



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Deputado Federal BRUNO GANEM (PODEMOS/SP)

Apresentação: 20/05/2026 18:18:57.650 - Mesa

PL n.2532/2026

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2026
(Do Sr. Bruno Ganem – PODE/SP)

Acrescenta o art. 31-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para exigir que as imagens dos produtos impressas em suas embalagens correspondam ao tamanho real do produto e para vedar o uso de embalagens que induzam o consumidor a erro quanto às suas dimensões.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a fidelidade das imagens reproduzidas em embalagens de produtos destinados ao consumidor final, em relação ao tamanho real do produto, e veda o emprego de embalagens potencialmente indutoras de erro quanto às suas dimensões.

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 fotografias, ilustrações ou demais representações gráficas do produto reproduzidas em qualquer face de sua embalagem destinada ao consumidor final deverão corresponder, em proporção, formato e demais características visíveis, ao produto efetivamente contido.

§ 1º É vedado o uso de embalagem que, por seu formato, dimensões, espaços vazios não funcionais, fundos falsos, divisórias internas ou qualquer outro artifício visual, induza o consumidor a crer que o tamanho, o volume ou a quantidade do produto é superior ao real.

§ 2º Não se considera artifício, para os fins do § 1º, o espaço interno vazio cuja existência decorra de:



* C D 2 6 5 8 3 5 3 6 2 6 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Deputado Federal BRUNO GANEM (PODEMOS/SP)

I – proteção do conteúdo durante o transporte, o armazenamento ou o manuseio;

II – exigência técnica do equipamento empregado no envase ou no fechamento da embalagem;

III – acomodação de dispositivo de inviolabilidade, de informações obrigatórias por lei ou da função própria da embalagem;

IV – assentamento natural do produto após o envase.

§ 3º Quando a embalagem não permitir a visualização direta do conteúdo e este ocupar volume significativamente inferior à capacidade do recipiente, em razão diversa das previstas no § 2º, o fornecedor deverá imprimir, em local visível e em destaque, indicação clara do tamanho ou do volume efetivo do produto.

§ 4º A inobservância do disposto neste artigo configura publicidade enganosa, nos termos do art. 37, § 1º, sem prejuízo das demais sanções cabíveis."

Art. 3º Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição busca preencher lacuna específica do ordenamento brasileiro: embora o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990) proíba, em seu art. 37, § 1º, a publicidade enganosa "capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços", não há, em sede legal, dispositivo que trate de modo expresso da fidelidade da imagem gravada na embalagem ao produto nela contido, tampouco do problema das embalagens superdimensionadas.

A principal inspiração para essa proposição vem do Japão. A Lei contra prêmios injustificáveis e representações enganosas (Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations - Act No. 134, de 15 de maio de 1962), proíbe representações — inclusive imagens e impressões visuais — que façam o consumidor crer que o produto é significativamente superior, em qualidade ou conteúdo, ao que de





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Deputado Federal BRUNO GANEM (PODEMOS/SP)

fato é fornecido (art. 4º da Lei japonesa). A norma alcança "não apenas afirmações expressas, mas também impressões visuais", de modo que uma fotografia que sugira mais ingredientes ou tamanho maior do que o produto real pode acarretar penalização para o fornecedor.

No mesmo sentido, os Estados Unidos disciplinam a matéria desde 1967, por meio do Fair Packaging and Labeling Act, que autoriza a edição de regulamentação destinada a "*prevenir o espaço vazio não funcional (non-functional slack fill) de embalagens*". O Estado da Califórnia, no Business & Professions Code §§ 12606 e 12606.2, vai além e exige, em determinados casos, a indicação visível do tamanho real do produto.

No Brasil, embora o art. 37 do CDC e a jurisprudência alcancem situações de propaganda enganosa, a ausência de regra específica sobre a correspondência entre imagem da embalagem e produto contido tem permitido práticas em zona cinzenta. A presente proposta opta por solução normativa enxuta e aderente à técnica regulatória internacional, ao (i) inserir o comando diretamente no Código de Defesa do Consumidor, (ii) tipificar hipóteses funcionais excludentes e (iii) equiparar a infração à publicidade enganosa já punida pelos arts. 56 e 67 do CDC, dispensando criação de novo aparato sancionatório.

Pelas razões expostas, e considerando o impacto da medida sobre a proteção do consumidor brasileiro, a transparência das relações de consumo e a leal concorrência entre fornecedores, conta-se com o apoio dos nobres Pares para a aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2026.

Deputado BRUNO GANEM
PODEMOS/SP

