



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.148-A, DE 2007

(Do Sr. Miro Teixeira)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para inserir expressamente o "Direito de Arrependimento" nos casos que dispõe, tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação deste e do PL 2082/2007, apensado, com substitutivo (relator: DEP. VINICIUS CARVALHO).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR E

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

APRECIÇÃO:

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

S U M Á R I O

- I – Projeto inicial
- II – Projeto apensado: PL-2082/2007
- III – Na Comissão de Defesa do Consumidor:
 - parecer do relator
 - substitutivo oferecido pelo relator
 - parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O art. 49 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigor 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 ocorrer dentro ou fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone, Internet, ou em domicílio, ou, ainda, em caso de simples devolução, desde que o produto esteja exatamente nas mesmas condições em que foi adquirido e o serviço ainda não tenha sido realizado.

§ 1º - 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.

§ 2º - O vendedor ou prestador de serviço deverá informar, por escrito, ao consumidor, sobre a faculdade de arrependimento em todo documento que, por motivo de venda ou prestação de serviço, seja apresentado ao consumidor”. (NR)

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

JUSTIFICATIVA

O Código de Defesa do Consumidor, em sua redação atual, limita o direito de arrependimento exclusivamente aos casos de contratos assumidos fora do estabelecimento comercial, a exemplo das vendas por telefone, Internet, em domicílio, por catálogo, correio etc.

Entendemos ser essa restrição imprópria, posto que as bases teóricas e doutrinárias que fundamentam a aplicação do direito de arrependimento às relações consumeristas não presenciais autorizam e legitimam sua extensão a toda e qualquer relação consumerista, independentemente dos meios utilizados para sua consumação.

O princípio que rege o direito consumerista em nosso País – princípio da hipossuficiência do consumidor – não se restringe a uma determinada espécie de consumidor, mas destina-se à categoria jurídica do consumidor que abrange o consumidor como um todo e não apenas esta ou aquela modalidade de consumidor. Assim sendo, não apenas o indivíduo em casa ou no trabalho, sujeito aos atrativos, enganos e excessos do

telemarketing, da TV ou da Internet, deve ser considerado digno de proteção legal ante aos excessos comerciais e midiáticos, mas todos os demais consumidores, vez que os efeitos desses excessos são sentidos indistintamente por todos, sendo, ademais, mais facilmente sentidos quanto mais vívida e presente para o consumidor a mercadoria anunciada.

Há muito as Ciências Sociais têm sido consensuais em admitir os fortes efeitos atrativos exercidos pela mercadoria sobre a psiquê humana. O economista e filósofo alemão, Karl Marx – fazendo uso de referencial utilizado pela Antropologia para designar o processo mítico de deificação das coisas inanimadas, e pela Psicanálise freudiana para explicar a atração humana por objetos ou partes específicas do corpo humano, atribuindo-lhes uma existência própria – lançou as bases para o reconhecimento da mercadoria não como mera objetivação do trabalho humano, mas como uma objetivação de tal ordem valorativa, que seus efeitos atingem os níveis mítico, imaginário, simbólico e emocional do sujeito consumidor. A mercadoria possui, assim, um fetiche, uma capacidade própria de iludir, atrair, criar emoções, desejos, fantasias, sonhos. E tanto maior seu fetiche quanto mais concorrenciais os mercados, quanto maior a necessidade de os produtores propagarem as qualidades fantásticas – e fantasiosas – de sua mercadoria, a fim de atrair o consumidor para si, afastando-o da concorrência.

Entendemos que o direito de arrependimento, baseado no princípio da hipossuficiência do consumidor ante o poder econômico, não pode se restringir unicamente ao consumidor que adquire produtos fora do estabelecimento comercial, sob pena de produzir prejuízo ao consumidor regular que, por força dos efeitos psíquicos da mercadoria e da propaganda, adquire produtos e, em curto prazo, sem deles ter feito uso ou os ter danificado, arrepende-se da compra. Advogamos que o mesmo direito deva estender-se ao consumidor que adquire um produto por engano – de tamanho, quantidade, marca, aparência, utilidade etc. –, mesmo que se trate de uma aquisição feita no estabelecimento comercial.

