

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

Isadora Camargo Laitano

DIREITO À INFORMAÇÃO E SEGURANÇA ALIMENTAR

Porto Alegre
2021

Isadora Camargo Laitano

DIREITO À INFORMAÇÃO E SEGURANÇA ALIMENTAR

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em direito junto à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Lisiane Feiten Wingert Ody.

Porto Alegre
2021

Isadora Camargo Laitano

DIREITO À INFORMAÇÃO E SEGURANÇA ALIMENTAR

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em direito junto à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Aprovado em / /

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Lisiane Feiten Ody (Orientadora)

Profa. Dra. Maria Cláudia Mércio Cachapuz

Me. Rodrigo Ustároz Cantali

AGRADECIMENTOS

Agradeço, inicialmente, ao meu maior exemplo: minha família, em especial a minha mãe, Luciana. Obrigado é pouco para tudo que vocês significam para mim.

Ao meu namorado, Guilherme, por todo amor, paciência e suporte.

Aos meus amigos, que acompanharam, direta ou indiretamente, esta minha caminhada.

A minha orientadora, Profa. Dra. Lisiane Ody, por todo conhecimento compartilhado, por todo apoio oferecido e por toda atenção dedicada, não só no desenvolvimento deste trabalho, como também ao longo da minha trajetória acadêmica.

E a toda Faculdade de Direito da UFRGS, por todas as oportunidades e os ensinamentos proporcionados.

Muito obrigada.

“Consumidores, por definição, somos todos nós.”
John Fitzgerald Kennedy
15/03/1962

RESUMO

O acesso à alimentação adequada é direito humano básico, diretamente relacionado ao direito à saúde e à dignidade humana. A fim de que esses direitos sejam concretizados é imprescindível assegurar o acesso à informação sobre os mais diversos produtos alimentares. O presente trabalho verifica se existem parâmetros aptos a assegurar a concretização do direito à informação alimentar no Brasil. Para tanto, o estudo é dividido em duas partes principais: a primeira, dedicada à análise do dever de informação dos fornecedores, busca traçar critérios gerais para o cumprimento desse dever; a segunda, dedicada à análise do direito à informação dos consumidores, busca verificar a situação informacional no Brasil, tendo em vista as exigências teóricas referidas. O trabalho é elaborado fundamentalmente a partir da análise da doutrina, da legislação, e de casos julgados nos tribunais pátrios, utilizando o método dedutivo. A pesquisa, que não exaure o tema, apresenta resultados parciais, que apontam para conclusão de que, embora o direito à informação esteja positivado no ordenamento jurídico, ainda não há, na realidade, sua efetividade, o que compromete, consequentemente, o direito à alimentação adequada.

Palavras-chaves: direito à informação; dever de informar; segurança alimentar; consumidor

ABSTRACT

Access to adequate food is a fundamental human right, directly associated with the right to health and the right to human dignity. In order to ensure that these rights are respected, it is vitally important to guarantee the access to information about all food products. This paper verifies if there are parameters able to ensure the realisation of the right to information in Brazil. Therefore, the study is divided into two parts: the first one, dedicated to the analysis of the supplier's duty to inform, seeks to establish general guidelines for the fulfilment of that duty; the second one, dedicated to the analysis of the consumer's right to information, seeks to verify the current situation in Brazil, considering the guidelines referred. The work is fundamentally elaborated from the examination of the Brazilian law, the doctrine, and the case law, by adopting the deductive method. The results indicate that, although the right to inform is established in the Brazilian law, there is not yet its effectiveness, which compromises, consequently, the right to adequate food.

Keywords: right to information; duty to inform; right to food; food security; consumer

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. O DEVER DE INFORMAR DO FORNECEDOR.....	13
2.1. O que deve ser informado ao consumidor	17
2.1.1. A informação-conteúdo.....	20
2.1.2. A informação-utilização	22
2.1.3. A informação-preço	23
2.1.4. A informação-advertência.....	24
2.2. Como o consumidor deve ser informado.....	29
2.2.1. A informação adequada	31
2.2.2. A informação veraz	34
2.2.3. A informação suficiente.....	35
3. O DIREITO À INFORMAÇÃO DO CONSUMIDOR.....	38
3.1. O que é informado ao consumidor.....	43
3.1.1. A informação-conteúdo	44
3.1.2. A informação-utilização	50
3.1.3. A informação-preço	53
3.1.4. A informação-advertência	54
3.2. Como o consumidor é informado.....	60
3.2.1. A informação adequada	60
3.2.2. A informação veraz	69
3.2.3. A informação suficiente	72
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
REFERÊNCIAS	77

1. INTRODUÇÃO

A alimentação adequada é direito básico, tendo em vista que o alimento diário é pressuposto para manutenção da vida e do bem-estar de todos os seres vivos. Nesse sentido, a preocupação em garantir que todas as pessoas tenham acesso a alimentos suficientes para o atendimento de suas necessidades é de suma importância na sociedade.

