

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 4.752, DE 2012

Obriga organizações e empresas que utilizam propaganda sobre sustentabilidade ambiental de seus produtos ou serviços a explicarem-na, a partir dos rótulos dos produtos e do material de publicidade e estabelece as sanções à prática da maquiagem verde, previstas na Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998.

Autor: Deputado MÁRCIO MACÊDO

Relator: Deputado WALTER IHOSHI

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 4.752, de 2012, de autoria do ilustre Deputado Márcio Macêdo, obriga as organizações e empresas que utilizam propaganda sobre sustentabilidade ambiental de seus produtos ou serviços a explicarem, a partir dos rótulos dos produtos e de material de publicidade, porque seus produtos ou serviços são ambientalmente sustentáveis ou porque suas ações o são.

Determina que, no rótulo dos produtos e em seu material de publicidade, deve constar o sítio eletrônico da empresa, com especificidade tal que leve o consumidor diretamente às informações sobre as ações desenvolvidas, com explicação minuciosa dos efeitos positivos sobre o meio ambiente do produto ou das ações da empresa.

Estabelece ainda que a prática da maquiagem verde sujeita as pessoas físicas e jurídicas por ela responsáveis às sanções previstas na Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998.

Na justificação apresentada, o Autor destaca o acentuado crescimento, nos últimos anos, da procura por produtos ecologicamente corretos, a partir da preocupação do consumidor em relação às questões ambientais. Esta nova tendência “verde” estimulou as empresas a aproveitarem o momento para associar seus produtos a atribuições eco amigáveis duvidosas e oportunistas, sem critérios claros que respaldem suas pretensões ambientalistas, ludibriando o consumidor.

Conclui pela necessidade de o Poder Público proceder à emissão de norma legal que regulamente a matéria.

Submetido à apreciação da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, o projeto em exame foi aprovado, nos termos do parecer do Relator, Deputado Marco Tebaldi.

Nos termos regimentais (art. 24, II), compete-nos manifestar sobre o mérito da proposição.

II – VOTO DO RELATOR

Embora reconhecendo a nobre intenção do Autor em conscientizar o consumidor sobre a influência de seus hábitos de compra sobre o meio ambiente, consideramos sua proposição inapropriada, pelas razões expostas a seguir.

A matéria nele tratada refere-se essencialmente à publicidade enganosa, que é proibida pelo Código de Defesa do Consumidor (art. 37). Entretanto, o projeto em apreciação extrapola esta questão, ao pretender enquadrar as empresas praticantes de publicidade enganosa em infração ambiental.

A rigor, trata-se de matéria muito complexa a definição que de fato caracteriza “maquiagem verde”. A correção ambiental não tem um conceito unívoco, de fácil checagem, estando sujeito a ambiguidades e aperfeiçoamentos temporais, com a evolução do conhecimento sobre o tema.

Da mesma forma, criar a exigência de certificação de terceiros ou respaldo científico para ações promotoras de uma maior sustentabilidade ambiental, para que esta possa ser anunciada como tal, sob a ameaça de sanções ambientais, implica um grande desincentivo às mencionadas ações, por criar insegurança jurídica flagrante às empresas, além de criar ônus adicionais imprevisíveis.

Por outro lado, inexistente norma legal que defina os conceitos ou apelos que podem ser utilizados em relação à rotulagem ambiental: não tóxico, verde, ecologicamente correto, amigo do meio ambiente, sustentável, dentre outros.

Em nosso país, existem apenas guias baseados na ISO 14021, que não tem cunho regulatório, mas orientador. Neste sentido, o que se deveria incentivar é a criação de critérios claros para a utilização de apelos ambientais e/ou de sustentabilidade na publicidade de produtos e, com estas regras, criar penalidades para as empresas que estiverem usufruindo destes apelos, sem cumprir os critérios estabelecidos.

Ademais, o projeto em apreciação seria de difícil implementação devido à dificuldade de comunicação dos fabricantes de determinados produtos, a exposição de informações não garante a veracidade da mesma. Assim, não se inibe os inescrupulosos, mas sim onera os corretos.

Estes produtos são regulados pela ANVISA e pelo INMETRO, que estabelecem a obrigatoriedade de seus rótulos conterem a formulação do produto, código de barras, instruções de uso, alertas quanto à manipulação, informações do fabricante com nome, endereço, CNPJ, datas de fabricação e de validade, conteúdo em massa ou volume.

Desta forma, as embalagens já estão saturadas com informações regulatórias, sendo o problema ainda mais crítico para produtos de pequenas dimensões.

Pelo acima exposto, votamos, pela rejeição do Projeto de Lei nº 4.752, de 2012.

Sala da Comissão, em de de 2013.

Deputado WALTER IHOSHI
Relator

2013_24225