Pelas razões expostas, entendemos ser urgente ampliar o direito de arrependimento a todo e qualquer consumidor, respeitadas as condições legais para tal estabelecidas. Para tanto, sugerimos a proposição do presente Projeto de Lei, alterando o Código de Defesa do Consumidor, especificamente em seu artigo 49.

Pedimos o apoio dos nobres colegas, no sentido de ampliar o direito de arrependimento a todo e qualquer consumidor.

Sala das Sessões, 23 de maio de 2007

Dep. Miro Teixeira
PDT/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.

**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 (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 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 a 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 de produto em linguagem didática, com ilustrações.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 2.082, DE 2007
(Do Sr. Celso Russomanno)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar o fornecedor a informar sobre o direito de desistência do contrato.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 49 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 2º e 3º, renumerando-se o atual parágrafo único como § 1º:

“Art. 49.

.....

§ 2º Fica o fornecedor obrigado a fornecer ao consumidor, na conclusão do negócio, informação por escrito, de forma clara e destacada, sobre o exercício do direito de desistência, incluindo o endereço da sede da empresa e o endereço eletrônico para o qual o consumidor possa remeter correspondência.

§ 3º Se descumprido o disposto no § 2º, o prazo de reflexão referido no § 1º será prorrogado até o efetivo cumprimento da obrigação pelo fornecedor. (NR)”

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

JUSTIFICAÇÃO

O direito de desistência de contrato firmado fora do estabelecimento está disciplinado no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor. Infelizmente, este dispositivo é ignorado pela quase totalidade dos consumidores que adquirem bens ou serviços por meio de canais de venda como catálogos, em domicílio, mala direta, internet, entre outros. Muitas vezes o produto ou serviço frustra o consumidor, pois ele não pode examiná-lo antes da compra, como faria em uma loja. Nestes casos, a maioria dos consumidores se resigna com o prejuízo, pois não sabe que tem direito de arrependimento da compra no prazo de sete dias contados a partir da efetiva entrega do objeto do contrato.

O presente projeto de lei pretende obrigar a parte forte da relação de consumo – fornecedores - a informar à parte fraca - os seus fregueses ou clientes – um direito que lhes é assegurado pelo Código de Defesa do Consumidor.

Atualmente, as vendas fora dos estabelecimentos comerciais já respondem por parte considerável do varejo no País. Diante deste cenário, a obrigação pretendida na proposição que ora submetemos à esta Casa reveste-se de importância para a sociedade brasileira.

Sala das Sessões, em 19 de setembro de 2007.

Deputado CELSO RUSSOMANNO

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.

.....

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.

.....

.....

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I – RELATÓRIO

O projeto de lei em comento, de autoria do nobre Deputado Miro Teixeira, altera a redação do art. 49 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CPC), para permitir que o direito de arrependimento seja exercido, também, quando a contratação ocorrer no estabelecimento comercial, e não apenas nas contratações realizadas à distância, pela internet, telefone ou meios equivalentes.

A proposição pretende acrescentar, ainda, parágrafo estabelecendo que essa faculdade de arrependimento deve ser explicitada “em todo documento que, por motivo de venda ou prestação de serviço, seja apresentado ao consumidor”.

A justificação destaca que tal medida deve ser introduzida na legislação em função de que a hipossuficiência do consumidor ante o poder econômico se manifesta também em virtude das pressões publicitárias por diversos meios, levando a enganos e excessos, pela divulgação de atrativos que nem sempre correspondem à verdade dos fatos ou à expectativa criada no consumidor. Tais apelos, segundo destaca o ilustre Autor, alcança o consumidor potencial, em seus “níveis mítico, imaginário, simbólico e emocional”, iludindo, atraindo, criando emoções, desejos, fantasias e sonhos.

