

PROJETO DE LEI Nº , DE 2025

(Do Sr. CELSO RUSSOMANNO)

Acrescenta art. 31-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “*Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*”, com o objetivo de assegurar que as imagens impressas em embalagens reproduzam, com exatidão, as características e as dimensões dos produtos nelas contidos.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta art. 31-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “*Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*”, com o objetivo de assegurar que as imagens impressas em embalagens reproduzam, com exatidão, as características e as dimensões dos produtos nelas contidos.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 31-A:

“Art. 31-A. As representações gráficas, fotográficas ou ilustrativas do produto que sejam impressas nas embalagens devem reproduzir, com exatidão, as características e as dimensões de cada unidade ou porção do seu conteúdo.

§1º Quando se tratar de produtos cujas dimensões reais não possam ser reproduzidas nas respectivas embalagens, a imagem correspondente deve conter alerta ostensivo de que o conteúdo difere da representação nela exibida, acompanhado da indicação, sendo o caso, da proporção visual entre a imagem e cada unidade ou porção do conteúdo comercializado, expressa em fração ou porcentagem.

§2º Nas embalagens que exibirem representações gráficas, fotográficas ou ilustrativas de ingrediente ou matéria-prima do



produto, deve ser informado, de forma clara, visível e com destaque na parte frontal, o percentual correspondente em relação ao conteúdo comercializado. ”

Art. 3º Esta lei entra em vigor cento e oitenta dias a contar da data da sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A plena efetividade da proteção do consumidor exige a observância dos princípios da transparência e da boa-fé, sendo certo que a clareza informacional sobre produtos colocados à disposição no mercado é um dos pilares em que se alicerça essa tutela. No contexto das relações de consumo, em que a publicidade e a apresentação de produtos influenciam diretamente as decisões de compra, é indispensável que todas as informações apresentadas nas embalagens sejam verdadeiras e correspondam à realidade do que está sendo comercializado.

Na prática, no entanto, presenciamos situações recorrentes em que os consumidores são ludibriados ao adquirirem produtos que não atendem às expectativas estimuladas pela publicidade e contidas nas embalagens. Não raro, a aparência do produto ilustrada na face externa dos seus invólucros é significativamente diferente, no que tange às suas dimensões ou características de cor e formato, em comparação ao que é encontrado no respectivo conteúdo.

No intuito de minimizar tais ocorrências, a presente iniciativa pretende alterar o CDC com a finalidade de estabelecer previsão expressa voltada a assegurar que toda informação contida nas embalagens, incluindo representações gráficas, fotográficas ou ilustrativas do produto comercializado, esteja em conformidade com o seu real conteúdo. Além de proteger o consumidor, a medida também promove um ambiente de mercado em que a ética e a boa-fé dos fornecedores prevaleçam em suas práticas comerciais.

A responsabilidade social e ética deve ser uma premissa arraigada na cultura organizacional das empresas e, sob esse prisma,



ponderamos que a disciplina consumerista ainda carece de aprimoramentos, sobretudo no que tange a aspectos relativos à publicidade que é impressa nas embalagens de produtos. A experiência de países que já adotaram práticas rigorosas nesse sentido demonstra a eficácia e a positividade de tais medidas na proteção do consumidor e no fortalecimento do mercado.

Um dos modelos exitosos é o Japão¹, cujas normativas que tratam da prevenção contra práticas comerciais desleais² e da rotulagem de alimentos³ são exemplos de como legislações eficazes podem prevenir enganos e expandir a proteção dos direitos dos consumidores.

Com base nessas inspirações, consideramos que uma previsão expressa na nossa legislação consumerista, impondo que as imagens e informações nos rótulos sejam fiéis à realidade, proporcionará um mecanismo de proteção mais robusto, garantindo que os consumidores saibam exatamente o que estão adquirindo. Isso é ainda relevante no contexto das modernas práticas mercadológicas, em que o comércio *online* e as redes sociais têm se tornado, cada vez mais, canais primários de consumo.

Firmes nessa direção, contamos com o apoio dos nobres Pares para que esta proposta seja acolhida e transformada em lei.

Sala das Sessões, em de de 2025.

Deputado CELSO RUSSOMANNO

¹ “Comidas japonesas impressionam por exatidão com foto da embalagem; veja vídeo” (CNN Brasil). Texto disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/influenciador-explica-regra-japonesa-contra-propaganda-enganosa-entenda/>. Último acesso em jan./2025.

² “Lei de Prevenção contra Práticas Comerciais Desleais”, disponível em <https://laws.e-gov.go.jp/law/337AC000000134>. Último acesso em jan./2025.

³ “Lei de Rotulagem de Alimentos” (“Food Labeling Act”). Disponível em <https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3649/en>. Último acesso em jan./2025.

