Se o fornecedor do produto ou serviço descumprir o disposto no § 1º ou no § 6º, o valor pago será devolvido em dobro.

§ 8º O fornecedor deve informar, de forma prévia, clara e ostensiva, os meios adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.

§ 9º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação individualizada e imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.” (NR)

“Art. 49-A. Sem prejuízo do direito de rescisão do contrato de transporte aéreo antes de iniciada a viagem, nos termos do art. 740, § 3º, da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), o exercício do direito de arrependimento do consumidor de passagens aéreas poderá ter seu prazo diferenciado, em virtude das peculiaridades do contrato, por norma fundamentada das agências reguladoras.

Parágrafo único. A regulamentação prevista no **caput** deverá ser realizada no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias após a entrada em vigor desta Lei.”

“CAPÍTULO VII DAS SANÇÕES”

“Art. 56.

XIII - suspensão temporária ou proibição de oferta e de comércio eletrônico.

.....” (NR)

“Art. 59.

§ 4º Caso o fornecedor que utilize meio eletrônico ou similar descumpra a pena de suspensão ou de proibição de oferta e de comércio eletrônico, sem prejuízo de outras medidas administrativas ou judiciais de prevenção de danos, o Poder Judiciário poderá determinar, no limite estritamente necessário para a garantia da efetividade da sanção, que os prestadores de serviços financeiros e de pagamento utilizados pelo fornecedor, de forma alternativa ou conjunta, sob pena de pagamento de multa diária:

I - suspendam os pagamentos e transferências financeiras para o fornecedor de comércio eletrônico;

II - bloqueiem as contas bancárias do fornecedor.” (NR)

“Art. 60-A. O descumprimento reiterado dos deveres do fornecedor

previstos nesta Lei ensejará a aplicação, pelo Poder Judiciário, de multa civil em valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores.

Parágrafo único. A graduação e a destinação da multa civil observarão o disposto no art. 57.”

“Art. 60-B. Sem prejuízo das sanções previstas neste Capítulo, em face de reclamação fundamentada formalizada por consumidor, a autoridade administrativa, em sua respectiva área de atuação e competência, poderá instaurar processo administrativo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, para aplicar, isolada ou cumulativamente, em caso de comprovada infração às normas de defesa do consumidor, as seguintes medidas corretivas, fixando prazo para seu cumprimento:

- I - substituição ou reparação do produto;
- II - devolução do que houver sido pago pelo consumidor mediante cobrança indevida;
- III - cumprimento da oferta pelo fornecedor, sempre que esta conste por escrito e de forma expressa;
- IV - devolução ou estorno, pelo fornecedor, da quantia paga pelo consumidor, quando o produto entregue ou o serviço prestado não corresponder ao que foi expressamente acordado pelas partes;
- V - prestação adequada das informações requeridas pelo consumidor, sempre que tal requerimento guarde relação com o produto adquirido ou o serviço contratado.

§ 1º Em caso de descumprimento do prazo fixado pela autoridade administrativa para a medida corretiva imposta, será imputada multa diária, nos termos do parágrafo único do art. 57.

§ 2º A multa diária de que trata o § 1º será revertida, conforme o caso, ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos ou aos fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor.”

“Art. 72-A. Veicular, exhibir, licenciar, alienar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais sem a autorização expressa e o consentimento informado de seu titular.

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. Não constitui crime a prática dos atos previstos no **caput**:

- I - entre fornecedores que integrem um mesmo conglomerado econômico;
- II - em razão de determinação, requisição ou solicitação de órgão público.”

“Art. 76.

VI - ocasionarem grave dano ao meio ambiente.” (NR)

“Art. 101. Na ação de responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor de produtos e serviços, inclusive na hipótese de fornecimento a distância, nacional e internacional, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste Título, observar-se-á o seguinte:

- I - nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja réu e

que versem sobre relações de consumo, será competente o foro do domicílio do consumidor;

II - (Revogado);

III - nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja autor, ele poderá escolher entre as seguintes opções:

- a) o foro indicado no inciso I;
- b) o foro do domicílio do fornecedor de produtos ou serviços;
- c) o foro do lugar da celebração ou da execução do contrato; ou
- d) outro foro relacionado ao caso.

§ 1º São nulas as cláusulas de eleição de foro e de arbitragem celebradas pelo consumidor.

§ 2º Aos conflitos decorrentes do fornecimento a distância internacional, aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou, desde que mais favorável a este, a norma estatal escolhida pelas partes, assegurado, em qualquer hipótese, o acesso do consumidor à Justiça.” (NR)

Art. 2º O Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 9º As obrigações, salvo os casos específicos previstos em lei, reger-se-ão pela lei do país em que se constituírem.

§ 1º (Revogado).

§ 2º (Revogado).” (NR)

“Art. 9º-A. O contrato internacional entre profissionais, empresários e comerciantes reger-se-á pela lei escolhida pelas partes, devendo esta escolha referir-se à totalidade do contrato e ser efetuada mediante acordo expreso entre as partes.

§ 1º Não é necessário que haja conexão entre a lei escolhida e as partes ou a transação.

§ 2º A escolha de que trata o **caput** inclui também a indicação, como aplicável ao contrato, de um conjunto de regras jurídicas de caráter internacional, opcional ou uniforme, aceitas no plano internacional, supranacional ou regional como neutras e justas, inclusive da **lex mercatoria**, desde que não contrárias à ordem pública.

§ 3º Na hipótese de ausência ou de invalidade da escolha, o contrato será regido pela lei do lugar de sua celebração, assim considerado, em contratos celebrados a distância, o lugar da residência do proponente.

§ 4º Caso a obrigação resultante do contrato deva ser executada no Brasil e dependa de forma essencial, esta será observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato.

§ 5º Não obstante o disposto neste artigo, no caso de contrato **standard** ou de adesão celebrado no Brasil ou que aqui tiver de ser executado, aplicar-se-ão necessariamente as disposições do direito brasileiro que possuírem caráter imperativo.

§ 6º Este artigo não se aplica aos contratos e obrigações regulados por tratados internacionais e aos acordos sobre arbitragem ou eleição de foro.”

“Art. 9º-B. O contrato internacional de consumo, entendido como aquele realizado entre um consumidor pessoa natural e um fornecedor de produtos e serviços cujo estabelecimento esteja situado em país distinto daquele de domicílio do consumidor, reger-se-á pela lei do lugar de celebração ou, se executado no Brasil, pela lei brasileira, desde que mais favorável ao consumidor.

§ 1º Se a contratação for precedida de qualquer atividade negocial ou de **marketing**, por parte do fornecedor ou de seus representantes, dirigida ao território brasileiro ou nele realizada, em especial envio de publicidade, correspondência, **e-mails**, mensagens comerciais, convites, prêmios ou ofertas, aplicar-se-ão as disposições da lei brasileira que possuam caráter imperativo, sempre que mais favoráveis ao consumidor.

§ 2º Os contratos de pacotes de viagens internacionais ou viagens combinadas, que envolvam grupos turísticos ou serviços de hotelaria e turismo, com cumprimento fora do Brasil, contratados com agências de turismo e operadoras situadas no Brasil, reger-se-ão pela lei brasileira.”

“Art. 9º-C. As obrigações extracontratuais, caso nenhuma das partes envolvidas possua domicílio ou sede no país em que ocorrer o acidente, dano, fato ou ato ilícito, reger-se-ão pela lei do lugar onde os efeitos se fizerem sentir.

Parágrafo único. Quanto à responsabilidade civil em caso de acidente de trânsito, observar-se-á o seguinte:

I - quando o acidente envolver ou atingir unicamente pessoas domiciliadas em outro país, o magistrado poderá, excepcionalmente, considerar aplicável a lei daquele país, respeitadas as regras de circulação e segurança em vigor no lugar e no momento do acidente;

II - quando do acidente resultarem danos a coisas alheias aos veículos acidentados, aplicar-se-á a lei do país em que ocorreu o fato.”

Art. 3º Revogam-se o inciso II do art. 101 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e os §§ 1º e 2º do art. 9º do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro).

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

Senado Federal, em 4 de novembro de 2015.

Senador Renan Calheiros
Presidente do Senado Federal

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.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

CAPÍTULO II DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: [“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995](#)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

§ 1º (VETADO).

§ 2º (VETADO).

CAPÍTULO III DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.741, de 8/12/2012, publicada no DOU de 10/12/2012, em vigor 6 meses após a data de publicação\)](#)

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (VETADO);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Parágrafo único. [\(Vide Lei nº 13.146, de 6/7/2015\)](#)

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO IV DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DOS DANOS

Seção I

Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Art. 11. (VETADO).

.....

CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

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. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)*](#)

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.

Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

Seção VI

Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

§ 6º ([*Vide Lei nº 13.146, de 6/7/2015*](#))

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.

Art. 45. (VETADO).

CAPÍTULO VI DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

Seção I Disposições Gerais

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Art. 47. As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

Art. 48. As declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica, nos termos do art. 84 e parágrafos.

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

CAPÍTULO VII DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e

controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*)

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as

circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:

Pena - Detenção de seis meses a um ano ou multa.

Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata:

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 74. Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 75. Quem, de qualquer forma, concorrer para os crimes referidos neste código, incide as penas a esses cominadas na medida de sua culpabilidade, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas.

Art. 76. São circunstâncias agravantes dos crimes tipificados neste código:

I - serem cometidos em época de grave crise econômica ou por ocasião de calamidade;

II - ocasionarem grave dano individual ou coletivo;

III - dissimular-se a natureza ilícita do procedimento;

IV - quando cometidos:

a) por servidor público, ou por pessoa cuja condição econômico-social seja manifestamente superior à da vítima;

b) em detrimento de operário ou rurícola; de menor de dezoito ou maior de sessenta anos ou de pessoas portadoras de deficiência mental interditadas ou não;

V - serem praticados em operações que envolvam alimentos, medicamentos ou quaisquer outros produtos ou serviços essenciais.

Art. 77. A pena pecuniária prevista nesta Seção será fixada em dias-multa, correspondente ao mínimo e ao máximo de dias de duração da pena privativa da liberdade cominada ao crime. Na individualização desta multa, o juiz observará o disposto no art. 60, §1º do Código Penal.

Art. 78. Além das penas privativas de liberdade e de multa, podem ser impostas, cumulativa ou alternadamente, observado o disposto nos arts. 44 a 47, do Código Penal:

I - a interdição temporária de direitos;

II - a publicação em órgãos de comunicação de grande circulação ou audiência, às

expensas do condenado, de notícia sobre os fatos e a condenação;

III - a prestação de serviços à comunidade.

Art. 79. O valor da fiança, nas infrações de que trata este código, será fixado pelo juiz, ou pela autoridade que presidir o inquérito, entre cem e duzentas mil vezes o valor do Bônus do Tesouro Nacional (BTN), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

Parágrafo único. Se assim recomendar a situação econômica do indiciado ou réu, a fiança poderá ser:

a) reduzida até a metade do seu valor mínimo;

b) aumentada pelo juiz até vinte vezes.

Art. 80. No processo penal atinente aos crimes previstos neste código, bem como a outros crimes e contravenções que envolvam relações de consumo, poderão intervir, como assistentes do Ministério Público, os legitimados indicados no art. 82, inciso III e IV, aos quais também é facultado propor ação penal subsidiária, se a denúncia não for oferecida no prazo legal.

.....

TÍTULO III

DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

.....

CAPÍTULO III

DAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR DE PRODUTOS E SERVIÇOS

.....

Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas:

I - a ação pode ser proposta no domicílio do autor;

II - o réu que houver contratado seguro de responsabilidade poderá chamar ao processo o segurador, vedada a integração do contraditório pelo Instituto de Resseguros do Brasil. Nesta hipótese, a sentença que julgar procedente o pedido condenará o réu nos termos do art. 80 do Código de Processo Civil. Se o réu houver sido declarado falido, o síndico será intimado a informar a existência de seguro de responsabilidade, facultando-se, em caso afirmativo, o ajuizamento de ação de indenização diretamente contra o segurador, vedada a denúncia da lide ao Instituto de Resseguros do Brasil e dispensado o litisconsórcio obrigatório com este.

Art. 102. Os legitimados a agir na forma deste código poderão propor ação visando compelir o Poder Público competente a proibir, em todo o território nacional, a produção, divulgação distribuição ou venda, ou a determinar a alteração na composição, estrutura, fórmula ou acondicionamento de produto, cujo uso ou consumo regular se revele nocivo ou perigoso à saúde pública e à incolumidade pessoal.

§ 1º (VETADO).

§ 2º (VETADO).

.....

.....

LEI Nº 12.305, DE 2 DE AGOSTO DE 2010

Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

TÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I DO OBJETO E DO CAMPO DE APLICAÇÃO

Art. 1º Esta Lei institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, dispondo sobre seus princípios, objetivos e instrumentos, bem como sobre as diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis.

§ 1º Estão sujeitas à observância desta Lei as pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, responsáveis, direta ou indiretamente, pela geração de resíduos sólidos e as que desenvolvam ações relacionadas à gestão integrada ou ao gerenciamento de resíduos sólidos.

§ 2º Esta Lei não se aplica aos rejeitos radioativos, que são regulados por legislação específica.

Art. 2º Aplicam-se aos resíduos sólidos, além do disposto nesta Lei, nas Leis nºs 11.445, de 5 de janeiro de 2007, 9.974, de 6 de junho de 2000, e 9.966, de 28 de abril de 2000, as normas estabelecidas pelos órgãos do Sistema Nacional do Meio Ambiente (Sisnama), do Sistema Nacional de Vigilância Sanitária (SNVS), do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (Suasa) e do Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Sinmetro).

DECRETO-LEI Nº 4.657, DE 4 DE SETEMBRO DE 1942

Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro. ([Ementa com redação dada pela Lei nº 12.376, de 30/12/2010](#))

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o artigo 180 da Constituição, decreta:

Art. 1º Salvo disposição contrária, a lei começa a vigorar em todo o país quarenta e cinco dias depois de oficialmente publicada.

§ 1º Nos Estados estrangeiros, a obrigatoriedade da lei brasileira, quando admitida, se inicia três meses depois de oficialmente publicada. ([Vide Lei nº 5.338, de 16/10/1967](#))

§ 2º ([Revogado pela Lei nº 12.036, de 1/10/2009](#))

§ 3º Se, antes de entrar a lei em vigor, ocorrer nova publicação de seu texto, destinada a correção, o prazo deste artigo e dos parágrafos anteriores começará a correr da nova publicação.

§ 4º As correções a texto de lei já em vigor consideram-se lei nova.

Art. 2º Não se destinando à vigência temporária, a lei terá vigor até que outra a modifique ou revogue.

§ 1º A lei posterior revoga a anterior quando expressamente o declare, quando seja com ela incompatível ou quando regule inteiramente a matéria de que tratava a lei anterior.

§ 2º A lei nova, que estabeleça disposições gerais ou especiais a par das já existentes, não revoga nem modifica a lei anterior.

§ 3º Salvo disposição em contrário, a lei revogada não se restaura por ter a lei revogadora perdido a vigência.

Art. 3º Ninguém se escusa de cumprir a lei, alegando que não a conhece.

Art. 4º Quando a lei for omissa, o juiz decidirá o caso de acordo com a analogia, os

costumes e os princípios gerais de direito.

Art. 5º Na aplicação da lei, o juiz atenderá aos fins sociais a que ela se dirige e às exigências do bem comum.

Art. 6º A Lei em vigor terá efeito imediato e geral, respeitados o ato jurídico perfeito, o direito adquirido e a coisa julgada. ([*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 3.238, de 1/8/1957*](#))

§ 1º Reputa-se ato jurídico perfeito o já consumado segundo a lei vigente ao tempo em que se efetuou. ([*Parágrafo acrescido pela Lei nº 3.238, de 1/8/1957*](#))

§ 2º Consideram-se adquiridos assim os direitos que o seu titular, ou alguém por ele, possa exercer, como aqueles cujo começo do exercício tenha termo prefixo, ou condição pre-estabelecida inalterável, a arbítrio de outrem. ([*Parágrafo acrescido pela Lei nº 3.238, de 1/8/1957*](#))

§ 3º Chama-se coisa julgada ou caso julgado a decisão judicial de que já não caiba recurso. ([*Parágrafo acrescido pela Lei nº 3.238, de 1/8/1957*](#))

Art. 7º A lei do país em que domiciliada a pessoa determina as regras sobre o começo e o fim da personalidade, o nome, a capacidade e os direitos de família.

§ 1º Realizando-se o casamento no Brasil, será aplicada a lei brasileira quanto aos impedimentos dirimentes e às formalidades da celebração.

§ 2º O casamento de estrangeiros poderá celebrar-se perante autoridades diplomáticas ou consulares do país de ambos os nubentes. ([*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 3.238, de 1/8/1957*](#))

§ 3º Tendo os nubentes domicílio diverso, regerá os casos de invalidade do matrimônio a lei do primeiro domicílio conjugal.

§ 4º O regime de bens, legal ou convencional, obedece à lei do país em que tiverem os nubentes domicílio, e, se este for diverso, à do primeiro domicílio conjugal.

