

REFORMA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR PARA UM CONSUMO SUSTENTÁVEL COMO OBRIGAÇÃO EMPRESARIAL

REFORMA CÓDIGO DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES PARA UN CONSUMO SOSTENIBLE COMO OBLIGACIÓN EMPRESARIAL

Lucimar Maria da Silva¹

Resumo

O presente artigo tem por objetivo verificar os pontos da reforma do Código de Defesa do Consumidor no tocante ao consumo sustentável e de proteção ao meio ambiente. A problemática enfrentada pela pesquisa é se há na reforma do Código de Defesa do Consumidor obrigações dos fornecedores em reduzirem o impacto que seus produtos ou serviços causam ao meio ambiente, bem como o induzimento ao consumo mais sustentável, tendo-se em vista a relevância do tema para um desenvolvimento sustentável. Após a análise do Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor, ao projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012, e de vários conceitos de desenvolvimento sustentável, conclui que há vinculação na reforma do Código de Defesa do Consumidor com a obrigação do fornecedor de produtos e serviços com um consumo sustentável e com o impacto de seus produtos ou serviços ao meio ambiente. Trata-se de um artigo de revisão da literatura, que tem uma abordagem qualitativa, com pesquisa bibliográfica, documental, exploratória e explicativa, por meio do método dedutivo.

Palavras-chave: Desenvolvimento Sustentável; Consumo Sustentável; Defesa do Consumidor.

Abstracto:

Este trabajo tiene como objetivo determinar los puntos de la reforma del Código de Protección al Consumidor para el consumo sostenible y la protección del medio ambiente. Los problemas que enfrenta la investigación es si existe la reforma del Código de las obligaciones de protección al consumidor de los proveedores para reducir el impacto de sus productos o servicios en el medio ambiente, así como la incitación a un consumo más sostenible, teniendo en vista la relevancia de problema para el desarrollo sostenible. Tras el

¹ Graduada em Direito pela Universidade Cruzeiro do Sul, Especialista em Direito Constitucional pela FMU - Faculdades Metropolitanas Unidas, e em Docência Universitária, pela Universidade Nove de Julho, aluna do mestrado em Justiça, Empresa e Sustentabilidade, da linha de pesquisa: Empresa, Sustentabilidade e Funcionalização do Direito, também da Universidade Nove de Julho, advogada e docente universitária. E-mail: advlucimar@aasp.org.br.

análisis de la suplente de la Comisión Temporal para la Modernización del Código de Protección del Consumidor, el proyecto de Ley del Senado N ° 281, de 2012, y varios conceptos de desarrollo sostenible, llega a la conclusión de que no es vinculante para la reforma del Código de Protección al Consumidor con la obligación del proveedor de productos y servicios con el consumo sostenible y el impacto de sus productos o servicios con el medio ambiente. Este es un artículo de revisión de la literatura, que tiene un enfoque cualitativo, con referencias bibliográficas, documentales, investigación exploratoria y explicativa a través del método deductivo.

Palabras clave: Desarrollo Sostenible; el consumo sostenible; protección del consumidor.

Introdução

O presente artigo tem por objetivo verificar os pontos da reforma do Código de Defesa do Consumidor, em especial, aqueles com relação nas obrigações dos fornecedores com o consumo sustentável e a redução do impacto negativo que seus produtos ou serviços causam ao meio ambiente.

A problemática que a pesquisa enfrentará é se há na reforma do Código de Defesa do Consumidor pontos que obriguem os fornecedores a reduzirem o impacto que seus produtos ou serviços causam ao meio ambiente, bem como o induzimento ao consumo mais sustentável.

A hipótese da pesquisa é a de que há pontos na reforma Código de Defesa do Consumidor, em especial o Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor, ao projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012, que se confirmado ao final do processo legislativo obrigará os fornecedores, de forma expressa, a reduzirem o impacto negativo que seus produtos ou serviços causam ao meio ambiente.

Para responder o problema do artigo, será necessária a divisão de dois itens, no primeiro se resgatará, brevemente, os conceitos de desenvolvimento sustentável, de fornecedor e de consumidor, para que no último item seja possível, uma interligação do consumo sustentável com os pontos de reforma do Código de Defesa do Consumidor, bem como das responsabilidades dos fornecedores.

A importância desta pesquisa se encontra no fato de que a sociedade contemporânea é uma sociedade voltada para o consumo, e para que ele ocorra, são necessárias várias atividades econômicas (indústria, comércio e serviço), que causam impactos ao meio ambiente, antes, durante e após o consumo, sendo relevante um estudo

sobre os pontos específicos que estão sendo discutidos na reforma do Código de Defesa do Consumidor, os quais trazem obrigações aos fornecedores para minimizarem o impacto de seus produtos ao meio ambiente objetivando um consumo sustentável e a funcionalização do direito a um desenvolvimento sustentável.

Trata-se de um artigo de revisão da literatura, que tem uma abordagem qualitativa, com pesquisa bibliográfica, documental, exploratória e explicativa, por meio do método dedutivo.

1. Conceitos: Desenvolvimento Sustentável, Fornecedor e Consumidor.

O conceito mais utilizado e veiculado de desenvolvimento foi firmado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU, no Relatório Brundtland, denominado Nosso Futuro Comum, no qual o desenvolvimento sustentável: “é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro.”²

Para Amartya Sen (2010) em sua obra Desenvolvimento como Liberdade, deve haver uma relação diretamente entre renda, consumo e satisfação, não sendo possível a promoção do bem-estar na área econômica, sem se preocupar com a dignidade humana, ficando claro que não há liberdade sem desenvolvimento e nem desenvolvimento sem liberdade, e a liberdade deve ser analisada num sentido amplo, no qual a pessoa, denominado por ele de agente, tem a opção de escolha por já ter suas necessidades (básicas) supridas.

Sen, não se debruça sobre o tema sustentabilidade de sua forma integral (econômica, social e ambiental), mas inova ao defender o desenvolvimento como liberdade, na qual se pressupõe o desenvolvimento vinculado na dignidade humana, portanto, o econômico vinculado ao social, mas não um social assistencialista e sim um social que visa o progresso pessoal dos indivíduos.

