

PROJETO DE LEI Nº /04
(Do Sr. RUBINELLI)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, no que especifica, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Acrescente-se o art. 35 A, ao Capítulo V - Das práticas comerciais, Seção II - Da oferta, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com a seguinte redação:

"Art. 35 A. O fornecedor que pretender alterar a quantidade, a medida, ou o peso do produto existente no mercado, deverá fazê-lo através do lançamento de outra marca, para que o consumidor possa facilmente identificar a alteração.

Art. 2º - Acrescente-se o art. 74 A, ao Título II - Das Infrações Penais, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com a seguinte redação:

"Art. 74A. Deixar de lançar nova marca quando alterar a quantidade, a medida, ou o peso de produto existente no mercado:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa."

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

JUSTIFICAÇÃO

A Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - Procon/SP, órgão vinculado à Secretaria da Justiça do Governo do Estado de São Paulo, detectou que os produtos que fazem parte da pesquisa da Cesta Básica efetuada por este órgão em parceria com o DIEESE tiveram uma mudança em sua comercialização no que se refere a quantidade embalada: sabão em pó (todas as marcas), redução de 1 quilo para 900 gramas, papel higiênico, de 40 metros para 30 metros (comercializado em embalagens de 40 e 30 metros), e bolacha Maisena, de 200 gramas para 180 gramas. Constatou-se, ainda que em muitos desses produtos a redução na quantidade não ocasionou a proporcional diminuição do preço, o que provocou aumentos de até 25% (vinte e cinco por cento), com reflexos imediatos na elevação dos preços da referida pesquisa.

Trata-se, portanto, de manobra industrial, criminosa por sinal, feita de forma organizada e orquestrada, que visa maquiagem os preços dos produtos, com o aumento disfarçado do valor cobrado, ludibriando a todos os consumidores, principalmente os menos favorecidos economicamente, que necessitavam da "cesta básica".

Como salientado em matéria publicada no Jornal "O Estado de São Paulo", de 08 de agosto de 2001, a manobra criminosa realizada é antiga e conhecida, desde o Plano Cruzado.

Informa a jornalista, Gabriela Gemignani, no referido periódico, que "o que está ocorrendo atualmente com os produtos dos supermercados não é novidade para o brasileiro. Algo parecido já foi motivo de denúncias do Procon ao Ministério da Fazenda, em 1986, por causa do congelamento dos preços no Plano Cruzado do presidente Sarney.

Na ocasião foram examinados produtos alimentícios, de higiene pessoal, de limpeza e eletrodomésticos, que teriam conteúdo menor do que o anunciado nas embalagens. Como o pacote de bolachas Tostines, que tinha quatro bolachas a menos".

Importante notar que, na época do Plano Cruzado, em 1986, estava em vigor a Emenda Constitucional nº 01 de 1969 e não existia o Código de Defesa do Consumidor.

O prejuízo sofrido pelo consumidor com a redução da quantidade e do peso dos produtos, sem a respectiva redução do preço, é facilmente notado. É que, havendo um padrão de orientação de consumo, com a diminuição da quantidade, houve a respectiva redução do período para o produto acabar, acarretando a antecipada aquisição de outro produto, com o seu comprometimento orçamentário.

Assim, o consumidor possuía uma expectativa de consumo dos produtos que, ilegalmente, sem qualquer aviso prévio e sem a respectiva redução do preço, sofreram redução de quantidade, de medida e de peso.

Logo, ele não recebeu a informação correta, clara, precisa e ostensiva sobre a quantidade e o preço do produto, que teve o peso diminuído, como determina a legislação consumerista.

Ao contrário, o que se fez foi elevar, injustificadamente e de forma dissimulada, os preços dos referidos produtos, o que se mostra como uma prática abusiva e desleal para com o consumidor.

Com tal conduta, os fornecedores afrontaram o princípio da boa-fé objetiva, que deve nortear as relações de consumo, agindo com falta de lealdade, de forma abusiva e causando desvantagens exagerada para os consumidores de seus produtos.

E o engodo perdurou por muito tempo, sendo que os consumidores só o descobriram quando a mídia passou a veicular, por meio dos noticiários, o

fato de haver sido reduzido o peso dos produtos, sem a respectiva redução do preço.

Tal conduta, além de afrontar os princípios da transparência e da boa-fé objetiva, também ignorou direitos básicos do consumidor, como o da "liberdade de escolha e igualdade nas contratações" (CDC, art. 6º, inc. II) e o da "informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços" (CDC, inc.III).

Válido observar que o Código consumerista dispõe, ainda, que "a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores".

O Ministério Público propôs diversas Ações Cíveis Públicas em face dos fornecedores, para inibir e coibir tal prática abusiva, entretanto, verifica-se que essa prática continua a ser utilizada pelos mesmos.

A proposta legislativa em comento, pretende obrigar à todos os fornecedores que pretenderem alterar a quantidade, a medida ou o peso dos produtos já existentes no mercado, portanto, conhecidos dos consumidores, a lançarem outra marca, para que os consumidores consigam identificar com facilidade as alterações ocorridas.

Desse modo, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares, com vistas à aprovação dessa propositura, que se reveste de inegável interesse público e alcance social.

Sala das Sessões, em abril de 2004.

Deputado RUBINELLI
PT/SP