§ 5º O estrangeiro casado, que se naturalizar brasileiro, pode, mediante expressa anuência de seu cônjuge, requerer ao juiz, no ato de entrega do decreto de naturalização, se apostile ao mesmo a adoção do regime de comunhão parcial de bens, respeitados os direitos de terceiros e dada esta adoção ao competente registro. ([*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 6.515, de 26/12/1977*](#))

§ 6º O divórcio realizado no estrangeiro, se um ou ambos os cônjuges forem brasileiros, só será reconhecido no Brasil depois de 1 (um) ano da data da sentença, salvo se houver sido antecedida de separação judicial por igual prazo, caso em que a homologação produzirá efeito imediato, obedecidas as condições estabelecidas para a eficácia das sentenças estrangeiras no país. O Superior Tribunal de Justiça, na forma de seu regimento interno, poderá reexaminar, a requerimento do interessado, decisões já proferidas em pedidos de homologação de sentenças estrangeiras de divórcio de brasileiros, a fim de que passem a produzir todos os efeitos legais. ([*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.036, de 1/10/2009*](#))

§ 7º Salvo o caso de abandono, o domicílio do chefe da família estende-se ao outro cônjuge e aos filhos não emancipados, e o do tutor ou curador aos incapazes sob sua guarda.

§ 8º Quando a pessoa não tiver domicílio, considerar-se-á domiciliada no lugar de sua residência ou naquele em que se encontre.

Art. 8º Para qualificar os bens e regular as relações a eles concernentes, aplicar-se-á a lei do país em que estiverem situados.

§ 1º Aplicar-se-á a lei do país em que for domiciliado o proprietário, quanto aos bens moveis que ele trouxer ou se destinarem a transporte para outros lugares.

§ 2º O penhor regula-se pela lei do domicílio que tiver a pessoa, em cuja posse se encontre a coisa apenhada.

Art. 9º Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem.

§ 1º Destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato.

§ 2º A obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente.

Art. 10. A sucessão por morte ou por ausência obedece à lei do país em que domiciliado o defunto ou o desaparecido, qualquer que seja a natureza e a situação dos bens.

§ 1º A sucessão de bens de estrangeiros, situados no País, será regulada pela lei brasileira em benefício do cônjuge ou dos filhos brasileiros, ou de quem os represente, sempre que não lhes seja mais favorável a lei pessoal do *de cujus*. [\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 9.047, de 18/5/1995\)](#)

§ 2º A lei do domicílio do herdeiro ou legatário regula a capacidade para suceder.

LEI Nº 10.406, DE 10 DE JANEIRO DE 2002

Institui o Código Civil.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

PARTE ESPECIAL

LIVRO I

DO DIREITO DAS OBRIGAÇÕES

TÍTULO VI

DAS VÁRIAS ESPÉCIES DE CONTRATO

CAPÍTULO XIV

DO TRANSPORTE

Seção II

Do Transporte de Pessoas

Art. 740. O passageiro tem direito a rescindir o contrato de transporte antes de iniciada a viagem, sendo-lhe devida a restituição do valor da passagem, desde que feita a comunicação ao transportador em tempo de ser renegociada.

§ 1º Ao passageiro é facultado desistir do transporte, mesmo depois de iniciada a viagem, sendo-lhe devida a restituição do valor correspondente ao trecho não utilizado, desde que provado que outra pessoa haja sido transportada em seu lugar.

§ 2º Não terá direito ao reembolso do valor da passagem o usuário que deixar de embarcar, salvo se provado que outra pessoa foi transportada em seu lugar, caso em que lhe será restituído o valor do bilhete não utilizado.

§ 3º Nas hipóteses previstas neste artigo, o transportador terá direito de reter até cinco por cento da importância a ser restituída ao passageiro, a título de multa compensatória.

Art. 741. Interrompendo-se a viagem por qualquer motivo alheio à vontade do transportador, ainda que em consequência de evento imprevisível, fica ele obrigado a concluir o transporte contratado em outro veículo da mesma categoria, ou, com a anuência do passageiro, por modalidade diferente, à sua custa, correndo também por sua conta as despesas de estada e alimentação do usuário, durante a espera de novo transporte.

PROJETO DE LEI N.º 4.511, DE 2016

(Do Sr. Ronaldo Fonseca)

Estabelece regras para o cadastramento de usuários em sítios de compra e venda de produtos novos e usados de terceiros na internet ou demais meios eletrônicos.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-104/2011.

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1º. Os sítios na internet ou demais meios eletrônicos que disponibilizam espaço para anúncio de compra e venda de produtos novos ou usados de terceiros com sede no território nacional deverão exigir de seus usuários, no ato de cadastramento, obrigatoriamente, as seguintes informações:

I – nome completo;

II – número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas (CNPJ);

III – endereço completo;

IV – endereço de correio eletrônico.

Parágrafo único. Fica vedada a criação de mais de um cadastro com o mesmo número de inscrição no CPF ou no CNPJ.

Art. 2º. As empresas de que trata a presente Lei utilizarão, obrigatoriamente, sistema antifraude para a efetivação de cadastro.

Art. 3º. A inobservância das regras para o cadastramento, previstas nesta Lei, ensejará a aplicação de multa, no valor de R\$10.000,00 (dez mil reais).

Art. 4º. Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O crescimento do comércio eletrônico, aliado ao surgimento de novas tecnologias, trouxe facilidades no cotidiano de milhares de pessoas que desejam vender ou comprar pela internet, tanto produtos novos quanto produtos usados.

Particularmente, a venda de produtos usados, com a chegada dos mega *sites* que disponibilizam espaço para anúncio, incluíram no mundo virtual, além das facilidades, inconvenientes, potencializados por um sistema de cadastro de anunciantes frágil e passível de fraudes.

Tal fato pode ser constatado por meio de notícias e reclamações sobre ofertas de produtos furtados ou roubados nesses sites de anúncios. Atualmente, basta o cadastro de um e-mail e uma senha para que uma pessoa anuncie qualquer produto. Apesar de os *sites* disponibilizarem regras para a publicação de anúncios e estabelecerem a proibição da venda de tais produtos, anunciantes mal-intencionados colocam à venda produtos sem dificuldades.

Um dos casos mais recentes foi a Luca Glaser, de 25 anos, atleta de triathlon, que, em julho de 2014, teve sua bicicleta furtada e a recuperou, quase dois anos depois, ao reconhecer a sua bicicleta em anúncio em um destes sites na internet.

Cabe lembrar que existe responsabilidade solidária dessas empresas por atos ilícitos cometidos, reiteradamente, por meio de anúncios de compra e venda de produtos furtados ou roubados em seus espaços na internet. O princípio da solidariedade encontra-se estatuído, literal e genericamente, no parágrafo único, artigo 7º do Código de Defesa do Consumidor. O inciso I, § 1º do art. 14, estabelece que o serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais o modo de seu fornecimento. A maneira pela qual o cadastramento de usuários é realizado, atualmente, é uma falha no serviço, já que coloca os usuários de boa-fé em situação de risco. Por essa razão, a empresa deve responder, solidariamente, em caso de dano ao usuário.

Com o intuito de trazer a questão para o debate e proporcionar mais segurança, tanto para anunciantes quanto para compradores, ofereço o presente projeto de lei a fim de estabelecer regras para cadastramento de pessoas que desejam anunciar nesses sites para a venda de produtos novos ou usados em todo o País.

Na mesma esteira, as regras propostas por meio desta norma abrem espaço para mais eficiência nas investigações policiais em processos de receptação e venda de produtos oriundo de ilícitos penais.

Sala das Sessões, 23 de fevereiro de 2016.

RONALDO FONSECA
Deputado Federal

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 III
 DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.741, de 8/12/2012, publicada no DOU de 10/12/2012, em vigor 6 meses após a data de publicação)*

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (VETADO);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do *caput* deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento. *(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.146, de 6/7/2015, publicada no DOU de 7/7/2015, em vigor 180 dias após a sua publicação)*

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO IV
 DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO
 DOS DANOS

Seção I

Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Art. 11. (VETADO).

Seção II

Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação.

§ 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I - que não colocou o produto no mercado;
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

- I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;
- II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;
- III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de

culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - o modo de seu fornecimento;

II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Art. 15. (VETADO).

PROJETO DE LEI N.º 4.678, DE 2016

(Do Sr. Márcio Marinho)

Acrescenta artigo à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências" para tipificar pena pela não devolução dos valores pagos, no caso de exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

NOVO DESPACHO:

Defiro o Requerimento n. 4.301/2016. Apense-se o Projeto de Lei n. 4.678/2016 ao Projeto de Lei n. 3.514/2015, nos termos dos arts. 142, caput, e 143, II, a, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Publique-se. Oficie-se.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 74-A:

“Art. 74-A Deixar de devolver de imediato e monetariamente atualizados quaisquer valores pagos pelo consumidor durante o período compreendido entre a compra e o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

Pena – Detenção de um a seis meses ou multa.”

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

JUSTIFICAÇÃO

O art. 49 do Código de Defesa do Consumidor – CDC, determina

que “o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio”.

O parágrafo único do mesmo art. 49 diz o seguinte: “se o consumidor exercer o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados”.

A lei é clara, mas a prática está longe de ser aceitável. O CDC põe em mora o fornecedor desde o momento em que tomar ciência do arrependimento do consumidor até o momento da efetiva devolução dos valores já pagos pelo consumidor. Porém, o que temos visto acontecer, com frequência, é o fornecedor postergar indefinidamente a devolução.

A título de informação, detectamos que só no ano de 2015 houveram mais de 47.000 (quarenta e sete mil) demandas nos Procons, relativas ao descumprimento do art. 49 do CDC. Logo, percebe-se que a causa preocupa, pois não são poucos casos isolados que ocorrem, mas sim um número considerável de infringência à Lei.

De forma genérica, já existe penalidade administrativa prevista no CDC e a possibilidade do consumidor pleitear indenização em juízo. São as formas disponíveis para proteger o exercício do direito de arrependimento do consumidor.

No entanto, acreditamos que a questão envolvida é excessivamente penosa para o consumidor e, por isso, merece tipificação e uma sanção penal específica.

Nossa proposta é incluir no Título II – Das Infrações Penais do CDC, o artigo 74-A, cujo objetivo é tipificar o descumprimento do que determina o art. 49 do CDC.

Concluindo, solicitamos o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposição em nome dos direitos do consumidor brasileiro.

Sala das Sessões, em 09 de março de 2016.

Deputado MÁRCIO MARINHO

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 VI DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

Seção I Disposições Gerais

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIAS

Art. 74. Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 75. Quem, de qualquer forma, concorrer para os crimes referidos neste código, incide as penas a esses cominadas na medida de sua culpabilidade, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas.

PROJETO DE LEI N.º 4.786, DE 2016 (Do Sr. Rômulo Gouveia)

Acrescenta novos artigos à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências", para os fins de disciplinar o comércio eletrônico e a distância.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-3200/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa

a vigorar acrescida dos seguintes dispositivos, que tratam do comércio eletrônico e a distância:

“Seção I-A

Do Comércio Eletrônico

Art. 29-A. Sem prejuízo do disposto neste Código, os sítios e demais meios eletrônicos, bem como as comunicações remetidas ao consumidor, utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, entre outras, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ;

II - endereços físico e eletrônico e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - discriminação no preço de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, inclusive as decorrentes do custo de frete para entrega e tributos incidentes sobre a compra realizada pelo consumidor;

IV - condições integrais da oferta, incluindo modalidades de pagamento, disponibilidade e forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto ou serviço;

V - características essenciais do produto ou serviço, discriminando inclusive se se trata de produto novo ou já utilizado, incluídas as informações sobre os riscos à saúde e à segurança dos consumidores, conforme previsto no art. 31 desta lei;

VI - prazo de validade da oferta e preço informado;

VII - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta, notadamente no que diz respeito ao prazo para exercer seu direito de arrependimento.

Art. 29-B. Os sítios e demais meios eletrônicos utilizados para ofertas, de produtos novos ou já utilizados, feitas por terceiros ou modalidades análogas de contratação deverão observar, além das informações previstas no art. 29-A desta lei:

I – um cadastro prévio com as informações relativas aos fornecedores que estarão comercializando os produtos novos ou já utilizados, em seu sítio e demais meios eletrônicos;

II – condições de utilização de seu sítio eletrônico, observando a sua corresponsabilidade e solidariedade perante o consumidor, nos termos do art. 7º, parágrafo único, desta lei;

III – identificação clara para o consumidor do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor responsável pelo produto ou serviço ofertado.

Parágrafo único. O fornecedor responsável pelo sítio eletrônico, atuando como intermediador legal do fornecedor responsável pela oferta do produto ou serviço, responde solidariamente pela veracidade das informações publicadas e por eventuais danos causados ao consumidor.

Art. 29-C. É obrigação do fornecedor que utilizar meio eletrônico ou similar:

I - apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, destacadas as cláusulas que limitem direitos;

II - manter disponível, por meio eletrônico ou telefônico, serviço adequado, facilitado e eficaz de atendimento que possibilite ao consumidor enviar e receber comunicações, inclusive notificações, reclamações e demais informações necessárias à efetiva proteção de seus direitos;

III - confirmar imediatamente o recebimento de comunicações relevantes, como a manifestação de arrependimento e cancelamento do contrato, utilizando o mesmo meio empregado pelo consumidor ou outros costumeiros;

IV - assegurar ao consumidor o fácil acesso a meios técnicos adequados e eficazes que permitam a identificação e a correção de eventuais erros na contratação, antes de finalizá-la, sem prejuízo do posterior exercício do direito de arrependimento, conforme previsto no *caput* do art. 49 desta lei;

V - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor;

VI - informar aos órgãos de defesa do consumidor e ao Ministério Público, sempre que requisitado, o nome, o endereço eletrônico e demais dados que possibilitem o contato com:

- a) o provedor de hospedagem;
- b) os fornecedores de produtos novos ou usados comercializados por intermédio de seu sítio eletrônico;
- c) os prestadores de serviços financeiros e de pagamento;

VII - informar imediatamente às autoridades competentes e ao consumidor sobre vazamento de dados ou comprometimento, ainda que parcial, da segurança do sistema e da preservação de dados.

Art. 29-D. Na contratação por meio eletrônico ou similar, o fornecedor deve enviar ao consumidor:

I - em momento prévio à contratação, o contrato, em língua portuguesa, em linguagem acessível e com fácil visualização em sua página;

II - confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta;

III - via do contrato em suporte duradouro, assim entendido qualquer instrumento ou modalidade de arquivo, inclusive eletrônico, que ofereça as garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação dos dados contratuais e que permita sua fácil reprodução;

IV - formulário, ou acesso eletrônico para formulário, facilitado e específico para preenchimento pelo consumidor em caso de exercício do direito de arrependimento.

Parágrafo único. Caso a confirmação e o formulário previstos, respectivamente, nos incisos II e IV do *caput* deste artigo não tenham sido enviados pelo fornecedor, o prazo de exercício do direito de arrependimento, previsto no *caput* do art. 49 desta lei, deverá ser ampliado por mais 14 (quatorze) dias.” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

O objetivo precípua deste projeto de lei é o de estabelecer regras mínimas para disciplinar o comércio eletrônico no País, especialmente objetivando criar normas para o cadastramento de usuários em sítios de compra e venda de produtos, sejam novos ou usados, e utilizados por terceiros no âmbito da rede mundial de computadores (internet).

É notório que o rápido crescimento do comércio eletrônico no Brasil, atrelado ao surgimento de novas tecnologias, trouxe inegáveis facilidades ao cotidiano de milhões de pessoas, que passaram a buscar o ambiente virtual, denominado “comércio eletrônico”, para comprar e vender produtos, novos ou usados, por intermédio dos milhares de sítios eletrônicos disponíveis na internet e sediados em território nacional ou não.

Causa-nos especial preocupação a problemática da venda de produtos usados, atualmente em franco crescimento nas grandes cidades brasileiras. É sabido que muitos sítios de grande porte e complexa estrutura organizacional, de atuação transnacional, disponibilizam e vendem espaços para anúncios e comercialização de produtos novos e usados em seus domínios eletrônicos. Essas empresas também trouxeram para o ambiente virtual, além das facilidades e comodidades já conhecidas, inúmeros inconvenientes, a exemplo de um precário (ou quase inexistente) sistema de cadastro de seus clientes-anunciantes, que é frequentemente posto à prova e sujeito a toda sorte de fraudes.

Há notícias e relatos de reclamações sobre ofertas de inúmeros produtos furtados ou roubados sendo comercializados no âmbito desses sítios de anúncios na internet. Sabe-se que a prática usual nesses

sítios é de somente se proceder a um cadastro simplificado por intermédio da informação do endereço eletrônico do usuário e a criação de uma senha simples, para que qualquer pessoa anuncie ou comercialize qualquer produto, seja novo ou usado.

Desse modo, em que pese esses sítios disporem regras para a publicação de anúncios e estabelecerem a proibição da venda de tais produtos, há anunciantes mal-intencionados que colocam à venda produtos sem dificuldades. O Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC), em seu artigo 7º, parágrafo único, consagra o princípio da responsabilidade solidária. Portanto, é pertinente lembrar que há, sim, responsabilidade solidária dessas empresas por atos ilícitos cometidos, reiteradamente, por meio de anúncios de compra e venda de produtos, em seus espaços na internet, os quais venham a ter origem criminosa, tendo sido comprovadamente furtados ou roubados.

De outro modo, o art. 14, *caput*, do CDC, também estabelece que “o fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos”.

Não resta dúvida de que o modo extremamente precário e falho como vem sendo realizado o cadastramento de usuários nesses sítios eletrônicos configura-se, inequivocamente, como uma falha na prestação do serviço, que expõe os consumidores, sempre de boa-fé, a situação de risco na eventual aquisição de tais produtos.

Assim, com o propósito de suscitar o debate acerca das regras consumeristas que deverão nortear, doravante, o comércio eletrônico no País, assegurando um marco legal que venha proteger vendedores-anunciantes e consumidores, apresentamos o presente projeto de lei, esperando o apoio dos nossos ilustres Pares e a profícua discussão da matéria durante sua tramitação nas Comissões temáticas desta Casa.

Sala das Sessões, em 21 de março de 2016

Deputado **RÔMULO GOUVEIA**
PSD/PB

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 III
DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR
.....

