



MINISTÉRIO DA JUSTIÇA
SECRETARIA DE DIREITO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
COORDENAÇÃO GERAL DE ASSUNTOS JURÍDICOS

Nota n.º	022 CGAJ/DPDC/2006
Data:	01 de fevereiro de 2006
Assunto:	Redução da quantidade de produto
Ementa:	Procedimentos e processos administrativo. Maquiagem de produto. Alteração quantitativa das embalagens, sem a adequada informação para o consumidor. Principais teses adotadas.

Sr. Coordenador-Geral de Assuntos Jurídicos,

01. Em setembro de 2005 o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor julgou 53 processos administrativos que versavam sobre a redução quantitativa de produtos, sem a devida informação para os consumidores, prática essa conhecida como maquiagem de produtos.

02. O combate a essa prática é um dos focos de atuação da atual gestão do DPDC, devido à importância do tema para a construção de uma cultura de respeito aos direitos básicos presentes no Código de Defesa do Consumidor, principalmente o direito à informação. Até janeiro de 2003, dezenas de processos tinham sido instaurados e muitas cautelares foram aplicadas, mas apenas um destes processos havia esgotado o seu trâmite na esfera administrativa. A partir desta constatação, o DPDC definiu o tema como prioridade, agilizando a análise de denúncias recebidas e concluindo os processos que já estavam instaurados.

03. Diante da análise de todos esses processos administrativos referentes ao assunto em tela, foi possível constatar uma mudança no perfil dos casos que chegam ao DPDC, pois num primeiro momento foi constatada a real intenção das empresas induzirem os consumidores em erro, pois os produtos com peso inferior tinham as dimensões da embalagem maiores do que a original, a despeito da redução da quantidade. Depois os fornecedores passaram a manter o tamanho das embalagens idêntico, somente reduzindo a gramatura, mas ainda sem dar qualquer informação aos consumidores. Hoje, o que se verifica é que há a informação, mas ela não é passada de maneira clara e ostensiva ao consumidor, como determina a Lei 8078/90 e a Portaria 81/02 do Ministério da Justiça.

04. Já é público e notório o entendimento adotado pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor nos processos acima citados, embora para a maioria das empresas envolvidas nessas questões o dever de informar, no caso de redução quantitativa de produtos, só teria surgido com o advento da Portaria 81/02 do Ministério da Justiça. Além dessa alegação as empresas também afirmavam que os critérios adotados são subjetivos e sustentam diversas outras teses de defesa para afastar totalmente qualquer incidência de responsabilidade por parte das mesmas na indução dos consumidores em erro.

05. No entanto, para demonstrar a transparência de atuação desse órgão, a busca da harmonização das relações de consumo e visando o benefício direto dos consumidores esse DPDC decidiu exarar esse parecer trazendo a baila as principais teses adotadas pelas empresas e as justificativas do não acolhimento das mesmas pelo órgão.

06. O argumento mais comum de defesa versa sobre a inaplicabilidade da Portaria 81/02 aos casos ocorridos antes da data da edição da mesma, sustentando assim o afastamento total do dever de informar sobre as reduções quantitativas levadas a efeito nas embalagens dos diversos produtos. Essa argumentação não pode prosperar, pois uma portaria não cria nem gera obrigações, na realidade ela é um ato administrativo que tem um caráter meramente regulamentador e indicativo de uma interpretação dada sobre determinada norma legal de caráter indeterminado. No caso em tela, a Portaria n.º 81/02 do Ministério da Justiça veio demonstrar qual a interpretação dada pela Secretaria de Direito Econômico no tocante aos ditames do Código de Defesa do Consumidor, principalmente no que tange ao direito à informação descrito no artigo 31 do referido *Codex*.

07. A afirmação de que a Portaria traz em seu bojo somente elementos subjetivos também não pode prosperar, pois a referida portaria foi editada em total consonância com a legislação correlata e em estrita obediência aos aspectos técnicos jurídicos, com intuito de demonstrar qual a interpretação dada pela Secretaria de Direito Econômico no tocante aos ditames do Código de Defesa do Consumidor, principalmente no que tange ao direito à informação descrito no artigo 31.

