



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador **GUARACY SILVEIRA**

PROJETO DE LEI Nº , DE 2022

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para dispor sobre o direito do consumidor à informação clara e adequada na hipótese de alteração quantitativa de produto embalado posto à venda.



O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o direito do consumidor à informação clara e adequada na hipótese de alteração quantitativa de produto embalado posto à venda.

Art. 2º O art. 6º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte § 2º, renumerando-se o parágrafo único para § 1º:

“**Art. 6º**
.....

§ 2º A alteração quantitativa de produto embalado posto à venda deverá ser informada ao consumidor nos termos da regulamentação, observando-se os seguintes parâmetros mínimos:

I – a informação deverá ser aposta no painel principal do rótulo da embalagem modificada, em local de fácil visualização, ocupar pelo menos 20% (vinte por cento) do tamanho da embalagem com caracteres legíveis em caixa alta, negrito e cor contrastante com o fundo do rótulo e,

II – a informação deverá constar dos rótulos das embalagens dos produtos com quantidade reduzida pelo prazo mínimo de seis meses.” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Quem frequenta supermercados já deve ter notado que tudo está mais caro. Em meio à alta da inflação, que afeta de forma generalizada os produtos mais consumidos pela população, em especial alimentos e itens de higiene pessoal e limpeza, um artifício para camuflar a elevação de preços se tornou frequente: a redução das embalagens, com diminuição do volume e quantidade de produto, sem a proporcional redução do preço, é preciso considerar se a quantidade do produto diminui mas o preço é o mesmo, isso pode se enquadrar como publicidade enganosa, pois induz o consumidor ao erro.

A prática não é nova, mas em tempos de inflação galopante ficou mais evidente nas prateleiras dos mercados e queixas têm se multiplicado na internet. Trata-se da velha tática da indústria de reduzir a embalagem ou o peso dos pacotes, enquanto os preços dos produtos continuam iguais ou até mesmo maiores, não é algo totalmente transparente manter preço e diminuir quantidade. O consumidor tem a ilusão de continuar a pagar o mesmo valor, mas leva uma menor quantidade de produto para casa – a inflação é, assim, camuflada. Trata-se de prática tão disseminada que se cunhou até mesmo um termo para o fenômeno: “reduflação”.

Queixas contra a redução de embalagens e piora na qualidade de produtos e serviços são relevantes. As acusações de tentativa de engodo têm crescido desde a segunda metade de 2021¹. Uma pesquisa do instituto Reclame Aqui com 6.665 usuários, feita para a Reuters em maio do corrente ano, apontou que cerca de 80% dos consumidores no País têm percebido o movimento de fabricantes para reduzir tamanho, peso ou metragem das embalagens e produtos. Segundo a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), nos primeiros quatro meses de 2022, o número de reclamações por propaganda enganosa cresceu 19,2% ante mesma etapa do ano passado.

O pleno direito do consumidor à informação não será respeitado se ele não for adequadamente informado de reduções em produtos embalados colocados à venda de forma a ocultar aumentos no preço do produto.

É no intuito de resguardar o consumidor que apresento esta proposição, que visa dar maior concretude ao direito à informação,

¹ <https://diariodocomercio.com.br/legislacao/reducao-de-embalagens-e-alvo-de-reclamacoes/>

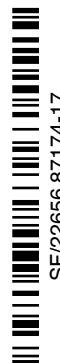


estabelecendo expressamente em lei o dever de informar o consumidor nas hipóteses de alteração quantitativa de produto embalado posto à venda e assim proteger os consumidores contra publicidade enganosa e induzir os consumidores a erros.

Conto, assim, como o apoio dos nobres Senadores e Senadoras para discutirmos e aprovarmos com celeridade este Projeto de Lei.

Sala das Sessões,

Senador **Guaracy Silva**



SF/22656.87174-17