

Promover de
vulgaras no site
em 30.04.2014

Weniska Rezende Fuso
Promotora de Justiça

Assoc. Consumidor
A Diretoria de Expediente para as devidas providências
Palmas-TO, 29/04/14
José Kasuo Otsuka
Promotor de Justiça Chefe de Gabinete



MINISTÉRIO DA JUSTIÇA
SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR
DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
COORDENAÇÃO-GERAL DE CONSULTORIA TÉCNICA E PROCESSOS ADMINISTRATIVOS

End: Esplanada dos Ministérios, Bloco T - Palácio da Justiça Raymundo Faoro - Sala 520 - Cep: 70064-900 - Brasília - DF
Fone: (0xx61) 2025-3170 / Fax: (0xx61) 2025-3497 - Home Page: www.mi.gov.br/dpdc

OFÍCIO CIRCULAR N. 731-2014-CPA/CGCTPA/DPDC/Senacon/MJ

Brasília, 28 de março de 2014.

Aos membros do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Assunto: Decisão administrativa em Processo Administrativo sobre Maquiagem de Produto.

Prezado (a) Senhor (a),

Senhor Dirigente,

1. Para conhecimento e providências que entender pertinentes, vimos pelo presente, comunicar que em razão da prática de maquiagem de produto, a empresa Minalba Alimentos e Bebidas Ltda foi multada no valor de R\$ 419.201,20 (Quatrocentos e dezenove mil, duzentos e um reais e vinte centavos) pela redução quantitativa do produto Água Mineral com gás de 600ml para 510ml sem a devida informação ao consumidor.
2. Diante disso, tendo em vista que a tarefa de bem defender o consumidor pressupõe uma atuação coordenada, difusa e capilarizada de todos os seus agentes públicos, encaminhamos a Vossa Senhoria cópia da Nota Técnica de decisão, para que possamos reunir esforços no intuito de potencializar melhores resultados para a efetiva defesa do consumidor.
3. Sem, mais para o momento, aproveitamos para agradecer Vossa inestimável cooperação, colocando-nos à disposição para eventuais esclarecimentos adicionais necessários.

Atenciosamente,

ALESSANDRA DE ALMEIDA CAMARGOS COSTA OLIVEIRA
Coordenadora-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos



MINISTERIO PUBLICO DO E. TOCANTINS
07010075859201414
ASSUNTO : OFICIO CIRCULAR N 711/2014
ENTRADA : 25/04/2014 09:11



MINISTÉRIO DA JUSTIÇA
SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR
DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
COORDENAÇÃO GERAL DE CONSULTORIA TÉCNICA E PROCESSOS ADMINISTRATIVOS

Nota Técnica:	53/2014-CGCTPA/DPDC/Senacon/MJ
Data:	28 de março de 2014.
Protocolo:	08012.004533/2009-80.
Representante:	Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC).
Representado:	Minalba Alimentos e Bebidas Ltda.
Assunto:	Maquiagem de Produto.
Ementa:	Denúncia encaminhada pelo Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro em razão de suposta redução quantitativa de produto "Água Mineral Com Gás de 600ml para 510ml" por embalagem sem a devida informação ao consumidor. Aplicação de sanção de multa no valor de R\$ 419.201,20 (Quatrocentos e dezanove mil, duzentos e um reais e vinte centavos).

Senhora Coordenadora-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos,

I. Relatório

01. Trata-se de Processo Administrativo instaurado por este Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), do Ministério da Justiça (MJ), em face da empresa MINALBA ALIMENTOS E BEBIDAS LTDA., em razão de denúncia encaminhada pelo Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, tendo como objeto suposta redução quantitativa do produto "Água Mineral Com Gás", de 600ml para 510ml, sem, contudo, haver informação aos consumidores quanto à redução da quantidade contida na embalagem (fls. 01/04).

02. A Empresa foi Notificada, em sede de Averiguação Preliminar, para apresentar manifestação sobre a denúncia encaminhada, no dia 15 de julho de 2009 (fl. 06).

03. Em resposta à Notificação, a Empresa informou que não praticou maquiagem do produto em questão, pois modificou sua embalagem e reduziu o valor cobrado pelo produto fornecido. Alegou também que fornece o produto para comerciantes, que os repassam para consumidores finais com os valores que lhes convierem, sem existir nenhuma interdependência para essa determinação, entre a empresa que fabrica e quem o revende. Por fim, a Empresa requereu o arquivamento da Averiguação Preliminar (fls. 07/11).