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO IV
DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO
DOS DANOS

Seção I
Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Art. 11. (VETADO).

.....
Seção II
Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação.

§ 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I - que não colocou o produto no mercado;
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

- I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;
- II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;
- III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - o modo de seu fornecimento;
- II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

- I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Art. 15. (VETADO).

Art. 16. (VETADO).

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

.....

CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção I Das Disposições Gerais

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Seção II Da Oferta

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.

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

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. [*\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008\)*](#)

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

CAPÍTULO VI DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

Seção I Disposições Gerais

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu

conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Art. 47. As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

Art. 48. As declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica, nos termos do art. 84 e parágrafos.

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 6.533, DE 2016

(Do Sr. Lobbe Neto)

Determina a aplicação de lei mais favorável ao consumidor, nos casos que especifica

NOVO DESPACHO:

DEFERIDO O REQUERIMENTO N. 6.338/2017, CONFORME DESPACHO DO SEGUINTE TEOR: “DEFIRO O REQUERIMENTO N. 6.338/2017, NOS TERMOS DOS ARTS. 142, CAPUT, E 143, II, A, DO RICD. APENSE-SE O PROJETO DE LEI N. 6.533/2016 AO PROJETO DE LEI N. 3.514/2015. PUBLIQUE-SE. OFICIE-SE”.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2016
(Do Sr. Lobbe Neto)

Determina a aplicação de lei mais favorável ao consumidor, nos casos que especifica.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei determina a aplicação de lei mais favorável ao consumidor, nos casos de transações internacionais.

Art. 2º O art. 9º do Decreto-Lei n.º 4.657, de 4 de setembro de 1942, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

“Art. 9º.....

§ 3º Quanto às relações de consumo, aplicar-se-á a lei mais favorável aos interesses do consumidor dentre as que mantiverem conexão com o caso, seja ela integrante do ordenamento normativo brasileiro, estrangeiro ou de tratados ou convenções internacionais.” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

O Direito, enquanto ciência humana essencialmente atrelada às relações sociais, transforma-se constantemente através da busca por modelos mais dinâmicos para a concretização do ideal de justiça. Na medida em que avança a complexidade dos vínculos interpessoais, amplifica-se também a dinâmica do pensamento jurídico e a exigência por novos conceitos dentro de um ordenamento normativo.

Em termos de consumo internacional, é necessário que o tema seja concebido conforme a relevância de seus desdobramentos econômicos e sociais. Na ausência de diplomas internacionais que indiquem padrões mínimos de proteção, de uma legislação interna que estabeleça elementos de conexões satisfatórios e da atenção dos operadores do direito para que se suscitem possibilidades interpretativas mais amplas, o consumidor nacional tem restritas as alternativas que lhe proporcionariam uma maior defesa de seus interesses.

O modelo atual mostra-se inadequado por não acompanhar a evolução do comércio internacional e das tendências de construção de padrões protetivos. As regras dispostas na LINDB datam de 1942, época em que sequer se vislumbravam as discussões de Direito Internacional Privado e de Direito do Consumidor tal como na égide da globalização. A constante especialização dos ramos jurídicos demanda uma particular dedicação às relações internacionais de consumo. A suplantação de um padrão vedado e estático por um modelo que amplie os horizontes de tutela do consumidor constitui pressuposto fundamental para a evolução da máxima defesa de seus interesses.

Nesse contexto, aplicabilidade do direito estrangeiro pelo diálogo das fontes constitui a mais adequada maneira de se proteger o polo mais fraco; a proposta pela flexibilização da norma conectiva que passe a indicar a lei mais benéfica dentre as aplicáveis ao caso concreto permite que o consumidor se valha sempre da melhor solução.

O CDC, de fato, estabelece normas de ordem pública. Esse caráter é confirmado pelo triplo mandamento constitucional a partir do qual se estrutura o Código como um todo. Suas normas asseguram direitos, consagram garantias. E esse sistema de defesa não deve ser visto como menos do que um padrão mínimo já consolidado. Não se admite que leis estrangeiras sejam invocadas em seu detrimento para suplantiar qualquer de suas proteções.

O presente Projeto de Lei, e em total compasso com o fim maior de salvaguarda do consumidor, preconiza que se apliquem as normas estrangeiras que confirmem ainda mais direitos e direitos ainda maiores, e a transposição do Diálogo das Fontes ao plano internacional é o mecanismo que possibilita a harmonização das normas e permite a aplicação da lei mais

benéfica, independente de sua origem. Para além do nacionalismo jurídico existem respostas mais amplas que conduzem a soluções mais protetivas.

A *International Law Association* (ILA-Londres), um dos principais fóruns do mundo, concluiu a Resolução nº 04/2012, no 75º Congresso de Direito Internacional, depois de quatro anos de estudos do Comitê de Proteção Internacional dos Consumidores, para encetar princípios relativos à regulamentação da defesa do consumidor internacional, enunciou que:

“A proteção do consumidor deve-se guiar pelos seguintes princípios:

(...)

2. (Princípio da proteção mais favorável ao consumidor):
É desejável, em Direito Internacional Privado, desenvolver *Standards* e aplicar normas que permitam aos consumidores beneficiarem-se da proteção mais favorável ao consumidor”.

Essa é a tendência atual de proteção do consumidor em suas relações internacionais. A sociedade avança de forma complexa e exige do Direito mecanismos capazes de absorver múltiplas situações jurídicas. No âmbito do consumo internacional, não se sustentam aplicações automáticas e derogatórias; não se pode excluir do consumidor a possibilidade de se beneficiar com outras normas. A aplicabilidade da lei estrangeira, portanto, quando mais vantajoso, deve ser reconhecida pela jurisprudência nacional como garantia de maiores direitos aos consumidores.

O foco da relação de consumo é o consumidor. É a sua proteção para a garantia da equalização substancial do vínculo jurídico, por cuja disparidade intrínseca se justifica a própria ação do Direito. O que se propõe é nada mais que a modernização do modelo jurídico para que, a partir da superação da óptica nacionalista e do anacronismo legislativo em favor de um sistema aberto a soluções mais adequadas e protetivas, todas e quaisquer normas de defesa do consumidor coexistam e sejam aplicadas de forma que se garanta sempre a máxima proteção de seus interesses. Mais do que não haver óbice legal para a aplicação da lei estrangeira mais favorável como marco regulatório do consumo internacional, existe o dever de proteção por parte de um sistema predisposto a tutelar o consumidor. E um dever de fazê-lo do modo mais amplo possível.

Enquanto os conflitos de leis no espaço regerem-se por uma legislação de 1942, os critérios de conexão, extremamente defasados e incompatíveis com a realidade moderna, permanecerão insuficientes para lidar com as relações de consumo. A solução passa pela reforma normativa, de modo que se insira uma conexão especial relativa ao consumo internacional.

O artigo 9º da LINDB trata da lei aplicável para qualificar e reger as obrigações em geral e, como visto, estabelece para esses casos a legislação do país em que se constituírem as obrigações. O § 1º determina a observância da forma essencial prevista pela lei brasileira quando a obrigação se destinar a ser aqui executada, e o § 2º estipula como local de constituição da obrigação resultante do contrato o lugar de residência do proponente.

Dentro, portanto, do modelo proposto, aventa-se o acréscimo de mais um parágrafo ao artigo, que determine a conexão específica quanto às relações de consumo para indicar como aplicável a elas a lei mais benéfica aos interesses do consumidor. Dessa forma, se estabeleceria uma regra especial em relação à norma geral do *caput*, conforme as particularidades do macrossistema de Direito do Consumidor.

A inserção de uma disposição que abranja o consumo internacional justifica-se tanto pela relevância do tema quanto pelo modelo atual antiquado de conexão; em um universo de expansão do intercâmbio comercial para fora das dimensões territoriais, a alteração proposta visa à conciliação das tendências de DIPr com propósito estruturante do CDC.

Pelo exposto, a alteração proposta merece inserida em nosso ordenamento e para ela conto com o apoio dos ilustres pares.

Sala das Sessões, em 22 de novembro de 2016.

**Deputado
Lobbe Neto
PSDB/SP**

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

DECRETO-LEI Nº 4.657, DE 4 DE SETEMBRO DE 1942

Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro. ([Ementa com redação dada pela Lei nº 12.376, de 30/12/2010](#))

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, usando da atribuição que lhe confere o artigo 180 da Constituição, decreta:

.....
 Art. 9º Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem.

§ 1º Destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato.

§ 2º A obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente.

Art. 10. A sucessão por morte ou por ausência obedece à lei do país em que domiciliado o defunto ou o desaparecido, qualquer que seja a natureza e a situação dos bens.

§ 1º A sucessão de bens de estrangeiros, situados no País, será regulada pela lei brasileira em benefício do cônjuge ou dos filhos brasileiros, ou de quem os represente, sempre que não lhes seja mais favorável a lei pessoal do *de cujus*. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 9.047, de 18/5/1995](#))

§ 2º A lei do domicílio do herdeiro ou legatário regula a capacidade para suceder.

.....

PROJETO DE LEI Nº 7.224, DE 2017
(Do Sr. Victor Mendes)

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, que "estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil", para obrigar os sítios eletrônicos a disponibilizarem o endereço de sede, filial, sucursal, escritório, ou estabelecimento no Brasil.

DESPACHO:
 APENSE-SE AO PL-4509/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei obriga os sítios eletrônicos, inclusive blogs, a

disponibilizarem o endereço da sede, filial, sucursal, escritório, ou estabelecimento no Brasil.

Art. 2º Acrescente-se à Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, o seguinte art. 21-A:

“Art. 21-A. Todo sítio eletrônico, inclusive blog, conterá expressa e ostensivamente o endereço da sede, filial, sucursal, escritório, ou estabelecimento no Brasil para o recebimento de notificação judicial e extrajudicial.

§ 1º A informação prevista no caput deverá conter elementos que permitam a identificação específica do responsável legal do sítio eletrônico, assim como do responsável pelo conteúdo das informações publicadas.

§ 2º No caso de não cumprimento de obrigação disposta no caput, a Agência Nacional de Telecomunicações suspenderá o funcionamento do sítio eletrônico e do blog e aplicará multa no valor de R\$ 3.000,00 a R\$30.000,00, nos termos da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997.

§ 3º O responsável pela inserção das informações no sítio eletrônico será solidariamente responsabilizado pela não observância do disposto neste artigo, aplicando-se as sanções previstas no § 2º, independentemente das cominações cíveis e penais cabíveis.

§ 4º A penalidade de multa prevista no § 2º será aplicada em dobro no caso de divulgação de informação falsa.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor sessenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Este projeto tem como objetivo coibir práticas reiteradas de ataques contra a dignidade da pessoa humana, a honra e a imagem das pessoas por meio da internet, sem a devida identificação dos responsáveis pelo sítio eletrônico ou pelas informações publicadas.

A constituição assegura a liberdade de expressão, mas veda o seu anonimato. Assim sendo, a internet não pode servir de instrumento de ocultação de ataques deliberados sem direito de resposta. Isto significa dizer que aquele que manifestar seu pensamento deve se identificar e assumir as responsabilidades pelas informações prestadas.

Podemos considerar que a liberdade de expressão é um direito acompanhado de um dever, pois a medida que é exercido o direito de manifestação do pensamento, assume-se também a responsabilidade pelos possíveis danos que venham ser causados a terceiros. Logo, não se excetua desses mandamentos constitucionais a manifestação do pensamento expressa por meio da internet que venha ofender a honra, a imagem e a dignidade das pessoas.

Como esses direitos constitucionais estão intimamente relacionados, busca-se com essa proposição obrigar que os sítios eletrônicos e os blogs saiam do anonimato e contenham endereço de sede, filial, sucursal, escritório, caixa postal ou estabelecimento no Brasil, sem, contudo, impedir o direito de expressão.

Ainda nesse sentido, e com a finalidade de conferir coercitividade à norma, cria-se a liberalidade da agência reguladora suspender o funcionamento do sítio eletrônico ou do blog que não esteja disponibilizando o endereço de forma expressa e ostensivamente ao público.

É inadmissível que sítios eletrônicos funcionem no anonimato, sem a devida identificação de seus responsáveis legais, impossibilitando, por exemplo, a citação ou a intimação para responder perante o poder público por atos atentatórios contra a honra e a imagem das pessoas.

Dessa forma, conto com o apoio dos nobres pares pela aprovação deste Projeto de Lei.

28/03/2017

Deputado Victor Mendes
PSD/MA

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 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014

Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

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

.....
CAPÍTULO III
DA PROVISÃO DE CONEXÃO E DE APLICAÇÕES
DE INTERNET

Seção III
Da Responsabilidade por Danos Decorrentes de Conteúdo
Gerado por Terceiros

Art. 21. O provedor de aplicações de internet que disponibilize conteúdo gerado por terceiros será responsabilizado subsidiariamente pela violação da intimidade decorrente da divulgação, sem autorização de seus participantes, de imagens, de vídeos ou de outros materiais contendo cenas de nudez ou de atos sexuais de caráter privado quando, após o recebimento de notificação pelo participante ou seu representante legal, deixar de promover, de forma diligente, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço, a indisponibilização desse conteúdo.

Parágrafo único. A notificação prevista no *caput* deverá conter, sob pena de nulidade, elementos que permitam a identificação específica do material apontado como violador da intimidade do participante e a verificação da legitimidade para apresentação do

pedido.

Seção IV **Da Requisição Judicial de Registros**

Art. 22. A parte interessada poderá, com o propósito de formar conjunto probatório em processo judicial cível ou penal, em caráter incidental ou autônomo, requerer ao juiz que ordene ao responsável pela guarda o fornecimento de registros de conexão ou de registros de acesso a aplicações de internet.

Parágrafo único. Sem prejuízo dos demais requisitos legais, o requerimento deverá conter, sob pena de inadmissibilidade:

- I - fundados indícios da ocorrência do ilícito;
- II - justificativa motivada da utilidade dos registros solicitados para fins de investigação ou instrução probatória; e
- III - período ao qual se referem os registros.

LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997

Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

LIVRO I **DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS**

Art. 1º Compete à União, por intermédio do órgão regulador e nos termos das políticas estabelecidas pelos Poderes Executivo e Legislativo, organizar a exploração dos serviços de telecomunicações.

Parágrafo único. A organização inclui, entre outros aspectos, o disciplinamento e a fiscalização da execução, comercialização e uso dos serviços e da implantação e funcionamento de redes de telecomunicações, bem como da utilização dos recursos de órbita e espectro de radiofrequências.

Art. 2º O Poder Público tem o dever de:

- I - garantir, a toda a população, o acesso às telecomunicações, a tarifas e preços razoáveis, em condições adequadas;
- II - estimular a expansão do uso de redes e serviços de telecomunicações pelos serviços de interesse público em benefício da população brasileira;
- III - adotar medidas que promovam a competição e a diversidade dos serviços, incrementem sua oferta e propiciem padrões de qualidade compatíveis com a exigência dos usuários;
- IV - fortalecer o papel regulador do Estado;
- V - criar oportunidades de investimento e estimular o desenvolvimento tecnológico e industrial, em ambiente competitivo;
- VI - criar condições para que o desenvolvimento do setor seja harmônico com as metas de desenvolvimento social do País.

PROJETO DE LEI N.º 7.522, DE 2017

(Do Sr. Rômulo Gouveia)

Altera o Código de Defesa do Consumidor, estabelecido pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, dispondo sobre a prestação de informações ao consumidor usuário de aplicações de internet destinadas à comercialização de produtos e serviços.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6557/2013.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera o Código de Defesa do Consumidor, estabelecido pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, dispondo sobre a prestação de informações ao consumidor usuário de aplicações de internet destinadas à comercialização de produtos e serviços.

Art. 2º Inclua-se o seguinte artigo 33-A na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990:

Art. 33-A Em caso de oferta ou venda de produtos ou serviços por meio de aplicação de internet, o consumidor deve ter acesso, na referida aplicação, a informações cadastrais do fornecedor que deverão incluir, entre outras, o nome, o endereço, o número telefônico ou o endereço de correio eletrônico e o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF ou no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ.

Parágrafo único. Na aplicação de que trata o caput também deverão constar informações relativas à política de vendas, trocas e reembolsos, assim como à proteção do consumidor, tais como legislação e normas técnicas aplicáveis aos produtos e serviços fornecidos e contatos para as entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) pertinentes”. (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O comércio eletrônico de bens e serviços representa significativa parcela dos negócios na atualidade. Segundo informações da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, em 2016, o setor movimentou R\$ 53 bilhões no país, representando um aumento de 11% em relação ao ano anterior.¹ Já o relatório Webshoppers de 2017,² indica que, enquanto as vendas do varejo físico brasileiro encolheram 10% nos últimos dois anos, o e-comércio expandiu 7,4%, em 2016. Ademais, de acordo com o relatório, quase um quarto da população – 48 milhões de pessoas – realizou ao menos uma compra pela internet no referido ano.

Esse crescimento ressalta a necessidade de se atualizar o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) de modo a incluir proteções específicas para esse tipo de comércio. A precisão decorre do fato de que compras, quando realizadas em lojas virtuais, podem dificultar o contato posterior por parte do consumidor – o chamado pós-venda –, pelo simples fato dos estabelecimentos comerciais não serem abertos ao público. Assim, o consumidor dispõe apenas dos canais de atendimento eventualmente abertos pela empresa. Nesse ambiente, não são raros os casos em que o fornecedor não oferece endereço físico para contato presencial ou número de telefone para atendimento por pessoas. Ademais, algumas lojas não se preocupam em informar aos seus clientes acerca de suas políticas de vendas, trocas e reembolsos, ou sobre a legislação ou normas técnicas pertinentes.

