

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CDC AO PL Nº 895, DE 2021

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 o conceito e as medidas para a proteção do consumidor em situação de hipervulnerabilidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º 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 o conceito e as medidas para a proteção do consumidor em situação de hipervulnerabilidade.

Art. 2º O art. 4º da 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 de situações específicas de hipervulnerabilidade que demandam especial atenção à garantia dos direitos desses consumidores;

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



situação de hipervulnerabilidade:

.....
.....

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres, objetivando a melhoria do ambiente de negócios no mercado de consumo e prestando especial atenção ao consumidor hipervulnerável;

.....

IX - educação e informação de fornecedores e consumidores quanto a sustentabilidade dos produtos, a obsolescência programada e as mudanças relativas à transformação digital.

Parágrafo único. Para efeitos do inciso I deste artigo, entende-se por hipervulnerabilidade a situação em que o consumidor, de forma individual ou coletiva, se encontre em uma situação especial de vulnerabilidade, subordinação, impotência ou desproteção que impeça o exercício de seus direitos como consumidor no mercado de consumo.” (NR)

Art. 3º O inciso I do art. 5º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 5º

.....
.....

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente e para o consumidor hipervulnerável;” (NR)



Art. 4º O inciso III do art. 6º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“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, com atenção especial quando se tratar de consumidor hipervulnerável.”
(NR)

Art. 5º O § 2º do art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 37
.....”

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

Art. 6º O inciso IV do art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39
.....”



IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, especialmente o consumidor hipervulnerável, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;" (NR)

Art. 7º O art. 76 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso VI:

"Art. 76

.....
.....

VI - serem praticados prevalecendo-se da fraqueza ou ignorância do consumidor hipervulnerável para impingir-lhe seus produtos ou serviços. " (NR)

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 25 de outubro de 2023.

Deputado **JORGE BRAZ**
Presidente

