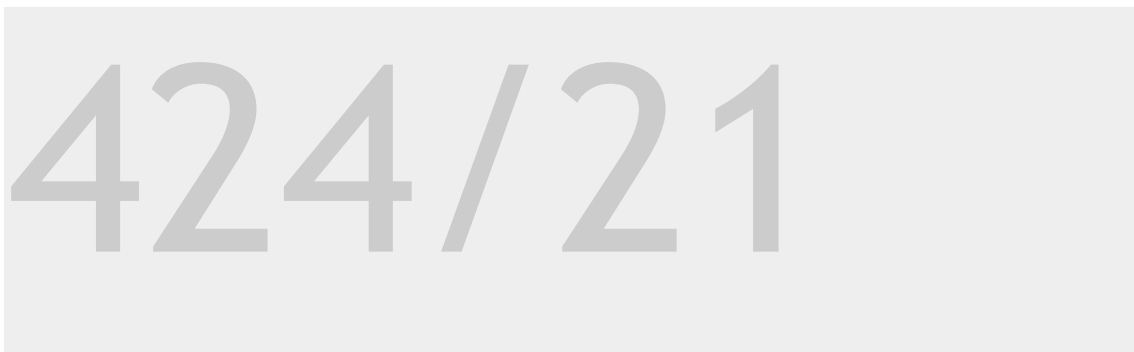




PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO



06/10/2021

Empresas têm nova regra para indicar redução do volume do produto

O Ministério da Justiça e Segurança Pública estabeleceu novas regras para que as empresas informem aos consumidores, de forma clara e transparente, eventuais reduções da quantidade de produtos embalados.

Foi publicada no DOU de 30 de setembro de 2021 a Portaria nº 392, de 29/09/2021, do Ministério da Justiça e Segurança Pública, que dispõe sobre a obrigatoriedade do fornecedor informar ao consumidor a alteração quantitativa de produto embalado posto à venda, sempre que ocorrer.

A matéria estava disciplinada anteriormente na Portaria MJ nº 81/2002.

Quem deve cumprir esta obrigação – Comércio ou Indústria?

A aceção de "fornecedor" constante do art. 3º do Código de Defesa do

Consumidor é ampla,

"Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de

produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.”

Desta forma, se é ampla a abrangência da aceção de “fornecedor”, ampla também é a **solidariedade dos partícipes do ciclo de produção**.

Desta forma, em 180 dias todos os fornecedores (comércio e indústria) estão obrigados ao cumprimento desta Portaria, nos seguintes termos:

Informações que devem constar, obrigatoriamente, na Rotulagem em caso de alteração quantitativa -

- I – a ocorrência de alteração quantitativa promovida no produto;
- II – a quantidade de produto existente na embalagem antes da alteração;
- III – a quantidade de produto existente na embalagem depois da alteração;
- IV – a quantidade de produto aumentada ou diminuída em termos absolutos e percentuais;

Características das informações inseridas:

Devem ser apostas no painel principal do rótulo da embalagem modificada, em local de fácil visualização, com caracteres legíveis e que atendam os seguintes requisitos de formatação;

- I – caixa alta;
- II – negrito;
- III – cor contrastante com o fundo do rótulo; e
- IV – altura mínima de 2milímetros, exceto para as embalagens com área de painel principal igual ou inferior a 100 centímetros quadrados, cuja altura mínima dos caracteres é de 1 milímetro;

Desta forma, eventuais mudanças deverão estar sinalizadas na parte da frente da embalagem, com letras legíveis e grandes, em negrito e em cor contrastante com o fundo do rótulo.

A medida se aplica a itens como, por exemplo, biscoitos, refrigerantes, produtos de higiene pessoal e limpeza, dentre outros adquiridos em estabelecimentos físicos.

Vedação e exceção:

É proibida a aposição de informações em locais encobertos e de difícil visualização como as áreas de selagem e de torção;

Caso não exista espaço suficiente para a colocação das informações em uma única superfície continua da embalagem, o fornecedor poderá informar, apenas, a ocorrência

da alteração da quantidade do produto, podendo ser inserida a informação completa em embalagem secundária.

Prazo mínimo que deve constar a informação:

As informações deverão constar dos rótulos das embalagens dos produtos com quantidade reduzida, pelo prazo **mínimo de 6 meses**, a contar da data de sua alteração; **Foi ampliado de três para seis meses o tempo mínimo durante o qual os fabricantes devem informar qualquer mudança quantitativa nos produtos que comercializam**

Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC):

As informações detalhadas sobre a alteração quantitativa do produto em relação à sua versão anterior, devem ser disponibilizadas pelo Serviço de Atendimento do Consumidor (SAC), código QR ou por outros meios e tecnologias.

Outras medidas para informar o consumidor sobre a alteração da quantidade:

O atendimento das disposições desta Portaria não desobriga o fornecedor de adotar novas medidas que visem à integral informação ao consumidor sobre a alteração compreendida e outras determinações legais acerca dos direitos do consumidor.

Penalidades:

O não cumprimento das determinações desta Portaria sujeita o fornecedor às sanções como multas, apreensão dos produtos, proibição de fabricação, cassação de licença do estabelecimento ou de atividade, dentre outras, previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e no Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997.

Produtos já fabricados e comercializados:

Os produtos fabricados até a entrada em vigor desta Portaria podem ser comercializados, independentemente do cumprimento das regras previstas nesta Portaria, enquanto estiverem no seu prazo de validade.

Aplicação ao Comércio Eletrônico:

Aplica-se o disposto nesta Portaria ao comércio de produtos comercializados em meio eletrônico.

Objetivos da mudança:

Em nota, o ministério informou que o objetivo da mudança é minimizar o risco de o produto ser ofertado ao consumidor, simultaneamente, em duas versões, uma delas sem a devida declaração de alteração. Com o passar dos anos e com a vulnerabilidade informacional, os consumidores se habitam com os padrões de quantidades e as alterações podem ser imperceptíveis, induzindo ao erro na decisão de compra.

Considerações e Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça –

Apesar de não existir no Brasil uma lei que regule especificamente o dever de informação, o **Código de Defesa do Consumidor** (CDC) disciplina regras capazes de proteger o sujeito em estado de vulnerabilidade nas relações de consumo.

Segundo a doutrina, a obrigação legal de informação no CDC tem amplo espectro, pois não se limita ao contrato, abrangendo também qualquer situação na qual o consumidor manifeste seu interesse em adquirir um produto ou requerer um serviço.

Para que seja promovida a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, o CDC estabelece, em seu **artigo 4º**, que os consumidores devem ter as necessidades atendidas com respeito à sua dignidade, saúde e segurança, proteção de seus interesses econômicos, melhoria da sua qualidade de vida, transparência e harmonia das relações de consumo.

No **artigo 6º**, o CDC prevê como direito básico do consumidor a obtenção de informação adequada sobre diferentes produtos e serviços, como a especificação correta de quantidade, as características, a composição, a qualidade, os tributos incidentes e o preço, incluindo os eventuais riscos que tais produtos ou serviços possam causar.

Liberdade de escolha

Segundo o ministro do STJ Humberto Martins, o direito à informação está diretamente relacionado com a liberdade de escolha daquele que consome (**REsp 1.515.895**). Ele explicou que a autodeterminação do consumidor depende essencialmente da informação que lhe é transmitida, pois esse é um dos meios de formar a opinião e produzir a tomada de decisão a respeito do que é consumido.

"Se a informação é adequada, o consumidor age com mais consciência; se a informação é falsa, inexistente, incompleta ou omissa, retira-se-lhe a liberdade de escolha consciente", destacou o ministro.