Entendemos que o CDC carece de previsões legais nesse sentido. Por isso, apresentamos o presente Projeto de Lei que altera o Código em vigência há quase trinta anos.

Mediante a aprovação de nossa proposta, o usuário e consumidor do e-comércio, além de estar melhor informado acerca de sua compra e sobre seus direitos, terá a garantia de que as lojas na internet poderão ser contatadas posteriormente, aumentando a segurança do ambiente virtual e de suas transações.

Por considerarmos que a concordância com este projeto contribuirá para o crescimento do comércio eletrônico e para o aumento da proteção aos consumidores, solicitamos o apoio dos nobres pares.

Sala das Sessões, em 27 de abril de 2017.

Deputado **RÔMULO GOUVEIA**
PSD/PB

¹ “Com crescimento de 45%, Digital Commerce Group supera mercados de e-commerce e tecnologia”, Abcomm, 01/02/17, disponível em: <https://abcomm.org/noticias/com-crescimento-de-45-digital-commerce-group-supera-mercados-de-e-commerce-e-tecnologia/>, acessado em 25/04/17.

² Webshoppers 2017, 35ª Edição, Ebit, disponível em: <http://www.ebit.com.br/webshoppers>, acessado em 25/04/17.

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 II
Da Oferta
.....

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#))

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.
.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 8.220, DE 2017
(Do Sr. Francisco Floriano)

"Altera a Lei 8078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para dispor sobre a responsabilidade solidária da empresa intermediadora do pagamento de compra realizada pela internet".

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4906/2001.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Esta Lei altera a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para dispor sobre a responsabilidade solidária da empresa intermediadora do pagamento de compra realizada pela internet.

Art. 2º. A Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a dispor acrescida do seguinte dispositivo:

“Art. 25-A. responsabilidade da empresa contratada para fazer intermediação do pagamento de negociação de compra e venda realizada pela internet será solidária, sempre que não for possível dar efetividade ao direito do consumidor de cancelar o pedido e requerer a devolução do dinheiro no caso de ausência de entrega do produto ou serviço”.

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

JUSTIFICATIVA

As compras realizadas por meio da internet sujeitam o consumidor a uma vulnerabilidade maior que as feitas de forma presencial, uma vez que, as informações prestadas são de difícil comprovação.

Dessa forma, a empresa que oferece como objeto principal do seu serviço a segurança nas transações realizadas virtualmente, ao frustrar a legítima expectativa do consumidor de reaver seu dinheiro, no caso de insucesso de negócio, expõe esse consumidor, que já estava em posição vulnerável, a uma situação de completo desamparo.

Nesse sentido, foi à decisão proferida pela relatora Desembargadora Leila Alanch, ressaltando a aplicação da legislação consumerista no caso de insucesso da compra realizada pela internet, por entender que aquele que participa da negociação, mesmo que apenas intermediando as transações entre o consumidor e terceiros, faz parte da cadeia de consumo, possuindo assim, legitimidade para figurar no pólo passivo das ações de indenização pelos danos eventualmente causados ao consumidor. Destacou, ainda, que a responsabilidade é objetiva, ou seja, independe de demonstração de culpa.

“(…) Nota-se, desta feita, a existência de falha na prestação do serviço da empresa/apelante, tendo em vista que, para dar efetividade ao direito prometido ao consumidor de cancelar o pedido e requerer a devolução do dinheiro pela ausência de entrega do serviço, precisaria haver uma coerência entre ofertado pelo vendedor e o oferecido pela empresa/apelante. Constata-se que as apeladas confiaram no serviço prestado pela empresa/apelante que oferecia segurança à contratação justamente pela possibilidade de devolução dos valores pagos se não ocorresse o recebimento da mercadoria. Dessa feita, não há como se imputar desídia, ou culpa exclusiva ao consumidor, que afastaria a responsabilidade objetiva da empresa/apelante, tendo em vista a falha na prestação do serviço da empresa/apelante, na medida em que não dispôs de prazo suficiente para o comprador exercer o seu direito” (TJDFT, 2ª Turma Cível, Acórdão nº 852605, APC 20130111591895, Relatora Desembargadora Leila Arlanch,

DJe 06/05/2015, p. 245).

Penso que, a empresa que faz intermediação do pagamento de compras realizadas pela internet é quem mais detém informações sobre quem está vendendo, onde encontrá-lo, qual o histórico das negociações, etc. A empresa intermediadora é quem recebe os valores para serem repassados ao vendedor do produto ou serviço.

Vale ressaltar que, o parágrafo único do art. 7º do Código de Defesa do consumidor dispõe que, “tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo”.

Assim, a alegação das empresas de serem apenas intermediadoras da relação de consumo, não as exime de responsabilidade perante o consumidor.

Peço o apoio dos nobres pares para a aprovação deste Projeto de lei.

Sala das sessões, 09 de agosto de 2017.

Deputado FRANCISCO FLORIANO (DEM/RJ)

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 III DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO IV DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DOS DANOS

Seção I **Da Proteção à Saúde e Segurança**

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as

informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

.....
Seção III
Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço

Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.

Seção IV
Da Decadência e da Prescrição

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º Obstat a decadência:

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II - (VETADO).

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.

§ 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

.....

PROJETO DE LEI N.º 9.619, DE 2018

(Do Senado Federal)

PLS nº 243/2014

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para dispor sobre a comunicação de informações negativas sobre o consumidor aos órgãos de proteção ao crédito e para conferir maior segurança às relações de consumo não presenciais”.

DESPACHO:
 APENSE-SE AO PL-4906/2001.

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 seguinte inciso XV:

“Art. 39.

.....XV – comunicar aos órgãos de proteção ao crédito informações negativas sobre o consumidor, salvo se comprovados a contratação e o fornecimento do produto ou serviço.

.....”
(NR)

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida do seguinte art. 42-B:

“Art. 42-B. Na cobrança de débitos, cabe ao fornecedor o ônus da prova do contrato e do fornecimento do produto ou serviço.

§ 1º É válida a contratação de serviços ou a aquisição de produtos por meio eletrônico desde que assegurada a identificação do consumidor mediante a utilização de instrumentos como biometria, assinatura eletrônica, senha ou código de autenticação emitido por dispositivo pessoal e intransferível, obtidos mediante prévio cadastramento do consumidor junto ao fornecedor.

§ 2º A tela sistêmica e o **log** eletrônico gerado pelo fornecedor são aptos a comprovar a contratação realizada por meio eletrônico.”

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

Senado Federal, em 21 de fevereiro de 2018.

Senador Eunício Oliveira
Presidente do Senado Federal

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 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)

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.

Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

Seção V Da Cobrança de Dívidas

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

Art. 42-A. Em todos os documentos de cobrança de débitos apresentados ao consumidor, deverão constar o nome, o endereço e o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF ou no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ do fornecedor do produto ou serviço correspondente. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 12.039, de 1/10/2009\)](#)

Seção VI Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

§ 6º Todas as informações de que trata o *caput* deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.146, de 6/7/2015, publicada no DOU de 7/7/2015, em vigor 180 dias após a sua publicação\)](#)

.....

PROJETO DE LEI N.º 9.754, DE 2018 (Do Sr. José Otávio Germano)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para incluir o parágrafo 1º ao art. 46, determinando que o fornecedor de produtos ou serviços no comércio eletrônico veicule banner de advertência e/ou desistência do negócio antes da finalização do contrato.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-3514/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta inciso ao art. 46 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

Art. 2º O art. 46 da Lei nº 8.078/90 passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

§ 1º Nos contratos celebrados pelos meios eletrônicos, incluídos os celebrados no ambiente da internet, antes da finalização do negócio jurídico, o fornecedor de produtos ou serviços veiculará um banner eletrônico, advertindo o consumidor de todas as obrigações decorrentes, bem como possibilitando a desistência do negócio.

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

JUSTIFICAÇÃO

O comércio eletrônico, também conhecido como *e-commerce*, é a transação realizada por meio eletrônico ou digital de dados, valendo-se o fornecedor de tal avançada tecnologia para ofertar diferentes produtos ou serviços aos consumidores. Esse tipo de transação eletrônica normalmente ocorre por meio da internet, na qual o anunciante cria um site, funcionando este como uma verdadeira vitrine virtual, no qual expõe à comercialização seus produtos ou serviços.

Segundo dados do relatório Webshoppers, feito pela consultoria especializada Ebit, mesmo em meio à crise econômica, lojas online no Brasil faturaram R\$ 21 bilhões no primeiro semestre de 2017, em crescimento nominal de 7,5% se comparados os números de 2016. O número de pedidos também cresceu 3,9%, saltando de 48,5 milhões em 2016 para 50,3 milhões neste ano. É a primeira vez que o e-commerce brasileiro bate a marca de 50 milhões de pedidos só no primeiro semestre de 2017.

O crescimento do número de consumidores que fizeram compras online no primeiro semestre deste ano chegou a 25,5 milhões de usuários, com expansão de 10,3%. Para o segundo semestre, a expectativa é alta, uma vez que existem datas fortes como o Dia das Crianças, Natal e o tradicional Black Friday. Nesse sentido, a estimativa de crescimento é de 12% a 15%. Considerando o ano inteiro de 2017, a Ebit prevê que o e-commerce brasileiro cresça cerca de 10%³.

Há inúmeros benefícios do e-commerce, tais como Fornecimento de produtos e serviços mais baratos aos clientes, com transações on-line que podem ser realizadas a qualquer hora do dia; melhor qualidade de informações, de maneira eficiente, que podem ser acessadas de qualquer lugar do mundo e até a facilidade no fornecimento de serviços públicos, como as responsabilidades governamentais,

³ Disponível em <http://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2017/08/comercio-eletronico-cresce-75-no-1-semester-de-2017-diz-ebit.html>. Acesso em 09 de novembro de 2017.

reduzindo o custo de distribuição e a chance de fraudes.

De outra banda, existem alguns perigos que ainda persistem, tais como a falta de padrões universalmente aceitos de qualidade, segurança e confiabilidade; dificuldade de integração entre a Internet e softwares de comércio eletrônico com algumas aplicações e banco de dados existentes e ainda a percepção do comércio eletrônico como dispendioso e desprotegido.

Todavia, o que parece mais grave, para além do próprio furto de dados e de informações confidenciais, é o Impulso, o estímulo excessivo ao consumo, o que pode levar à potencialização de doenças compulsivas e ao superendividamento. Não obstante os primeiros fatores possuam relações com distúrbios psicossociais e outras patologias, o fenômeno do superendividamento é realidade nas famílias brasileiras, que, no âmbito da sociedade de consumo, sente-se permanentemente estimulada a comprar ou contratar serviços, mesmo não tendo necessidade ou condições para arcar com os compromissos financeiros assumidos.

Diferentemente do comércio físico, onde desde a abordagem até a concretização do negócio há diversas etapas de compreensão até a aquiescência da contratação, no ambiente eletrônico tudo é mais rápido e fácil. Desde a oferta, disseminada por spams e demais campanhas de marketing eletrônico, até o acesso à página virtual, acesso ao crédito e finalização da compra ou contratação do serviço. Não se verifica, no transcurso desta cadeia, nenhuma advertência ao consumidor acerca da necessidade da realização do negócio ou se está preparado efetivamente para assumir parcelas, muitas vezes distribuídas em mais de 12 (doze). Tampouco há preocupação em se preservar a dignidade do consumidor, conduzindo-a a celebração de um negócio que poderá comprometer à sua própria subsistência ou de sua família.

Há diferentes mecanismos relativos ao comércio eletrônico, destacando-se o denominado B2C (Business to Consumer). Este é o tipo mais comum, é a venda à varejo, em que um estabelecimento relaciona-se diretamente com o cliente final. O propósito deste projeto de lei é justamente o de salvaguardar os direitos e interesses desses consumidores, através da advertência, sem interferir, todavia, nas relações que surjam entre fornecedores e consumidores.

Importante frisar que o governo federal editou o Decreto nº 7962/2013, que o Código de Defesa do Consumidor para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico (e-commerce). Todavia, tal regulamentação é insuficiente à proteção das relações de consumo que se perfectibilizam no ambiente da web, uma vez que algumas situações estão a exigir a reserva legal para tanto. Ademais, tramita no Senado Federal o Projeto de Lei nº 3515/2015, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e o art. 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. Indispensável, entretanto, o estabelecimento de mecanismos preventivos, os quais não são albergados pelo referido projeto de lei, os quais, uma vez vigentes, poderão

representar um importante instrumento de prevenção, dentre outros, ao superendividamento⁴.

Na lição do Professor André Perin Schmidt, superendividamento é a **“Condição em que se encontra o indivíduo que possui um passivo (dívidas) maior que o ativo (renda e patrimônio pessoal) e precisa de auxílio para reconstruir sua vida econômico-financeira.”** (In Revisão dos Contratos com Base no Superendividamento Juruá editora – 2012).

Existem dois tipos de superendividados: os **Ativos**, os quais se endividam voluntariamente, induzido por estratégias de marketing; e os **Passivos**: os quais se endividam em decorrência de fatores externos, tais como desemprego, doença, divórcio, redução de salário, alta das taxas de juros etc. O presente projeto de lei pretende evitar que os consumidores se superendividem com base em meras estratégias de marketing, sem que sejam, antes da conclusão do negócio virtual, advertidos, através de um banner, sobre as responsabilidades decorrentes da contratação, bem como os riscos dela decorrentes.

Em assim sendo, contando com a sensibilidade dos colegas que exercem os seus misteres no âmbito do Parlamento Federal, é que proponho o presente Projeto de Lei, na expectativa de sua aprovação, após os trâmites legislativos de praxe, para que possa, ao final e ao cabo, ser sancionado pela Presidência da República.

Brasília, 13 de março de 2018.

JOSÉ OTAVIO GERMANO
Deputado Federal PP/RS

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 VI

⁴ O superendividamento no Brasil: 58,4% das famílias se declararam endividadas entre agosto e setembro/2017 (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo –CNC; 10,3% das famílias declararam não ter condições de pagar suas dívidas ou contas em atraso, portanto, seguiriam inadimplentes; e 60 milhões de pessoas estavam no cadastro da Serasa Experian em maio/2017.

DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

Seção I

Disposições Gerais

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Art. 47. As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

DECRETO Nº 7.962, DE 15 DE MARÇO DE 2013

Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, caput, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990,

DECRETA:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos:

I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;

II - atendimento facilitado ao consumidor; e

III - respeito ao direito de arrependimento.

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e

VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

LEI Nº 10.741, DE 1º DE OUTUBRO DE 2003

Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

.....
TÍTULO VI
DOS CRIMES
.....

.....
CAPÍTULO II
DOS CRIMES EM ESPÉCIE
.....

Art. 95. Os crimes definidos nesta Lei são de ação penal pública incondicionada, não se lhes aplicando os arts. 181 e 182 do Código Penal.

Art. 96. Discriminar pessoa idosa, impedindo ou dificultando seu acesso a operações bancárias, aos meios de transporte, ao direito de contratar ou por qualquer outro meio ou instrumento necessário ao exercício da cidadania, por motivo de idade:

Pena - reclusão de 6 (seis) meses a 1 (um) ano e multa.

§ 1º Na mesma pena incorre quem desdenhar, humilhar, menosprezar ou discriminar pessoa idosa, por qualquer motivo.

§ 2º A pena será aumentada de 1/3 (um terço) se a vítima se encontrar sob os cuidados ou responsabilidade do agente.

Art. 97. Deixar de prestar assistência ao idoso, quando possível fazê-lo sem risco pessoal, em situação de iminente perigo, ou recusar, retardar ou dificultar sua assistência à saúde, sem justa causa, ou não pedir, nesses casos, o socorro de autoridade pública:

Pena - detenção de 6 (seis) meses a 1 (um) ano e multa.

Parágrafo único. A pena é aumentada de metade, se da omissão resulta lesão corporal de natureza grave, e triplicada, se resulta a morte.

.....
.....
PROJETO DE LEI N.º 9.772, DE 2018
(Do Sr. Fausto Pinato)

Altera as Leis nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências; e nº 12.291, de 20 de julho de 2010, que torna obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, para estabelecer a oferta obrigatória de informações ao consumidor, sempre que houver a celebração, pela internet ou por outros meios eletrônicos, de contrato de compra ou de oferta de serviço.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4348/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Esta Lei altera as leis nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências; e nº 12.291, de 20 de julho de 2010, que torna obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, para estabelecer a oferta obrigatória de informações ao consumidor, sempre que houver a celebração, pela internet ou por outros meios eletrônicos, de contrato de compra ou de oferta de serviço.

Art. 2º. O art. 49, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 (sete) dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone, a domicílio, pela internet ou por outros meios eletrônicos.

§ 1º Sempre que a oferta do produto ou serviço ocorrer pela internet ou por outros meios eletrônicos, deverão obrigatoriamente ser informados, com destaque e na própria página em que o produto ou serviço é ofertado: o nome, o endereço, o número telefônico, o endereço de correio eletrônico e o número de inscrição do fornecedor no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ); a política de vendas, trocas e reembolsos adotada pelo fornecedor; e informação sobre a possibilidade de desistência do contrato, nos termos do que prevê este artigo;

§ 2º Se o consumidor exercer o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.” (NR)

Art. 3º. O art. 1º, da Lei nº 12.291, de 20 de julho de 2010, que torna obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

“Art. 1º.

Parágrafo único. Quando a oferta do produto ou serviço ocorrer pela internet ou por outros meios eletrônicos, deverá obrigatoriamente ser disponibilizado, com destaque e na própria página em que o produto ou serviço é ofertado, meio de acesso para página específica que contenha a íntegra do texto do Código de Defesa do Consumidor.” (NR)

Art. 4º. Esta Lei entra em vigor 30 dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Mesmo com a crise econômica que vem assolando o Brasil nos últimos anos, o setor de comércio eletrônico não para de crescer, em um ritmo superior ao da maior parte dos países. No ano passado, segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABCOMM), o setor movimentou o total de R\$ 53,4 bilhões – crescimento de 11% em relação a 2015. Para 2017, a expectativa é ainda maior: um faturamento de R\$ 59,9 bilhões e um número de compras nas lojas virtuais brasileiras superior a 200 milhões.