Veiga escreveu toda uma obra sobre o conceito de desenvolvimento e sustentabilidade, como medi-los, destacando a necessidade de preservação dos recursos naturais quando do crescimento econômico e fundamenta em Sen e Mahbud o seguinte:

“Na concepção de Sen e de Mahbud, só há desenvolvimento quando os benefícios do crescimento servem à ampliação das capacidades humanas,

²Disponível em: http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel/, acesso em 20/01/2014.

entendidas como o conjunto das coisas que as pessoas podem ser, ou fazer, na vida. E são quatro as mais elementares: ter uma vida longa e saudável, ser instruído, ter acesso aos recursos necessários a um nível de vida digno e ser capaz de participar da vida da comunidade”. (VEIGA, 2010, p. 85)

Em síntese, para Veiga (2010) o crescimento econômico contínuo e a conservação do meio ambiente, é o tema que deve ser enfrentado como desafio do século XXI.

Menezes, comentando o estudo da ética empresarial de Newton de Lucca (2011, p. 357), cita a relevância da empresa como vetor da economia de um país, pois é por meio dela que a atividade empresarial, e conseqüentemente a atividade econômica ocorrem.

Não havendo a possibilidade de se falar na concretização do desenvolvimento sustentável, sem sua vinculação ao consumo sustentável, pois a sustentabilidade como princípio estabelecido na Convenção Universal, determina que a empresa deva estar comprometida em exercer suas atividades, de produção, produtos e serviços, sem a destruição do meio ambiente, comprometimento este que contribui com o desenvolvimento social, econômico e ambiental, visando à manutenção da vida humana, segundo Menezes (2011, p. 365).

Fundamentada a importância da empresa para a atividade econômica, bem como a responsabilidade desta com o consumo sustentável, segue a pesquisa sobre os sujeitos, participantes ou não da relação consumerista (fornecedor e consumidor).

O CDC-Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, estabelece normas de proteção ao consumidor, de ordem pública e de interesse social, em obediência os artigos 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

O artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, estabelece que é consumidor toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, ou seja, para o consumo próprio, não revendendo ou negociando o bem adquirido, este pode ser chamado de o consumidor padrão, que participa da relação de consumo.

Além dos consumidores padrões acima, a referida lei ainda define os consumidores por equiparação, (FÜHRER, MILARÉ, 2011, p. 337-339).

No parágrafo único, do artigo 2º, do Código de Defesa do Consumidor, equipara-se à consumidora, a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que tenha intervindo nas relações de consumo, ou seja, participante de relações de consumo, porém com o benefício da defesa de uma classe de consumidores, mesmo que não seja possível identificar todos.

O artigo 81 do Código de Defesa do Consumidor complementa o entendimento do parágrafo único, por se tratar de interesses difusos (abrange um bloco de pessoas indeterminadas, ligadas por um fato), coletivos (interesse de grupos de pessoas ligadas entre si ou com a parte oposta por uma relação jurídica) e individuais homogêneos (surtem de origem comum).

No artigo 17 do Código de Defesa do Consumidor, estabelece que se equipare a consumidor vítimas de danos causados por produtos ou serviços.

Por fim, o artigo 29 do Código Defesa do Consumidor, ainda equipara a consumidor todas as pessoas, determinadas ou não, que são expostas a determinadas práticas comerciais, tais como ofertas e publicidades, de bens ou de serviços.

Em suma, o Código de Defesa do Consumidor determina um consumidor padrão (artigo 2º), e três equiparados (artigo 2º, parágrafo único, artigo 17 e artigo 29).

Por outro lado, no artigo 3º, o Código de Defesa do Consumidor determina quem deve obediência às suas normas, o fornecedor, que é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, ou os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Portanto, os sujeitos da relação de consumo são fornecedores e consumidores, os quais tem como objeto um produto que nos termos do artigo 3º, § 1º, é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, ou um serviço, que é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Forgioni, citando Luiz Gastão Paes de Barros, (2012, p. 111), adverte que o consumidor enquanto interesse coletivo: “não é apenas um interesse privado em colisão com um outro interesse privado, mas vai além e atinge interesses difusos”.

Vivendo na sociedade contemporânea, da Modernidade Líquida, ou ainda Sociedade de Consumidores (BAUMAN, 2001 e 2008), que com crescimento da oferta de produtos, em decorrência da industrialização das novas tecnologias da globalização

(BAUMAN, 1999), se tornou uma sociedade voltada para o consumo em excesso, importante, no primeiro momento foi a proteção ao consumidor, com relação à qualidade dos produtos e serviços, bem como a responsabilidade dos fornecedores, porém numa visão maior, ninguém está realmente protegido, até que exista um equilíbrio entre o consumo e o impacto ao meio ambiente.

2. Consumo Sustentável e a Reforma do Código de Defesa do Consumidor.

O consumismo se tornou uma fuga, uma forma de substituição de autoestima, da convivência em sociedade, da noção de família, e para muitos que não conseguem, mas querem consumir, o aumento da violência, (BAUMAN, 1999, 2001 E 2008).

Desenvolvimento sustentável, já estudado, além de outros temas, está atrelado a um consumo sustentável, no qual devem fazer parte todos os agentes econômicos, empresa, Estado e consumidores.

A empresa se responsabilizando e reduzindo os impactos que seus produtos ou serviços causam ao meio ambiente, antes, durante e após a relação de consumo, seja em decorrência da lei ou de sua função social.

Estado como agente regulamentador e fiscalizador das atividades econômicas (indústria, comércio e serviços) e os consumidores, como agente ativo, com capacidade e liberdade de escolha de produtos ou serviços que na quantidade que realmente necessitam, bem como na qualidade com relação ao impacto que seu consumo vai causar ao meio ambiente, desde a decisão de compra até o seu descarte, ou reposição.

O consumo sustentável exige a criação de uma nova postura, de quebra de paradigmas, de uma sociedade menos egocêntrica, a qual se preocupava com o próximo, com a continuidade das espécies naturais, e com a própria sobrevivência do ser humano.

Se pela consciência social que demorará muito para ocorrer qualquer quebra de paradigma, tendo-se em vista o distanciamento da economia moderna da ética, a qual foi uma das origens da economia (Sen, 1999, p19-23), ou o individualismo e alienação dos consumidores, necessário se faz a intervenção Estatal, no seu papel regulador, e real garantidor dos interesses difusos.

Pontos importantes estão em votação no legislativo federal brasileiro, no tocante a reforma do Código de Defesa do Consumidor.

Foi criada uma Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCD)³, após o recebimento de várias emendas ao projeto que atualiza o CDC (31 emendas sobre comércio eletrônico, 33 emendas sobre ações coletivas e 42 emendas sobre crédito ao consumidor e prevenção do superendividamento), a comissão especial de juristas, criada em dezembro de 2010 e tendo como presidente Herman Benjamin, após a realização de audiências públicas, apresentaram propostas nas áreas de comércio eletrônico, ações coletivas e superendividamento do consumidor, as quais foram transformadas em três projetos de lei, de números 281, 282 e 283, todos de 2012.

O Serviço de Redação da Secretaria Geral da mesa do Senado Federal⁴, em 17.12.2013 elaborou um quadro, denominado Quadro Comparativo do Projeto de Lei nº 281, de 2012, atualizado até 28/01/2014, no qual consta uma comparação entre: a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 (atual CDC), o Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012, e do Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCD), destacando as diferenças entre eles.

Os itens que serão destacados neste trabalho do referido quadro, são os pontos da reforma relacionados aos novos deveres dos fabricantes, fornecedores, de proteção ao meio ambiente.

Na proposta da comissão especial, no artigo 4º do CDC, constará de forma expressa que a proteção ao meio ambiente é um dos objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, no mesmo artigo, no inciso II, há proposta da inclusão da alínea e, que o incentivo a padrões de produção de consumo sustentável é uma ação governamental de proteção efetiva do consumidor.

No mesmo artigo a proposta de criação do inciso IX, trará para a norma consumerista, se aprovada, a concretização do conceito de desenvolvimento sustentável, como princípio, nos seguintes termos:

“promoção de padrões de produção e consumo sustentáveis, de forma a atender as necessidades das atuais gerações, permitindo melhores condições de vida, promovendo o desenvolvimento econômico e a inclusão social, sem

³ Superior Tribunal de Justiça. Disponível em: http://www.stj.jus.br/portal_stj/publicacao/engine.wsp?tmp.area=398&tmp.texto=110757, acesso em 20/01/2014.

⁴ Senador Federal, disponível em: http://www.senado.gov.br/atividade/Materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768, acesso em 29/01/2014.

comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras.”

Para o artigo 6º, há proposta de inclusão do inciso XIII, sendo direito básico do consumidor, dentre os já existentes, a “a informação ambiental veraz e útil, em especial em relação à origem, aos processos de produção e comercialização dos produtos e serviços, ao eventual impacto ambiental de seu uso e aos procedimentos de descarte e logística reversa.”,

Com relação à informação ao impacto ambiental a proposta reitera, no artigo 31, apenas trocando o termo impacto por riscos, porém, propõe a criação do § 2º, na qual não haverá admissão de informações gerais e inexatas sobre qualidade ambientais dos produtos e serviços, elencando, em quatro incisos os princípios a serem seguidos que são: veracidade, exatidão, pertinência e relevância, disponibilizando aos consumidores, informações:

“I – veracidade – as informações ambientais devem ser verdadeiras e sempre passíveis de verificação e comprovação;

II – exatidão – as informações ambientais devem ser exatas e precisas, não cabendo informações genéricas e vagas;

III – pertinência – as informações ambientais devem ter relação com os processos de produção e comercialização dos produtos e serviços anunciados;

IV – relevância – o benefício ambiental salientado deverá ser significativo em termos do impacto do produto ou serviço sobre o meio ambiente, em todo o seu ciclo de vida, ou seja, na sua produção, uso e descarte.”

Por fim, propõe a criação do inciso XIV, proibindo o fornecedor de produtos e serviços a ofertar produto ou serviço com potencial de impacto ambiental negativo, sem antes ter tomado medidas preventivas e precautórias.

Se promulgada a reforma do Código de Defesa do Consumidor, nos termos propostos, desenvolvimento sustentável na relação consumerista, terá um grande avanço, podendo até induzir uma conscientização dos consumidores, os quais terão mais oportunidade de escolhas mais sustentáveis, e quem sabe uma mudança de postura diante do consumo excessivo, uma postura mais ética, e de responsabilidade compartilhada, do fornecedor, do consumidor e do Estado, este último como garantidor do cumprimento da norma.

Para Nalini (2013), a ética é um pedaço da filosofia voltado para o pensar das ações humanas e seus fundamentos, visando o bem coletivo, para a sobrevivência humana.

Para Srour, (2008, p. 259-263), a empresa deve ter como finalidade três resultados: ser viável economicamente; justa socialmente; e correta ecologicamente. É assim poder medir o impacto de suas atividades no mundo e contribuir, em última instância, para assegurar a habitabilidade do planeta.

Na contemporaneidade, a empresa tem papel muito importante no desenvolvimento econômico, mas apenas o desenvolvimento econômico, não pode ser chamado de desenvolvimento, sendo o papel do Estado a regulamentação de normas de condutas que visem o desenvolvimento integral, ou seja, econômico, social e ambiental.

O grau de responsabilidade social de uma empresa deve ser avaliado de acordo com o relacionamento desta com seus funcionários, fornecedores, consumidores, bem como seu compromisso em reduzir o impacto que suas atividades causam ao meio ambiente e na comunidade local, (SANCHES, 2011).

O resgate da educação ambiental, promovida pelas pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou pela família, também terá um importante papel para a mudança de postura, pois só as pessoas livres, informadas, com suas necessidades básicas supridas têm condições do exercício da cidadania, e de optarem pelo consumo sustentável, ou seja, de ser agente, assim denominado por Sen, em sua obra Desenvolvimento como Liberdade.

Conclusão

O presente artigo teve por objetivo verificar os pontos da reforma do Código de Defesa do Consumidor, em especial, os pontos com relação nas obrigações dos fornecedores com o consumo sustentável e a redução do impacto negativo que seus produtos ou serviços causam ao meio ambiente.

No primeiro item, resgatou os conceitos de desenvolvimento sustentável, de fornecedor e de consumidor, concluindo que o atual Código de Defesa do Consumidor não está protegendo os consumidores, sejam eles do tipo padrão ou equiparado, tendo-se em vista que não há no seu corpo nenhum dispositivo expresso sobre obrigações dos fornecedores com relação ao impacto que seus produtos e serviços causam ao meio ambiente.

No segundo item após ter elencados os principais pontos das discussões sobre a reforma do Código de Defesa do Consumidor, por meio dos Projetos de Leis números 281, 282 e 282, todos de 2012, bem como ter verificado, por meio do Quadro Comparativo do

Projeto de Lei nº 281, de 2012, de 17/12/2013, elaborado pelo Serviço de Redação da Secretaria Geral da mesa do Senado Federal, chegou-se à conclusão que os pontos da reforma do CDC, propostos pela Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC), se aprovadas, criam deveres para os fabricantes e/ou fornecedores para a redução do impacto que seus produtos e serviços causam ao meio ambiente.

A conclusão também foi no sentido de que com a aprovação da reforma dos itens verificados, ocorrerá um induzimento para o consumo sustentável, e como consequência um avanço para o desenvolvimento sustentável.

O artigo buscou a atualização literária sobre o tema, em especial sobre a interligação do consumo sustentável para o desenvolvimento sustentável de forma integral, ou seja, econômico, social e ambiental.

Anexo:

Quadro Comparativo do Projeto de Lei nº 281, de 2012, de 17/12/2013, pelo Serviço de Redação da Secretaria Geral da mesa do Senado Federal⁵, atualizado até 28/01/2014.

Referências:

BAUMAN, Zygmunt, **Globalização: as consequências humanas**; tradução Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BAUMAN, Zygmunt, **Modernidade Líquida**/Zygmunt Bauman; tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt, **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias/Zygmunt Bauman; tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2008.

De LUCCA, Newton. **Da ética geral à ética empresarial**. São Paulo: Quartier Latin, 2009;

⁵ Senador Federal, disponível em:

http://www.senado.gov.br/atividade/Materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768, acesso em 29/01/2014.

FORGIONI, Paula Andrea. **A evolução do direito comercial brasileiro: da mercancia ao mercado**; prefácio Eros Roberto Grau – 2 ed. – São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

FÜHERER, Maximilianus Claudio Américo; MILARÉ, Édis. **Manual de direito público e privado** – 18 ed. rev. e atual. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

MENEZES, Wagner. **Direito Internacional, empresa e sustentabilidade**. In: Vladimir Oliveira da Silveira e Orides Mezzaroba. (Org.). *Empresa, Sustentabilidade e Funcionalização do Direito*. 1ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, v. 2, p. 354-366.

NALINI, José Renato. **Ética geral e profissional**. - 10 ed. rev., atual. e ampl. - São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

NALINI, José Renato . **Sustentabilidade e Ética Empresarial**. In: Vladimir Oliveira da Silveira e Orides Mezzaroba. (Org.). *Empresa, Sustentabilidade e Funcionalização do Direito*. 1ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, v. 2, p. 119-143.

SANCHES, Samyra Haydêe Dal Faria Napolini. **Direitos humanos e a empresa privada no Brasil**. In: Vladimir Oliveira da Silveira e Orides Mezzaroba. (Org.). *Empresa, Sustentabilidade e Funcionalização do Direito*. 1ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, v. 2, p. 294-307.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. Tradução Laura Teixeira Motta, revisão técnica Ricardo Doninelli Mendes – São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

SEN, Amartya. **Sobre Ética e Economia**. Tradução Laura Teixeira Motta, revisão técnica Ricardo Doninelli Mendes – 1ª edição - São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SENADO FEDERAL, disponível em: http://www.senado.gov.br/atividade/Materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768, acesso em 20/01/2014.

STJ- Superior Tribuna de Justiça, disponível em http://www.stj.jus.br/portal_stj/publicacao/engine.wsp?tmp.area=398&tmp.texto=110757, acesso em 20/01/2014.

VEIGA. José Eli da. **Desenvolvimento Sustentável**
O desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

ANEXO:

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
	Altera a Lei nº 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 o comércio eletrônico.	Altera a Lei nº 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 o comércio eletrônico e o Art. 9º do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro), para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais.
	O CONGRESSO NACIONAL decreta:	O CONGRESSO NACIONAL decreta:
Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990	Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:	Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:
Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. inciso XXXII, 170, inciso V, Constituição Federal e art. 48 de s Disposições Transitórias .	“ Art. 1º	“ Art. 1º
	Parágrafo único. As normas e os negócios jurídicos devem ser interpretados e integrados da maneira mais favorável ao consumidor. (NR)	Parágrafo único. As normas e os negócios jurídicos devem ser interpretados e integrados da maneira mais favorável ao consumidor. (NR)”
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:		“ 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, a proteção do meio ambiente , bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:
II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:		II -
d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.		

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
		e) pelo incentivo a padrões de produção e consumo sustentáveis.
VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo		
		IX – promoção de padrões de produção e consumo sustentáveis, de forma a atender as necessidades das atuais gerações, permitindo melhores condições de vida, promovendo o desenvolvimento econômico e a inclusão social, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras. (NR)”
Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:	“ Art. 5º	“ Art. 5º
V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.		
	VI – o conhecimento de ofício pelo Poder Judiciário, no âmbito do processo em curso e assegurado o contraditório, e pela Administração Pública de violação a normas de defesa do consumidor;	VI – o conhecimento de ofício pelo Poder Judiciário, no âmbito do processo em curso e assegurado o contraditório, de violação a normas de defesa do consumidor;
	VII – a interpretação e a integração das normas e negócios jurídicos da maneira mais favorável ao consumidor;	VII – a interpretação e a integração das normas e negócios jurídicos da maneira mais favorável ao consumidor, inclusive quando usuário de serviço público remunerado de forma individual;
		VIII - instituição de Câmaras de Conciliação das Relações de Consumo de Serviços Públicos, no âmbito da Advocacia Pública Federal, Estadual e Municipal, garantida a efetiva participação do órgão de defesa do consumidor local.
 (NR)” (NR)”
Art. 6º São direitos básicos do consumidor:	“ Art. 6º	“ Art. 6º
X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.		
	XI – a autodeterminação, a privacidade e a segurança das	XI – a autodeterminação, a privacidade e a segurança das

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
	informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico;	informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico;
	XII – a liberdade de escolha, em especial frente a novas tecnologias e redes de dados, sendo vedada qualquer forma de discriminação e assédio de consumo;	XII – a liberdade de escolha, em especial frente a novas tecnologias e redes de dados, sendo vedada qualquer forma de discriminação e assédio de consumo;
		XIII – a informação ambiental veraz e útil, em especial em relação à origem, aos processos de produção e comercialização dos produtos e serviços, ao eventual impacto ambiental de seu uso e aos procedimentos de descarte e logística reversa. (NR)”
Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.	“ Art. 7º	“ Art. 7º
Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.	§ 1º	§ 1º
	§ 2º Aplica-se ao consumidor a norma mais favorável ao exercício de seus direitos e pretensões. (NR)”	§ 2º Aplica-se ao consumidor, inclusive quando usuário de serviço público, a norma mais favorável ao exercício de seus direitos e pretensões. (NR)”
Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.		
		“ Art. 10-A. As regras preventivas e precautórias dos arts. 8º, 9º e 10 deste código aplicam-se aos riscos provenientes de impactos ambientais decorrentes de produtos e serviços colocados no mercado de consumo.”
Art. 11. (Vetado).		
Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem		“ Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.		assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, tributos incidentes , preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores e ao meio ambiente .
Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.		§ 1º
		§ 2º As informações sobre qualidades ambientais dos produtos ou serviços devem atender aos seguintes princípios:
		I – veracidade – as informações ambientais devem ser verdadeiras e sempre passíveis de verificação e comprovação;
		II – exatidão – as informações ambientais devem ser exatas e precisas, não cabendo informações genéricas e vagas;
		III – pertinência – as informações ambientais devem ter relação com os processos de produção e comercialização dos produtos e serviços anunciados;
		IV – relevância – o benefício ambiental salientado deverá ser significativo em termos do impacto do produto ou serviço sobre o meio ambiente, em todo o seu ciclo de vida, ou seja, na sua produção, uso e descarte. (NR)”
Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:		“ Art. 39.
.....	
XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.		
		XIV – ofertar produto ou serviço com potencial de impacto ambiental negativo, sem tomar as devidas medidas preventivas e precautórias.
	 (NR)”
Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão		

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
<p>cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.</p> <p>§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.</p> <p>§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.</p> <p>Art. 45. (Vetado).</p>		
	“Seção VII	“Seção VII
	Do Comércio Eletrônico	Do Comércio Eletrônico
	<p>Art. 45-A. Esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico, visando a 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.</p>	<p>Art. 44-A. Esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico e à distância, visando fortalecer a sua confiança e assegurar a 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.</p>
	Parágrafo único. As normas desta Seção aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar.	Parágrafo único. As normas desta Seção aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar.
	<p>Art. 45-B. Sem prejuízo do disposto nos arts. 31 e 33, o fornecedor de produtos e serviços que utilizar meio eletrônico ou similar deve disponibilizar em local de destaque e de fácil visualização:</p>	<p>Art. 44-B. Sem prejuízo do disposto neste Código, o fornecedor de produtos e serviços que utilizar meio eletrônico ou similar deve disponibilizar em local de destaque e de fácil visualização:</p>
	I – seu nome empresarial e número de sua inscrição no cadastro geral do Ministério da Fazenda;	I – seu nome empresarial e número de sua inscrição no cadastro geral do Ministério da Fazenda;
	II – seu endereço geográfico e eletrônico, bem como as demais informações necessárias para sua localização, contato e recebimento de comunicações e notificações judiciais ou extrajudiciais.	II – seu endereço geográfico e eletrônico, bem como as demais informações necessárias para sua localização, contato e recebimento de comunicações e notificações judiciais ou extrajudiciais.
	III – preço total do produto ou do serviço, incluindo a discriminação de quaisquer eventuais despesas,	III – preço total do produto ou do serviço, incluindo tributos e a discriminação de quaisquer

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
	tais como a de entrega e seguro;	eventuais despesas, tais como a de entrega, bem como de eventuais seguros, incluídos a pedido do consumidor;
	IV – especificidades e condições da oferta, inclusive as modalidades de pagamento, execução, disponibilidade ou entrega;	IV – especificidades e condições da oferta, inclusive as modalidades de pagamento, execução, disponibilidade ou entrega e demais condições do contrato;
	V – características essenciais do produto ou do serviço;	V – características essenciais do produto ou do serviço;
	VI – prazo de validade da oferta, inclusive do preço;	VI – prazo de validade da oferta, inclusive do preço;
	VII – prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto;	VII – prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto;
		VIII – o prazo mínimo da oferta coletiva, a quantidade máxima de cupons por consumidor ou outras restrições, assim como a quantidade mínima de consumidores para efetivação do contrato, em caso de compras coletivas ou negócios assemelhados que imponham um número mínimo de consumidores por oferta, com ou sem descontos por quantidade e volume de compras.
		§ 1º O fornecedor de compras coletivas, como intermediador legal do fornecedor responsável pela oferta do produto ou serviço, responde solidariamente pela veracidade das informações publicadas e por eventuais danos causados ao consumidor.
	Art. 45-C. É obrigação do fornecedor que utilizar o meio eletrônico ou similar:	Art. 44-C. É obrigação do fornecedor que utilizar o meio eletrônico ou similar:
	I – manter disponível serviço adequado, facilitado e eficaz de atendimento, tal como o meio eletrônico ou telefônico, que possibilite ao consumidor enviar e receber comunicações, inclusive notificações, reclamações e demais informações necessárias à efetiva proteção dos seus direitos;	I – manter disponível serviço adequado, facilitado e eficaz de atendimento, tal como o meio eletrônico ou telefônico, que possibilite ao consumidor enviar e receber comunicações, inclusive notificações, reclamações e demais informações necessárias à efetiva proteção dos seus direitos;
	II – confirmar imediatamente o recebimento de comunicações, inclusive a manifestação de arrependimento e cancelamento do contrato, utilizando o mesmo meio empregado pelo consumidor ou	II – confirmar imediatamente o recebimento de comunicações, inclusive a manifestação de arrependimento e cancelamento do contrato, utilizando o mesmo meio empregado pelo consumidor ou

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
	outros costumeiros;	outros costumeiros;
	III – assegurar ao consumidor os meios técnicos adequados, eficazes e facilmente acessíveis que permitam a identificação e correção de eventuais erros na contratação, antes de finalizá-la, sem prejuízo do posterior exercício do direito de arrependimento;	III – assegurar ao consumidor os meios técnicos adequados, eficazes e facilmente acessíveis que permitam a identificação e correção de eventuais erros na contratação, antes de finalizá-la, sem prejuízo do posterior exercício do direito de arrependimento;
	IV – dispor de meios de segurança adequados e eficazes;	IV – dispor de meios de segurança adequados e eficazes;
	V – informar aos órgãos de defesa do consumidor e ao Ministério Público, sempre que requisitado, o nome e endereço eletrônico e demais dados que possibilitem o contato do provedor de hospedagem, bem como dos seus prestadores de serviços financeiros e de pagamento.	V – informar aos órgãos de defesa do consumidor e ao Ministério Público, sempre que requisitado, o nome e endereço eletrônico e demais dados que possibilitem o contato do provedor de hospedagem, bem como dos seus prestadores de serviços financeiros e de pagamento.
		VI – informar imediatamente às autoridades competentes e ao consumidor sobre o vazamento de dados deste.
	Art. 45-D. Na contratação por meio eletrônico ou similar, o fornecedor deve enviar ao consumidor:	Art. 44-D. Na contratação por meio eletrônico ou similar, o fornecedor deve enviar ao consumidor:
		I – em momento prévio à contratação, o contrato, em língua portuguesa acessível e com fácil visualização em sua página;
	I – confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta, inclusive em meio eletrônico;	II – confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta, inclusive em meio eletrônico;
	II – via do contrato em suporte duradouro, assim entendido qualquer instrumento, inclusive eletrônico, que ofereça as garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação dos dados contratuais, permitindo ainda a facilidade de sua reprodução;	III – via do contrato em suporte duradouro, assim entendido qualquer instrumento, inclusive eletrônico, que ofereça as garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação dos dados contratuais, permitindo ainda a facilidade de sua reprodução;
		IV – formulário ou link facilitado e específico para preenchimento do consumidor em caso de exercício do direito de arrependimento.
		Parágrafo único. Caso a confirmação e o formulário previstos nos incisos II e IV não tenham sido enviados pelo fornecedor, o prazo previsto no caput do art. 49 deverá ser ampliado para trinta dias.

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
	Art. 45-E. É vedado enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que:	Art. 44-E. É vedado ao fornecedor de produto ou serviço enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que:
	I – não possua relação de consumo anterior com o fornecedor e não tenha manifestado consentimento prévio em recebê-la;	I – não possua relação de consumo anterior com o fornecedor e não tenha manifestado consentimento prévio e expresso em recebê-la;
	II – esteja inscrito em cadastro de bloqueio de oferta; ou	II – esteja inscrito em cadastro de bloqueio de oferta; ou
	III – tenha manifestado diretamente ao fornecedor a opção de não recebê-la.	III – tenha manifestado diretamente ao fornecedor a opção de não recebê-la.
	§ 1º Se houver prévia relação de consumo entre o remetente e o destinatário, admite-se o envio de mensagem não solicitada, desde que o consumidor tenha tido oportunidade de recusá-la.	§ 1º Se houver prévia relação de consumo entre o remetente e o destinatário, admite-se o envio de mensagem não solicitada, desde que o consumidor tenha tido oportunidade de recusá-la.
	§ 2º O fornecedor deve informar ao destinatário, em cada mensagem enviada:	§ 2º O fornecedor deve informar ao destinatário, em cada mensagem enviada:
	I – o meio adequado, simplificado, seguro e eficaz que lhe permita, a qualquer momento, recusar, sem ônus, o envio de novas mensagens eletrônicas não solicitadas; e	I – o meio adequado, simplificado, seguro e eficaz que lhe permita, a qualquer momento, recusar, sem ônus, o envio de novas mensagens eletrônicas não solicitadas; e
	II – o modo como obteve os dados do consumidor.	II – o modo como obteve os dados do consumidor.
	§ 3º O fornecedor deve cessar imediatamente o envio de ofertas e comunicações eletrônicas ou de dados a consumidor que manifestou a sua recusa em recebê-las.	§ 3º O fornecedor deve cessar imediatamente o envio de ofertas e comunicações eletrônicas ou de dados a consumidor que manifestou a sua recusa em recebê-las.
	§ 4º Para os fins desta seção, entende-se por mensagem eletrônica não solicitada a relacionada a oferta ou publicidade de produto ou serviço e enviada por correio eletrônico ou meio similar.	§ 4º Para os fins desta seção, entende-se por mensagem eletrônica não solicitada a relacionada à oferta ou publicidade de produto ou serviço e enviada por correio eletrônico ou meio similar.
	§ 5º É também vedado:	§ 5º É também vedado:
	I – remeter mensagem que oculte, dissimule ou não permita de forma imediata e fácil a identificação da pessoa em nome de quem é efetuada a comunicação e a sua natureza publicitária.	I – remeter mensagem que oculte, dissimule ou não permita de forma imediata e fácil a identificação da pessoa em nome de quem é efetuada a comunicação e a sua natureza publicitária.
	II – veicular, hospedar , exibir, licenciar, alienar, utilizar , compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem expressa autorização	II – veicular, exibir, licenciar, alienar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem expressa autorização e

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
	e consentimento informado do seu titular, salvo exceções legais.”	consentimento informado do seu titular.
		Art. 44-F. Na oferta de produto ou serviço por meio da rede mundial de computadores (internet) ou qualquer modalidade de comércio eletrônico, somente será exigida do consumidor, para aquisição do produto ou serviço ofertado, a prestação das informações indispensáveis à conclusão do contrato:
		§ 1º Quaisquer outras informações, além das indispensáveis, terão caráter facultativo, devendo o consumidor ser previamente avisado dessa condição.
		§ 2º É vedada a concessão de qualquer tipo de vantagem ou benefício para o consumidor que optar pela prestação de informações de caráter facultativo. (NR)”
<p>Art. 45. (Vetado).</p> <p>CAPÍTULO VI Da Proteção Contratual SEÇÃO I Disposições Gerais</p> <p>Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.</p>		
<p>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.</p>	<p>“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.</p>	<p>“Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 14 dias, a contar do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone, a domicílio, por qualquer meio eletrônico ou similar.</p>
<p>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,</p>	<p>§ 1º</p>	<p>§ 1º</p>

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
monetariamente atualizados.		
	§ 2º Por contratação a distância entende-se aquela efetivada fora do estabelecimento, ou sem a presença física simultânea do consumidor e fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone, reembolso postal, por meio eletrônico ou similar.	
	§ 3º Equipara-se à modalidade de contratação prevista no § 2º deste artigo aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo.	§ 2º Equipara-se à modalidade de contratação prevista no caput deste artigo aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo.
		§3º A desistência formalizada dentro do prazo previsto no caput implica na devolução do produto com todos os acessórios recebidos pelo consumidor, incluindo caixa, manuais, informativos e nota fiscal.
	§ 4º Caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor;	§ 4º Caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor;
	§ 5º Sem prejuízo da iniciativa do consumidor, o fornecedor deve comunicar de modo imediato a manifestação do exercício de arrependimento à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, a fim de que:	§ 5º Sem prejuízo da iniciativa do consumidor, o fornecedor deve comunicar de modo imediato a manifestação do exercício de arrependimento à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, a fim de que:
	I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor;	I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor;
	II – seja efetivado o estorno do valor, caso a fatura já tenha sido emitida no momento da comunicação;	II – seja efetivado o estorno do valor, caso a fatura já tenha sido emitida no momento da comunicação;
	III – caso o preço já tenha sido total ou parcialmente pago, seja lançado o crédito do respectivo valor na fatura imediatamente posterior à comunicação.	III – caso o preço já tenha sido total ou parcialmente pago, seja lançado o crédito do respectivo valor na fatura a ser emitida posteriormente à comunicação.
	§ 6º Se o fornecedor de produtos ou serviços descumprir o disposto no § 1º ou no § 5º, o valor pago será devolvido em dobro.	§ 6º Se o fornecedor de produtos ou serviços descumprir o disposto no § 1º ou no § 5º, o valor pago será devolvido em dobro.
	§ 7º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios	§ 7º O fornecedor deve informar, de forma prévia, clara e ostensiva,

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
	adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.	os meios adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.
	§ 8º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação individualizada e imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.	§ 8º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação individualizada e imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.
	§ 9º O descumprimento dos deveres do fornecedor previstos neste artigo e nos artigos da Seção VII do Capítulo V do Título I desta lei enseja a aplicação pelo Poder Judiciário de multa civil em valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores.	§ 9º O descumprimento dos deveres do fornecedor previstos nesta lei enseja a aplicação pelo Poder Judiciário de multa civil em valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores.
		§ 10º A graduação e a destinação da multa civil deverão observar o disposto no caput do art. 57 desta Lei, sendo possível sua aplicação a outras hipóteses de descumprimento dos deveres do fornecedor previstos nesta Lei.
		Art. 49-A. Sem prejuízo do direito de rescisão do contrato de transporte aéreo antes de iniciada a viagem (art. 740, § 3º do Código Civil), o exercício do direito de arrependimento do consumidor de passagens aéreas poderá ter seu prazo diferenciado, em virtude das peculiaridades do contrato, por norma fundamentada das agências reguladoras.”
Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.		
Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:	“ Art. 56.	“ Art. 56.

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
XII - imposição de contrapropaganda.		
	XIII – suspensão temporária ou proibição de oferta e de comércio eletrônico.	XIII – suspensão temporária ou proibição de oferta e de comércio eletrônico.
..... (NR)” (NR)”
Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.	“ Art. 59.	“ Art. 59.
.....
§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.		
	“§ 4º Caso o fornecedor por meio eletrônico ou similar descumpra a pena de suspensão ou de proibição de oferta e de comércio eletrônico, sem prejuízo de outras medidas administrativas ou judiciais de prevenção de danos, o Poder Judiciário determinará a pedido da autoridade administrativa ou do Ministério Público, no limite estritamente necessário para a garantia da efetividade da sanção, que os prestadores de serviços financeiros e de pagamento utilizados pelo fornecedor, de forma alternativa ou conjunta, sob pena de pagamento de multa diária:	“§ 4º Caso o fornecedor por meio eletrônico ou similar descumpra a pena de suspensão ou de proibição de oferta e de comércio eletrônico, sem prejuízo de outras medidas administrativas ou judiciais de prevenção de danos, o Poder Judiciário poderá determinar, no limite estritamente necessário para a garantia da efetividade da sanção, que os prestadores de serviços financeiros e de pagamento utilizados pelo fornecedor, de forma alternativa ou conjunta, sob pena de pagamento de multa diária:
	I – suspendam os pagamentos e transferências financeiras para o fornecedor de comércio eletrônico;	I – suspendam os pagamentos e transferências financeiras para o fornecedor de comércio eletrônico;
	II – bloqueiem as contas bancárias do fornecedor. (NR)”	II – bloqueiem as contas bancárias do fornecedor. (NR)”
Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:		
	“ Art. 72-A. Veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores	“ Art. 72-A. Veicular, exibir, licenciar, alienar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem a

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
	pessoais, sem a expressa autorização de seu titular e consentimento informado, salvo exceções legais.	expressa autorização de seu titular e consentimento informado.
	Pena – Reclusão, de um a quatro anos, e multa.”	Pena – Reclusão, de um a quatro anos, e multa.”
<p>Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata: Pena Detenção de um a seis meses ou multa.</p>		
<p>Art. 76. São circunstâncias agravantes dos crimes tipificados neste código:</p>		“ Art. 76.
<p>.....</p>		
<p>V - serem praticados em operações que envolvam alimentos, medicamentos ou quaisquer outros produtos ou serviços essenciais .</p>		
		VI – ocasionarem graves danos ao meio ambiente.”
<p>Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas:</p>	<p>“Art. 101. 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:</p>	<p>“Art. 101. 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:</p>
<p>I - a ação pode ser proposta no domicílio do autor;</p>	<p>I – será competente o foro do domicílio do consumidor, nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja réu e que versem sobre relações de consumo;</p>	<p>I – será competente o foro do domicílio do consumidor, nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja réu e que versem sobre relações de consumo;</p>
<p>II - o réu que houver contratado seguro de responsabilidade poderá chamar ao processo o segurador, vedada a integração do contraditório pelo Instituto de Resseguros do Brasil. Nesta hipótese, a sentença que julgar procedente o pedido condenará o réu nos termos do art. 80 do Código de Processo Civil. Se o réu houver sido declarado falido, o síndico será intimado a informar a existência de seguro de responsabilidade, facultando-se, em caso afirmativo, o ajuizamento de ação de indenização diretamente contra o segurador, vedada a denúncia da lide ao Instituto de</p>	<p>II – o consumidor, nas demandas em que seja autor, poderá escolher, além do foro indicado no inciso I, o do domicílio do fornecedor de produtos ou serviços, o do lugar da celebração ou da execução do contrato ou outro conectado ao caso;</p>	<p>II – o consumidor residente no Brasil, nas demandas em que seja autor, poderá escolher, além do foro indicado no inciso I, o do domicílio do fornecedor de produtos ou serviços, o do lugar da celebração ou da execução do contrato ou outro conectado ao caso;</p>