04. Um novo ofício foi encaminhado pelo Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, pelo qual foram solicitadas informações referente às providências tomadas por este Departamento quanto à denúncia encaminhada anteriormente (fl. 43).



05. Em resposta ao Ofício, este DPDC informou que foi instaurada a Averiguação Preliminar a partir da denúncia encaminhada e que a instauração do Processo Administrativo seria realizada por meio de Nota Técnica (fl. 64).
06. Em razão da necessidade de instruir o presente procedimento, foi encaminhado outro Ofício ao Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro pelo qual solicitou informações sobre o Inquérito Civil instaurado naquela Promotória.
07. O Ministério Público informou que o Inquérito Civil instaurado naquela promotoria foi arquivado, sob o fundamento de que a então Secretaria de Direito Econômico (SDE), atualmente Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) estava tomando as providências quanto ao problema que originou aquele Inquérito Civil, e em razão de aquela Procuradoria ter firmado Termo de Cooperação Técnica com os principais supermercados do Rio de Janeiro, que se comprometeram a avisar, o seu valor em reais, por quilograma, um litro, um metro ou uma unidade, conforme a hipótese (fls. 67/71).
08. Contendo indícios suficientes da prática de maquiagem do produto, foi exarada a Nota Técnica nº 134/2012 – CGCTPA/DPDC/Senacón/MJ, pela qual foi instaurado o presente Processo Administrativo sob os argumentos de ofensa aos artigos 4º, incisos I e II; 6º, inciso III, e 31, todos do Código de Defesa do Consumidor e a Portaria n. 81/2002 do Ministério da Justiça (fls. 73/76).
09. Em seguida, a Empresa foi notificada para apresentar Defesa (fl. 78).
10. Foi encaminhado Ofício Circular aos membros do Ministério Público do Consumidor, aos Dirigentes de Procons Estaduais e Municipais de Capital e para a Presidente do Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor, o qual informou a instauração do Processo Administrativo (fls. 80/82).
11. Em sua Defesa, a Empresa alegou a falta de interesse por parte deste Departamento em dar continuidade ao Processo Administrativo, em razão do arquivamento do Inquérito Civil instaurado pelo Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, que ensejou a instauração deste Processo neste Departamento; no mais, alegou que não agiu em desconformidade com o Código de Defesa do Consumidor e com a Portaria n. 81 do Ministério da Justiça pois *“não só aplicou a redução proporcional no valor do produto, como adotou, também, a estratégia de altear o formato e disposição visual das embalagens juntamente com a redução do volume”*. Por fim, reiterou os termos apresentados nos esclarecimentos anteriormente apresentados e requereu o arquivamento do feito, caso não for arquivado solicita que a penalidade seja uma advertência e caso também não sejam acolhidos os argumentos é decida pela aplicação da multa, que seja levada em consideração as atenuantes e a condição primária da Empresa (fls. 99/110).
12. Em decorrência do Ofício Circular encaminhado, os Ministérios Públicos dos Estados de São Paulo e Paraná informaram que foram instaurados Inquérito Civil e Procedimento Investigatório Criminal, respectivamente, em face da Minalba Alimentos e Bebidas S.A. (fls. 127 e 128).
13. Foi realizada audiência no DPDC no dia 29 de janeiro de 2013, a Empresa reiterou os argumentos trazidos na Defesa, ou seja, que não ocorreu a maquiagem do produto e que foi proposto pelo Ministério Público do Estado de São Paulo a realização de Termo de Ajustamento de Conduta



(TAC), de âmbito nacional. Por parte do DPDC, ficou demonstrada a independência dos órgãos que compõe o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC (fl. 137).

14. Em uma nova tentativa de arquivar o processo, a Empresa apresentou petição com base na decisão do Ministério Público de Santa Catarina o qual indeferiu a instauração de Inquérito Civil daquela promotoria sobre o problema em questão, na oportunidade, a empresa reiterou todos os argumentos anteriormente apresentados (fls. 159/162).

15. Na seqüência, a Empresa apresentou petição requerendo o arquivamento do Processo Administrativo, desta vez com base nos argumentos apresentados pelo Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro (fls. 174/175).

16. Outra petição foi juntada aos autos, a qual solicitou a juntada da decisão proferida na Ação Civil Pública ajuizada pelo Ministério Público de São Paulo (fls. 189/198).

17. O Ministério Público do Estado de São Paulo encaminhou cópia da Ação Civil Pública ajuizada naquela comarca, em face da Minalba Alimentos e Bebidas Ltda, decorrente do Ofício Circular encaminhado aos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC (fls. 202/226).

18. Em 17 de janeiro de 2014, a Empresa foi Notificada para apresentar Alegações Finais (fl. 242).

19. Em sede de alegações finais, a Minalba Alimentos e Bebidas Ltda. reiterou todos os argumentos já trazidos no processo e solicitou o seu arquivamento (fls. 243/246).

É o relatório.

II. Fundamentação

a) Competência do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC

20. Verifica-se que a prática abusiva aqui discutida, refere-se a produto comercializado nacionalmente e atingiu inúmeros consumidores. Dessa forma, configura-se a abrangência nacional da demanda em questão, por consequência, a competência para análise dos fatos é deste Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC).

21. Importante salientar que os órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) têm competência concorrente no exercício do poder de polícia administrativo, sendo que sua atuação coordenada e difusa contribui para a efetividade da defesa do consumidor no País.

22. Esse Sistema tem suas relações pautadas na integração entre os órgãos, isto é, todos os participantes do SNDC possuem autonomia para atuar, buscando sempre uma harmonia como forma de garantir a proteção e defesa do consumidor, da maneira mais adequada e eficiente possível.

23. O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) é o órgão competente para fiscalizar demandas que envolvam relevante interesse geral e se configurem como de âmbito



nacional e aplicar sanções administrativas previstas nas normas de defesa do consumidor, podendo, para tanto, instaurar averiguações preliminares e processos administrativos (art. 18, III, do Regimento Interno da Senacon – Portaria n.º 1.840, de 21 de agosto de 2012, publicada no D.O.U. de 22 de agosto de 2012 – Seção I – n. 163, fls. 26-29).

24. Ademais, o comando expresso do art. 55, § 1º, e do art. 106, Incisos VI e VII, do CDC, bem como art. 4º, *caput*, do Decreto n.º 2.181/1997, atualizado pelo Decreto n.º 7.738/2012, determinam caber ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), do Ministério da Justiça, a análise de questões que tenham repercussão nacional e interesse geral, competindo aos órgãos regionais e locais de defesa e proteção ao consumidor assuntos de cunho restrito às respectivas circunscrições territoriais e casos individuais específicos.

25. Considerando que a prática efetuada pela empresa Minalba Alimentos e Bebidas Ltda, abrangeu várias Unidades da Federação, uma vez que o produto é comercializado nacionalmente e atingiu considerável número de consumidores, torna-se patente a competência do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) para analisar e aplicar sanções administrativas previstas nas normas de defesa do consumidor, de acordo com o Decreto n.º 2.181/97, atualizado pelo Decreto n.º 7.738/2012, por se tratar de questão de âmbito nacional e atingir de forma difusa consumidores de vários Estados.

b. Da proteção constitucional e dos princípios básicos do consumidor.

26. O Código de Defesa do Consumidor é um microsistema jurídico que determina a prevalência do princípio da boa-fé e transparência nas relações de consumo, com o intuito de garantir a harmonização do interesse das partes. Tais princípios estão expressamente previstos no artigo 4º do referido Codex, traduzindo que o consumidor e o fornecedor contratem com lealdade e segurança recíprocas.

27. Os Princípios da Boa-fé e Transparência são mais que simples princípios, eles são regras de condutas onde devem ser respeitados os interesses dos consumidores, através de um espírito de cooperação entre eles, o que justificaria a existência do contrato¹. Essa conduta que deve ser observada pelos contratantes com a finalidade de constituir um equilíbrio na relação contratual onde nenhuma das partes sairá prejudicada e, todas as suas expectativas serão satisfeitas².

28. O CDC também instituiu o Princípio da Proteção da Confiança do consumidor, tendo como um dos seus aspectos “a proteção da confiança na prestação contratual, que dará origem às normas cogentes do CDC, que procuram garantir ao consumidor a adequação do produto ou serviço adquirido, assim como evitar riscos e prejuízos oriundos destes produtos e serviços”³. A transparência, confiança, harmonia nas relações de consumo, reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, bem como a harmonização de interesses, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores, são princípios que estabelecem a segurança jurídica da relação de consumo e estão previstos no artigo 4º do CDC, no seguinte sentido:

¹ NEGREIROS, Teresa. *Teoria do Contrato: novos paradigmas*. São Paulo: Renovar, 2002, p. 123.

² NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2004, p. 128.

³ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, RT, 3a.ed., 1999, p. 126 e 127



“Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

(...)

III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico; de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170 da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores” (Grifos acrescidos).

29. Assim, nota-se que entre os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo estão o respeito à dignidade, o atendimento à saúde e segurança dos consumidores, a proteção dos interesses econômicos, a transparência e harmonia nas relações de consumo e o direito de escolha, por intermédio do reconhecimento do Princípio da vulnerabilidade.

30. Considerando, pois, o necessário alinhamento dos valores e princípios organizacionais das empresas com a política de oferta de produtos e serviços no mercado, a preocupação em relação à forma de comunicação dirigida ao consumidor apresenta-se como indicativo sensível e revelador dos padrões éticos das relações de consumo. Com efeito, o legislador pátrio conferiu proteção ao consumidor não apenas durante a relação contratual, mas principalmente no momento em que antecede a concretização do contrato. Nesta etapa da relação jurídica, em que há apenas a expectativa de consumo, é imprescindível que as informações acerca do produto ou serviço sejam prestadas de maneira adequada, porquanto é com base nesses dados que o consumidor irá fundamentar o seu consentimento:

31. A Constituição Federal de 1988 determina que “é assegurado a todos o acesso à informação” (art. 5º, Inciso XIV). Nesse mesmo diapasão, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) define que o direito à informação adequada, clara e inequívoca (quantidade, características, composição, qualidade, preço, riscos) sobre os diferentes produtos e serviços é um direito básico do consumidor e pressuposto para o exercício de sua liberdade de escolha. O inciso III, do artigo 4º, do Código de Defesa do Consumidor assegura o direito à informação ao consumidor, sendo a base para assegurar toda a contratação que será posteriormente consolidada. Nesse sentido, Cláudia Lima Marques esclarece:

Observa-se, também, que, de certa maneira, essas novas leis intervencionistas de função social vão ocasionar um renascimento da defesa da liberdade de contratar, da liberdade de escolha do parceiro contratual, através do novo dever de informação imposto ao fornecedor, para que o consumidor possa escolher o parceiro que melhor lhe convier (...).⁴

32. O Ministro do Superior Tribunal de Justiça, Antonio Herman V. Benjamin, também destaca a importância do direito à informação, no Recurso Especial n.º 586.316/MG, *ipsis litteris*:

“A informação é irmã-gêmea – ‘inseparável’, diz Jorge Mosset Iturraspe (*Defensa Del Consumidor*, 2ª ed., Santa fé, Rubinzal-Culzoni, 2003, p. 29) dos Princípios da Transparência, da Confiança e da Boa-fé Objetiva. Sem ela, esses princípios não se realizam. Por isso se apregoa que ser informado é ser livre, inexistindo plena liberdade sem informação. Perceptível, então, a

⁴ BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009. p. 58.



contradição entre aqueles que pregam o 'livre mercado' e, ao mesmo tempo, negam, solapam ou inviabilizam a plena informação ao consumidor. Segundo, é a informação que confere ao consumidor 'a possibilidade de utilizar os produtos comercializados com plena segurança e de modo satisfatório aos seus interesses' (Gabriel A. Stilitz, *Protección Jurídica Del Consumidor*, Buenos Aires, Dépalma, 1986, p. 45). Só o consumidor bem informado consegue de fato usufruir integralmente os benefícios econômicos que o produto ou serviço lhe proporciona, bem como proteger-se de maneira adequada dos riscos que apresentam. Por esse último aspecto (proteção contra riscos), a obrigação de informar deriva da obrigação de segurança, que modernamente, por força de lei ou da razão, se põe como pressuposto para o exercício de qualquer atividade no mercado de consumo".

33. O Direito à Informação é primordial para todas as relações de consumo, devendo sempre ser observada minuciosamente, pois, assegura os demais direitos e princípios norteadores das relações de consumo, como por exemplo, o direito de escolha do consumidor, a sua vulnerabilidade, a boa-fé objetiva, a Transparência nas contratações, dentre outros.

34. No caso em tela, a manifestação encaminhada pela Representada, em sede de Averiguação Preliminar, é no sentido de a redução quantitativa do produto ter ocorrido acompanhada da redução proporcional do valor cobrado por ele e pela modificação da embalagem.

35. Entretanto, não consta em nenhum momento a informação ao consumidor sobre a redução quantitativa do produto, do mesmo modo que a Empresa manteve o mesmo nome do produto e sem nenhuma ressalva sobre a mudança ocorrida.

36. Dessa forma, ocorre uma frustração à legítima expectativa dos consumidores acostumados a adquirir aqueles determinados produtos em quantidades que melhor satisfaziam as suas necessidades, o que configura verdadeira ofensa aos princípios da boa-fé e transparência nas relações de consumo. Com a alteração da embalagem, porém, sem a adequada informação ao consumidor sobre a redução quantitativa do produto, resta caracterizada infração ao artigo 1º da Portaria MJ n. 81/02, transcrito abaixo *in verbis*:

Art. 1. Determinar aos fornecedores, que realizarem alterações quantitativas em produtos embalados, que **façam constar mensagem específica no painel principal da respectiva embalagem**, em letras de tamanho e cor destacados, informando de forma clara, precisa e ostensiva:

I – **que houve alteração quantitativa do produto;**

II – a quantidade do produto na embalagem existente antes da alteração;

III – a quantidade do produto na embalagem existente depois da alteração;

IV – a quantidade de produto aumentada ou diminuída, em termos absolutos e percentuais. (grifos nossos)

37. Conforme se verifica da leitura do dispositivo acima, é de extrema importância a informação referente à alteração quantitativa do produto que é introduzido no mercado de consumo. No caso em discussão, a mera modificação na embalagem não é o suficiente para o consumidor ser informado quanto à redução do produto. Dessa forma, a Empresa desrespeitou de forma integral o Direito à informação do consumidor, impondo a ele um produto que o induzia ao erro de ser o mesmo consumido antes, isto é, com as suas mesmas características.

38. Também é possível observar a infração ao artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor que diz:



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. (grifos nossos)

39. De acordo com o Ministro Antônio Herman de Vasconcelos e Benjamin, do Egrégio Superior Tribunal de Justiça:

O art. 31 aplica-se, precipuamente, à oferta não publicitária. Cuida do dever de informar a cargo do fornecedor. O Código, como se sabe, dá grande ênfase ao aspecto preventivo da proteção do consumidor. E um dos mecanismos mais eficientes de prevenção é exatamente a informação preambular, a comunicação pré-contratual.

Não é qualquer modalidade informativa que se presta para 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 portuguesa⁵ (grifo nosso).

40. Com efeito, prover uma informação de forma correta, clara, ostensiva e em língua portuguesa significa assegurar ao consumidor seu direito básico de informação e, contra a publicidade enganosa e abusiva, ambos estabelecidos consecutivamente nos incisos III e IV, do artigo 6º, do Código de Defesa do Consumidor. Significa reconhecer a sua vulnerabilidade e proporcionar uma relação de consumo mais justa, uma vez que o domínio da relação recai sobre aquele que detém o poder de inserir os produtos e serviço no mercado, que é o fornecedor.

41. Importante frisar que no caso em comento, o fornecedor não assegurou nenhum destes direitos do Consumidor, valendo-se da sua posição privilegiada na relação de consumo e impondo ao consumidor um produto que para ele continha apenas uma nova embalagem, não alterando o seu conteúdo.

42. Dessa forma, resta claro que a “Água Mineral com gás” não se trata de um novo produto, tratando-se apenas de uma pequena modificação em sua embalagem, de modo que não deixa claro ao consumidor suas modificações.

43. Diante de todo o exposto, os autos fornecem suficientes provas da inobservância aos preceitos da legislação consumerista, mostrando-se necessária a intervenção desse órgão, tendo em vista que a Empresa afrontou o disposto nos artigos 4º, *caput* e incisos I e III; 6º, incisos III e IV; 31, todos da Lei 8.078/90, e o artigo 1º, da Portaria 81/2002, do Ministério da Justiça.

IV) Conclusão

44. Por conseguinte, considerando a gravidade e a extensão da lesão causada aos consumidores em todo o País, a vantagem auferida e a condição econômica da Empresa, nos termos do artigo 57, da Lei n. 8.078/90, sugere-se a aplicação da sanção administrativa de multa, no valor de R\$ 419.201,20 (Quatrocentos e dezenove mil, duzentos e um reais e vinte centavos), tendo em vista a quantidade de consumidores lesionados com a prática aqui discutida.

⁵ GRINOVER, Ada Pellegrini, et. al. Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 7ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. pág. 245.

255
[Handwritten signature]

45. Tal valor ainda leva em consideração tratar-se de infração grave, nos termos do art. 17, inciso II, do Decreto 2.181/97, alterado pelo Decreto 7.738/2012, pois está presente a agravante prevista no art. 26, II, do Decreto 2.181/97, alterado pelo Decreto 7.738/2012, pois a redução quantitativa e a mera modificação da embalagem do produto configuram a maquiagem no produto e visava obter vantagem indevida. Há que se considerar, ainda, a atenuante prevista no art. 25, II, do mesmo Decreto, por ser a Empresa primária, o que evita assim, a aplicação de valor superior.

46. No que se refere ao *quantum* indenizatório, mister se faz ressaltar o caráter pedagógico da sanção. O valor da indenização, levando-se em conta a violação do Princípio da boa-fé e transparência, deve ser fixado com esta característica inibidora, buscando desestimular o causador de danos a reincidir na prática lesiva.

47. Neste sentido o caráter da sanção de multa administrativa além de ser pedagógico é também repressivo e punitivo, de modo a restabelecer o *status quo ante*. Neste sentido o Professor Bruno Miragem estabelece em seus comentários ao art. 57, do CDC: *A natureza da multa administrativa é de caráter punitivo, na medida em que representa penalidade própria para infração às normas de proteção do consumidor*⁶.

48. Sugere-se que a Empresa deposite o valor definitivo da multa em favor do Fundo de Defesa de Direitos Difusos, nos termos da Resolução CFDD n.º 16, de 08 de março de 2005, consoante determina o art. 29, do Decreto n.º 2.181/97, alterado pelo Decreto n.º 7.738/2012.

49. Sugere-se, ainda, a expedição de ofício circular aos órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, dando ciência e encaminhando cópia da decisão em tela.

A Consideração Superior.

[Handwritten signature]
GABRIEL REIS CARVALHO
Chefe da Divisão de Processos Administrativos

A Consideração Superior.

[Handwritten signature]
THAIS VILELA CUNHA
Coordenadora de Processos Administrativos Substituta

De acordo. De ordem, encaminhe-se ao Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor.

[Handwritten signature]
ALESSANDRA DE ALMEIDA CAMARGOS COSTA OLIVEIRA
Coordenadora-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos

⁶ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Ed. RT, 2010. p. 1189



MINISTÉRIO DA JUSTIÇA
SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR
DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Decisão n.º 04 /2014 – DPDC/Senacon/MJ

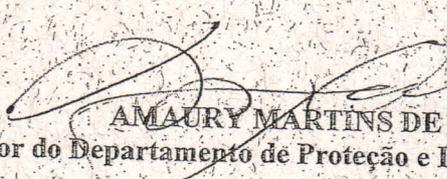
Data: 28/03/2014

Processo n. 08012.004533/2009-80.
Representada: Minalba Alimentos e Bebidas Ltda.

Em acolhimento às razões técnicas consubstanciadas na Nota Técnica elaborada pela Coordenação-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos (fls.), adotando-as inclusive como razão de decidir e, deste modo, considerando a gravidade e a extensão da lesão causada a milhares de consumidores em todo o País, a vantagem auferida e a condição econômica da Empresa, nos termos do art. 57 da Lei n.º 8.078/90 e art. 25, inciso II e 26, inciso II, do Decreto n.º 2.181/97, alterado pelo Decreto n.º 7.738/2012, aplico a MINALBA ALIMENTOS E BEBIDAS LTDA. a sanção de multa no valor de R\$ 419.201,20 (Quatrocentos e dezenove mil, duzentos e um reais e vinte centavos), devendo a Empresa depositar o valor definitivo da multa em favor do Fundo de Defesa de Direitos Difusos, nos termos da Resolução CFDD n.º 16, de 08 de março de 2005, consoante determina o art. 29, do Decreto n.º 2.181/97, alterado pelo Decreto n.º 7.738/2012.

Intime-se a Empresa para ciência e cumprimento da presente Decisão. Determino, por fim, a expedição de ofício circular aos órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, dando ciência e encaminhando cópia da presente Decisão.

Publique-se.


AMAURY MARTINS DE OLIVA
Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor