



# SENADO FEDERAL

## PROJETO DE LEI Nº 2551, DE 2022

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para dispor sobre o direito do consumidor à informação clara e adequada na hipótese de alteração quantitativa de produto embalado posto à venda.

**AUTORIA:** Senador Guaracy Silveira (PP/TO)



[Página da matéria](#)



**SENADO FEDERAL**  
Gabinete do Senador **GUARACY SILVEIRA**

**PROJETO DE LEI Nº       , DE 2022**

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para dispor sobre o direito do consumidor à informação clara e adequada na hipótese de alteração quantitativa de produto embalado posto à venda.



SF/22656.87174-17

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

**Art. 1º** Esta Lei dispõe sobre o direito do consumidor à informação clara e adequada na hipótese de alteração quantitativa de produto embalado posto à venda.

**Art. 2º** O art. 6º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte § 2º, renumerando-se o parágrafo único para § 1º:

“**Art. 6º** .....

.....

§ 2º A alteração quantitativa de produto embalado posto à venda deverá ser informada ao consumidor nos termos da regulamentação, observando-se os seguintes parâmetros mínimos:

I – a informação deverá ser aposta no painel principal do rótulo da embalagem modificada, em local de fácil visualização, ocupar pelo menos 20% (vinte por cento) do tamanho da embalagem com caracteres legíveis em caixa alta, negrito e cor contrastante com o fundo do rótulo e,

II – a informação deverá constar dos rótulos das embalagens dos produtos com quantidade reduzida pelo prazo mínimo de seis meses.” (NR)

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

## JUSTIFICAÇÃO

Quem frequenta supermercados já deve ter notado que tudo está mais caro. Em meio à alta da inflação, que afeta de forma generalizada os produtos mais consumidos pela população, em especial alimentos e itens de higiene pessoal e limpeza, um artifício para camuflar a elevação de preços se tornou frequente: a redução das embalagens, com diminuição do volume e quantidade de produto, sem a proporcional redução do preço, é preciso considerar se a quantidade do produto diminui mas o preço é o mesmo, isso pode se enquadrar como publicidade enganosa, pois induz o consumidor ao erro.

A prática não é nova, mas em tempos de inflação galopante ficou mais evidente nas prateleiras dos mercados e queixas têm se multiplicado na internet. Trata-se da velha tática da indústria de reduzir a embalagem ou o peso dos pacotes, enquanto os preços dos produtos continuam iguais ou até mesmo maiores, não é algo totalmente transparente manter preço e diminuir quantidade. O consumidor tem a ilusão de continuar a pagar o mesmo valor, mas leva uma menor quantidade de produto para casa – a inflação é, assim, camuflada. Trata-se de prática tão disseminada que se cunhou até mesmo um termo para o fenômeno: “reduflação”.

Queixas contra a redução de embalagens e piora na qualidade de produtos e serviços são relevantes. As acusações de tentativa de engodo têm crescido desde a segunda metade de 2021<sup>1</sup>. Uma pesquisa do instituto Reclame Aqui com 6.665 usuários, feita para a Reuters em maio do corrente ano, apontou que cerca de 80% dos consumidores no País têm percebido o movimento de fabricantes para reduzir tamanho, peso ou metragem das embalagens e produtos. Segundo a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), nos primeiros quatro meses de 2022, o número de reclamações por propaganda enganosa cresceu 19,2% ante mesma etapa do ano passado.

O pleno direito do consumidor à informação não será respeitado se ele não for adequadamente informado de reduções em produtos embalados colocados à venda de forma a ocultar aumentos no preço do produto.

É no intuito de resguardar o consumidor que apresento esta proposição, que visa dar maior concretude ao direito à informação,

<sup>1</sup> <https://diariodocomercio.com.br/legislacao/reducao-de-embalagens-e-alvo-de-reclamacoes/>

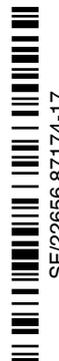


estabelecendo expressamente em lei o dever de informar o consumidor nas hipóteses de alteração quantitativa de produto embalado posto à venda e assim proteger os consumidores contra publicidade enganosa e induzir os consumidores a erros.

Conto, assim, como o apoio dos nobres Senadores e Senadoras para discutirmos e aprovarmos com celeridade este Projeto de Lei.

Sala das Sessões,

Senador **Guaracy Silveira**



SF/22656.87174-17

# LEGISLAÇÃO CITADA

- Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor - 8078/90  
<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:1990;8078>

- art6