



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.533, DE 2011 **(Do Sr. José Carlos Araújo)**

Dispõe sobre a obrigatoriedade de divulgação de informação sobre o percentual de cacau presente na composição dos chocolates e produtos achocolatados fabricados no Brasil.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-851/2011.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art.1º. Esta lei estabelece obrigatoriedade aos fabricantes nacionais de chocolates e demais produtos achocolatados ou que utilizem chocolate em sua composição de divulgar nos rótulos, embalagens e peças publicitárias informação destacada sobre o percentual de cacau utilizado na composição desses produtos.

Art. 2º Os fabricantes no território nacional de chocolates e demais produtos achocolatados destinados ao consumo final, que utilizem cacau em sua fórmula, são obrigados a divulgar, em destaque, no rotulo dos produtos, nas embalagens e nas peças publicitárias o percentual de cacau ou de manteiga de cacau usado na composição do produto final.

Parágrafo único. A designação de que o produto “ contém x % de cacau” deverá constar em caracteres com tamanho mínimo de um terço dos caracteres utilizados para grafar a marca do produto ou mediante informação veiculada quando da divulgação de peça publicitária no sistema de radiodifusão de sons e imagens.

Art. 3º As infrações ao que estabelece esta lei serão punidas de acordo com o disposto nos artigos 56 a 80 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) e demais disposições legais aplicáveis a indústria de alimentos.

Art.4º As empresas que fabricam ou comercializam chocolate e demais produtos achocolatados tem prazo de cento e vinte dias para se adequarem aos requisitos desta lei.

Art. 5º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação

JUSTIFICATIVA

A arte de reconhecer um bom produto está associada ao grau de disponibilidade das informações nutricionais que retratem os insumos ou substâncias presentes no produto final. Modernamente, no universo de consumo de alguns produtos de linhas mais nobres, notadamente os vinhos, cafés, conhaques, azeites e outras bebidas degustadas nas mesas são utilizados termos, como textura, cor, aroma, acidez, amargor, teor de pureza e das substâncias ou ingredientes que os compõem, além das informações nutricionais (proteínas, valor energético, carboidratos, gorduras, fibras, teor alcoólico, glúten, glicose, frutose, etc). Estas informações buscam esclarecer o consumidor sobre o produto que irá consumir, seus benefícios e riscos para a saúde, bem como caracterizar a excelência do bom produto, com o intuito de atrair o consumidor para o seu consumo. No universo deste tipo de produtos não se pode deixar de ressaltar o protagonismo que o chocolate representa na mesa dos brasileiros e de todo o mundo, notadamente daqueles que apreciam uma boa culinária. Pode-se afirmar que, em geral, o chocolate é consumido em larga escala em todo o mundo, em qualquer ocasião, seja no simples acompanhamento das refeições, em festas, lanches e ocasiões especiais. A páscoa e as festas natalinas são, sem dúvida, épocas do ano em que o consumo de chocolate mais se evidencia.

Assim, dada as suas peculiaridades de consumo, consideramos que o chocolate deve ser tratado com deferência, no mínimo no mesmo modo de um bom vinho ou café; mas para isso é preciso que o produto tenha qualidade superior, tanto no que tange a matéria-prima utilizada quanto no processo de produção. É por isso que no mundo todo, e no Brasil não é diferente, a indústria de chocolate ganhou projeção, o mercado concorrencial se expandiu, com as empresas buscando cada vez mais aperfeiçoar a qualidade do produto, visando a excelência no preparo dessa iguaria. Como resultado, verifica-se que a competição se acirrou, com ofertas de produtos cada vez mais atrativos ao consumidor, seja pela qualidade em si do chocolate, seja pela variedade e formas artísticas de suas embalagens e rótulos. Também é grande a variedade de oferta dos produtos conhecidos como achocolatados, ou seja que usam chocolate como adição a outros produtos, principalmente nas diversos tipos de leites e doces.

Neste contexto, cabe a seguinte pergunta: o que significa qualidade, no caso de um bom chocolate? Especialistas definem que são muitas as variedades que influenciam a constituição do bom chocolate, mas existem pré-requisitos básicos que definem esse conceito. Em síntese, o principal deles é o componente que possibilita verificar-se a alta qualidade do chocolate, ou seja qual o teor do seu ingrediente principal, que é o cacau ou mais especificamente a manteiga de cacau. É este componente que irá definir a real qualidade do produto, cuja maior ou menor presença, por exemplo em uma barra de chocolate, poderá ser aferida pela observância dos seguintes principais aspectos: textura ou “crocância”, aroma próprio, o sabor doce com ligeira acidez e amargor, além da lisura e brilho, predicatos estes que devem se fazer presente nos chocolates. Observe-se que esse ingrediente principal - a manteiga de cacau - algumas vezes é substituído por outros ingredientes, como a gordura vegetal ou animal, óleos vegetais e açúcares, muitas vezes prujudiciais à saúde do apreciador, descaracterizando, assim, a originalidade do produto.