08. O ato jurídico em comento é detentor de conteúdo geral e regras abstratas, e não poderia ser diferente, visto que as relações de consumo ocorrem em diversos setores do mercado, não sendo possível determinar um padrão de letra e cor para as informações sobre a redução quantitativa. Tendo em vista a liberdade das empresas na adoção de estratégias de marketing na oferta de seus produtos, em especial na composição do *layout* da embalagem, não cabe ao órgão público exercer qualquer ingerência prévia sobre tais estratégias, devendo somente preocupar-se com o cumprimento dos ditames do artigo 31 da Lei 8078/90, principalmente no que tange à ostensividade da informação.

09. Outra tese de grande incidência é que a redução da gramatura foi acompanhada pela redução proporcional do preço, desconsiderando as empresas por completo o direito à informação. O entendimento por parte desse DPDC é que tal redução de preço apresenta-se irrelevante, nesse prisma de análise, sendo indiferente o efetivo prejuízo econômico do consumidor ou da coletividade de consumidores que adquiriram o produto, visto que a tutela almejada é o interesse difuso dos consumidores que foram potencialmente logrados em virtude do vício de informação.

10. Passando à análise de outras teses de defesa mais voltadas a segmentos específicos de atividade, vale transcrever alguns argumentos, como por exemplo, as alegações de mesmo rendimento, concomitância e de novo produto.

11. Principalmente no segmento de refrescos em pó e temperos, a principal alegação é que o rendimento do produto continuou o mesmo independente da redução de gramatura. Essa alegação também não se sustenta, pois, conforme dito anteriormente, não afasta a responsabilidade da representada de dar a informação correta, clara, precisa e ostensiva sobre a alteração do peso líquido do produto, pois essa é a única característica que permite a pronta aferição pelo consumidor no ato de sua aquisição, sendo que o direito à informação, estabelecido no artigo 6º, inciso III e artigo 31, ambos do Código de Defesa do Consumidor, além do estabelecido na Portaria 81/02 do Ministério da Justiça, deve ser sempre respeitado independentemente da manutenção do rendimento do produto.

12. Outro argumento muito comum, utilizado principalmente pelas empresas de biscoitos e enlatados em geral, é que tanto o produto original quanto o produto reduzido ficam à disposição do consumidor na prateleira do mercado, podendo assim escolher livremente

qual melhor atende as suas expectativas e necessidades, mas essa “possível” concomitância não garante aos consumidores a possibilidade de comparar os produtos e observar as mudanças levadas a efeito, pois nem sempre ambas as embalagens estão presentes e de maneira conjunta no ato da compra permitindo a imediata comparação.

13. Por fim, outro argumento bastante utilizado, principalmente no segmento de higiene pessoal, é que o produto não foi reduzido, pois na realidade o que ocorreu foi um lançamento de um novo produto. A simples alteração nos ingredientes e na estrutura física da embalagem, não exige o fornecedor do dever de informar os consumidores de forma **clara e ostensiva** a alteração levada a efeito, visto que a marca nominativa é mantida, podendo induzir o consumidor a erro no momento da compra, levando-o a pensar que somente ocorreu uma melhora na linha desses produtos com alteração de formato e de *layout*.

14. No mercado de consumo atual verifica-se claramente que a fidelidade à marca nominativa se sobrepõe a qualquer alteração de *design*, fórmula, características e *layout* do produto, pois o consumidor no ato da compra busca diretamente aquele bem que já está acostumado a adquirir.

15. Corroborando tal entendimento, vale transcrever o que já foi definido pelo Sr. Secretário de Direito Econômico em casos análogos: **“a alteração da quantidade tem o potencial de lograr o consumidor. Pela mesma razão, é indiferente que o consumidor perceba as diferenças entre os produtos, ou suas embalagens, se são comercializados sob a mesma marca nominativa”**. (Excerto extraído da decisão proferida nos autos do processo n.º 08012.006101/2001-56)

16. Desta feita, até o presente momento, essas são as principais considerações do DPDC no que tange à matéria ora em comento, eis que, por força da legislação aplicável à matéria, o direito a informação deve ser assegurado em todas as hipóteses, permitindo assim o livre exercício de escolha por parte dos consumidores em geral.

17. É o parecer. À consideração superior.


CARINA ROBERTA MINC
Coordenadora CGAJ/DPDC

De acordo. Divulgue-se na Internet.


CLÁUDIO PÉRET DIAS
Coordenador-Geral de Assuntos Jurídicos