O dever de informar também deriva do respeito aos direitos básicos do consumidor, afirmou o ministro, acrescentando que, na relação de consumo, quem tem o pleno conhecimento a respeito do produto oferecido é responsável por fornecer ao consumidor o necessário esclarecimento para que este possa tomar uma atitude consciente diante do que é posto à venda no mercado.

"Mais do que obrigação decorrente de lei, o dever de informar é uma forma de cooperação, uma necessidade social. Na atividade de fomento ao consumo e na cadeia fornecedora, o dever de informar tornou-se autêntico ônus proativo incumbido aos fornecedores (parceiros comerciais, ou não, do consumidor), pondo fim à antiga e injusta obrigação que o consumidor tinha de se acautelar (*caveat emptor*)", explicou Humberto Martins no julgamento do **REsp 1.364.915**.

Vício de quantidade

Ainda que haja abatimento no preço do produto, o fornecedor responderá por vício de quantidade na hipótese em que reduzir o volume da mercadoria para quantidade diversa da que habitualmente fornecia no mercado, sem informar essa diminuição na embalagem, de forma clara, precisa e ostensiva.

Com base nesse entendimento, a Segunda Turma, por unanimidade, confirmou condenação de empresa por alterar o conteúdo de refrigerantes de 600 ml para 500 ml sem informar clara e precisamente aos consumidores sobre a mudança (**REsp 1.364.915**).

Segundo o relator, ministro Humberto Martins, a empresa que reduz o volume do produto que comercializa há vários anos, que é de larga aceitação, sem a informação correta ao consumidor afronta os princípios do direito à informação e da confiança estabelecidos pela legislação consumerista.

"O dever de informação positiva do fornecedor tem importância direta no surgimento e na manutenção da confiança por parte do consumidor. A informação deficiente frustra as legítimas expectativas do consumidor, maculando sua confiança", ressaltou.

Conclusão:

a) Tendo em vista a responsabilidade solidária entre toda a cadeia de produção e circulação (indústria/distribuidores e comércio), é importante que o varejista, que efetue a venda de forma presencial ou on-line, fique atento às mudanças que ocorrem nas embalagens (forma e conteúdo) e exija o cumprimento destas regras, para poder comercializar referidos produtos, respeitando o direito à informação, um dos direitos básicos dos consumidores;

b) A liberdade de escolha do consumidor está vinculada à correta, fidedigna e satisfatória informação sobre os produtos e serviços postos no mercado de consumo e o empresário deve sempre ficar atento ao dever de informar de forma adequada o consumidor, para que ele possa fazer uma escolha consciente.

c) Mais do que uma obrigação decorrente de lei, o dever de informar é uma forma de cooperação, uma necessidade social;

d) Ao cuidar da oferta nas práticas comerciais, o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 31, evidencia o dever de informar:

e) ***Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.***

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével."

f) O art. 31 aplica-se, principalmente à oferta não publicitária. Cuida do dever de informar a cargo do fornecedor. O Código dá grande ênfase ao aspecto preventivo da proteção do consumidor. **Um dos mecanismos mais eficientes na prevenção é exatamente a informação preambular, a comunicação pré-contratual.**

g) Não é qualquer modalidade informativa que se presta a atender aos ditames do Código. A informação deve ser correta (verdadeira), clara (de fácil entendimento), precisa (sem prolixidade), ostensiva (de fácil percepção) e em língua portuguesa.

h) O art. 31 impõe o dever de informar sobre certos dados do produto ou serviço. Lista-os, "entre outros". Desta maneira, o rol apresentado é meramente enumerativo. Cabe ao fornecedor, conhecedor de seu produto ou serviço, informar sobre outros dados, que no caso concreto, repute importante.

i) Não é só a publicidade que pode ser enganosa, uma vez que a embalagem atualmente é veículo de marketing que se presta à enganabilidade.

Fonte : Assessoria Técnica – Fecomercio-SP.