Desta forma, estamos propondo tornar obrigatória a divulgação, nos rótulos, nas embalagens e nas peças publicitárias dos chocolates e produtos achocolatados fabricados no Brasil, do teor de cacau ou de manteiga de cacau presente na fórmula de sua composição. Cabe registrar que algumas fabricantes já divulgam espontaneamente o teor de cacau que compõe o seu produto, normalmente nos chocolates tidos como “meio-amargo e amargos”(como é o caso de uma marca que informa em destaque ter o seu chocolate “43% de cacau”).

Pelas razões expostas, entendemos que a divulgação dessa informação é essencial, e como tal deva ser obrigatória, razão pela qual apresentamos o presente projeto de lei. Estamos certos de que o conhecimento pelo consumidor dessa informação irá contribuir ainda mais para se aperfeiçoar a arte de se conhecer um bom chocolate e por conseqüência estimular a produção e o consumo do produto e do cultivo do cacau, com resultados altamente positivos para o consumidor, para a indústria, para os estados produtores, como a minha Bahia, com impactos favoráveis na geração de emprego, renda e na balança comercial brasileira.

Almejamos, assim, que o nosso chocolate seja reconhecido pelo menos com a mesma excelência de qualidade do famoso chocolate suíço.

Peço, pois, o apoio dos meus pares para aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 07 de junho de 2011.

Deputado Jose Carlos Araújo
PDT/BA

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá
outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante

procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993*)

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes .

Art. 62. (VETADO).

Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.

§ 2º Se o crime é culposo:

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 64. Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Parágrafo único. Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos, na forma deste artigo.

Art. 65. Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Parágrafo único. As penas deste artigo são aplicáveis sem prejuízo das correspondentes à lesão corporal e à morte.

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposo;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 69. Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade:

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 70. Empregar na reparação de produtos, peça ou componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:

Pena - Detenção de seis meses a um ano ou multa.

Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata:

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 74. Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 75. Quem, de qualquer forma, concorrer para os crimes referidos neste código, incide as penas a esses cominadas na medida de sua culpabilidade, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas.

Art. 76. São circunstâncias agravantes dos crimes tipificados neste código:

I - serem cometidos em época de grave crise econômica ou por ocasião de calamidade;

II - ocasionarem grave dano individual ou coletivo;

III - dissimular-se a natureza ilícita do procedimento;

IV - quando cometidos:

a) por servidor público, ou por pessoa cuja condição econômico-social seja manifestamente superior à da vítima;

b) em detrimento de operário ou rurícola; de menor de dezoito ou maior de sessenta anos ou de pessoas portadoras de deficiência mental interdidas ou não;

V - serem praticados em operações que envolvam alimentos, medicamentos ou quaisquer outros produtos ou serviços essenciais .

Art. 77. A pena pecuniária prevista nesta Seção será fixada em dias-multa, correspondente ao mínimo e ao máximo de dias de duração da pena privativa da liberdade cominada ao crime. Na individualização desta multa, o juiz observará o disposto no art. 60, §1º do Código Penal.

Art. 78. Além das penas privativas de liberdade e de multa, podem ser impostas, cumulativa ou alternadamente, observado o disposto nos arts. 44 a 47, do Código Penal:

I - a interdição temporária de direitos;

II - a publicação em órgãos de comunicação de grande circulação ou audiência, às expensas do condenado, de notícia sobre os fatos e a condenação;

III - a prestação de serviços à comunidade.

Art. 79. O valor da fiança, nas infrações de que trata este código, será fixado pelo juiz, ou pela autoridade que presidir o inquérito, entre cem e duzentas mil vezes o valor do Bônus do Tesouro Nacional (BTN), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

Parágrafo único. Se assim recomendar a situação econômica do indiciado ou réu, a fiança poderá ser:

- a) reduzida até a metade do seu valor mínimo;
- b) aumentada pelo juiz até vinte vezes.

Art. 80. No processo penal atinente aos crimes previstos neste código, bem como a outros crimes e contravenções que envolvam relações de consumo, poderão intervir, como assistentes do Ministério Público, os legitimados indicados no art. 82, inciso III e IV, aos quais também é facultado propor ação penal subsidiária, se a denúncia não for oferecida no prazo legal.

TÍTULO III DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO