

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2017
(Do Sr. Arnaldo Jordy)

Acrescenta o art. 37-A à Lei nº 12.651, de 25 de maio de 2012, para exigir a presença de quantidades mínimas de matérias-primas extraídas da flora brasileira nos produtos industrializados para que os respectivos rótulos e embalagens possam mencionar a origem natural do produto.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 12.651, de 25 de maio de 2012, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 37-A:

“Art. 37-A A referência sobre a origem natural e a presença de substratos e subprodutos extraídos de plantas componentes da flora nacional, inserida nas embalagens, rótulos e materiais publicitários de produtos industrializados para fins de exploração comercial e de propaganda, somente será admissível caso o produto possua um percentual mínimo, definido em regulamento, de matéria prima extraída da planta nacional objeto da referência, e que o respectivo uso tenha utilidade ou vantagens comprovadas.

§1º. A inobservância do disposto no *caput* será considerada infração sanitária e sujeitará o infrator às sanções previstas em lei, sem prejuízo das demais sanções de natureza civil e penal.

§2º. Enquanto a regulamentação prevista no *caput* não for publicada, a referência sobre a origem natural de componentes e matérias-primas utilizados nos produtos industrializados para fins de exploração comercial poderá ser realizada e considerada lícita se existir a comprovação científica acerca da propriedade ou função alegada nos materiais publicitários”. (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O atual ordenamento jurídico possui algumas normas direcionadas à proteção do consumidor, à promoção do consumo informado e ao combate à propaganda enganosa. Conhecer adequadamente e o mais aprofundado possível o produto de consumo, além de constituir o principal aspecto para proteger a saúde e a vida do consumidor, encobre tal relação jurídica com maior justiça, pois sabe-se exatamente o que está sendo consumido.

Nos últimos anos, o desenvolvimento de pesquisas evoluiu sobre o nosso patrimônio genético e, aos poucos, a sociedade está redescobrando a existência de plantas que possuem utilidade e função para o corpo humano. Essas qualidades as tornam fontes de exploração comercial. O melhor exemplo disso é o uso das plantas com funções medicinais, para a proteção da saúde, a melhoria das condições orgânicas e o combate às doenças. Durante milênios a natureza foi a única e principal fonte de recursos para a sobrevivência humana. Talvez isso explique o valor atual que nossa civilização credita aos produtos da natureza.

Tem-se valorizado cada vez mais a capacidade da natureza e da biodiversidade em gerar benefícios socioeconômicos e bem-estar para todos. E isso se deve, especialmente, por causa do potencial, ainda desconhecido em sua totalidade, de geração de benefícios em diferentes áreas do conhecimento. Muitas empresas têm explorado tal cenário e potencialidades para criação de oportunidades de negócios. É neste contexto que se inserem as atuais estratégias de algumas empresas nacionais atuantes em diferentes setores, como extratos naturais, cosméticos, perfumaria e higiene pessoal, as quais vêm procurando acompanhar e aproveitar o uso econômico da biodiversidade no desenvolvimento de novas trajetórias abertas por este mercado.

Nesse contexto, a exploração comercial que se fundamenta no apelo à origem natural de determinados produtos pode, em algumas situações, representar dano ao consumidor. Há um apelo comercial forte no uso de termos ou expressões que exaltam uma suposta origem natural do produto, ou

formulação com extratos advindos diretamente da natureza, para compor produtos de beleza, de higiene, cosméticos e outros direcionados à saúde e ao bem-estar individual.

Entretanto, muitos desses produtos possuem uma quantidade ínfima do substrato de origem natural, sem comprovada eficácia. Alguns desses substratos são intencionalmente adicionados apenas para legitimar o apelo publicitário que tenha como base a fonte natural do produto.

Nesse caso, há, de fato, a ocorrência de propaganda enganosa, de exploração indevida da origem natural de produtos tendo em vista seu apelo mercadológico atual. Muitos consumidores baseiam suas decisões de compra por tais vantagens, de modo equivocado ou enganado, adquirindo um produto que imagina possuir muitas qualidades e benefícios providos pela natureza, mas na realidade está comprando um produto de prateleira comum.

Além de prejudicar o consumidor, essa prática prejudica o desenvolvimento de uma economia baseada na exploração sustentável da nossa flora, com base em critérios que possibilitem remunerar de forma justa o patrimônio genético nacional. Defender percentuais mínimos significa também proteger a floresta, pois isso garante a sustentabilidade da demanda e, por conseguinte, estímulo de preços para que as comunidades produtoras desses ativos preservem a natureza.

A correção desse quadro é o principal objetivo da presente proposição, qual seja, evitar que a menção à origem natural de substâncias e outros elementos presentes em produtos destinados ao consumo humano seja admitida sem quaisquer critérios técnicos.

Considerando que cada tipo de produto manufaturado e cada tipo de substrato utilizado pode apresentar diferentes concentrações, a definição dessas quantidades mínimas das substâncias naturais adicionados aos produtos e suficientes para permitir que seja utilizado validamente as referências à sua origem natural, tal delimitação deve ser remetida à regulamentação pela autoridade com competência sobre o tema. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa detém essa prerrogativa atualmente, sendo a instância mais apropriada para definir as referidas quantidades de que trata o presente projeto.

Adicionalmente, a presente proposta prevê que, enquanto não houver regulamentação sobre um substrato específico, a referência sobre a origem natural de componentes e matérias-primas utilizados nos produtos industrializados para fins de exploração comercial poderá ser mantida desde que exista comprovação científica da propriedade ou função alegada nos materiais publicitários. E, para fins de adequação de toda a cadeia produtiva, fica estabelecido um prazo de 180 dias após a sua promulgação para a entrada em vigor da nova lei.

Ante o exposto, solicito o apoio dos demais pares para a aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 12 de julho de 2017.

Deputado Arnaldo Jordy
PPS/PA