

Manifestação Brasilcon



Exmo. Senhor Senador Rodrigo Rollemberg,

É com muita satisfação e apreço que lhe cumprimentamos pelo **excelente trabalho realizado na condução do processo - necessário e útil - de atualização do Código de Defesa do Consumidor** nessa Colenda Casa. O Código de Defesa do Consumidor, elaborado de forma visionária em 1989 e promulgado em 1990, é lei básica e importante da cidadania brasileira e recebe nestas sugestões o aprimoramento que necessita para rejuvenecer e continuar a regular de forma efetiva as relações de consumo da sociedade brasileira atual, revigorada, mais tecnológica e com maior acesso ao crédito.

Certos que, a **sólida e precisa sugestão de atualização da Comissão de Juristas, coordenada pelo eminente Ministro do Superior Tribunal de Justiça, Dr. Antônio Herman Benjamin e consubstanciada nos PLS 281, 282 e 293 de 2012, não poderia estar em melhores mãos, o Brasilcon (Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor), entidade sem fins lucrativos e de interesse público criada pelos autores do Código de Defesa do Consumidor, vem, respeitosamente, a sua presença para MANIFESTAR SEU FORTE APOIO À APROVAÇÃO DOS PLS 281, 282 e 283, de 2012 NA FORMA COMO FORAM SUGERIDOS**, tanto tematicamente, como no seu conteúdo.

**Tematicamente, o processo de atualização do Código de Defesa do Consumidor (CDC) não deve ser expandido**, pois a força do CDC está em seu sistema e unidade, assim foi sábia a e. Comissão de Juristas que restringiu a três temas a atualização e à inclusão de novas seções no sistema de tanto sucesso há mais de 20 anos! A atualização do CDC nos 3 temas escolhidos, do comércio eletrônico, do crédito e superendividamento e das ações coletivas é plenamente justificável: o Brasil mudou de 1990 até nossos dias, mudou o sistema jurídico, mudou a economia, temos um novo Código Civil, várias leis fragmentadas regulando o consumo, modificações fortes no processo civil e a Internet é um novo meio de as pessoas se relacionarem. Nada mais natural que o Direito se adapte a essa nova realidade, baseado na diretriz de reforço da efetividade e da confiança no CDC, que conduzem à maior segurança jurídica para todos os atores no mercado de consumo, proteção do mínimo existencial e reforço inclusivo da massa de novos consumidores de crédito, como determina a ADIN 2591. O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) sai fortalecido e sistematicamente rejuvenecido nestas sugestões de acréscimos de direitos, seções e capítulos novos, que merecem todo o nosso apoio e uma atenção especial do legislador, com urgente atuação positiva deste para o bem do Brasil e de sua sociedade.

É nesse contexto que se insere o **magnífico desempenho da Comissão de Juristas e a iniciativa do Senado, ao propor os Projetos de Lei do Senado 281, 282 e 283, de 2012, cujo conteúdo é de louvar-se e manter-se em sua totalidade.**

Considerando, porém, que no conteúdo sugestões de outras entidades foram realizadas e que eventualmente se aprovadas, podem vir a prejudicar o espírito e o foco das precisas sugestões



realizadas pela Comissão de Juristas, e considerando que o Brasilcon reúne os maiores especialistas brasileiros sobre a matéria, decidimos reuni-los em uma "Comissão de Acompanhamento e Atualização do Código de Proteção e Defesa do Consumidor do Instituto de Política e Defesa do Consumidor (BRASILCON)", que se reuniu por 4 vezes, sob a coordenação de seu presidente Des. Voltaire de Lima Moraes do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, que recebeu contribuições de eminentes membros da magistratura, do Ministérios Públicos estaduais e do MP Federal, da Defensoria Pública estadual e da União, da advocacia, em especial OAB-RS, OAB-RJ, OAB-SP, AASP e do IAB, da sociedade civil organizada e da academia, reunindo membros de todo o Brasil, e que elaborou a manifestação que se segue.

