



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

### PROJETO DE LEI Nº 518, DE 2019

Altera o art. 67 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para aumentar a pena cominada.

**Autor:** Deputado LINCOLN PORTELA

**Relator:** Deputado AUREO RIBEIRO

#### I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 518/2019, de autoria do Deputado Lincoln Portela, visa a aumentar a pena cominada para o delito de “fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva”.

Para tanto, altera o art. 67, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, de modo a cominar para o delito pena de detenção de dois a seis anos e multa. A redação atualmente vigente prevê pena de detenção de três meses a um ano ou multa. Acrescenta, também, aos verbos nucleares do tipo a conduta de “divulgar” publicidade enganosa ou abusiva.

A proposição tramita em regime ordinário, está sujeita a apreciação em Plenário e se submete à apreciação das Comissões de Defesa do Consumidor e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

É o relatório.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

### II - VOTO DO RELATOR

Cabe à Comissão de Defesa do Consumidor proferir parecer sobre o mérito da matéria em análise, haja vista tratar-se de medida de defesa do consumidor, na forma da alínea “b”, inciso V do art. 32 do Regimento Interno.

O Projeto de Lei nº 518/2019, sob minha relatoria, objetiva alterar o art. 67, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor), para aumentar a pena cominada para o delito de “fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva”. Além disso, acrescenta aos verbos nucleares do tipo a conduta de “divulgar” informação ou comunicação dessa natureza.

Na redação atualmente vigente, o delito é punido com detenção de três meses a um ano ou multa. Pretende o ilustre Deputado Lincoln Portela, autor da proposição, ampliar a sanção para dois a seis anos de detenção, cumulativamente com a pena de multa. Em sua justificativa, afirma que a punição atualmente prevista para o tipo, por ser muito branda, não tem se mostrado eficaz na censura à sua prática.

Concordo com o autor. O Código Penal brasileiro adota a teoria mista ou unificadora da pena, que defende que a reprimenda deve ter uma pluralidade funcional, devendo ser suficiente para punir e, também, para prevenir a prática do delito. A punição cominada, dessa forma, deve ter um conteúdo pedagógico e servir como instrumento de respeito ao direito e de reafirmação dos valores sociais que a norma penal busca proteger.

De fato, ao criminalizar a publicidade abusiva, o art. 67 do CDC não tem cumprido esse papel. Em que pese a vedação penal, grande número de fornecedores vem incorrendo ostensivamente na prática, certamente abrigados na convicção de que, caso processados, a punição será amena: a sanção aplicada à conduta tem se compensado no risco do negócio.





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Apresentação: 24/04/2023 16:48:47.217 - CDC  
PRL 4/0

PRL n.4

Por essa razão, assim como autor, defendo a imposição de uma penalidade mais severa para o crime em questão. São vários os bens jurídicos postos em risco: o patrimônio, a saúde, a integridade física do consumidor, o meio ambiente e a paz pública. Comportamentos como esses disseminam um “sentimento generalizado de alarme”, que compromete a tranquilidade social, a harmonia e a lisura nas relações de consumo, e devem, portanto, ser combatidos com maior rigor.

Outrossim, o autor pretende criminalizar também quem propagar a mensagem publicitária. Embora seja uma sugestão meritória do nobre colega, data máxima vênia, discordo da ampliação do núcleo do tipo penal para quem propagar a mensagem publicitária. Isso porque o artigo 38 do Código de Defesa do Consumidor, ao tratar do ônus da prova quanto à veracidade e correção de informações em mensagens publicitárias, afirma que *“o ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina”*. O Superior Tribunal de Justiça, ao julgar o REsp nº 604.172/SP, em voto do ministro Humberto Gomes de Barros, reforça esse entendimento, de que a responsabilidade é do anunciante e das agências publicitárias, senão vejamos:

“Os deveres impostos nos capítulos de oferta e publicidade somente atingem os veículos de propaganda, comunicação e anúncios quando estes estejam na condição de fornecedores. O artigo 38 do Código protecionista diz que *“o ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem os patrocina”*. Portanto, o artigo 38 exclui a responsabilidade dos veículos de comunicação por eventual publicidade enganosa ou abusiva, pois o ônus da prova de veracidade e correção (ausência de abusividade) é do fornecedor anunciante, que patrocina a propaganda ou anúncio, tanto que o artigo 36 impõe que mantenha, em seu próprio poder, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem para informação dos legítimos interessados”. (STJ - REsp:





# CÂMARA DOS DEPUTADOS

604172 SP 2003/0198665-8, relator: ministro HUMBERTO GOMES DE BARROS, data de julgamento: 27/3/2007, T3 - 3ª TURMA, data de publicação: DJ 21/5/2007 p. 568)

Nesse sentido, proponho substitutivo para suprimir a expressão “**divulgar**”. Isso se deve ao entendimento de que a responsabilidade pelos danos advindos da publicidade é do anunciante e das agências publicitárias. Os veículos de comunicação, como a televisão, jornais, revistas e rádios, não têm controle editorial nem ingerência sobre o conteúdo publicitário veiculado.

Desse modo, pelas razões expostas, voto pela aprovação do Projeto de Lei nº 518, de 2019, na forma do substitutivo anexo.

Sala da Comissão, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2023

**Deputado AUREO RIBEIRO**  
Relator





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

### SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI N° 518, DE 2019

Apresentação: 24/04/2023 16:48:47.217 - CDC  
PRL 4/0

PRL n.4

Altera o art. 67 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aumentar a pena nos casos de propaganda enganosa ou abusiva.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera o art. 67 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para aumentar a pena nos casos de propaganda enganosa ou abusiva.

Art. 2º O art. 67 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 67. ....

Pena – Detenção de dois a seis anos e multa.

.....”. (NR)

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

Sala da Comissão, em de 2023.

Deputado AUREO RIBEIRO

Relator

CD230779501100\*



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Aureo Ribeiro  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD230779501100>