Se, por um lado, o comércio eletrônico tem contribuído de maneira bastante positiva para a retomada do crescimento econômico do País, por outro, alguns problemas específicos das relações de consumo no mercado virtual têm se disseminado. Em grande parte, tais conflitos são gerados pela desatualização da nossa legislação de consumo, ainda predominantemente baseada na oferta de produtos e serviços em ambientes físicos ou, quando muito, por meio do telefone, reembolso postal ou outras formas antigas de compra à distância.

O nosso Código de Defesa do Consumidor, por exemplo, datado de 1990, não faz qualquer menção à utilização de meios eletrônicos para a venda de produtos ou serviços, já que esta tecnologia era ainda quase uma ficção ao tempo da sua promulgação. Porém, mesmo legislações mais recentes têm ainda demasiado foco na defesa do consumidor em compras presenciais, em detrimento da sua proteção nas transações à distância. Cite-se, por exemplo, a Lei nº 12.291, de 2010, que obrigou a disponibilização de um exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, mas não previu qualquer medida similar para o comércio eletrônico.

É, pois, com o intuito de modernizar a legislação de consumo, de modo a estabelecer proteções adicionais ao consumidor nas vendas por meios eletrônicos, em especial pela internet, que apresentamos o presente projeto de lei. Seu objetivo primordial é determinar a oferta obrigatória de informações ao consumidor, sempre que houver a celebração, pela internet ou por outros meios eletrônicos, de contrato de compra ou de oferta de serviço. Tais informações incluem o nome, o número telefônico, o endereço de correio eletrônico e o CPF ou CNPJ do fornecedor, bem como sua política de vendas, trocas e reembolsos. Sugerimos, ainda, uma alteração no texto da Lei nº 12.291, de 20 de julho de 2010, para determinar que, quando a oferta do produto ou serviço ocorrer pela internet ou por outros meios eletrônicos, seja obrigatoriamente disponibilizado, com destaque e na própria página em que o produto ou serviço é ofertado, link para página específica que contenha a íntegra do texto do Código de Defesa do Consumidor.

É, pois, com a certeza da conveniência e oportunidade do presente projeto de lei que conclamamos o apoio dos nobres parlamentares para a sua aprovação. Destacamos, adicionalmente, que a adoção das regras aqui sugeridas não ensejará custos, nem para o erário, nem para os fornecedores de produtos e serviços no comércio eletrônico.

Sala das Sessões, em 14 de março de 2018.
Deputado FAUSTO PINATO

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 VI DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

Seção I Disposições Gerais

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

LEI Nº 12.291, DE 20 DE JULHO DE 2010

Torna obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

Art. 1º São os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços obrigados a manter, em local visível e de fácil acesso ao público, 1 (um) exemplar do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 2º O não cumprimento do disposto nesta Lei implicará as seguintes penalidades, a serem aplicadas aos infratores pela autoridade administrativa no âmbito de sua atribuição:

I - multa no montante de até R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos);

II - (VETADO); e

III - (VETADO).

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

Brasília, 20 de julho de 2010; 189º da Independência e 122º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto

PROJETO DE LEI N.º 10.181, DE 2018

(Do Sr. Felipe Bornier)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de inclusão do número de telefone do serviço de atendimento ao consumidor (SAC) no sítio eletrônico de lojas de comércio eletrônico na rede mundial de computadores (internet).

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-4189/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O sítio eletrônico de fornecedor de produtos e serviços, sediado em todo território nacional, que preste serviços ou realize vendas de produtos no comércio eletrônico por meio da rede mundial de computadores, deve disponibilizar ao consumidor e inserir, em local de destaque e de fácil visualização em sua página eletrônica principal, o número do telefone do serviço de atendimento ao consumidor (SAC).

Art. 2º O descumprimento das disposições desta Lei sujeitará o infrator às penalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor.

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

JUSTIFICAÇÃO

Esta proposição, pretende informar ao consumidor, em local de fácil acesso na página de sítio eletrônico utilizado no comércio eletrônico, o telefone do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Essa informação relevante do telefone do SAC, que se refere à oferta, apresentação e publicidade, notadamente no âmbito do comércio eletrônico na internet, apesar de já estar muito bem equacionada na disciplina de nosso Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC), carece de uma melhor disciplina na legislação federal.

Apesar de já existir uma regulamentação da matéria na esfera infralegal, qual seja o **Decreto nº 7.962, de 2013**, que “*regulamenta a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a **contratação no comércio eletrônico***”, nos parece que a redação da norma contida em seu art. 2º⁵ não tem se mostrado suficiente para coibir os frequentes abusos que são cometidos por vários sítios de comércio eletrônico em atuação no Brasil.

O fato é que a ausência da informação do telefone dos SAC persiste e as lojas virtuais, com o consentimento da deficiente atuação fiscalizatória e sancionadora das instituições componentes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, tem se valido dessa fragilidade na regulamentação para continuarem a prejudicar o acesso do consumidor a um serviço de atendimento que lhe dê segurança e presteza durante sua compra de bens e serviços no ambiente virtual do comércio eletrônico.

De fato, embora o CDC seja uma lei extremamente eficaz e bem-sucedida, foi sancionada (1990) quando a *internet* ainda não fazia parte indissociável da vida das pessoas e nem ocupava a importância que ostenta hoje no percentual de negociações de produtos e serviços. Por ser um diploma majoritariamente principiológico, fornece, ainda assim, instrumental para tratar da defesa do consumidor em qualquer meio de contratação. Há, contudo, especificidades no comércio eletrônico que podem, efetivamente, ser mais bem disciplinadas. É oportuno, portanto, refletir sobre formas de se aprimorar as salvaguardas aos consumidores no ambiente virtual. E muito, nesse sentido, já vem sendo feito.

Para tanto, pretendemos instituir a obrigatoriedade ora proposta que, por certo, trará ainda maior segurança ao consumidor brasileiro durante sua utilização de lojas no ambiente do comércio eletrônico, uma vez que poderá recorrer sempre ao auxílio importante do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC).

Estamos evoluindo rapidamente no que diz respeito ao comércio na Internet, mas essa evolução não pode ser maior que a defesa do consumidor. Hoje, o consumidor brasileiro que necessita resolver algo negativo como o atraso nas entregas, extravio de encomendas, produtos danificados ou trocados, está refém de

⁵ “Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - Nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - **endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;**” (grifei)

apenas uma forma de atendimento, que em sua maioria é falha e inconsistente.

Esperamos contar com o indispensável apoio de nossos pares para aprimorar e aprovar esta proposição, ao longo de sua tramitação nas Comissões temáticas desta Casa.

Sala das Sessões, em 08 de maio de 2018.

Deputado Felipe Bornier

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 VII DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de

proteção ao consumidor nos demais casos. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*)

DECRETO Nº 7.962, DE 15 DE MARÇO DE 2013

Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

A **PRESIDENTA DA REPÚBLICA**, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, caput, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990,

DECRETA:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos:

- I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;
- II - atendimento facilitado ao consumidor; e
- III - respeito ao direito de arrependimento.

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e

VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:

- I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;
- II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e
- III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.

PROJETO DE LEI N.º 10.535, DE 2018

(Do Sr. Francisco Floriano)

"Altera a Lei 1.521, de 26 de dezembro de 1951, que altera dispositivos da legislação vigente sobre crimes contra a economia popular, para definir como crime dessa natureza as compras *on line* não entregues ao comprador".

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4906/2001.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Esta Lei altera a Lei 1.521, de 26 de dezembro de 1951, que altera dispositivos da legislação vigente sobre crimes contra a economia popular, para definir como crime dessa natureza as compras *on line* nunca entregues ao comprador.

Art. 2º. O art. 2º da Lei 1.521, de 26 de dezembro de 1951, passa avigorar acrescido do seguinte dispositivo:

“Art. 2º.

.....

XII - a prática comercial *on line* que consiste na criação de sites na internet para vender mercadorias fictícias com a intenção de nunca entregá-las”.

Pena - detenção, de 2 (dois) anos a 10 (dez) anos, e multa (NR)

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

JUSTIFICATIVA

A praticidade é um dos fatores mais atraentes para os consumidores que utilizam serviços ou compram algum produto por meio da rede mundial de computadores. Porém, é preciso ficar atento aos golpes praticados por sites que vendem produtos que nunca serão entregues.

Penso que, o uso cada vez mais intenso e diversificado da internet vem abrindo caminhos para a prática de novas fraudes, ou para novas formas de cometimento de velhos crimes, em casos nem sempre fáceis de enquadrar no ordenamento jurídico.

Os crimes cibernéticos no Brasil afetam anualmente cerca de 62 milhões de pessoas e causam prejuízo de US\$ 22 bilhões, de acordo com estudo divulgado no início de 2018, pela empresa de segurança virtual Symantec.

O Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem sido acionado para apresentar a correta interpretação das normas infraconstitucionais em relação aos ilícitos praticados pela rede.

Segundo a corte, ao criar um site para vender produtos fictícios pela internet, os criminosos não têm por objetivo enganar vítimas determinadas, mas, sim, um número indeterminado de pessoas, vendendo para qualquer um que acesse o site. (STJ, CC 133.534, Ministro Reynaldo Soares da Fonseca, DJe: 06/11/2015)

Essa é a razão pela qual a conduta ilícita praticada atenta contra a economia popular.

Ocorre que, a Lei dos crimes contra a economia popular é de 1951!!!, as penas ainda estão em “cruzeiros”, em total dissonância com a atual realidade cada vez mais virtual.

É preciso rever o nosso arcabouço legal, em especial, as legislações consumeristas, para salvaguardar o consumidor de práticas fraudulentas.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres pares para a aprovação deste Projeto de lei.

Sala da sessão, 04 de julho de 2018.

Deputado FRANCISCO FLORIANO (DEM/RJ)

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 1.521, DE 26 DE DEZEMBRO DE 1951

Altera dispositivos da legislação vigente sobre crimes contra a economia popular.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA,

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

Art. 1º Serão punidos, na forma desta Lei, os crimes e as contravenções contra a economia popular. Esta Lei regulará o seu julgamento.

Art. 2º São crimes desta natureza.

I - recusar individualmente em estabelecimento comercial a prestação de serviços essenciais à subsistência; sonegar mercadoria ou recusar vendê-la a quem esteja em condições de comprar a pronto pagamento;

II - favorecer ou preferir comprador ou freguês em detrimento de outro, ressalvados os sistemas de entrega ao consumo por intermédio de distribuidores ou revendedores;

III - expor à venda ou vender mercadoria ou produto alimentício, cujo fabrico haja desatendido a determinações oficiais, quanto ao peso e composição;

IV - negar ou deixar o fornecedor de serviços essenciais de entregar ao freguês a nota relativa à prestação de serviço, desde que a importância exceda de quinze cruzeiros, e com a indicação do preço, do nome e endereço do estabelecimento, do nome da firma ou responsável, da data e local da transação e do nome e residência do freguês;

V - ministrar gêneros e mercadorias de espécies diferentes, expô-los à venda ou vendê-los como puros; misturar gêneros e mercadorias de qualidade desiguais para expô-los à venda ou vendê-los por preço marcado para os de mais alto custo;

VI - transgredir tabelas oficiais de gêneros e mercadorias, ou de serviços essenciais, bem como expor à venda ou oferecer ao público ou vender tais gêneros, mercadorias ou

serviços, por preço superior ao tabelado, assim como não manter afixadas, em lugar visível e de fácil leitura, as tabelas de preços aprovadas pelos órgãos competentes;

VII - negar ou deixar o vendedor de fornecer nota ou caderno de venda de gêneros de primeira necessidade, seja à vista ou a prazo, e cuja importância exceda de dez cruzeiros ou de especificar na nota ou caderno - que serão isentos de selo - o preço da mercadoria vendida, o nome e o endereço do estabelecimento a firma ou o responsável, a data e local da transação e o nome e residência do freguês;

VIII - celebrar ajuste para impor determinado preço de revenda ou exigir do comprador que não compre de outro vendedor;

IX - obter ou tentar obter ganhos ilícitos em detrimento do povo ou de número indeterminado de pessoas mediante especulações ou processos fraudulentos ("bola de neve", "cadeias", "pichardismo" e quaisquer outros equivalentes);

X - violar contrato de venda a prestações, fraudando sorteios ou deixando de entregar a coisa vendida, sem devolução das prestações pagas, ou descontar destas, nas vendas com reserva de domínio, quando o contrato for rescindido por culpa do comprador, quantia maior do que à correspondente à depreciação do objeto;

XI - fraudar pesos ou medidas padronizados em lei ou regulamentos; possuí-los ou detê-los, para efeitos de comércio, sabendo estarem fraudados.

Pena: detenção de seis meses a dois anos e multa de dois mil a cinqüenta mil cruzeiros.

Parágrafo único. Na configuração dos crimes previstos nesta Lei, bem como na de qualquer outra, de defesa de economia popular, sua guarda e seu emprego considerar-se-ão como de primeira necessidade ou necessários ao consumo do povo, os gêneros, artigos, mercadorias e qualquer outra espécie de coisas ou bens indispensáveis à subsistência do indivíduo em condições higiênicas e ao exercício normal de suas atividades. Estão compreendidos nesta definição os artigos destinados à alimentação, ao vestuário e à iluminação, os terapêuticos ou sanitários, o combustível, a habitação e os materiais de construção.

Art. 3º São também crimes dessa natureza:

I - destruir ou inutilizar, intencionalmente e sem autorização legal, com o fim de determinar alta de preços, em proveito próprio ou de terceiro, matérias primas ou produtos necessários ao consumo do povo;

II - abandonar ou fazer abandonar lavoura ou plantações, suspender ou fazer suspender a atividade de fábricas, usinas ou quaisquer estabelecimentos de produção, ou meios de transporte, mediante indenização paga pela desistência da competição;

III - promover ou participar de consórcio, convênio, ajuste, aliança ou fusão de capitais, com o fim de impedir ou dificultar, para o efeito de aumento arbitrário de lucros, a concorrência em matéria de produção, transporte ou comércio;

IV - reter ou açambarcar matérias primas, meios de produção ou produtos necessários ao consumo do povo, com o fim de dominar o mercado em qualquer ponto do País e provocar a alta dos preços;

V - vender mercadorias abaixo do preço de custo com o fim de impedir a concorrência;

VI - provocar a alta ou baixa de preços de mercadorias, títulos públicos, valores ou salários por meio de notícias falsas, operações fictícias ou qualquer outro artifício;

VII - dar indicações ou fazer afirmações falsas em prospectos ou anúncios, para o fim de substituição, compra ou venda de títulos, ações ou quotas;

VIII - exercer funções de direção, administração ou gerência de mais de uma empresa ou sociedade do mesmo ramo de indústria ou comércio com o fim de impedir ou dificultar a concorrência;

IX - gerir fraudulenta ou temerariamente bancos ou estabelecimentos bancários, ou

de capitalização; sociedades de seguros, pecúlios ou pensões vitalícias; sociedades para empréstimos ou financiamento de construções e de vendas de imóveis a prestações, com ou sem sorteio ou preferência por meio de pontos ou quotas; caixas econômicas; caixas Raiffeisen; caixas mútuas, de beneficência, socorros ou empréstimos; caixas de pecúlio, pensão e aposentadoria; caixas construtoras; cooperativas; sociedades de economia coletiva, levando-as à falência ou a insolvência, ou não cumprindo qualquer das cláusulas contratuais com prejuízo dos interessados.

X - fraudar de qualquer modo escriturações, lançamentos, registros, relatórios, pareceres e outras informações devidas a sócios de sociedades civis ou comerciais, em que o capital seja fracionado em ações ou quotas de valor nominativo igual ou inferior a Cr\$1.000,00 com o fim de sonegar lucros, dividendos, percentagens, rateios ou bonificações, ou de desfalcar ou desviar fundos de reserva ou reservas técnicas.

Pena: detenção de dois anos a dez anos e multa de vinte mil a cem mil cruzeiros.

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.029, DE 2019

(Do Sr. Otto Alencar Filho)

Acrescenta o parágrafo único ao Art. 1º da Lei Nº 12.291, de 20 de julho de 2010, que "Torna obrigatória à manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços".

DESPACHO:
 APENSE-SE AO PL-4348/2012.

O Congresso nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta o parágrafo único ao Art. 1º da **Lei Nº 12.291, de 20 de julho de 2010**, que "Torna obrigatória à manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços".

Art. 2º O Art. 1º da Lei n.º 12.291, de 20 de julho de 2010, passa a vigorar acrescida do seguinte parágrafo:

"Parágrafo Único. os sítios virtuais de comércio eletrônico deverão conter, a título de informação ao consumidor, comerciantes e prestadores de serviços, o link do Código de Defesa do Consumidor disponível no site do Poder Executivo. (NR)"

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei visa acrescentar o Parágrafo único, ao Art. 1º da **Lei Nº 12.291, de 20 de julho de 1990**, que “Torna obrigatória à manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços”.

A referida legislação tornou obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nas lojas físicas, cujo objetivo é facilitar a livre consulta e dirimir possíveis dúvidas dos consumidores, comerciantes e prestadores de serviços.

Hoje, com o aumento das vendas pela internet, acreditamos ser de grande utilidade os sítios virtuais de comércio eletrônico disponibilizar a título de informação ao consumidor, o link do Código de Defesa do Consumidor disponível no site do Poder Executivo.

