

PROJETO DE LEI Nº , DE 2019

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para impor ao fornecedor o dever de informar o preço de produto ou serviço ofertado por meio de redes sociais, e vedar a oferta de produtos ou serviços com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas nessas redes.



O CONGRESSO NACIONAL decreta:

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

“**Art. 37.**

.....

§ 5º A oferta de produto ou serviço por meio de rede social deve informar o preço do produto ou serviço ofertado.” (NR)

“**Art. 39.**

.....

XV – ofertar um mesmo produto ou serviço com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas em redes sociais.

.....” (NR)

“**Art. 66.**

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta ou violar o disposto no art. 39, XV, desta Lei.

.....” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor após decorridos noventa dias da sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

As redes sociais (Facebook, Whatsapp etc) contêm uma ampla gama de informações a respeito de preferências e características de potenciais consumidores.

A utilização dessas informações pode ser muito útil para fornecedores, inclusive para efeito de se descobrir quanto pode ser cobrado de cada consumidor específico por um mesmo produto ou serviço.

O fornecedor que obtiver dados a respeito de cada consumidor estará em vantagem. Sem discutir em quais circunstâncias a obtenção desses dados é permitida, justa ou legítima, cabe ao legislador proteger efetivamente o consumidor.

Propomos duas mudanças na legislação consumerista. A primeira delas é obrigar o fornecedor a informar o preço na oferta de produto ou serviço efetuada por meio de rede social; e a segunda consiste em vedar cobrança de preços diferenciados.

São modificações singelas, mas cruciais no mundo moderno.

A Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, alterada pela Lei nº 13.543, de 19 de dezembro de 2017, já determina a divulgação ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço. Essa regra, porém, não se aplica à oferta efetuada por meio de rede social (por exemplo, em mensagens “inbox”). É preciso estabelecer essa obrigação, de modo que o consumidor somente receba oferta de produtos ou serviços acompanhada do respectivo preço. Essa é a primeira modificação proposta.

Além disso, propomos vedar que um mesmo produto ou serviço possa ser ofertado com preços diferenciados em razão de perfis ou características individuais de consumidores apuradas em redes sociais. Trata-se de evitar que os fornecedores se utilizem da assimetria de informação para maximizar lucros às custas dos consumidores.

Fazemos, sim, uma opção política: proteger o consumidor, ainda que ele tenha fornecido seus dados pessoais de forma voluntária em redes sociais.



A evolução da tecnologia é bem-vinda, mas é preciso estabelecer balizas para reduzir a disparidade de forças nas relações de consumo e, por via reflexa, salvaguardar a própria atividade econômica.

Como cláusula de vigência, entendemos que o prazo de noventa dias é mais do que suficiente para que os fornecedores possam adaptar suas rotinas de trabalho às novas regras.

Contamos com o apoio de nossos Pares a esta importante proposição.

Sala das Sessões,

Senador CIRO NOGUEIRA



SF/19751.21029-05