Apensado, encontra-se o Projeto de Lei nº 2.082, de 2007, que “Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar o fornecedor a informar sobre o direito de desistência do contrato”, da lavra do não menos “expert” em direito do consumidor, o Deputado Celso Russomanno.

Tem por alvo, igualmente, o art. 49 do Código Substantivo Consumerista, para acrescentar-lhe dois parágrafos, obrigando o fornecedor a entregar ao consumidor, quando da conclusão do negócio, informação por escrito sobre o exercício do direito de desistência, na forma que especifica. Vincula o termo inicial de contagem do “prazo de reflexão” à data de cumprimento dessa obrigação, por parte do fornecedor.

No prazo regimental, que correu de 29 de junho a 17 de julho de 2007, não foram apresentadas emendas aos projetos. Esta Comissão tem a oportunidade de manifestar-se no mérito, nos termos do art. 32, V, “b”, do Regimento Interno desta Casa

II - VOTO DO RELATOR

O texto atualmente vigente, do dispositivo sob apreciação, reza o seguinte:

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.

A nosso sentir, o objeto das proposições sob análise deve ser contemplado com a aprovação por parte deste Colegiado, mas apenas nos seguintes casos e aspectos:

- a) quando o produto ou serviço, adquirido no estabelecimento do fornecedor, vir a apresentar vícios ou defeitos não aparentes;
- b) quando, configurada a hipótese do art. 49 (compra fora do estabelecimento, com entrega posterior), acolhendo-se integralmente as disposições do Projeto de Lei apensado.

No primeiro caso, parece-nos desnecessária a extensão da cláusula protetiva a situações em que o bem foi adquirido, ou o serviço prestado, no estabelecimento do fornecedor e sem a presença de falhas, erros, problemas ou desvios ofensivos ao disposto nos arts. 18 a 25 do CDC.

Para melhor esclarecimento e análise por parte dos ilustres Parlamentares, vejam-se as hipóteses contempladas nos referidos dispositivos, e suas providências, para correção de distorções em relação ao desempenho, conteúdo ou resultado esperados, em produtos e serviços:

SEÇÃO III

Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

§ 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do § 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo.

§ 5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

§ 6º (...)

Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - o abatimento proporcional do preço;

II - complementação do peso ou medida;

III - a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;

IV - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

§ 1º Aplica-se a este artigo o disposto no § 4º do artigo anterior.

§ 2º O fornecedor imediato será responsável quando fizer a pesagem ou a medição e o instrumento utilizado não estiver aferido segundo os padrões oficiais.

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

Art. 21. No fornecimento de serviços que tenham por objetivo a reparação de qualquer produto considerar-se-á implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor.

Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.

Art. 23. A ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade.

Art. 24. A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso, vedada a exoneração contratual do fornecedor.

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.

Como se conclui, a legislação vigente é bastante clara e abrangente em relação à garantia de reparo, substituição ou devolução da quantia paga pelo objeto contratado.

O que nos parece indevido é permitir-se, além disso, que o consumidor que adquiriu o bem ou o serviço no estabelecimento do fornecedor tenha, ainda, um “prazo de reflexão” de 7 (sete) dias. Ora, o consumidor, ainda que exposto às pressões da mídia e da publicidade, tem sempre, à sua disposição, todo o prazo de reflexão de que necessitar, antes de formalizar a aquisição.

Além disso, está também o consumidor assegurado por outros meios, em relação à informação sobre o produto ou serviço que vier a adquirir. De fato, o CDC proíbe a publicidade enganosa:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (Vetado).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

Indo ao estabelecimento, examinando o produto ou recebendo o serviço “in loco”, tem a oportunidade de optar pela não aquisição, à vista do objeto da contratação. Mas não apenas isso: o objeto, suas características, seu desempenho, deverão estar de acordo com a mensagem publicitária, caso contrário, restará caracterizado, igualmente, vício, nos termos dos textos legais vigentes.

Caso não sejam atendidos esses requisitos, demonstrando-se por qualquer meio, ainda que a posteriori, dentro do prazo de garantia, a contratação do produto ou serviço estará sujeita aos remédios previstos nos dispositivos acima transcritos.

Acrescente-se que, entre esses remédios, está prevista, também, no art. 4º do art. 18, que a substituição seja feita “por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço” e isso sem prejuízo das demais alternativas (restituição da quantia paga ou abatimento proporcional do preço). Em relação a serviços, os incisos do caput dos arts. 19 e 20, prevêm, igualmente, idênticas medidas saneadoras, além de outras, específicas, como a complementação de peso ou quantidade e, no caso de serviços, sua reexecução.

Não se pode, por outro lado, esquecer da possibilidade de uma atuação de má-fé por parte do adquirente, ainda que os contratos devam ser interpretados favoravelmente ao consumidor.

No entanto, para que não se percam de todo os elevados objetivos do ilustre Autor da iniciativa principal em comento, é de se considerar a possibilidade de que, em se constatando vício ou defeito, seja reduzido o prazo para correção, de 30 (trinta) para 7 (sete) dias, caso em que, não ocorrendo o conserto, reparou ou substituição, o consumidor poderá optar pelas demais alternativas previstas para compensação ou pela devolução da quantia paga, monetariamente atualizada.

Quanto à proposição apensada, não vemos reparos a fazer, uma vez que os procedimentos propostos só vêm a aprimorar a norma atualmente vigente.

Em vista do exposto, votamos pela aprovação dos Projetos de Lei nº 1.148, DE 2007, e de seu apensado, nº 2.082, de 2007, na forma do Substitutivo anexo.

Sala da Comissão, em 07 de maio de 2008.

Deputado Vinicius Carvalho
Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.148, DE 2007

(Apensado: PL n.º 2.082, de 2007)

Reduz o prazo para substituição de produto ou serviço, ou devolução da quantia paga pelo consumidor, nos casos que especifica.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os §§ 1º e 2º do art. 18 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passam a vigorar com a redação abaixo, e, o art. 49, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 2º e 3º, renumerando-se o atual parágrafo único como § 1º:

Art. 18.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de sete dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

.....

§ 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo, no segundo caso, ser superior a trinta dias. Nos contratos de adesão, serão aplicados os mesmos prazos previstos no parágrafo anterior.

Art.49.

§ 1º

§ 2º Fica o fornecedor obrigado a fornecer, ao consumidor, na conclusão do negócio, informação por escrito, de forma clara e destacada, sobre o exercício do direito de desistência, incluindo o endereço da sede da empresa e do estabelecimento da praça de aquisição do produto ou serviço e o endereço eletrônico para o qual o consumidor possa remeter correspondência.

§ 3º Se descumprido o disposto no parágrafo anterior, o prazo de reflexão referido no § 1º será prorrogado até o efetivo cumprimento da obrigação por parte do fornecedor.

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

Sala da Comissão, em 07 de maio de 2008.

Deputado Vinicius Carvalho
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, unanimemente, com substitutivo, o Projeto de Lei nº 1.148/2007 e o Projeto de Lei nº 2.082/2007, apensado, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Vinicius Carvalho.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Vital do Rêgo Filho - Presidente; Antonio Cruz, Walter Ihoshi e Laerte Bessa - Vice-Presidentes; Ana Arraes, Barbosa Neto, Celso Russomanno, Chico Lopes, Dr. Nechar, Jefferson Campos, João Carlos Bacelar, José Carlos Araújo, Júlio Delgado, Luciana Costa, Luiz Bassuma, Luiz Bittencourt, Rodrigo de Castro, Vinicius Carvalho, Neudo Campos, Nilmar Ruiz e Renato Amary.

Sala da Comissão, em 28 de maio de 2008.

Deputado VITAL DO RÊGO FILHO
Presidente

FIM DO DOCUMENTO
