



CÂMARA DOS DEPUTADOS  
Gabinete do Deputado Eduardo Bismarck – PDT/CE

## PROJETO DE LEI Nº DE 2021

(Do Sr. Eduardo Bismarck)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para estabelecer medidas para a proteção do consumidor em situação de vulnerabilidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para estabelecer medidas para a proteção do consumidor em situação de vulnerabilidade.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º.....

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo e garantia de seus direitos em conformidade com a situação concreta de vulnerabilidade em que se encontre;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor, especialmente aquele em situação de vulnerabilidade:





CÂMARA DOS DEPUTADOS  
Gabinete do Deputado Eduardo Bismarck – PDT/CE

.....  
.....  
§1º Para efeitos do I deste artigo, entende-se por vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo a situação em que pessoas físicas, de forma individual ou coletiva, por suas características, necessidades ou circunstâncias pessoais, econômicas, educativas ou sociais, se encontrem, ainda que territorial, setorial ou temporalmente, em uma situação especial de subordinação, impotência ou desproteção que impeça o exercício de seus direitos como pessoas consumidoras em condições de igualdade.

§2º Será prestada atenção especial aos setores que, devido à sua complexidade ou características próprias, contem com maior proporção de consumidores vulneráveis entre seus clientes ou usuários, atendendo de forma precisa as circunstâncias que geram a situação concreta de vulnerabilidade.

Art. 5º.....

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor vulnerável, nos termos do §1º do art. 4º desta Lei;

Art. 6º.....

.....  
III - a informação adequada, clara e em formato facilmente acessível sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem, principalmente quando se tratar de consumidor vulnerável.  
.....





CÂMARA DOS DEPUTADOS  
Gabinete do Deputado Eduardo Bismarck – PDT/CE

.....  
Da Oferta  
.....

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas, em formato facilmente acessível 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, principalmente quando se tratar de consumidor vulnerável, de modo a assegurar sua adequada compreensão e permitir a tomada de decisão ótima aos seus interesses.

.....  
.....

Da Publicidade  
.....

Art. 37.....  
.....

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite do consumidor vulnerável ou da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

.....  
.....

Das Práticas Abusivas

Art. 39.....





.....  
IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor vulnerável, nos termos do §1º do art. 4º desta Lei, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;  
.....  
.....

#### Das Infrações Penais

.....  
Art. 76.....  
.....

VI - serem praticados prevalecendo-se da fraqueza ou ignorância do consumidor vulnerável, nos termos do §1º do art. 4º desta Lei, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;  
.....

.....” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

### JUSTIFICAÇÃO

Dentre as lamentáveis consequências causadas pela pandemia da Covid-19 em todo o mundo, é fundamental observarmos seus efeitos nas relações consumeristas, sobretudo no que diz respeito ao acesso e à disponibilidade de produtos e serviços.

Para além do reconhecimento desse calamitoso cenário, incumbe prioritariamente ao Poder Público adotar as medidas necessárias no sentido de amenizar as graves repercussões da pandemia e proteger os consumidores





que se encontram em situação de forte vulnerabilidade social e econômica nesse momento.

Urge, portanto, que nosso ordenamento jurídico se adeque a essa nova realidade e incorpore um entendimento de consumidor vulnerável que ultrapasse as barreiras tão-somente econômicas, mas que compreenda todo e qualquer consumidor que, em uma relação de consumo específica, se encontre em situação de vulnerabilidade que possa incidir em sua tomada de decisões e, inclusive, forçá-lo a aceitar certas condições contratuais que em outra situação não aceitaria.

Assim sendo, a presente proposta introduz na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) a definição de “vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo” como *“a situação em que pessoas físicas, de forma individual ou coletiva, por suas características, necessidades ou circunstâncias pessoais, econômicas, educativas ou sociais, se encontrem, ainda que territorial, setorial ou temporalmente, em uma situação especial de subordinação, impotência ou desproteção que impeça o exercício de seus direitos como pessoas consumidoras em condições de igualdade”*.

Acreditamos, pois, que o conceito proposto em muito contribuirá para que os consumidores vulneráveis em decorrência de idade, classe social, gênero, origem demográfica, etnia, deficiência, nível de formação, dentre outros aspectos, sejam protegidos nas relações de consumo e tenham capacidade de exercer plenamente seus direitos.

A referida definição de consumidor vulnerável vai ao encontro do disposto na *Nova Agenda do Consumidor*<sup>1</sup>, divulgada pela União Europeia, que

<sup>1</sup> [https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/F69F4517-4794-4587-BB16-14F8BEAF2111/467198/agendaconsumidor\\_ES.pdf](https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/F69F4517-4794-4587-BB16-14F8BEAF2111/467198/agendaconsumidor_ES.pdf)





tem o propósito de definir as prioridades e os pontos de atuação fundamentais que deverão ser adotados nos próximos cinco anos (2020-2025).

A Nova Agenda do Consumidor prevê a importância de abordar as necessidades específicas dos consumidores que, por suas características ou circunstâncias, requerem uma maior proteção para garantir que a tomada de decisões nas relações concretas de consumo se dê de acordo com seus interesses.

Nessa perspectiva, o conceito de consumidor vulnerável referido na Agenda – e que já vem sendo incorporado ao ordenamento jurídico de alguns países – se fundamenta em estudos desenvolvidos nos últimos anos sobre a vulnerabilidade especificamente no âmbito do consumo, sendo entendida como a probabilidade ex ante de que uma determinada pessoa obtenha um possível resultado negativo em sua relação de consumo.

Desse modo, os estudos indicam que a probabilidade de que um consumidor obtenha resultados negativos em suas relações de consumo é condicionada por aspectos como a dificuldade de obter ou assimilar informações, menor capacidade para comprar, escolher ou acessar produtos adequados ou uma maior susceptibilidade a se deixar influenciar por práticas comerciais.

Em outros termos, eles concebem a vulnerabilidade como um conceito dinâmico, em que uma pessoa pode ser considerada vulnerável em determinado âmbito de consumo, mas não em outros, e em algum momento de sua vida, mas não em outros.

Sendo o direito comparado uma ferramenta que nos permite nos inspirar em medidas bem-sucedidas adotadas em outros ordenamentos ao redor do mundo, o presente Projeto de Lei, além de incorporar o conceito de consumidor





CÂMARA DOS DEPUTADOS  
Gabinete do Deputado Eduardo Bismarck – PDT/CE

vulnerável em nossa legislação, traz diversas disposições no sentido de adaptar o Código de Defesa do Consumidor a esse novo conceito, tais como:

- Inclui, entre os princípios da Política Nacional das Relações de Consumo, a garantia dos direitos do consumidor vulnerável em conformidade com a situação concreta de vulnerabilidade em que se encontre;
- Prevê a atenção especial aos setores que, devido à sua complexidade ou características próprias, contem com maior proporção de consumidores vulneráveis entre seus clientes ou usuários, atendendo de forma precisa as circunstâncias que geram a situação concreta de vulnerabilidade;
- Determina de que a oferta e apresentação de produtos ou serviços assegurem a adequada compreensão e permitam a tomada de decisão ótima aos interesses do consumidor vulnerável;
- Torna abusiva publicidade que se aproveite do consumidor vulnerável;
- Prevê como circunstância agravante dos crimes contra o consumidor aqueles que forem praticados prevalecendo-se da fraqueza ou ignorância do consumidor vulnerável.

Por conseguinte, entendo ser urgente que as referidas medidas sejam adotadas para que possamos enfrentar as situações de vulnerabilidade que afetam os consumidores brasileiros, sobretudo no atual cenário de crise econômica, social e sanitária.

Ante o exposto, contamos com o apoio dos nobres pares para aprovação desta proposição.

Sala das Sessões,                      de                      de 2021.





CÂMARA DOS DEPUTADOS  
Gabinete do Deputado Eduardo Bismarck – PDT/CE

Deputado EDUARDO BISMARCK  
PDT-CE

Documento eletrônico assinado por Eduardo Bismarck (PDT/CE), através do ponto SDR\_56093,  
na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/c o art. 2º, do Ato  
da Mesa n. 80 de 2016.

