

**PROJETO DE LEI Nº , DE 2008**  
**(Da Sra. GORETE PEREIRA)**

Dispõe sobre a oferta e a apresentação de produto com alteração de conteúdo líquido.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A oferta e a apresentação de produto pré-medido embalado sob a mesma marca nominativa com alteração do conteúdo líquido devem assegurar, pelo prazo de três meses, na vista principal da embalagem, informação destacada e ostensiva sobre o novo conteúdo líquido.

Parágrafo único. A embalagem com alteração de conteúdo líquido que substituir outra já existente deve exibir, em sua vista principal, informações destacadas e ostensivas sobre:

I – a ocorrência de alteração de conteúdo líquido;

II – o conteúdo líquido da embalagem anterior;

III – o conteúdo líquido da nova embalagem;

IV – a diminuição ou o aumento do conteúdo líquido expresso em termos absolutos e percentuais.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

A maquiagem de produtos é prática antiga no Brasil. Ao longo dos sucessivos planos econômicos, acostumamo-nos a ver os produtos diminuírem de tamanho e continuarem com o mesmo preço.

Aparentemente, essa prática de maquiagem de produtos estaria vinculada às restrições impostas pelos tabelamentos de preços, pelo desabastecimento, pelos desequilíbrios nos custos de produção e outras distorções geradas pelos planos de salvação da economia, que encorajavam os fornecedores a recorrer a esse expediente condenável.

Entretanto, com algum espanto, constatamos que a diminuição da quantidade de produtos nas embalagens continua acontecendo, apesar da total liberdade de preços vigente na economia brasileira, apesar da abundância no abastecimento de matérias-primas e insumos de toda qualidade, apesar da estabilidade econômica, apesar da inflação muito baixa.

Não há, e entendemos que não deva haver, lei que impeça o fornecedor de alterar a quantidade de produto em suas embalagens. Pelo contrário, ele deve dispor de liberdade para elaborar suas políticas de marketing e pô-las em prática. Mas é absolutamente inadmissível qualquer prática de marketing que tenha o potencial de induzir o consumidor em erro, ou seja, a liberdade de mercado desfrutada pelo fornecedor tem como limite o respeito ao direito do consumidor.

A redução de quantidade nas embalagens que ocorre atualmente tem um caráter diferenciado daquela que acontecia na época dos planos econômicos. Naquela ocasião, o fornecedor reduzia a quantidade das embalagens para burlar o congelamento ou o tabelamento de preços. Hoje, a motivação do fornecedor para reduzir a quantidade de produto não é tão evidente. O fato é que, independentemente da motivação, a redução de quantidade continua ocorrendo de forma disfarçada, às ocultas, sem a devida advertência, exatamente como nos tempos de crise econômica, em claro desrespeito ao direito de informação do consumidor.

Empresas de grande porte, detentoras de marcas famosas, fornecedoras de produtos de grande peso na economia das famílias, como produtos alimentícios, de higiene pessoal, de limpeza, etc., com uma

freqüência cada vez maior, lançam produtos no mercado com uma determinada quantidade e, após algum tempo, reduzem a quantidade na embalagem, sem advertir o consumidor de forma adequada. Ora, o consumidor acostumado a comprar o produto é induzido em erro, pois não percebe facilmente a diminuição da quantidade, isto é, compra o produto achando que a quantidade é a mesma de sempre, haja vista que a embalagem e a marca não mudam.

Em janeiro de 2002, o Ministério da Justiça, considerando que a redução da quantidade de produto na embalagem induz o consumidor em erro, editou a Portaria nº 81, visando regulamentar essa prática. No entanto, decorridos mais de seis anos de sua edição, a norma tem se mostrado insuficiente para resolver o problema.

Para burlar essa norma, muitos fornecedores passaram a recorrer aos mais diversos expedientes: informar a redução de quantidade com letras tão miúdas que são imperceptíveis ao consumidor; manter no mercado, por um certo tempo, a embalagem antiga e a nova, com o objetivo de descharacterizar a substituição, e outros tantos artifícios.

A presente iniciativa destina-se a modernizar e complementar de forma eficaz a legislação de consumo, em face do surgimento de novas práticas lesivas aos consumidores, não previstas na Lei nº 8.078, de 1990.

Pelas razões acima, solicitamos a indispensável apoio dos nobres Pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em                   de abril de 2008.

Deputada GORETE PEREIRA