Segundo o site “e-commerce brasil”, o comércio eletrônico deve atingir um volume de vendas de R\$ 79,9 bilhões em 2019. A estimativa é da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm). De acordo com a entidade, caso essa projeção se cumpra, o montante representaria um crescimento de 16% quando comparado com o resultado atingido em 2018 pelas lojas virtuais do País, sendo o maior avanço anual verificado desde 2015.

Dessa forma, a inclusão desse dispositivo tem como objetivo facilitar o acesso à legislação vigente e esclarecer aos visitantes e clientes acerca dos seus direitos e obrigações antes de efetuarem quaisquer compras de produtos ou serviços na loja virtual.

Ante o exposto, conto com a aprovação desta proposta pelos eminentes Pares.

Sala das Sessões, em 21 de maio de 2019.

Deputado **Otto Alencar Filho**
PSD – BA

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 12.291, DE 20 DE JULHO DE 2010

Torna obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

Art. 1º São os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços obrigados a

manter, em local visível e de fácil acesso ao público, 1 (um) exemplar do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 2º O não cumprimento do disposto nesta Lei implicará as seguintes penalidades, a serem aplicadas aos infratores pela autoridade administrativa no âmbito de sua atribuição:

I - multa no montante de até R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos);

II - (VETADO); e

III - (VETADO).

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.833, DE 2019

(Do Sr. Beto Rosado)

Dispõe sobre a obrigatoriedade da divulgação da reputação de perfis utilizados comercialmente em plataformas virtuais de comércio ou em redes sociais.

DESPACHO:
 APENSE-SE AO PL-4786/2016.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei dispõe sobre a obrigatoriedade da divulgação da reputação de perfis utilizados comercialmente em plataformas virtuais de comércio ou em redes sociais.

Art. 2º As plataformas virtuais ou redes sociais que viabilizem a realização de comércio de produtos ou serviços deverão disponibilizar o acesso do consumidor a ferramenta de avaliação de reputação dos perfis comerciais.

Parágrafo único. A reputação atribuída pelos consumidores aos fornecedores deverá ser inserida em local facilmente visível do perfil comercial.

Art. 3º O descumprimento do disposto nessa Lei sujeita seus infratores às sanções administrativas estabelecidas pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sem prejuízo das sanções de natureza civil, penal e daquelas definidas em normas específicas.

Art. 4º Esta lei entra em vigor após decorridos 30 (trinta) dias da data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

O Brasil é hoje o quarto país do mundo em número de usuários de

internet com 120 milhões de pessoas conectadas. Considerando que o comércio online é uma realidade nacional, é preciso que sejam criadas ferramentas para a proteção dos consumidores diante dos fornecedores virtuais.

Especialmente com relação às redes sociais, o comércio por meio destas cresceu enormemente em razão das vantagens oferecidas aos fornecedores para facilitar o direcionamento e a divulgação dos seus produtos e serviços ao seu público alvo.

Sabe-se que alguns sítios eletrônicos disponibilizam mecanismo de reputação, por meio do qual é possível que os consumidores avaliem o fornecedor, registrem o que acharam do produto ou do serviço com relação ao que foi prometido e façam alertas úteis aos futuros interessados. No entanto, nem todas as plataformas virtuais ou redes sociais que viabilizam a realização de comércio de produtos ou serviços oferecem aos consumidores ferramentas semelhantes.

Por isso, propomos tornar obrigatório que as plataformas virtuais ou redes sociais disponibilizem ao consumidor o acesso a ferramenta de avaliação de reputação em local facilmente visível dos perfis comerciais. Nossa preocupação é a de proporcionar aos consumidores instrumentos para uma melhor análise quanto ao produto ou serviço oferecido pelo fornecedor no ambiente virtual antes mesmo da compra.

Trata-se de uma medida simples, construída socialmente por meio da opinião coletiva dos consumidores, e que pode ser facilmente aplicada pelas plataformas virtuais. Apesar da facilidade para a sua implementação, esse tipo de ferramenta tem se mostrado bastante eficiente para prevenir a propaganda enganosa, capaz de induzir o consumidor em erro quanto a natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. Além disso, um sistema de reputação é essencial para evitar fraudes ou golpes cometidos por criminosos que se escondem atrás de perfis virtuais.

Certos da importância do assunto, e em defesa dos consumidores brasileiros, solicitamos aos nobres Pares o apoio necessário para a aprovação do presente projeto.

Sala das Sessões, em 30 de setembro de 2019.
Deputado BETO ROSADO

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.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 103, DE 2020

(Do Sr. AJ Albuquerque)

Disciplina o serviço de entrega prestado por empresas a partir de sites e/ou aplicativos móveis, tornando obrigatório para as mesmas o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4189/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. As empresas que prestam serviço de entrega através de site e/ou aplicativo móvel ficam obrigadas a disponibilizar Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) de forma ininterrupta.

Parágrafo Único: O atendimento pelo Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) será realizado por meio telefônico ou através de chat de mensagens instantâneas, em tempo real, onde haja a interação direta do consumidor do serviço com o atendente, sendo gerado ao final do contato o número de protocolo referente ao mesmo para posterior acompanhamento.

Art.2º. As empresas que prestam serviço de entrega através de site e/ou aplicativo móvel ficam obrigadas a manter o número do telefone e/ou o chat de mensagens através do qual será prestado o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) em local de fácil visualização pelo consumidor, seja no site e/ou no aplicativo.

Art.3º. O desconto do valor a ser pago pelo serviço no cartão de crédito cadastrado previamente pelo consumidor só poderá ser feito após a devida confirmação da entrega pelo consumidor no site e/ou aplicativo móvel da empresa prestadora do serviço de entrega onde o pedido foi feito.

Art.4º. As empresas que prestam serviço de entrega através de site e/ou aplicativo móvel ficam obrigadas no ato da efetivação do pedido pelo consumidor a informar o tempo previsto para a entrega.

§1º. Esgotado o período de tempo previsto para a entrega, esta não ocorrendo, a empresa prestadora do serviço de entrega contratada através de site e/ou aplicativo móvel deverá informar ao consumidor o tempo de atraso previsto, prazo este que não poderá ser superior a 50% (cinquenta por cento) do tempo inicialmente previsto.

§2º. Transcorrido o tempo previsto pela empresa prestadora do serviço para a entrega, não tendo sido informado o consumidor do tempo de atraso ou sendo esse superior a 50% (cinquenta por cento) do tempo inicialmente previsto, o mesmo poderá cancelar o seu pedido no site e/ou aplicativo em que realizou o pedido sem qualquer ônus ou necessidade de contato prévio com a empresa responsável pela entrega.

§3º. No caso da empresa não cumprir com a obrigação contida no caput desse artigo, o consumidor poderá cancelar a qualquer momento sem ônus o seu pedido de entrega no site e/ou aplicativo móvel da empresa prestadora do serviço.

Art.5º. Esta Lei entra em vigor após 90 (noventa) dias da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Considerando que nos últimos dois anos o mercado de serviço de entregas feitas a partir de sites e aplicativos móveis vem crescendo exponencialmente no Brasil e movimentando bilhões de reais;

Considerando a crescente adesão dos brasileiros a tal prestação de serviço a partir de uma relação contratual que se dá através do meio digital entre o consumidor e a empresa prestadora do serviço de entrega;

E considerando ainda que tais relações se configuram como relações de consumo que tem tido mês a mês mais reclamações nos órgãos de defesa do consumidor em todo o Brasil e que necessitam de uma melhor adequação legal que proteja o consumidor de eventuais erros cometidos pelas plataformas digitais que gerenciam tais serviços, sites e/ou aplicativos móveis;

Vimos protocolar o presente Projeto de Lei que tem como fulcro obrigar as empresas de entrega que prestam os seus serviços a partir de sites e/ou aplicativos móveis a constituírem Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), bem como a adotarem em suas plataformas protocolos de segurança aqui sugeridos que podem contribuir para que haja uma melhor prestação dos serviços com uma satisfação e proteção maior aos consumidores brasileiros.

Assim, visando o fortalecimento da atividade de tais iniciativas empreendedoras no Brasil, sem contudo deixar de lado a proteção ao consumidor dos serviços prestados por tais iniciativas que utilizam a internet e plataformas digitais como sites

e aplicativos móveis para a prestação de seus serviços, vimos apresentar este Projeto de Lei desde já pedindo o apoio dos nobres parlamentares para a aprovação célere da matéria.

Plenário Ulisses Guimarães, 04 de fevereiro de 2020.

Deputado AJ Albuquerque
Progressistas-Ce

PROJETO DE LEI N.º 617, DE 2020

(Do Sr. Rogério Correia)

Dispõe sobre a proteção do consumidor em relação a serviços prestados por meio de aplicativos móveis e portais de internet.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-103/2020.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta dispositivos à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, dispondo sobre a proteção do consumidor em relação a serviços prestados por meio de aplicativos móveis e portais de internet, e dá outras providências.

Art. 2º Para os efeitos desta lei, entende-se:

I – aplicativo móvel: programa executado em dispositivo móvel dotado de capacidade computacional, destinado a prover acesso a serviço ou interação com seu provedor ou intermediário;

II – portal de internet: sítio de internet destinado a prover acesso a serviço ou interação com seu provedor ou intermediário;

III – prestador do serviço: pessoa física contratada, subcontratada, sublocada ou indicada para interagir com o consumidor na prestação do serviço;

IV – provedor de aplicação: pessoa física ou jurídica responsável pelos recursos de interação com o consumidor na negociação, reserva ou contratação do serviço e que empresta marca, sinal distintivo ou denominação comercial ao mesmo.

Art. 3º O provedor de aplicação é solidariamente responsável pela qualidade e segurança do serviço prestado, cabendo-lhe o ônus da rastreabilidade da prestação do serviço e da comprovação das condições de prestação.

Art. 4º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar

acrescida dos seguintes dispositivos:

“Art. 11-A. A oferta de produtos ou serviços mediante aplicativo móvel, portal de internet ou outro recurso de interação eletrônica com o consumidor deverá assegurar condições de segurança dos dados prestados ou recebidos e de fruição do serviço, inclusive:

I – acompanhamento pelo provedor de aplicação do processo de prestação do serviço por terceiro contratado, subcontratado, sublocado ou indicado, mediante registro da interação entre prestador e consumidor;

II – garantia de canal de informação para reclamação, pelo consumidor, durante o processo de prestação, acerca de comportamento do prestador incompatível com os termos de prestação contratados, com norma legal aplicável, ou com a segurança do consumidor;

III – garantia de canal de informação para reclamação ou registro, pelo prestador do serviço, acerca de insegurança, irregularidade ou ocorrência incompatível com os termos de prestação contratados, com norma legal aplicável, ou com a segurança do prestador;

IV – garantia de registro e acompanhamento de eventos ocorridos no processo de prestação do serviço que envolvam risco à saúde ou à segurança do consumidor ou do prestador do serviço.

§ 1º O registro de que trata o inciso I do caput incluirá, de acordo com a natureza do serviço prestado, a coleta de imagens do processo de prestação, a localização geográfica do prestador do serviço e a confirmação, pelo consumidor e pelo prestador, do início e da conclusão do serviço.

§ 2º O provedor de aplicação responsável pela intermediação do serviço é responsável, solidariamente, pelas condições de segurança e de proteção à integridade e à saúde do consumidor na sua prestação.”

“Art. 14-A. O provedor de aplicação responsável por aplicativo móvel, portal de internet ou outro recurso de interação eletrônica com o consumidor, utilizado na negociação, reserva ou contratação do serviço, é igualmente responsável, nos termos do art. 14, em relação a serviço prestado por contratado, subcontratado, sublocado ou indicado para sua prestação.”

“Art. 40

§ 4º No fornecimento de serviços mediante aplicativo móvel, portal de internet ou outro recurso de interação eletrônica com o consumidor, será assegurado recurso para desistência do consumidor, até o início da efetiva prestação, na mesma plataforma, programa ou interface utilizada para sua negociação, reserva ou contratação.”

“Art. 54

§ 6º Na negociação, reserva ou contratação do serviço por aplicativo móvel, portal de internet ou outro recurso de interação eletrônica serão presumidas como acordadas, exclusivamente em favor do consumidor, as práticas comerciais e

de interação usualmente admitidas nesses tipos de transação.”

Art. 5º Na intermediação do serviço, o provedor de aplicação deverá:

I – assegurar a identificação e a qualificação do prestador do serviço, bem como desempenho compatível com a negociação ou contratação efetuada e com a segurança na interação com o consumidor;

II – exercer supervisão dos horários de trabalho ou de disponibilidade do prestador do serviço, dentro de limites compatíveis com a segurança e eficácia da oferta de serviço e com a legislação aplicável;

III – acompanhar, quando aplicável, a qualidade, a certificação metrológica e as condições operacionais dos equipamentos utilizados na prestação do serviço;

IV – manter disponível ao prestador do serviço registro comprobatório da prestação e dos rendimentos associados, para fins tributários e previdenciários.

Art. 6º Compete ao provedor de aplicação a emissão de nota fiscal eletrônica comprobatória da prestação do serviço e sua disponibilização mediante recurso disponível na mesma plataforma, programa ou interface utilizada para negociação, reserva ou contratação do serviço.

Art. 7º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A rápida expansão da oferta de serviços mediante aplicativos criou uma situação nova para o consumidor. A intermediação do serviço apõe uma marca e assegura parâmetros de qualidade da prestação que devem, efetivamente, ser passíveis de verificação. As relações de consumo, portanto, precisam incorporar essas características, para que estas resultem em benefício ao consumidor. A legislação de proteção ao consumidor deve ser aperfeiçoada para alcançar essa nova realidade.

É precisamente esta a intenção da proposta que ora oferecemos aos nobres Pares. Pretendemos, com a iniciativa, fazer constar no Código de Defesa do Consumidor o compromisso do provedor de serviço por aplicativo com a qualidade da prestação e a obrigação de rastrear e assegurar as condições de prestação.

Para tal, além das disposições normativas inseridas na lei vigente, sugerimos obrigações adicionais que poderão ser adotadas, graças aos avanços tecnológicos de que essas soluções se beneficiam. Em particular, preocupa-nos garantir que a segurança do prestador e do consumidor seja assegurada. Entendemos que essa responsabilidade deva ser remetida ao provedor da aplicação, sendo este responsável pelos algoritmos implementados e pelos resultados cumulativos da prestação do serviço.

Vivemos uma nova realidade de mercado, em que a intermediação de serviços deverá ampliar-se e invadir novas áreas de interesse e, até mesmo, a tradicional organização das empresas. No entanto, essa transformação não deve resultar no avanço da uberização do trabalho que hoje se verifica, com perda

expressiva de direitos e benefícios e, sobretudo, com o comprometimento de condições dignas de exercício profissional do trabalhador.

As modalidades tradicionais de prestação de serviços e de comercialização de produtos criaram, ao longo dos anos, condições de reconhecimento, certificação e prestação de serviços que tanto beneficiam o consumidor quanto dignificam o prestador.

Os ganhos de produtividade e flexibilidade assegurados pelas plataformas móveis de interação devem resultar em ganhos sociais para todos os envolvidos, consumidor, empreendedor e prestador de serviço, em condições iguais ou superiores às do mercado tradicional. É nesse sentido que oferecemos este texto e esperamos contar com o apoio de nossos nobres Pares para sua discussão e aprovação.

Sala das Sessões, em 11 de março de 2020.

ROGÉRIO CORREIA
Deputado – PT/MG

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 IV
DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO
DOS DANOS

Seção I
Da Proteção à Saúde e Segurança

.....
Art. 11. (VETADO).

Art. 11-A. [*VETADO na Lei nº 13.425, de 30/3/2017*](#)

Seção II
Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção,

montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação.

§ 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I - que não colocou o produto no mercado;
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

- I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;
- II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;
- III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - o modo de seu fornecimento;
- II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

- I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Art. 15. (VETADO).

CAPÍTULO V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção IV Das Práticas Abusivas

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.

Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

.....

CAPÍTULO VI DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

.....

Seção III Dos Contratos de Adesão

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

§ 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

§ 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressalvando-se o disposto no § 2º do artigo anterior.

§ 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. ([*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 11.785, de 22/9/2008*](#))

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

§ 5º (VETADO).

CAPÍTULO VII DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.241, DE 2020

(Do Sr. Eduardo Bismarck)

Dispõe sobre a obrigação de disponibilização correta de dados dos fornecedores de serviços de entrega prestados por meio de provedores de aplicações de internet e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-7522/2017.

O Congresso Nacional Decreta:

Art. 1º Esta lei dispõe sobre a obrigação de disponibilização correta de dados dos fornecedores de serviços de entrega prestados por meio de provedores de aplicações de internet e dá outras providências.

Art. 2º Os provedores de aplicações de internet que ofertem serviços de entrega de produtos devem disponibilizar, em formato simples e de fácil acesso ao usuário:

- I – telefone atualizado do provedor de aplicações de internet;
- II – telefone atualizado do fornecedor do produto a ser entregue ao usuário;
- III. – endereço atualizado do fornecedor do produto a ser entregue ao usuário.

Art. 3º O descumprimento do disposto no art. 2º ensejará aplicação das penalidades contidas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

Art. 4º Esta lei entra em vigor no prazo de 30 (trinta) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A oferta de serviços de entrega por meio de aplicativos vem se disseminando com notável velocidade no Brasil. A grande variedade de opções, a facilidade de se encontrar o que se procura (matching), o conforto de fazer o pedido remotamente e o formato amigável de aplicativos de entrega vêm revolucionando o desenho e o modelo dos serviços de entrega em todo o país.

Ocorre que o formato intermediado por um provedor de aplicações de internet (ou aplicativo), além de facilitar a busca e facilitar os pedidos, tem também o potencial de distanciar o cliente de informações importantes acerca do restaurante ou loja em que o pedido foi feito.

De fato, muitas vezes, após realizado o pedido, o consumidor encontra dificuldades em localizar o contato direto do fornecedor do serviço ou produto solicitado. Seja porque a entrega está atrasada, seja porque o consumidor esqueceu-se de alguma observação ou ressalva a ser feita no momento do pedido, muitas vezes há necessidade de entrar em contato direto com a loja ou o restaurante em que o pedido foi feito.

A relação consumerista feita à distância requer maior cuidado e transparência. Um exemplo é o art. 33 do Código de Defesa do Consumidor – CDC, que dispõe que nos casos de oferta ou venda realizadas por telefone deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial. Isso visa facilitar a identificação do fornecedor e munir o consumidor de informações necessárias na hipótese de haver defeitos ou vícios com o produto ou serviço.

Reforçando esse entendimento, o art. 42-A, também do CDC, determina que em todos os documentos de cobrança de débitos apresentados ao consumidor deverão constar dados como o nome, endereço e número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ do fornecedor do produto ou serviço.

Dessa forma, estabelecemos que os provedores de aplicações de internet que ofertem entrega de produtos ou serviços devem disponibilizar, em formato simples e de fácil acesso ao usuário: (i) telefone atualizado do próprio aplicativo; (ii) o telefone atualizado do fornecedor do serviço a ser prestado ou do produto a ser entregue ao usuário; e (iii) o endereço atualizado do fornecedor do serviço a ser prestado ou do produto a ser entregue ao usuário.

Além disso, a fim de emprestar eficácia à medida, enquadrámos o descumprimento dessas obrigações como infração administrativa no âmbito do CDC, sem prejuízo de outras sanções penais e civis que sejam cabíveis.

Pelos motivos expostos, solicitamos o célere apoio dos nobres pares com o objetivo de aprovarmos a presente proposição.

Sala das Sessões, 18 de agosto de 2020.

Deputado EDUARDO BISMARCK
PDT-CE

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 II
Da Oferta

.....
Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#))

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.
.....

Seção V
Da Cobrança de Dívidas

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

Art. 42-A. Em todos os documentos de cobrança de débitos apresentados ao consumidor, deverão constar o nome, o endereço e o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF ou no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ do fornecedor do produto ou serviço correspondente. ([Artigo acrescido pela Lei nº 12.039, de 1/10/2009](#))

Seção VI
Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.
.....

.....
CAPÍTULO VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
.....

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;

II - apreensão do produto;

- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*)

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.209, DE 2020

(Do Sr. Rafael Motta)

Inclui os § 2º, § 3º e § 4º ao artigo 31 da Lei nº 8.078, de 11 de dezembro de 1990, para proporcionar clareza na divulgação de informações essenciais de produtos e serviços ofertados ao consumidor no comércio eletrônico.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4786/2016.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O artigo 31 da Lei nº 8.078, de 11 de dezembro de 1990, passa a vigorar acrescido dos seguintes § 2º, § 3º e § 4º:

“Art. 31.....

.....

§ 2º O preço à vista de produtos ou serviços ofertados ao

consumidor no comércio eletrônico, será afixado junto à imagem ou informado na descrição do produto ou do serviço, em caracteres facilmente legíveis.

§ 3º O prazo de validade de produto ofertado ao consumidor no comércio eletrônico, se houver, será informado na descrição do produto, em caracteres facilmente legíveis.

§ 4º Considera-se preço à vista o valor total do produto ou do serviço pago em uma única parcela, independentemente do instrumento de pagamento utilizado.” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Em meio à pandemia da Covid-19, com lojas fechadas e pessoas trabalhando em casa, o comércio eletrônico surgiu como uma alternativa de sucesso para a manutenção do distanciamento social, conquistando novos adeptos.

De acordo com o recente levantamento realizado pela Compre&Confie, empresa de inteligência de mercado para o comércio eletrônico, as vendas pela internet no Brasil cresceram 71% nos 90 dias iniciais da pandemia no país, chegando a movimentar R\$ 27,3 bilhões. Foram feitos 68,9 milhões de pedidos, um aumento de 82,1% em comparação com o mesmo intervalo de tempo em 2019.

Na avaliação por categorias de compra, entre os maiores crescimentos estão alimentos e bebidas (+222%) e cosméticos (80%).

De acordo com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm), estima-se que o e-commerce ganhou ao menos quatro milhões de novos clientes, que devem manter o hábito mesmo após a reabertura e a vacina.

Diante desse cenário, torna-se obrigatório estabelecer legislação mais específica para proteger essa imensa parcela de novos consumidores que se encontra confusa e indefesa diante de práticas comerciais inovadoras, porém muitas vezes abusivas.

A Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que regula as condições de oferta e de afixação de preços de bens e serviços para o consumidor, foi alterada em 2017 para incluir a forma de apresentação dos preços no comércio eletrônico. No entanto a alteração não foi suficiente para evitar práticas abusivas, uma vez que é comum no comércio eletrônico o fornecimento dos preços somente mediante solicitação do consumidor ao lojista. Tal prática é rotineira, especialmente, em redes sociais como o Instagram.

Assim, apresentamos o projeto de lei em tela para inserir no Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, não somente a forma de apresentação do preço, mas também do prazo de validade, quando houver, de produtos ofertados ao consumidor no comércio eletrônico. A disponibilização do prazo

de validade de forma clara é de suma importância para garantir o acesso a uma informação básica do produto, não devendo ser informação exclusiva para a compra presencial, principalmente, quando observamos que houve um aumento exponencial na venda de alimentos, bebidas e cosméticos.

Diante de todo o exposto e confiante na importância dessa mudança a fim de proporcionar transparência nas relações de consumo e garantir a efetividade do direito do consumidor, espero contar com o apoio dos nossos ilustres pares para a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, em de de 2020

Deputado **RAFAEL MOTTA**
PSB/RN

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 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.

.....

LEI Nº 10.962, DE 11 DE OUTUBRO DE 2004

Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA,

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

Art. 1º Esta Lei regula as condições de oferta e afixação de preços de bens e serviços para o consumidor.

Art. 2º São admitidas as seguintes formas de afixação de preços em vendas a varejo para o consumidor:

I - no comércio em geral, por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos bens expostos à venda, e em vitrines, mediante divulgação do preço à vista em caracteres legíveis;

II - em auto-serviços, supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto, sem intervenção do comerciante, mediante a impressão ou afixação do preço do produto na embalagem, ou a afixação de código referencial, ou ainda, com a afixação de código de barras;

III - no comércio eletrônico, mediante divulgação ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço, em caracteres facilmente legíveis com tamanho de fonte não inferior a doze. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.543, de 19/12/2017\)*](#)

Parágrafo único. Nos casos de utilização de código referencial ou de barras, o comerciante deverá expor, de forma clara e legível, junto aos itens expostos, informação relativa ao preço à vista do produto, suas características e código.

PROJETO DE LEI N.º 1.288, DE 2021

(Do Sr. Carlos Bezerra)

Acrescenta § 2º ao art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências", com o fim de obrigar os fabricantes, produtores, construtores e importadores a divulgar a sua identificação completa, os endereços de sua sede e de todas as filiais e os meios de comunicação disponibilizados para atendimento ao consumidor.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-7668/2014.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2021
(Do Sr. CARLOS BEZERRA)

Acrescenta § 2º ao art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, com o fim de obrigar os fabricantes, produtores, construtores e importadores a divulgar a sua identificação completa, os endereços de sua sede e de todas as filiais e os meios de comunicação disponibilizados para atendimento ao consumidor.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta novo § 2º ao art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, com o fim de obrigar fabricantes, produtores, construtores e importadores a divulgar a sua identificação completa, os endereços de sua sede e de todas as filiais e os meios de comunicação disponibilizados para atendimento ao consumidor, nos manuais de utilização, nos certificados de garantia e em demais impressos, físicos ou digitais, que contenham especificações técnicas dos seus produtos ou serviços.

Art. 2º O art. 31, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, renumerando-se para § 1º o seu parágrafo único, passa a vigorar acrescido do seguinte § 2º:

“Art. 31.....

§ 1º.....

§ 2º É também obrigatória a divulgação das seguintes informações, pelos fabricantes, produtores, construtores e importadores, nos manuais de utilização, nos certificados de garantia e em demais impressos, físicos ou digitais, que

tenham especificações técnicas dos seus produtos ou serviços:

I – a sua firma ou denominação social;

II – o seu número no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ ou no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF, conforme o tipo de inscrição vinculada à sua atividade;

III – o endereço completo de sua sede e, se houver, de todas as filiais;

IV – o seu número de telefone e demais meios de comunicação disponibilizados para atendimento ao consumidor.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a contar da sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

Muito embora o direito à informação seja legalmente assegurado ao consumidor, deparar-se com embaraços para o seu exercício é uma situação bastante corriqueira no dia a dia das relações de consumo. Tal empecilho, muitas vezes, reside na falta da divulgação da identificação correta do fabricante, da sua localização precisa e dos canais de contato disponibilizados para atendimento ao usuário.

São comuns relatos de consumidores sobre a dificuldade que encontram para obter dados específicos relacionados ao produto ou serviço que adquiriram, ou para buscar o reparo de defeitos que o bem venha a apresentar, e que se veem impedidos de reclamar os seus direitos em face de que o fabricou, por não disporem de informações a esse respeito.

O art. 33 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor já prevê que, em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, o nome do fabricante e o seu endereço devem constar na embalagem, na publicidade e nos demais impressos utilizados na transação comercial. A presente iniciativa amplia, mediante o acréscimo de um novo § 2º ao art. 31 do

CDC, o alcance dessa proteção e generaliza o acesso a tais informações também nas transações realizadas em ambiente físico.

A proposta busca, também, instrumentalizar o disposto no art. 12 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, que impõe ao fabricante, ao produtor, ao construtor e ao importador responsabilidade pelos danos causados aos consumidores em decorrência de defeitos apresentados pelos produtos e serviços que coloquem à disposição no mercado.

Objetiva-se, além disso, reduzir a assimetria informacional existente entre o consumidor e o fabricante – que, por deter o domínio técnico do processo produtivo, muitas vezes é quem efetivamente pode fornecer, com fidedignidade e exatidão, as instruções e especificações de que o adquirente necessita para utilizar o bem ou serviço de forma adequada.

Firme nessas razões, conto com a colaboração dos nobres Pares para o aperfeiçoamento e aprovação desta iniciativa.

Sala das Sessões, em de de 2021.

Deputado CARLOS BEZERRA

2020-9959



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 IV
DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO
DOS DANOS
.....

Seção II
Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação.

§ 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I - que não colocou o produto no mercado;
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

- I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;
- II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;
- III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

.....

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção II
Da Oferta

.....

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.

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.

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008\)](#)

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 1.948, DE 2021

(Do Sr. Maurício Dziedricki)

Altera dispositivo da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que dispõe sobre a oferta e as formas de afiação de preços de produtos e serviços para o consumidor.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4786/2016.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2021.
(Do Sr. Maurício Dziedricki)

Apresentação: 25/05/2021 15:51 - Mesa

PL n.1948/2021

Altera dispositivo da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que dispõe sobre a oferta e as formas de afiação de preços de produtos e serviços para o consumidor.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, para regular as condições de informação do preço de produtos e serviços ao consumidor na publicidade e no comércio via internet

Art. 2º O inciso III do art. 2º da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 2º

III – nos sites de comércio eletrônico, nas comunicações via e-mail, nos aplicativos, nas ofertas em redes sociais ou em qualquer outro meio que utilize a internet, mediante divulgação clara e ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço, em caracteres facilmente legíveis com tamanho de fonte não inferior a doze.

.....” (NR)

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



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Maurício Dziedricki
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD211832188700>



JUSTIFICAÇÃO

O comércio eletrônico ou digital vem crescendo de forma exponencial e já supera, em muitos setores, o comércio tradicional. É a inovação tecnológica se impondo e modificando as relações consumeristas de outrora.

A onda digital, ao mesmo tempo em que oferece facilidades e oportunidades para o consumidor, também resultou em novas formas do fornecedor desviar de algumas normas impostas pelo sistema de proteção e defesa do consumidor em nosso país.

Na verdade, a redação da lei como se encontra hoje já determina a exposição clara de preço no comércio eletrônico. No entanto, existe alguma margem de interpretação que possibilita o não cumprimento da norma legal em algumas situações. No caso em questão, temos notícias de que fornecedores estão descumprindo o mandato legal por não aplicarem a obrigatoriedade de exposição do preço nas ofertas em redes sociais como fazem em sites próprios de vendas, que está elencado explicitamente na legislação atual.

Desse modo, acreditamos que uma mudança no texto da lei pode deixar mais explícita a vontade do legislador quanto a proteção do consumidor no ambiente digital.

A ideia é ampliar a proteção legal a toda publicidade, oferta e comercialização de produtos e serviços pela internet, informando o preço de modo claro e ostensivo ao consumidor em qualquer meio onde for divulgada a oferta de produtos e serviços na internet.

Ante o exposto, pedimos o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em de 2021.


Maurício Dziedricki
Deputado Federal – PTB/RS



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Maurício Dziedricki
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD211832188700>



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 10.962, DE 11 DE OUTUBRO DE 2004

Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA,

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

Art. 1º Esta Lei regula as condições de oferta e afixação de preços de bens e serviços para o consumidor.

Art. 2º São admitidas as seguintes formas de afixação de preços em vendas a varejo para o consumidor:

I - no comércio em geral, por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos bens expostos à venda, e em vitrines, mediante divulgação do preço à vista em caracteres legíveis;

II - em auto-serviços, supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto, sem intervenção do comerciante, mediante a impressão ou afixação do preço do produto na embalagem, ou a afixação de código referencial, ou ainda, com a afixação de código de barras;

III - no comércio eletrônico, mediante divulgação ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço, em caracteres facilmente legíveis com tamanho de fonte não inferior a doze. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.543, de 19/12/2017\)*](#)

Parágrafo único. Nos casos de utilização de código referencial ou de barras, o comerciante deverá expor, de forma clara e legível, junto aos itens expostos, informação relativa ao preço à vista do produto, suas características e código.

Art. 2º-A. Na venda a varejo de produtos fracionados em pequenas quantidades, o comerciante deverá informar, na etiqueta contendo o preço ou junto aos itens expostos, além do preço do produto à vista, o preço correspondente a uma das seguintes unidades fundamentais de medida: capacidade, massa, volume, comprimento ou área, de acordo com a forma habitual de comercialização de cada tipo de produto.

Parágrafo único. O disposto neste artigo não se aplica à comercialização de medicamentos. [*\(Artigo acrescido pela Lei nº 13.175, de 21/10/2015\)*](#)

Art. 3º Na impossibilidade de afixação de preços conforme disposto no art. 2º, é permitido o uso de relações de preços dos produtos expostos, bem como dos serviços oferecidos, de forma escrita, clara e acessível ao consumidor.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.724, DE 2023

(Do Sr. Alberto Fraga)

Acrescenta o art. 25 A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre responsabilidade na relação de consumo eletronicamente intermediada, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-8220/2017.



PROJETO DE LEI N.º _____, DE 2023

(Do Senhor Deputado Alberto Fraga).

Acrescenta o art. 25 A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre responsabilidade na relação de consumo eletronicamente intermediada, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta o art. 25 A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre responsabilidade na relação de consumo intermediada eletronicamente.

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

“Art. 25 A relação de consumo intermediada eletronicamente, por quaisquer meios, presume-se, para fins desta lei, um único contrato de consumo, respondendo o fornecedor intermediário solidariamente pelos vícios do produto ou pela prestação inadequada do serviço.

Parágrafo único. No caso de fornecedor nacional de serviços, a responsabilidade do intermediário será subsidiária, caso este forneça ao consumidor, em quinze dias, os dados suficientes para superveniente processo administrativo ou judicial, além de demonstrar o esgotamento das hipóteses de negociação mediada e apresentar as medidas contratuais de cautela para admissão de fornecedor nos meios que administra ou gerencia”.



Art. 3º Essa Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição tem por objetivo alterar o Código do Consumidor (CDC) para regular, de modo específico, relações de consumo eletronicamente mediadas, tendo por princípio básico a vulnerabilidade do consumidor diante das denominadas plataformas digitais, ou como se conhece em inglês, os *gatekeepers*, esses agentes intermediários no modelo P2B2P, alguns dos quais também funcionam de modo misto, diretamente com seus sítios e aplicativos de compra, estes no padrão P2P.

O principal ponto é quanto à responsabilidade desse agente intermediário, tendo em vista ser algo ainda recente, mas de presença praticamente universal, cuja regulação legal ainda é insuficiente, ademais de a jurisprudência pró-consumidor ainda não estar sedimentada.

Nessa linha, como adotado em todo o CDC, proponho estabelecer que a relação de consumo mediada por plataforma digital, portanto a fórmula FORNECEDOR-PLATAFORMA-CONSUMIDOR, por aplicativo (APP) ou outro meio, seja presumida legalmente como constituída de um único contrato de consumo, não se eximindo a plataforma (intermediária) da responsabilidade por eventuais vícios do produto ou serviço. Assim, a proposta é de que a lei seja clara no sentido da unicidade contratual e da clara responsabilidade objetiva, solidária, do fornecedor intermediário (plataforma) com o fornecedor primário.

Para tanto, sugeri a criação de um art. 25 A, na Seção III, “Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço”, do CDC, com a regra da responsabilidade objetiva na cabeça do dispositivo, seguido de um parágrafo único para estabelecer a hipótese de responsabilidade subsidiária no caso de fornecedor nacional de serviços. Entendo, neste caso específico, que a responsabilidade seja, de modo razoável, subsidiária; contudo, essa hipótese deverá ser precedida de fornecimento, para o consumidor, de dados suficientes para sobreveniente processo administrativo ou judicial, ademais de o fornecedor intermediário demonstrar o esgotamento da negociação por ele mediada e apresentar as medidas contratuais de cautela para admissão de fornecedor nos meios que administra ou gerencia.



