



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.249, DE 2009

(Do Sr. Francisco Rossi)

Acrescenta o art. 39-A a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR;

FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD) E

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

APRECIÇÃO:

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

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - A Lei de n.º 8.078 de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor - passa a vigorar acrescida da seguinte redação:

Art. 39-A - As instituições financeiras e empresas administradoras de cartão de crédito e débito que enviarem, emitirem ou cobrarem pela anuidade de cartões de crédito e débito aos consumidores, sem que seja prévia e expressamente solicitado e/ou autorizado, ficam sujeitas às seguintes penalidades, sem prejuízos das já existentes na Lei de n.º 8.078 de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor:

- I – 100 (cem) salários mínimos vigentes à época da aplicação, pela remessa sem prévia solicitação e/ou autorização do destinatário;
- II – 200 (duzentos) salários mínimos vigentes à época da aplicação, pela cobrança da anuidade, decorrente da remessa mencionada no inciso I;
- III – Devolver, em dobro, ao titular do cartão emitido nos termos do inciso I, os valores da despesa a ele atribuídos, em qualquer hipótese.

§ 1º - As multas previstas nos incisos I e II serão aplicadas em dobro, em caso de reincidência.

§ 2º - A pena de multa será aplicada mediante procedimento administrativo instaurado pela Promotoria de Defesa do Consumidor – PROCON.

§ 3º - Os produtos das multas previstas neste artigo constituirá receita própria do PROCON.

Art. 2º - A fiscalização do disposto nesta lei será feita pelos órgãos estaduais de proteção ao consumidor, nos termos do regulamento.

Art. 3º - Entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Trata-se de Projeto de Lei que tem por escopo a questão da remessa indevida de cartões de crédito e débito.

Exsurge da inserção de tal dispositivo, a ocorrência cada vez mais freqüente por parte das instituições financeiras e administradoras de cartões de crédito, da prática de envio de cartões sem o consentimento dos consumidores.

Nesse sentido, verifica-se a necessidade de um remédio legal hábil a inibir os prejuízos causados aos consumidores, considerando que tal modalidade de pagamento é a que mais cresce no país, e que determinada conduta gera aos consumidores incontáveis incômodos decorrentes das providências notoriamente complicadas para o cancelamento, bem como oneram ainda mais o Estado com o acúmulo de ações indenizatórias provenientes de tais danos.

Inobstante a inteligência da Lei abordada, que veda o envio ou entrega de qualquer produto ou serviço sem prévia solicitação, inova o presente dispositivo, ao prever sanção pecuniária apta a coibir os abusos praticados pelas instituições financeiras e empresas administradoras de cartões de crédito e débito, ante a fragilidade dos consumidores que são obrigados a recorrer ao Poder Judiciário, com ações que, em geral, levam muito tempo para serem julgadas.

Ademais, um contrato se caracteriza por ser um acordo entre as partes, um entendimento, um concerto de intenções. Como todo negócio jurídico, baseia-se na vontade dos contratantes, a obrigação proveniente de negócio jurídico é querida pelo obrigado. Ele a contrai intencionalmente, agindo na esfera de sua autonomia privada, claramente, exigindo, o consentimento do consumidor como autêntica condição para validade do contrato.

Observa-se que o serviço ora guerreado nada mais é que uma intermediação que permite ao consumidor adquirir bens e serviços em estabelecimentos comerciais previamente credenciados mediante a comprovação de sua condição de usuário. A emissão e o envio de cartão de crédito sem consentimento do consumidor são práticas que bem demonstram a situação de

vulnerabilidade do consumidor (CDC, art. 4º), que tem seus dados pessoais manipulados de forma invasiva em detrimento dos seus direitos à intimidade e segurança.

Em tempo, urge mencionar, que a medida ora guerreada tutela ainda, as notórias situações de extravios dos cartões que, recebidos por terceira pessoa, invariavelmente, são desbloqueados pelas administradoras e geram diversas questões acerca da existência ou não do vínculo obrigacional entre as partes.

Nesse diapasão, se torna imperativo que a reprimenda pecuniária terá o condão de desencorajar a prática lesiva aos direitos consumeristas.

Ante o exposto, aguarda o apoio no tocante à aprovação da iniciativa legislativa ora submetida.

Sala das Sessões, em 20 de outubro de 2009.

Deputado Federal Francisco Rossi de Almeida

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 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:

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 9008, de 21/03/1995.*

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 V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção IV Das Práticas Abusivas

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

** Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/06/1994.*

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 IX acrescido pela Lei nº 8.884, de 11/06/1994.*

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

** Inciso X acrescido pela Lei nº 8.884, de 11/06/1994.*

XI - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.

** Inciso XI acrescido pela 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 XII acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/03/1995.*

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 10 (dez) dias, contados de seu recebimento pelo consumidor.

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

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

FIM DO DOCUMENTO