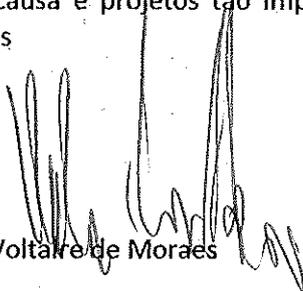
E por fim, considerando a competência, o espírito público, a liderança e a integridade com que Vossa Excelência tem pautado todas suas intervenções no Senado Federal, o Brasilcon vê como oportuno enviar sugestões, retiradas do espírito dos textos atuais do PLS 281, 282 e 283 de 2012, que apesar de pontuais e em sua maioria de redação, consideramos que os poderiam complementar, esclarecendo de forma mais pedagógica ainda, as intenções da e. Comissão de Juristas. Estas sugestões estão de pautadas por influências do direito estrangeiro e comparado de países de sociedade de consumo desenvolvida. Esperamos, assim, que possam ajudar a desenvolver estes já belíssimos projetos e, em resumo, demonstrar a importância de aprovar-se as sugestões da eminente Comissão de Juristas do Senado Federal, de forma a atualizar o CDC nestes três decisivos temas.

Ressalta-se que tais projetos (Projetos de Lei 281, 282 e 283/2012) tiveram seus debates iniciados no dia 16 de outubro de 2012 por esta Comissão Temporária de Atualização do Código de Defesa do Consumidor do Senado Federal, presidida por Vossa Excelência, e que tendo como relator-geral o eminente Senador Ricardo Ferraço, com os quais o Brasilcon se congratula e oferece para consideração desta Presidência as seguintes contribuições, seguidas de breves justificativas.

Agradecendo a atenção e generosidade com causa e projetos tão importantes para o futuro do Brasil, despedimo-nos, enviando as mais cordiais

saudações

  
Clarissa Costa de Lima  
Presidente do Brasilcon

  
Voltaire de Moraes  
Presidente da Comissão de Atualização

*Requib em 21.12.2012. 14h15.*  
*deu Cartão*  
*Kery Cristina R. Martins*  
Analista Legislativo  
Mat. 221.664



**PROPOSTAS DA COMISSÃO ESPECIAL DO BRASILCON  
DE ACOMPANHAMENTO DOS PROJETOS DE ATUALIZAÇÃO  
DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Ao Projeto de Lei do Senado n. 281/2012

Altera a Lei n. 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 comércio eletrônico.

**Seção VII  
Do Comércio Eletrônico**

**1) Art. 45-A, *caput***

Redação Atual:

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

Incluir a expressão “e a distância” na redação:

Redação Sugerida:

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



Justificativa:

A professora e advogada Rosana Chiavassa, do Brasilcon, e representando a AASP e grupos da OAB-SP e IAB, com apoio unânime de todos os membros da comissão, sugeriu a inclusão da expressão "e à distância" no *caput* do art. 45-A, uma vez que esta seção, apesar do título, por questões de concisão, mencionar apenas o comércio eletrônico, dispõe em verdade sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio à distância, tanto que define contratação à distância e equipara a venda no estabelecimento comercial, mas sem que a pessoa possa ver o bem, por falta de estoque ou mostruário na loja, a este tipo de comércio e regula o *spam* de todos os comerciantes, físicos e eletrônicos, sempre que usarem este meio para suas vendas. A seção, como afirma, visa a fortalecer a confiança do consumidor "e assegurar tutela efetiva, com a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações, a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais". Para este fim, melhor esclarecer que o comércio à distância, em qualquer de suas formas, está incluído, assegurando também maior isonomia a todos os fornecedores, pois não regula os deveres dos fornecedores do comércio eletrônico, mas todos os fornecedores que utilizarem métodos de comércio à distância, sejam lojas de comércio tradicional ou físico e do virtual.

**2) Art. 45-A. Parágrafo único.**

Redação Atual:

"As normas desta Seção aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar."

Redação Sugerida:



“As normas desta Seção e do Capítulo IV, Seção II, aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar, inclusive os provedores de serviços Internet”.

Justificativa:

A matéria insere-se na ordem do dia, causando preocupação o tratamento dado pelo art. 15 do Projeto de Lei 2126/2011, que institui o Marco Civil para a Internet no Brasil, que condiciona a responsabilidade do provedor cuja plataforma viabilize o envio conteúdos ilícitos elaborados por terceiros à notificação judicial daquele prestador.

Embora a Comissão de Juristas tenha optado pelo modelo das cláusulas gerais, evitando os riscos da fragmentação, o projeto do Marco Civil, que envolve consumo, tendo em vista a remuneração indireta consistente nos investimentos em publicidade, ameaça criar uma indesejável imunidade em favor dos provedores Internet, cuja responsabilidade não pode ser aferida por um padrão subjetivista, em plena Era do Risco, como pretendem as empresas do setor.

Afirma Bruno Miragem que os regimes de responsabilidade dos provedores de Internet, embora possam variar quanto à norma aplicável, assemelham-se quanto às consequências de sua aplicação. Mesmo nas relações privadas que não sejam de consumo, regidas pelo Código Civil, em muitos casos a atividade habitualmente desenvolvida é capaz por si só de ocasionar a responsabilidade por risco da atividade, nos termos do parágrafo único do art. 927 do Código Civil. Logo, dão causa a risco de danos a terceiros, aproximando-se “sensivelmente do regime de responsabilidade por danos imposto aos fornecedores de serviço do Código de Defesa do consumidor.” (MIRAGEM, Bruno. Responsabilidade por danos na sociedade da informação e proteção do consumidor: defesas atuais da regulação jurídica da Internet. *Revista de Direito do Consumidor*. Ano 18, n. 70. Abr-jun./2009. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009, p. 51.)

Em face da vulnerabilidade técnica e informacional do consumidor na Internet, mostra-se excessivo condicionar a responsabilidade do fornecedor a uma atitude prévia do consumidor, o que afronta, inclusive, o princípio constitucional do livre acesso ao Judiciário (Constituição



da República, art. 5º, XXX). No conflito entre liberdade de expressão do autor do dano e a dignidade das vítimas, caberá a esta sempre a primazia, observada, sobretudo, a hierarquia constitucional do direito do consumidor (CR, art. 5º, XXXII e 170, V).

A função social, enquanto limite interno inspirado na dignidade da pessoa humana (art. 1º, III, CR) e na solidariedade social (art. 3º, I, CR), impõe aos fornecedores de serviços perseguir, ao lado da sua atividade econômica, interesses metaindividuais, ligados à sociedade como um todo, de modo a tornar sua autonomia e sua liberdade de expressão merecedoras de tutela perante o ordenamento civil-constitucional.

Boa parte da jurisprudência nacional tem se inclinado para tal solução. Nas palavras do Ministro Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin, em importante voto envolvendo o bloqueio de comunidades e páginas de relacionamento para a veiculação de material ofensivo, a Internet é o espaço por excelência da liberdade, o que não significa dizer que seja um universo sem lei e infenso à responsabilidade pelos abusos que lá venham a ocorrer. *No mundo real, como no virtual, o valor da dignidade da pessoa humana é um só, pois nem o meio em que os agressores transitam nem as ferramentas tecnológicas que utilizam conseguem transmutar ou enfraquecer a natureza de sobreprincípio irrenunciável, intransferível e imprescritível que lhe confere o Direito brasileiro.*

Quem viabiliza tecnicamente, quem se beneficia economicamente e, ativamente, estimula a criação de comunidades e páginas de relacionamento da Internet é tão responsável pelo controle de eventuais abusos e pela garantia dos direitos da personalidade de internautas e terceiros como os próprios internautas que geram e disseminam informações ofensivas aos valores mais mezinhos da vida em comunidade, seja ela real, seja virtual.

Essa co-responsabilidade – parte do compromisso social da empresa moderna com a sociedade, sob o manto da excelência dos serviços que presta e da merecida admiração que conta em todo mundo – é aceita pelo Google, tanto que atuou, de forma decisiva, no sentido de excluir páginas e identificar os gângsteres virtuais. Tais medidas, por óbvio, são insuficientes, já que reprimir certas páginas ofensivas já criadas, mas nada fazer para impedir o surgimento de outras tantas, com conteúdo igual ou assemelhado, é, em tese, estimular um jogo de Tom e Jerry, que em nada remedia, mas só prolonga, a situação de exposição, de



angústia e de impotência das vítimas das ofensas (g.n.) (Recurso Especial n. 1117633-RO, 2ª Turma, j. 09.03.2010).

O Ministro Luiz Felipe Salomão, no julgamento do Recurso Especial 1.175.675-RS (4ª Turma, j. 09.08.2011), considerou, em face da veiculação de textos difamatórios no *site* de relacionamentos Orkut, que a alegada incapacidade técnica de varredura das mensagens incontrovertidamente ofensivas seria um *venire contra factum proprium*, inoponível ao provedor Internet, visto que, se fosse crível a alegada ausência de ferramentas capazes de fazer uma “varredura” no ambiente virtual chamado Orkut, tal “deficiência técnica” faria parte do amplo mecanismo liberal de acesso a essa rede social, o que certamente atrai mais usuários e fomenta os lucros auferidos pela recorrente.

Mesmo os países que adotam o *notice and takedown*, como os Estados Unidos da América, pressupõem a notificação extrajudicial, e não o descumprimento de ordem judicial, o que, em plena era da desjudicialização dos meios de solução de conflitos, constitui um retrocesso.

Conclui-se que, em havendo consumo nas relações mantidas com os provedores, sobretudo os provedores de conteúdo e hospedagem responsáveis pelas redes sociais, faz-se necessária a referência expressa no parágrafo único da norma de abertura da Seção VII, tendo em vista a nova vulnerabilidade decorrente da Internet.

### 3) Art. 45-E, *caput*

#### Redação Atual:

“É vedado enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que”:

#### Redação Sugerida:

“É vedado **aos fornecedores de produtos e serviços em geral** enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que”:

#### Justificativa:



Da mesma forma que o acréscimo do comércio à distância, a inclusão aqui da expressão geralmente usada pelo CDC, fornecedores de produtos e serviços em geral, tem como finalidade esclarecer e frisar que a seção e esta norma em especial visa regular a conduta de todos os fornecedores de produtos e serviços em geral, sejam os que o fornecem no comércio físico, no comércio à distância e utilizam a mensagem eletrônica para chamar consumidores futuros, seja os do comércio eletrônico que só atuam neste meio virtual e também mandam mensagens eletrônicas. O Brasil é o campeão mundial de *spam* e para mudar esta situação mister esclarecer, ainda mais do que já o foi na exposição de motivos e no parágrafo único do Art. 45-A que a regra se destina a regular a conduta de todos os fornecedores de produtos e serviços.

#### 4) Art. 49, *caput*.

##### Redação Atual:

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

##### Redação Sugerida:

“Art. 49. O consumidor pode desistir da contratação à distância, no prazo de **quatorze dias** a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou do serviço, o que ocorrer por último”.

##### Justificativa:



O processo de atualização do CDC no tema do comércio eletrônico é plenamente justificável: o Brasil mudou de 1990 até nossos dias, mudou o sistema jurídico, mudou a economia, temos um novo Código Civil e a Internet é um novo meio de as pessoas se relacionarem. Nada mais natural que o Direito se adapte a essa nova realidade, baseado na diretriz de reforço da efetividade e da confiança no CDC, que conduzem à maior segurança jurídica para todos os atores no mercado de consumo.

O tema do comércio eletrônico de consumo merece atenção do legislador e uma urgente atuação positiva deste. É nesse contexto que se insere o magnífico desempenho da Comissão de Juristas e a iniciativa do Senado, ao propor o Projeto de Lei 281/2012.

A opção da Comissão de Juristas foi de legislar apenas sobre os principais aspectos do comércio eletrônico de consumo, em alteração pontual e limitada a uma nova seção após as Práticas Comerciais no microsistema do CDC.

É preciso ressaltar o excelente trabalho desenvolvido pela Comissão de Juristas, principalmente no tocante ao Projeto de Lei n. 281/2012, que altera a Lei n. 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 comércio eletrônico.

Com o objetivo de valorizar a árdua tarefa realizada pela Comissão de Juristas, de propor atualizações pontuais ao CDC, justifica-se o alargamento do prazo de reflexão e arrependimento do consumidor não apenas para aproveitar o momento legislativo, mas também porque assim mostra a experiência de outros ordenamentos jurídicos. A título de exemplo, citam-se alguns países da América Latina, mas principalmente da Europa que já adotam o prazo de arrependimento maior do que 7 dias, para contratos celebrados à distância e por meios eletrônicos, para justificar a adoção pelo Brasil de um prazo mais alongado.

A Diretiva Europeia 2011/83/UE, de 25 de outubro de 2011 trará mudanças significativas para o direito contratual dos países europeus e o Brasil deve se espelhar nessa experiência, como sempre fez.

Na Argentina, a Lei n. 24.240/1993, dispõe sobre os direitos dos consumidores, e os arts. 32 a 34 regulamentam os contratos à distância, inclusive a venda em domicílio e por correspondência. O prazo de arrependimento é de dez dias corridos, a contar da data da entrega do produto ou da celebração do contrato, o que ocorrer por último, de acordo com o



art. 34 da Lei 24.240/1993, com a alteração introduzida pela Lei n. 26.361/2008. O Projeto de Código Civil e Comercial da Nação Argentina, que está sendo discutido atualmente, prevê o mesmo prazo de 10 dias para o consumidor desistir do contrato celebrado fora dos estabelecimentos comerciais e à distância.

No Chile, a legislação de proteção e defesa do consumidor prevê o prazo de dez dias corridos para o exercício do direito de arrependimento, referindo-se a alínea 'b' do artigo 3º., parágrafo 2º., da Lei do Consumidor<sup>1</sup> aos contratos realizados à distância.

Na Costa Rica, a Lei n. 7.472, Lei de Promoção da Concorrência e da Defesa Efetiva do Consumidor, editada em 20 de dezembro de 1994, regulamenta as vendas a domicílio e fora do estabelecimento do comerciante e do fornecedor e determina o prazo de arrependimento do consumidor em oito dias.

Na Itália, o tempo máximo para declarar a vontade de desistir do contrato à distância é de dez dias. Com a nova Diretiva Europeia 2011/83/UE, o prazo irá aumentar para 14 dias, ampliando de fato o tempo de avaliação e reflexão para o consumidor.

Grécia, Polônia e Romênia também preveem o prazo de dez dias para o consumidor desistir do contrato realizado fora do estabelecimento comercial e à distância, enquanto a Hungria determina o prazo de oito dias.

No Reino Unido da Grã-Bretanha, depois de adotada a Diretiva 2011/83/UE, que ocorrerá em breve, o consumidor possuirá quatorze dias para devolver os produtos e receber o valor pago, e o prazo começará a correr no momento em que o produto chegar a seu domicílio. Se o fornecedor deixar de informar adequadamente o consumidor sobre o direito de arrependimento, o período será estendido para um ano.

Em Portugal, o período de cancelamento do contrato é de 14 dias seguidos, e esse prazo não pode ser inferior a 7 dias úteis, contado a partir da data de entrega do produto.

A normativa trazida aos contratos à distância pela Diretiva 2011/83/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, sobre direitos dos consumidores, estabelece em quatorze dias o prazo de arrependimento, o que se justifica pela periculosidade inerente ao meio eletrônico (Internet). Essa Diretiva vem influenciando o direito interno dos



países que integram a União Europeia, no sentido de que todos eles terão de alterar suas legislações de proteção e defesa do consumidor para ampliar o prazo de arrependimento dos consumidores para 14 dias, e aplicar esse prazo para todos os contratos de consumo celebrados à distância, fora dos estabelecimentos empresariais e por meios eletrônicos.

Mais uma vez inspirado no modelo europeu, o Brasil deve acompanhar a tendência e conferir o prazo de reflexão mais alongado a seus consumidores. Nessa perspectiva, justifica-se a ampliação do prazo de arrependimento do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, de 7 para 14 dias. Não poderia haver momento mais oportuno do que este, criado pela Comissão de Juristas, ao propor a Minuta de Projeto de Lei, ora tramitando no Senado, sob o n. PLS 281/2012.

#### 5) Art. 101, *caput*.

##### Redação Atual:

"Na ação de responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor de produtos e serviços, inclusive no fornecimento a distância nacional e internacional, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste Título: [...]."

##### Redação Proposta:

"Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, inclusive no fornecimento à distância nacional e internacional, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste Título: [...]."

##### Justificativa:

A dicotomia responsabilidade contratual e responsabilidade extracontratual já vem sendo há algum tempo questionada, mormente porque hoje muito se fala em unidade da responsabilidade civil em torno da fonte do "contato social". Da mesma forma, o próprio CDC não usa tais conceitos, partindo do fato e do vício quando trata de responsabilidade civil. Se a ideia é esclarecer que a regra do foro é sempre e em qualquer caso aquela que mais



favoreça o consumidor, tecnicamente podemos fazer isso sem voltarmos ao uso de tais expressões já mitigadas em doutrina, a qual, inclusive, utiliza com frequência a expressão responsabilidade civil supracontratual