

Quadro comparativo do Projeto de Lei do Senado nº 332, de 2015

1

Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990	Projeto de Lei do Senado nº 332, de 2015
	Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, para vedar a discriminação baseada no gênero nas relações de consumo.
	O CONGRESSO NACIONAL decreta:
	Art. 1º A Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 , passa a vigorar com as seguintes alterações:
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: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)	“Art. 4º
I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
II – ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:	II –
a) por iniciativa direta;
d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.	e) pela coibição e repressão da discriminação baseada no gênero nas relações de consumo.
..... (NR)”
Art. 6º São direitos básicos do consumidor:	“Art. 6º
.....
IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;	IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, incluindo a que reforça a discriminação baseada em gênero , métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;
..... (NR)”
Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.	“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 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.	§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, reforce ou incite discriminação baseada em gênero , desrespeite valores ambientais , ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.
..... (NR)”

Quadro comparativo do Projeto de Lei do Senado nº 332, de 2015

2

Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990	Projeto de Lei do Senado nº 332, de 2015
Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)	Art. 39.
.....
XIV – permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. (Incluído pela Lei nº 13.425, de 2017)	XIV – prevalecer-se da condição de imaturidade de crianças e adolescentes para reforçar estereótipos associados ao gênero, inclusive na exposição de produtos e serviços à venda.
..... (NR)”
	Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

