



CÂMARA DOS DEPUTADOS

***PROJETO DE LEI N.º 518-A, DE 2019** **(Do Sr. Lincoln Portela)**

Altera o art. 67 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para aumentar a pena cominada; tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação, com substitutivo (relator: DEP. AUREO RIBEIRO).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (MÉRITO E ART. 54, RICD)

APRECIACÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão

III - Projeto apensado: 498/25

(*) Avulso atualizado em 24/5/25 para inclusão de apensado.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º 1º Esta lei altera o art. 67 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

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 Fazer, promover ou divulgar publicidade que sabe ou deveria saber enganosa ou abusiva:

Pena – detenção de dois a seis anos e multa.

.....”(NR).

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

JUSTIFICAÇÃO

Nosso Código de Defesa do Consumidor – CDC – é um dos mais avançados do mundo e realmente contempla uma série de normas direcionadas a defesa e proteção do consumidor brasileiro.

Não obstante, o próprio decorrer do tempo e a análise dos problemas reais encontrados nas relações de consumo indicam a necessidade de atualizar determinados aspectos do CDC.

É o caso da proposta que oferecemos. Apesar da lei proibir a publicidade enganosa ou abusiva, o fato de a pena cominada ser baixa não chega a servir como um anteparo às práticas enganosas e abusivas que continuam a ser utilizadas por um grande número de fornecedores despreocupados com uma eventual punição.

Ao nosso ver, a cominação de uma pena mais elevada tende a pesar mais no momento em que fornecedores e seus “marqueteiros” ponham na rua publicidades que iludem e engam o consumidor.

Ante o exposto, pedimos o apoio dos nobres pares para a aprovação desta proposição em nome da proteção e defesa do consumidor brasileiro.

Sala das Sessões, em 6 de fevereiro de 2019.

Deputado Federal **Lincoln Portela**
PR/MG

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....
TÍTULO II
DAS INFRAÇÕES PENAIS
.....

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Parágrafo único. (VETADO).
.....
.....



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

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 de Defesa do Consumidor 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 Nº 518, DE 2019

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





CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 518, DE 2019

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, opinou pela aprovação, com substitutivo, do Projeto de Lei nº 518/2019, contra o voto do Deputado Gilson Marques, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Aureo Ribeiro.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Jorge Braz - Presidente, Celso Russomanno - Vice-Presidente, Aureo Ribeiro, Antônio Lúcia, Duarte, Felipe Francischini, Flávio Nogueira, Gilson Daniel, Gilson Marques, Ivan Valente, Márcio Marinho, Marx Beltrão, Roberto Monteiro, Silvio Costa Filho e Weliton Prado.

Sala da Comissão, em 10 de maio de 2023.

Deputado **JORGE BRAZ**
Presidente





CÂMARA DOS DEPUTADOS

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CDC AO PL Nº 518, DE 2019

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, 10 de maio de 2023.

Deputado **JORGE BRAZ**

Presidente



PROJETO DE LEI N.º 498, DE 2025

(Do Sr. Pastor Gil)

Acrescenta o artigo 67-A a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências para estabelecer penalidades a quem faz”, promove ou divulga publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-518/2019.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2025

(Do Sr. Pastor Gil)

Acrescenta o artigo 67-A a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências para estabelecer penalidades a quem faz”, promove ou divulga publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

Art. 2º O art.67-A da Lei nº 8.070, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar com a seguinte redação:

“Título II

Das infrações Penais

Art. 67-A. fica proibida a publicidade enganosa e abusiva, sendo considerada enganosa aquela que induz o consumidor em erro sobre a natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades e preço do produto ou serviço:

§ 1º A publicidade é considerada abusiva quando:

I - Explora a vulnerabilidade do consumidor;

II - Coage o consumidor à contratação;

III - Utiliza-se de informações falsas ou distorcidas que possam levar o consumidor a erro;

“Pena – Detenção de dois a quatro anos e multa”.

(NR)

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



JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei visa estabelecer penalidades mais rígidas para aqueles que, de forma consciente e voluntária, A proposta deste projeto de lei visa à proteção dos direitos dos consumidores, especialmente em um mercado onde a concorrência acirrada pode levar a práticas publicitárias enganosas e abusivas. O artigo 67 do Código de Defesa do Consumidor precisa ser atualizado para refletir a realidade das estratégias de marketing que, muitas vezes, exploram a vulnerabilidade do consumidor.

Um exemplo claro pode ser observado nas práticas de publicidade adotadas por alguns postos de gasolina. Frequentemente, essas empresas utilizam anúncios que prometem preços extremamente baixos para combustíveis, mas que não refletem o valor real pago pelo consumidor no momento da compra. Essa prática é conhecida como "preço de isca", onde um valor atrativo é apresentado para atrair clientes, mas ao chegarem ao posto, os consumidores se deparam com uma série de taxas adicionais ou com a informação de que o preço promocional se aplica apenas a um volume mínimo de compra, ou ainda, apenas em determinados horários.

Além disso, há casos em que os postos anunciam combustível "aditivado" como sendo superior em qualidade e desempenho. Contudo, muitas vezes essas alegações não são comprovadas ou são exageradas, levando o consumidor a acreditar que está fazendo uma escolha mais benéfica para seu veículo. Essa falta de transparência pode resultar em decisões baseadas em informações distorcidas, prejudicando financeiramente o consumidor e comprometendo sua confiança nas relações comerciais.



Outros exemplos incluem:

Promoções Enganosas: Postos que anunciam uma promoção, como "desconto especial no litro do etanol", mas não informam que essa redução é válida apenas para um número limitado de clientes ou durante um período específico. Isso cria uma expectativa falsa e induz os consumidores a acreditar que todos terão acesso à mesma oferta.

Comparação Irregular: Alguns estabelecimentos fazem comparações com concorrentes locais sem esclarecer as condições reais dos produtos oferecidos. Por exemplo, anunciar que seu combustível é mais barato do que o da concorrência sem considerar as diferenças na qualidade ou nos serviços prestados.

Informações Falsas sobre Aditivos: A alegação de que um combustível possui aditivos especiais que aumentam a eficiência do motor pode ser feita sem comprovação técnica adequada. Isso gera uma expectativa ilusória sobre o desempenho do veículo e leva o consumidor a optar por um produto mais caro sob falsas premissas.

Diante desse cenário, é essencial estabelecer penalidades rigorosas para aqueles que promovem publicidade enganosa ou abusiva. A atualização do artigo 67 do CDC permitirá uma resposta mais eficaz contra práticas desleais no setor e garantirá um ambiente comercial onde os consumidores possam confiar nas informações apresentadas.

Com isso, buscamos fortalecer a proteção ao consumidor, promovendo um mercado mais justo e transparente. A confiança nas relações comerciais é fundamental para o desenvolvimento econômico e social do país.

Contamos com o apoio dos nobres colegas para aprovar esta proposta em benefício dos direitos dos consumidores brasileiros.



Sala das Sessões, em de de 2025.

Deputado PASTOR GIL PL/MA

Apresentação: 18/02/2025 10:27:51.057 - Mesa

PL n.498/2025



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD258198406200>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Pastor Gil



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**

<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1990/lei8078-11-setembro-1990-365086-norma-pl.html>

FIM DO DOCUMENTO