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
Resseguros do Brasil e dispensado o litisconsórcio obrigatório com este.		
	III – são nulas as cláusulas de eleição de foro e de arbitragem celebradas pelo consumidor.	III – são nulas as cláusulas de eleição de foro e de arbitragem celebradas pelo consumidor.
	Parágrafo único. Aos conflitos decorrentes do fornecimento a distância internacional, aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou a norma estatal escolhida pelas partes, desde que mais favorável ao consumidor, assegurando igualmente o seu acesso à Justiça. (NR)”	Parágrafo único. Aos conflitos decorrentes do fornecimento a distância internacional, aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou a norma estatal escolhida pelas partes, desde que mais favorável ao consumidor, assegurando igualmente o seu acesso à Justiça. (NR)”
Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro)		Art. 2º. O Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro), passa a vigorar com as seguintes alterações:
Art. 9º Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem.		“Art. 9º. O contrato internacional entre profissionais, empresários e comerciantes rege-se pela lei escolhida pelas partes, sendo que o acordo das partes sobre esta escolha deve ser expresso.
		§ 1º A escolha deve referir-se à totalidade do contrato, mas nenhuma conexão precisa existir entre a lei escolhida e as partes ou a transação.
		§ 2º Na escolha do caput, a referência a lei inclui também a indicação como aplicável ao contrato de um conjunto de regras jurídicas de caráter internacional, opcional ou uniforme, aceitas no plano internacional, supranacional ou regional como neutras e justas, inclusive da lex mercatoria, desde que não contrárias à ordem pública.
§ 2º A obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente.		§ 3º Na ausência ou invalidade da escolha, o contrato será regido pela lei do lugar da sua celebração, considerando-se este em contratos celebrado à distância como o lugar da residência do proponente.
§ 1º Destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato.		§ 4º Destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato.

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
		§ 5º Não obstante o disposto neste artigo, em se tratando de contrato standard ou de adesão celebrado no Brasil ou que aqui tiver de ser executado, aplicar-se-ão necessariamente as disposições do direito brasileiro quanto revestirem caráter imperativo.
		§ 6º Este artigo não se aplica às seguintes contratos e obrigações:
		I – questões derivadas do estado civil das pessoas físicas, capacidade das partes ou consequências da nulidade ou invalidado do contrato que decorram da incapacidade de uma das partes;
		II – obrigações contratuais que tenham como objeto principal questões sucessórias, testamentárias, de regime matrimonial ou decorrentes de relações de família;
		III – obrigações provenientes de títulos de crédito;
		IV – obrigações provenientes de transações de valores mobiliários;
		V – acordos sobre arbitragem ou eleição de foro;
		VI – questões de direito societário, incluindo existência, capacidade, funcionamento e dissolução das sociedades comerciais e das pessoas jurídicas em geral;
		VII – contratos de transporte, de seguro ou de trabalho;
		VIII – relações de consumo.
		Art. 9º-A. Os contratos internacionais de consumo, entendidos como aqueles realizados entre um consumidor, pessoa física, cujo domicílio esteja situado em um país distinto daquele onde estiver o estabelecimento do fornecedor de produtos e serviços envolvido na contratação, regem-se pela lei do domicílio do consumidor.
		§ 1º Em caso de fornecimento a distância internacional, conforme definido na Lei 8.078, de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou a norma estatal escolhida pelas

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
		partes, desde que mais favorável ao consumidor.
		§ 2º Tratando-se de contrato celebrado no Brasil, que aqui tiver de ser executado ou se a contratação for precedida de qualquer atividade negocial ou de marketing, do fornecedor ou seus representantes dirigida ao ou realizada no território brasileiro, em especial envio de publicidade, correspondência, emails, mensagens comerciais, convites, de prêmios ou ofertas, aplicar-se-ão as disposições da lei brasileira quanto revestirem caráter imperativo, sempre quemais favoráveis ao consumidor.
		§ 3º Aos contratos de fornecimento de produtos e serviços celebrados pelo consumidor turista, estando fora de seu país de domicílio ou residência habitual e executados integralmente em outros países que o seu país de domicílio, será aplicada a lei do lugar da celebração, ou a lei escolhida pelas partes, dentre a lei do lugar da execução ou a lei do domicílio do consumidor.
		§ 4º Os contratos de pacotes de viagem internacionais ou viagens combinadas, com grupos turísticos ou conjuntamente com serviços de hotelaria e turismo, com cumprimento fora do Brasil, contratados com agências de turismo e operadoras situadas no Brasil regem-se pela lei brasileira.
		Art. 9º-B. Para reger as demais obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem.
		§ 1º Em caso de obrigações extracontratuais, caso nenhuma das partes envolvidas possua domicílio ou sede no país em que o acidente, dano, fato ou ato ilícito ocorreu, será aplicável a

Legislação	Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012	Substitutivo da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor (CTMCDC)
		lei do lugar onde os efeitos se fizeram sentir.
		§ 2º Em caso de acidentes de trânsito, se no acidente participarem ou resultarem atingidas unicamente pessoas domiciliadas em outro país, o magistrado pode, excepcionalmente, considerar aplicável esta lei à responsabilidade civil, respeitadas as regras de circulação e segurança em vigor no lugar e no momento do acidente.
		§ 3º Em se tratando de acidentes de trânsito, a responsabilidade civil por danos sofridos nas coisas alheias aos veículos acidentados como consequência do acidente de trânsito, será regida pela lei do país no qual se produziu o fato. (NR)''
Art. 10. A sucessão por morte ou por ausência obedece à lei do país em que domiciliado o defunto ou o desaparecido, qualquer que seja a natureza e a situação dos bens.		
	Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.	Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.