Destarte, pela importância do projeto que ora apresento, para atualização do CDC, conto com os colegas parlamentares para o seu aperfeiçoamento e aprovação.

Sala das Sessões, em ____ de maio de 2023.

Deputado Alberto Fraga





CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990
Art. 25-A

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11;8078>

PROJETO DE LEI N.º 2.857, DE 2023
(Do Sr. Jonas Donizette)

Fixa requisitos para que provedores hospedem e conectem sítios (sites) de compra à rede mundial de computadores (internet) e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-4511/2016.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. JONAS DONIZETTE)

Fixa requisitos para que provedores hospedem e conectem sítios (sites) de compra à rede mundial de computadores (internet) e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As empresas de provedores de hospedagem de sítios (sites) e de conexão à rede mundial de computadores (internet) só poderão hospedar sítios de compras (sites) e conectá-los à rede mundial de computadores, quando os sítios (sites) de compra ostentarem em suas páginas as seguintes informações:

- a) Razão Social da empresa virtual de comércio;
- b) CNPJ;
- c) Endereço físico da sede da empresa, e
- d) Telefone para atendimento ao consumidor

Art. 2º Os sítios de compra que estejam hospedados e conectados à rede mundial de computadores e que não contenham tais informações terão o prazo de 60 (sessenta) dias contados da data da publicação desta lei para sua regularização.

Parágrafo único – A não regularização no prazo aqui estipulado ensejará a remoção do sítio pelo provedor.

Art. 3º - Será imposta pena de multa às empresas de provedores de hospedagem de sítios (sites) e de conexão à rede mundial de computadores (internet) que a qualquer tempo descumprirem as determinações desta lei.



Art. 4.º - Os valores das multas serão progressivos e serão fixados por Decreto do Poder Executivo.

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

JUSTIFICAÇÃO

A veiculação das informações fixadas no artigo 1.º desta proposição ajudará os consumidores de sítios de compras da rede mundial de computadores na medida em que estes passarão a ter meios para certificarem-se quanto à real existência da empresa e poderão checar sua linha de atendimento ao consumidor, como medida preventiva para evitar pagar por um produto, não o receber e também não conseguir reaver seu dinheiro.

Isto porque, na rede mundial de computadores, tornou-se frequente o consumidor localizar em um sítio de compra oferta de um produto que lhe interessa. Constata, ainda, que o preço ali anunciado é compatível com o preço praticado pelo mercado, sendo, porém, mais atrativo (menor) que os demais.

Em geral, mesmo sendo um sítio menos conhecido e sem maiores referências, o consumidor confia naquilo que vê, e aí...

Bom, aí ele começa por ver esgotar-se o prazo prometido para entrega e a entrega não acontecer, seguindo por não conseguir qualquer meio de contato com o vendedor e, quando consegue, não há resposta, não há solução, não há devolução do dinheiro, não há onde reclamar!!!

É certo que a regra só obrigará às empresas de provedores de hospedagem de sítios e de conexão à rede mundial de computadores sediadas no Brasil. Também não terá ela o condão de banir da web todas as más condutas da espécie. Mas ela poderá reduzir a ocorrência deste tipo de fatos na medida em que possibilitará meios para o consumidor precaver-se quanto ao sítio onde pretenda efetuar sua compra ou, ainda, assegurar-lhe a possibilidade de tomar outras medidas legais que sejam apropriadas na situação.



Pelas razões aqui expostas pedimos o apoio dos Nobres Deputados para a aprovação desta proposição.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado JONAS DONIZETTE



PROJETO DE LEI N.º 3.049, DE 2023

(Do Sr. Raimundo Santos)

Altera o inciso III do art. 2º da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que “Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor”.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1948/2021.



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Deputado Raimundo Santos – PSD/PA

Apresentação: 13/06/2023 22:04:19.693 - MESA

PL n.3049/2023

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. Raimundo Santos)

Altera o inciso III do art. 2º da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que “Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor”.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O inciso III do art. 2º da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 2º

III – nos sítios de comércio eletrônico, nos aplicativos, nas comunicações via *e-mail*, nas ofertas realizadas em redes sociais ou em qualquer outro meio que utilize a rede mundial de computadores (internet), mediante divulgação clara e ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço ofertado, em caracteres facilmente legíveis com tamanho de fonte não inferior a doze.

.....” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor 60 (sessenta) dias após a data de sua publicação.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Deputado Raimundo Santos – PSD/PA

JUSTIFICAÇÃO

É notório, o crescimento exponencial que o comércio eletrônico vem apresentando no Brasil e no mundo, atingindo números surpreendentes e batendo recordes de crescimento ano após ano.

O crescimento do comércio eletrônico, no entanto, ao tempo em que trouxe inúmeras facilidades e boas oportunidades para o consumidor, infelizmente, também gerou novos problemas, na medida em que alguns maus empresários, na condição de fornecedor de produtos e serviços, vieram cometer algumas infrações a normas contidas no bom Sistema de Proteção e Defesa do Consumidor vigente no país, sobretudo ao nosso Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90).

Nesse sentido, entendemos ser necessária uma mudança pontual no texto do inciso III do art. 2º da Lei nº 10.962/2004, com a finalidade de deixá-la mais explícita no que concerne à proteção dos direitos do consumidor nas relações de consumo praticadas no ambiente virtual.

Nossa proposta consiste na inclusão de mandamento legal que venha a ampliar a proteção legal a toda publicidade, oferta e comercialização de produtos e serviços realizadas no âmbito da rede mundial de computadores (pela internet), seja nos sítios de comércio eletrônico, nos aplicativos de telefones celulares ou por intermédio das redes sociais. Em todas essas situações, o fornecedor deverá sempre informar ao consumidor o preço de produtos e serviços, de modo claro e ostensivo, e em qualquer meio onde for divulgada tal oferta de produtos e serviços.

Tem-se notícias de inúmeras reclamações de consumidores junto aos Procons de vários estados, cujas queixas registram que muitos fornecedores estão descumprindo o dispositivo legal do atual inciso III do art. 2º da Lei nº 10.962/04, vez que não vem respeitando a obrigatoriedade de exposição do preço de produtos e serviços nas ofertas que realizam em redes sociais e nos sítios de comércio eletrônico.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Deputado Raimundo Santos – PSD/PA

Atualmente é muito comum as lojas virtuais, que divulgam seus produtos em redes sociais, colocarem a seguinte frase "preço inbox", vocábulo comumente utilizado para mensagem privada. A ideia é equiparar o mesmo que é exigido nas lojas físicas.

Diante dessas evidências, faz-se necessária a atualização proposta na legislação mencionada, de maneira a não gerar dúvidas quanto à obrigatoriedade de fornecedores de produtos e serviços no ambiente virtual seguirem os mesmos mandamentos legais que já lhes são impostos por ocasião das relações de consumo realizadas no ambiente presencial.

Face ao exposto, esperamos contar com o indispensável apoio de nossos nobres Pares para a aprovação da presente proposição nesta Casa.

Sala das Sessões, em 13 de junho de 2023.

Dep. RAIMUNDO SANTOS
PSD/PA





CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI Nº 10.962, DE 11 DE
OUTUBRO DE 2004
Art. 2º

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:2004-1011;10962>

PROJETO DE LEI N.º 4.635, DE 2023

(Do Sr. Márcio Marinho)

Acrescenta art. 34-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer a responsabilidade solidária dos titulares de sítios eletrônicos, de plataformas digitais e de demais provedores de aplicações que intermediarem a oferta ou conclusão do contrato de consumo pelos prejuízos acarretados ao consumidor em decorrência da não efetivação da entrega do produto ou da inexecução do serviço.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-8220/2017.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

Acrescenta art. 34-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer a responsabilidade solidária dos titulares de sítios eletrônicos, de plataformas digitais e de demais provedores de aplicações que intermediem a oferta ou conclusão do contrato de consumo pelos prejuízos acarretados ao consumidor em decorrência da não efetivação da entrega do produto ou da inexecução do serviço.

O Congresso Nacional decreta:

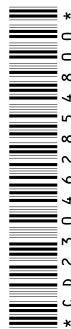
Art. 1º Esta lei acrescenta art. 34-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer a responsabilidade solidária entre o vendedor anunciante e os titulares de sítios eletrônicos, de plataformas digitais e de demais provedores de aplicações que intermediem a venda ou conclusão do contrato de consumo pelos prejuízos acarretados ao consumidor em decorrência da não efetivação da entrega do produto ou da inexecução do serviço.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 34-A:

“Art. 34-A. Os titulares de sítios eletrônicos, de plataformas digitais e de demais provedores de aplicações que promovam intermediação para venda ou conclusão do contrato de consumo respondem solidariamente com o vendedor anunciante pelos prejuízos acarretados ao consumidor em decorrência da não efetivação da entrega do produto ou da inexecução do serviço.” (NR)

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

oficial.



JUSTIFICAÇÃO

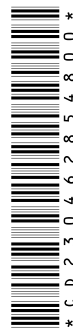
É inegável a relevância do comércio eletrônico como impulsionador das relações de consumo e como propulsor de novos modelos de negócio. O *e-commerce* apresenta diversos benefícios tanto para o consumidor, quanto para o ofertante, o que tem estimulado a expansão e a diversificação das formas como as transações de compra e venda pela internet são realizadas.

Ocorre que a nossa legislação não acompanhou, com a especificidade necessária, a evolução e a dinâmica dessas relações comerciais, de modo que algumas situações ainda não contam com uma disciplina legal precisa, que possibilite adequadamente equacionar os embates que surgem das novas modalidades de interação negocial.

Uma das questões que têm conduzido a sucessivos conflitos consiste, justamente, na responsabilização dos sites que fazem intermediação da oferta ou da conclusão de contratos digitais de consumo. Como sabemos, alguns sites e plataformas digitais comercializam produtos de terceiros e, a depender do que for convencionado entre as partes, a respectiva entrega pode ficar tanto a cargo do intermediador da transação, quanto do vendedor anunciante.

É o caso dos *marketplaces*, em que produtos de vários vendedores distintos são oferecidos em um único espaço virtual (site ou aplicativo), que se coloca na posição de intermediário e se encarregam da oferta do produto, com a finalidade de alcançar o maior número de consumidores possível e de que a venda seja, enfim, concretizada. Para o consumidor, um dos principais problemas se verifica quando a entrega ou realização do bem ou serviço adquirido não é executada.

A questão é que a disciplina dessa relação triangular (anunciante – intermediário – consumidor) não conta com previsão específica no nosso ordenamento jurídico. Trata-se de um tripé negocial que envolve as seguintes relações jurídicas, imbricadas entre si: a do anunciante com o intermediário; a do intermediário com o consumidor; e a do consumidor com o anunciante.



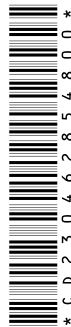
Em julgado de 2021, o Superior Tribunal de Justiça reconheceu a atipicidade da relação contratual firmada entre o vendedor anunciante e o site intermediador¹. Na ocasião, entendeu-se que “as particularidades da atividade desenvolvida pelos sites de intermediação dificultam o enquadramento da relação jurídica estabelecida com o anunciante em uma ou outra espécie contratual prevista no CC/02”, de modo que “a relação jurídica convencionada entre o site intermediador e o anunciante tangencia diversas modalidades de contratos, como é o caso da corretagem, do mandato e da colaboração empresarial”, sem, contudo, enquadrar-se, adequadamente, em nenhum desses conceitos jurídicos.

Ao lado dessa discussão sobre a natureza da relação entre o vendedor anunciante e site intermediador, há, também, aquela mantida entre o adquirente e o vendedor anunciante. Naturalmente, nesses casos, pode ou não haver relação de consumo: quando a negociação é realizada entre particulares, sem a presença dos elementos caracterizadores de uma relação de consumo, a abordagem jurídica a ser adotada deve seguir, em regra, a ótica das relações regidas pelo Código Civil.

No entanto, a situação aqui versada é a de quando o vendedor anunciante se enquadra como fornecedor, e o adquirente figura como consumidor, nos moldes do CDC. Nessa hipótese, a relação entre esses dois polos (anunciante e adquirente) é de consumo e, obviamente, não se encerra entre eles, ante a presença de um terceiro elemento que participa ativamente e se beneficia dessa transação: o intermediador.

Surge, daí, outra questão jurídica, que é o tratamento a ser conferido à relação entre esse intermediador e o consumidor. Nesse particular, entendemos que, se no vértice entre adquirente e o anunciante vendedor houver uma relação de consumo devidamente caracterizada, o intermediador da transação integra a cadeia de fornecimento e, nessa condição, deve (ou deveria) responder de forma solidária pelos danos acarretados ao cliente que não recebe a mercadoria adquirida ou o serviço contratado.

¹ STJ, Recurso Especial nº 1.880.344-SP.



No entanto, essa interpretação não tem sido tão simples, sobretudo ante a existência de inúmeros formatos de intermediação de vendas, de modo que a assunção da responsabilidade pelos prejuízos causados ao consumidor enganado se torna ainda mais tormentosa.

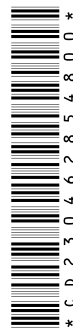
Há várias plataformas que “hospedam” lojinhas virtuais, em que os vendedores colocam seus produtos à disposição para venda. Em alguns casos, oferecem diretamente os produtos ou serviços desses terceiros (encarregando-se ou não da respectiva entrega ao consumidor). Tais provedores de aplicação figuram como intermediários da transação e podem se remunerar de diferentes maneiras (por comissão pela venda, pela cobrança do próprio anúncio, pela publicidade direcionada, etc.).

Não há como negar que, nesse modelo de negócio, quando uma plataforma credencia um vendedor ou oferta os seus produtos em sua própria interface ou página virtual, direta ou indiretamente, empresta a sua credibilidade ao negócio e o apresenta à clientela que atrai. Desse modo, não há como isentá-la da responsabilidade pela reparação do prejuízo experimentado pelo consumidor frustrado (ou enganado), em razão da não efetivação da entrega de um produto ou serviço que ela mesma ofertou.

Dado o crescente volume de golpes virtuais, é essencial que as plataformas que fazem a intermediação entre o vendedor e o consumidor se responsabilizem em caso de falha nessa prestação. Ora, se um anunciante tem algo a vender, é dever da plataforma que faz a intermediação da venda promover a devida segurança tanto à parte que vende, quanto àquela que compra.

Nossa proposta objetiva disciplinar, de forma mais precisa, essa situação, de modo a estabelecer a responsabilidade solidária entre o vendedor anunciante e os titulares de sítios eletrônicos, de plataformas digitais e de demais provedores de aplicações intermediadores pelos prejuízos acarretados ao consumidor em decorrência da não efetivação da entrega do produto ou da inexecução do serviço.

Certo de que a presente proposta contribuirá de forma substancial para o aprimoramento da disciplina legal acerca das relações de



consumo realizadas no comércio eletrônico, conto com os nobres Pares para o seu aperfeiçoamento e aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2023.

2023-10213



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI

Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990
Art.34-A

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11:8078>

PROJETO DE LEI N.º 190, DE 2024

(Do Sr. Rubens Pereira Júnior)

Altera a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer como prática abusiva a divulgação de produtos ou serviços nos sítios eletrônicos ou redes sociais de fornecedores com a omissão do valor correspondente.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-1948/2021.

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2024.
(Do Sr. Rubens Pereira Júnior)

Altera a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer como prática abusiva a divulgação de produtos ou serviços nos sítios eletrônicos ou redes sociais de fornecedores com a omissão do valor correspondente.

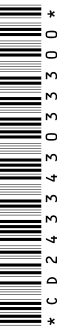
O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer como prática abusiva a divulgação de produtos ou serviços nos sítios eletrônicos ou redes sociais de fornecedores com a omissão do valor correspondente.

Art. 2º O art. 39 da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.....
.....
XV - divulgar produtos ou serviços em sítios eletrônicos
ou redes sociais com a omissão do valor correspondente.”
.....(NR).

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



JUSTIFICAÇÃO

A internet facilitou a vida das pessoas em grande medida. Atualmente, é possível realizar negócios jurídicos de forma totalmente virtual.

Nesse sentido, uma das principais ferramentas utilizadas pelos fornecedores é a divulgação de produtos e serviços em seus sítios eletrônicos e redes sociais. Entretanto, tornou-se comum que haja divulgação do produto ou serviço oferecido com a omissão de seu valor.

Frequentemente, nota-se que os sítios eletrônicos ou redes sociais de fornecedores exigem que os consumidores cadastrem telefone ou e-mail para que saibam o preço do produto ou serviço. Depois do cadastro, é comum que os fornecedores mantenham contato com o consumidor de forma abusiva, oferecendo-lhes o que não lhes interessa.

Essa prática atenta contra os direitos do consumidor, impedindo-lhe que tenha acesso rápido e claro acerca do valor de produto ou serviço que lhe interessa, além de provocar-lhe possíveis perturbações futuras.

Dessa maneira, achamos correto classificar essa prática como abusiva, de maneira que, ao divulgarem produtos e serviços em sítios eletrônicos e redes sociais, os fornecedores sejam obrigados a divulgarem igualmente o valor desses.

Assim, por entendermos ser a presente proposição deveras relevante e significativa é que submetemos a mesma a íncrita apreciação de Vossas Excelências e pugnamos por seu reconhecimento e consequente aprovação.

Sala das Sessões, 07 de fevereiro de 2024.

RUBENS PEREIRA JÚNIOR

Deputado Federal



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11;8078>

FIM DO DOCUMENTO