

## **PARECER N° , DE 2012**

Da COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, sobre o Projeto de Lei da Câmara nº 106, de 2011 (Projeto de Lei nº 979, de 2007, na origem), do Deputado Chico Alencar, que *acrescenta o art. 33-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.*

**RELATOR: Senador VITAL DO RÊGO**

### **I – RELATÓRIO**

Em cumprimento ao rito legislativo, encontra-se sob exame da Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) o Projeto de Lei da Câmara (PLC) nº 106, de 2011 (Projeto de Lei nº 979, de 2007, na origem), que *acrescenta o art. 33-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.*

O PLC nº 106, de 2011, pretende alterar a Lei nº 8.078, de 1990 (Código de Defesa do Consumidor – CDC), determinando que os fornecedores de produtos e serviços comercializados via internet divulguem, em seu sítio eletrônico, informações que possibilitem o contato direto do consumidor.

Nesse sentido, o art. 2º do projeto propõe acrescentar ao CDC o art. 33-A, composto de *caput* e seis parágrafos. De acordo com o *caput* do novo artigo, os fornecedores que comercializarem produtos ou serviços por meio da internet deverão divulgar em sua página eletrônica, além dos números de inscrição estadual e do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), seu endereço eletrônico, para fins de citação, bem como o número de telefone e o endereço para correspondências via postal, destinados ao atendimento de reclamações dos consumidores.

O § 1º do artigo a ser introduzido estabelece que o fornecedor deverá disponibilizar ao consumidor meios de contato direto, entre eles o atendimento pessoal no próprio estabelecimento comercial, facultado o prévio agendamento, bem como os atendimentos por telefone, via *web*, por correio eletrônico e por fax.

Já o § 2º prevê que o fornecedor, ao comercializar produtos ou serviços diretamente em seu estabelecimento, ficará obrigado a divulgar, na nota fiscal, o endereço do referido estabelecimento, o número telefônico, o endereço para citação judicial, o endereço na *web* e o correio eletrônico, bem como o número de inscrição estadual e o CNPJ, além dos outros tipos de comunicação disponíveis ao consumidor.

O § 3º obriga o fornecedor a informar ao consumidor, em todos os sítios que possuir na internet, os dados constantes do § 2º.

O § 4º do art. 33-A prevê a obrigação de o fornecedor disponibilizar, na comunicação telefônica, atendimento pessoal e efetivo ao consumidor em, no máximo, cinco minutos contados do início da ligação, devendo ainda informar-lhe o número de protocolo do referido atendimento.

Mediante o § 5º, busca-se estabelecer a disponibilização, em todo atendimento telefônico, de meios e procedimentos para o atendimento pessoal do consumidor no próprio estabelecimento do fornecedor ou seu representante, facultado o prévio agendamento.

O § 6º prevê que, quando o consumidor manifestar-se via correio eletrônico, o fornecedor deverá informar o número de protocolo de recebimento da mensagem e prestar-lhe efetivo atendimento num prazo de dois dias úteis após esse recebimento.

O art. 3º do PLC nº 106, de 2011, remete eventuais infrações às sanções previstas no art. 56 do CDC, sem prejuízo das sanções de natureza civil e penal e daquelas definidas em normas específicas.

Por fim, o art. 4º prevê que os dispositivos legais propostos entrarão em vigor noventa dias após sua publicação.

A matéria foi distribuída para o exame desta CCT e da Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA), cabendo à última a decisão terminativa.

Cumpre ainda informar que, nesta Comissão, não foram oferecidas emendas ao projeto.

## II – ANÁLISE

Conforme os incisos II e IX do art. 104-C do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), compete à CCT opinar sobre assuntos atinentes à política nacional de ciência, tecnologia, inovação, comunicação e informática, bem como a outros assuntos correlatos. A iniciativa em comento inscreve-se, portanto, no rol das matérias sujeitas ao exame deste colegiado.

Examinando o mérito da proposta naquilo que é afeto a esta Comissão, relevante descrever alguns aspectos relativos ao comércio eletrônico no Brasil.

Segundo o sítio especializado e-commerce.org.br, cerca de 30 milhões de consumidores brasileiros realizaram compras via internet em 2011, estimando-se um faturamento, no ano, de R\$ 20 bilhões, num crescimento de 35% do comércio eletrônico no País em comparação a 2010.

Levando-se em consideração que o Brasil já é o quinto colocado no *ranking* mundial de usuários de internet, com estimados 76 milhões de internautas, é razoável supor que as transações comerciais pela rede mundial de computadores serão incrementadas ao longo do tempo.

Ainda de acordo com a referida fonte, cerca de 48% das compras pela *web* em 2011 foram realizadas por consumidores que não possuem curso superior completo.

Nesse sentido, é fundamental garantir os direitos dos consumidores que, ao optarem por utilizar as comodidades proporcionadas pelo desenvolvimento tecnológico, realizam suas compras via internet. Conveniente lembrar que o consumidor é a parte hipossuficiente nas relações de consumo. Assim, é pertinente a proposta em exame, que pretende criar mecanismos de contato direto pelo fornecedor do serviço contratado ou

produto adquirido por meio de comércio eletrônico, garantindo ao consumidor o devido atendimento às suas demandas e reclamações.

Portanto, entendemos que, no mérito, o PLC nº 106, de 2011, merece ser acolhido por esta Comissão. Notamos ainda que os aspectos relativos à legislação e regulamentação consumeristas serão oportunamente avaliados pela CMA, nos termos do que dispõe o art. 102-A do RISF.

### **III – VOTO**

Pelas razões expostas, e reconhecido o elevado mérito da iniciativa, somos de parecer pela **aprovação** do Projeto de Lei da Câmara nº 106, de 2011.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator