



Fabricante da Coca-Cola terá de pagar multa por redução da embalagem

15/05/2013

A Refrigerantes Minas Gerais, produtora da Coca-Cola, terá de pagar quase R\$ 460 mil, em valores atualizados, por ter reduzido a quantidade de produto nas embalagens, de 600 ml para 500 ml. A multa, aplicada pelo Procon estadual, foi mantida pela 2ª Turma do Superior Tribunal de Justiça. Para o órgão de defesa do consumidor, a empresa teria “maquiado” o produto, praticando “aumento disfarçado” de preços, ao reduzir as embalagens de Coca-Cola, Sprite, Fanta e Kuat sem informar adequadamente os consumidores.

Para o ministro Humberto Martins, a informação foi prestada de forma insuficiente diante da força das marcas, o que causou dano aos consumidores. “Fala-se, aqui, de produtos altamente conhecidos — Coca-Cola, Fanta, Sprite e Kuat —, em relação aos quais o consumidor já desenvolveu o hábito de guiar-se mais pela marca e menos pelos detalhes do rótulo. Exatamente por isso, o fornecedor deveria ter zelado, preventivamente, para que a informação sobre a redução de volume fosse deveras ostensiva, clara e precisa, preservando, assim, a confiança do consumidor”, resumiu o relator.

A empresa alegou seguir norma do Ministério da Justiça, fazendo constar no rótulo a redução, em termos nominais e percentuais, além de ter também reduzido proporcionalmente o preço na fábrica. O argumento foi rejeitado tanto administrativamente quanto pelo Judiciário mineiro, que fixou ainda honorários advocatícios no valor de R\$ 25 mil.

Para o Tribunal de Justiça de Minas Gerais, a redução do volume dos refrigerantes de 600 ml para 500 ml, sem qualquer mudança da embalagem já reconhecida há vários anos pelo consumidor, implicaria violação do direito do consumidor à informação clara, precisa e ostensiva. No STJ, o ministro Humberto Martins seguiu o entendimento mineiro. “A informação não só foi insuficiente para alertar o consumidor, como também foi mantido o antigo tamanho, a forma e o rótulo do recipiente, o que impossibilitou ou dificultou ao consumidor perceber a redução de volume do produto vendido há anos no mercado”, avaliou o relator.

“Não se pode afastar a índole enganosa da informação que seja parcialmente falsa ou omissa a ponto de induzir o consumidor a erro, uma vez que não é válida a meia informação ou a informação incompleta”, acrescentou o ministro. “De mais a mais, não é suficiente oferecer a informação. É preciso saber transmiti-la, porque mesmo a informação completa e verdadeira pode vir a apresentar deficiência na forma como é exteriorizada ou recebida pelo consumidor”, asseverou.

O relator citou ainda doutrina de Karl Larenz para afirmar que “o ato de ‘suscitar confiança’ é ‘imputável’ quando quem a causa sabe ou deveria saber que o outro irá confiar”. No Brasil, a proteção da confiança estaria ligada à massificação e propagação do anonimato nas relações sociais, impulsionadas pelas novas técnicas de publicidade e venda. A informação seria parte dessa relação. “Informação e confiança entrelaçam-se”, afirmou o ministro. “O consumidor

possui conhecimento escasso acerca dos produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo. A informação desempenha, obviamente, função direta no surgimento e na manutenção da confiança por parte do consumidor”, completou Martins.

No STJ, a empresa sustentava também que não poderia ser responsabilizada, porque reduziu os preços proporcionalmente. Caberia aos distribuidores repassar a diminuição de custos, arcando com a responsabilidade caso não o fizessem. O ministro Humberto Martins divergiu da fabricante. Para o relator, a fabricante compõe a cadeia de geração do bem e é considerada também fornecedora do produto.

Por isso, é solidária pelos danos sofridos pelo consumidor, assim como os demais participantes do ciclo de produção. Ou seja: mesmo que a falha tenha sido dos distribuidores, a fabricante ainda responde solidariamente pelo vício de quantidade do produto colocado à venda. A Turma manteve tanto a multa quanto os honorários, que chegaram a R\$ 25 mil depois de serem aumentados pelo tribunal mineiro. A sentença havia fixado o valor em R\$ 1 mil. *Com informações da Assessoria de Imprensa do STJ.*

REsp 1.364.915

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2013-mai-15/fabricante-coca-cola-pagar-multa-reducao-embalagem/>