Entretanto, o direito à alimentação não corresponde apenas ao direito de saciar a fome, mas também ao direito de ter segurança nutricional e de manter a saúde de forma digna. Em outras palavras, o direito à alimentação garante ao ser humano a liberdade de satisfazer as suas necessidades nutricionais, respeitando suas condições e preferências pessoais.

A fim de que o direito à alimentação seja concretizado, é imprescindível garantir o acesso à informação sobre os produtos alimentares, pois o consumidor pode contar com características próprias de saúde, ou mesmo de convicções, que sejam incompatíveis com o produto ofertado. Caso não seja efetivamente informado, atividades tão rotineiras, como realizar compras em um supermercado ou almoçar em um restaurante, podem se tornar um grande transtorno, senão um risco, no dia a dia.

Existem diversas enfermidades que influenciam diretamente na escolha alimentar, uma vez que requerem restrição do consumo de determinados alimentos. Nesses casos, o papel da informação é fundamental, já que os consumidores não conseguem perceber diretamente o malefício à saúde vindo dos alimentos da mesma forma como podem perceber o sabor ou outras características sensoriais. Dentre essas comorbidades, encontram-se as alergias e as doenças crônicas não transmissíveis.

A alergia alimentar¹, considerada atualmente um problema de saúde pública, acomete cerca de 35% das pessoas no Brasil². As respostas que o organismo dá ao ser exposto a uma substância alergênica são variáveis - há casos em que as reações independem da efetiva ingestão do alimento, bastando o indivíduo sensibilizado tocar ou inalar a substância.³ Para

¹ A alergia alimentar é definida como uma doença consequente a uma resposta imunológica anômala, que ocorre após a ingestão e/ou contato com determinado alimento.

Disponível em http://aaai-asbai.org.br/detalhe_artigo.asp?id=851. Acesso em 31/07/2021

² Disponível em: http://aaai-asbai.org.br/detalhe_artigo.asp?id=851. Acesso em 31/07/2021

³ As manifestações mais comuns são reações cutâneas (dermatite atópica, urticária, angioedema), gastrointestinais (edema e prurido de lábios, língua ou palato, vômitos e diarreia), respiratórias (asma, rinite) e reações sistêmicas (anafilaxia com hipotensão e choque).

Disponível em http://aaai-asbai.org.br/detalhe_artigo.asp?id=851. Acesso em 31/07/2021

população alérgica, a recomendação é a exclusão absoluta do alergênico.⁴ Contudo, trata-se de tarefa árdua, uma vez que os antígenos mais envolvidos estão presentes de modo constante na culinária habitual, como o leite de vaca, o ovo, e o trigo.

Por sua vez, as doenças crônicas não transmissíveis⁵, como a obesidade⁶, a hipertensão arterial⁷, e a diabetes⁸, são consideradas o maior problema de saúde do nosso país, sendo responsáveis por aproximadamente 72% dos óbitos no Brasil.⁹ Uma das principais recomendações tanto para prevenção quanto para o tratamento dessas comorbidades, consiste na adoção de uma dieta equilibrada, evitando excessos de gorduras, açúcares e sal, porquanto a alimentação inadequada é apontada como um dos principais predisponentes¹⁰.

As escolhas alimentares também são influenciadas por questões culturais, tendo em vista que o alimento não possui apenas qualidades nutricionais, mas atende a aspectos

⁴O tratamento preconizado até o momento para as alergias alimentares é a restrição absoluta do alimento responsável.

Disponível em: https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/aaai_vol_2_n_01_a05__7_.pdf. Acesso em 31/07/2021.

⁵As doenças crônicas não transmissíveis são aquelas de progressão lenta e longa duração. Podem ser silenciosas ou sintomáticas, comprometendo a qualidade de vida. Nos dois casos, representam risco para o paciente. As doenças crônicas não transmissíveis geralmente são o resultado de diversos fatores como os genéticos, ambientais, fisiológicos e até mesmo comportamentais, ou seja, de acordo com o estilo de vida da pessoa. Disponível em: <https://www.clinicaceu.com.br/blog/doencas-cronicas-nao-transmissiveis/>. Acesso em 31/07/2021.

⁶A obesidade é o excesso de gordura corporal, em quantidade que determine prejuízos à saúde. Uma pessoa é considerada obesa quando seu Índice de Massa Corporal (IMC) é maior ou igual a 30 kg/m² e a faixa de peso normal varia entre 18,5 e 24,9 kg/m². Os indivíduos que possuem IMC entre 25 e 29,9kg/m² são diagnosticados com sobrepeso e já podem ter alguns prejuízos com o excesso de gordura. O tratamento inclui alimentação saudável com diminuição da ingestão de calorias e aumento da atividade física, podendo-se associar o uso de medicamentos. Em casos mais graves e refratários, pode ser indicado o tratamento cirúrgico. Disponível em: <https://www.einstein.br/doencas-sintomas/obesidade>. Acesso em 31/07/2021.

⁷ A hipertensão arterial ou pressão alta, é uma doença que ataca os vasos sanguíneos, coração, cérebro, olhos e pode causar paralisação dos rins. Ocorre quando a medida da pressão se mantém frequentemente acima de 140 por 90 mmHg. Essa doença é herdada dos pais em 90% dos casos, mas há vários fatores que influenciam nos níveis de pressão arterial, entre eles: fumo, consumo de bebidas alcoólicas, obesidade, estresse, grande consumo de sal, níveis altos de colesterol, falta de atividade física. Disponível em: <https://bvsmms.saude.gov.br/hipertensao-18/>. Acesso em 31/07/2021.

⁸ O diabetes não insulínico, também chamado de diabetes tipo 2 é uma combinação de duas condições: a redução da secreção de insulina e a resistência à insulina. Corresponde a 90% dos casos de diabetes. Ocorre geralmente em pessoas obesas com mais de 40 anos de idade, embora na atualidade se veja com maior frequência em jovens em virtude de maus hábitos alimentares, sedentarismo e estresse da vida urbana. Nesse tipo de diabetes, encontra-se a presença de insulina, porém sua ação é dificultada pela obesidade, o que é conhecido como resistência insulínica, uma das causas de hiperglicemia. De acordo com a gravidade da doença ela pode ser controlada com a realização de atividades físicas ou pelo planejamento alimentar. Já em alguns casos, é também necessário o uso de insulina e outros medicamentos com a finalidade de controlar a glicose.

Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2008.pdf. Acesso em 31/07/2021.

⁹Disponível em:

<https://saude.to.gov.br/vigilancia-em-saude/doencas-transmissiveis-e-nao-transmissiveis/vigilancia-em-saude/doencas-transmissiveis-e-nao-transmissiveis/dant/doencas-cronicas-nao-transmissiveis>. Acesso em 31/07/2021.

¹⁰ Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2008.pdf. Acesso em 31/07/2021.

sensoriais e simbólicos. Alimentar-se envolve as mais variadas expressões de desejos humanos, cuja satisfação não obedece apenas ao curto trajeto do prato à boca, mas se materializa em hábitos, costumes e rituais.

No que se refere às religiões, a alimentação tem papel fundamental no cotidiano de seus adeptos: permissões, proibições e jejuns são regulações religiosas constantemente exercidas. No judaísmo, a alimentação é baseada no *Kashrut*, o qual possui diversas regras, como a proibição de misturar carne com leite, e de consumir carne de porco, moluscos ou frutos do mar.¹¹ Já para os muçulmanos, os alimentos *Halal* são os permitidos, e as restrições incluem bebidas alcoólicas e carne de porco.¹²

Ademais, opções pessoais de estilo de vida, também podem interferir nas escolhas alimentares, como é o caso dos vegetarianos¹³, que representam cerca de 14% da população brasileira.¹⁴ Uma das principais dificuldades apontadas pela população vegetariana é justamente a falta de informação nos estabelecimentos, o que limita a possibilidade de escolhas alimentares.¹⁵

Da mesma forma, devem ser respeitadas as preferências individuais de cada consumidor, já que, em princípio, ninguém está obrigado a consumir um alimento que possua algum ingrediente que não lhe agrade. Assim, uma pessoa que deseja comprar um lanche em um restaurante, deve ter acesso à composição deste alimento, para poder decidir se deseja, ou não, consumi-lo.

Diante desse cenário, percebe-se que as restrições dietéticas estão presentes na sociedade pelas mais variadas razões, devendo ser respeitadas. O direito à informação tem o intuito de promoção da inclusão social, do respeito às diversidades, do incentivo às escolhas

¹¹Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000100009. Acesso em 01/09/2021.

¹²Disponível em: <https://icarabe.org/geral/voce-sabe-o-que-e-alimento-halal>. Acesso em 01/09/2021.

¹³ Existe uma grande variação de dietas vegetarianas em relação aos produtos que são ou não consumidos. A forma mais popular de vegetarianismo é o ovolactovegetarianismo, que exclui todos os tipos de carnes, mas inclui ovos, leite e laticínios. Há também o lactovegetarianismo, que exclui todos os tipos de carne e também o ovo, mas são consumidos leite e seus derivados. Outra forma de dieta vegetariana é o vegetarianismo estrito: neste, são excluídos todos os produtos de origem animal, como ovos, laticínios e mel. Disponível em <http://www.ivu.org/portuguese/faq/definitions.html>. Acesso em 01/09/2021.

¹⁴Para se ter noção do impacto social e econômico do vegetarianismo, em 2018, 14% da população brasileira se declarou vegetariana. Essa porcentagem representa um aumento de 75% desde 2012, chegando a aproximadamente 30 milhões de consumidores.

Disponível em: <https://www.wvegan.com.br/estimativa-de-porcentagem-de-vegetarianos-e-veganos-no-brasil/>. Acesso em 01/09/2021.

¹⁵ “A maior dificuldade que a gente observa hoje é no meio social, porque em alguns restaurantes a gente brinca que ‘sabotam’ a comida do vegetariano”, explica médico nutrólogo Eric Slywitch, citando o exemplo do feijão, que, em muitos lugares, é preparado com carnes.

Disponível em:

<https://www.portalveg.com.br/noticias/veganismo/maior-dificuldade-do-veganismo-hoje-e-o-meio-social-diz-me-dico-da-sociedade-vegetariana-brasileira/>. Acesso em 01/09/2021.

mais adequadas. Assim sendo, sua importância está diretamente relacionada ao compromisso de efetivar o direito à alimentação.

No ordenamento jurídico brasileiro, a informação é uma garantia constitucional. A Constituição Federal (CF) inclui expressamente a defesa do consumidor no rol dos direitos fundamentais (art. 5º, XXXII, CF) e, por sua destacada importância, assegura a todos o acesso à informação (art. 5º, XIV, CF). Por seu turno, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) dispõe ser direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre diferentes produtos (artigo 6º, III, CDC), bem como a liberdade de escolha (artigo 6º, II, CDC).

Uma vez que o consumidor tem o direito à informação, o fornecedor terá, em contrapartida, o dever de informar como conduta necessária para atuar no mercado. A escolha do consumidor somente será livre e consciente se estiver vinculada à informação correta, acessível e satisfatória sobre o produto que o fornecedor colocou no mercado de consumo. Caso a informação seja parcial, ambígua ou falsa, o direito de escolha do consumidor estará violado.

Em vista disso, o trabalho objetiva verificar, por meio do método dedutivo, se existem parâmetros aptos a assegurar a concretização do direito à informação alimentar. Para tanto, a exposição é dividida em dois capítulos principais.

O primeiro, dedicado à análise do dever de informar dos fornecedores, busca traçar os parâmetros teóricos para cumprimento deste dever. O capítulo é organizado em duas partes: i) o estudo *do que* deve ser informado ao consumidor; e ii) o estudo de *como* o consumidor deve ser informado. A pesquisa é elaborada fundamentalmente a partir da revisão bibliográfica, da análise da legislação (principalmente do Código de Defesa do Consumidor), e do estudo de casos, com intuito de identificar exemplos da aplicabilidade do dever de informar, em especial no Poder Judiciário do Estado do Rio Grande do Sul e no Superior Tribunal de Justiça. Para o levantamento de casos, foi realizada pesquisa no site dos respectivos tribunais, utilizando-se do termo “*dever de informar*”, bem como do mecanismo de exclusão de expressões como “*contratos bancários*”, “*contratos imobiliários*”, em decorrência do volume de julgados, restringindo a pesquisa aos relacionados a produtos alimentícios.

O segundo, dedicado à análise do direito à informação dos consumidores, pretende analisar a situação informacional no Brasil, tendo em vista as exigências referidas. O capítulo também é organizado em duas partes: i) o estudo *do que* é informado ao consumidor; e ii) o estudo de *como* o consumidor é informado. Para tanto, realizou-se exame das regras gerais sobre disponibilização de informação nos produtos alimentícios (principalmente a regulamentação da rotulagem nutricional). Ademais, a fim de ilustrar as questões analisadas,

foram utilizadas fotografias, realizadas na cidade de Porto Alegre, e dados de pesquisas elaboradas por órgãos oficiais ou publicadas em revistas científicas.

2. O DEVER DE INFORMAR DO FORNECEDOR

Informar é “*comunicar, compartilhar o que se sabe de boa-fé, é cooperar com o outro, é tornar ‘comum’ o que era sabido apenas por um*”.¹⁶ Informação é um estado subjetivo (o saber ou o não saber) e um processo interativo (a comunicação); é conteúdo: dados, imagens, sons, palavras; é, simultaneamente, direito e dever.¹⁷

No âmbito consumerista, o dever de informar¹⁸ do fornecedor decorre do art. 6º, III, do CDC, que determina ser direito básico do consumidor a informação sobre os diferentes produtos e serviços.¹⁹ Sendo direito do consumidor receber informações sobre os produtos alimentícios oferecidos no mercado, impõe-se ao fornecedor o dever de prestá-las.²⁰

Considera-se fornecedor a pessoa “*física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos*” (art. 3º do CDC). Nota-se a amplitude da definição legal, visto que o legislador não distingue a natureza, regime jurídico ou nacionalidade do fornecedor. Para os efeitos do Código de Defesa do Consumidor, todos os membros da cadeia de fornecimento são fornecedores.

Assim, o dever de informar impõe-se a todos os que participam do lançamento do produto, desde sua origem. É dever gerador de obrigação solidária, a qual serve como instrumento de eficaz proteção ao consumidor, impedindo que este tenha de suportar o ônus

¹⁶ MARQUES. Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.**, 8. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016 p. 772.

¹⁷ MARQUES. Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.**, 8. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016 p. 773.

¹⁸ “Com a finalidade precípua de proteger a vida, a saúde e os bens do contratante mais débil, desinformado, criou-se, na maioria dos Códigos de Defesa do Consumidor, a imposição de um ‘dever de informar’ ao fabricante, com respeito ao produto por ele fabricado e posto em circulação no mercado, a ser cumprido antes e, em alguns casos, após a venda. As origens da imposição deste dever remontam, ao que se supõe, à Common Law. Neste sistema, o vocábulo ‘warn’, da expressão ‘duty to warn’, dever de informar, tem o sentido original de proteger, avisar, adequando-se, portanto, perfeitamente, a semântica do termo às finalidades pretendidas pelo legislador, ao impor ao fabricante a observância deste dever.” (FRADERA, Vera Maria Jacob de. A interpretação da proibição de publicidade enganosa ou abusiva à luz do princípio da boa fé: o dever de informar no código de defesa do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, nº. 4. p. 173-191, 1992).

¹⁹ **Código de Defesa do Consumidor**, art. 6º: “São direitos básicos do consumidor: III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012)”.

²⁰ “A tutela da escolha pela política de defesa do consumidor não se dá através de regras endereçadas à estrutura do mercado, mas sim ao comportamento dos fornecedores, sobretudo através do estabelecimento do direito à ampla informação, à educação para o consumo e à vedação da publicidade enganosa”. (PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. **Defesa da Concorrência e bem-estar do consumidor**, 2010, 305 f. Tese, Doutorado em Direito - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010).

desarrazoado de identificar o responsável pela informação dentre todos os integrantes da respectiva cadeia econômica (produtor, fabricante, importador, distribuidor, comerciante).²¹

A obrigação informacional possui raiz no tradicional princípio da boa-fé objetiva²², na medida em que o consumidor, leigo, deposita toda sua confiança na expertise do fornecedor, profissional.²³ A boa-fé objetiva, ao contrário da boa-fé subjetiva, não se limita ao exame da intenção ou não de lesar o consumidor ao violar o dever de informar. Portanto, o ânimo de causar mal é completamente irrelevante.²⁴

Contudo, o dever de informação não é apenas a realização do princípio da boa-fé, tendo adquirido autonomia própria no contexto do Código de Defesa do Consumidor.²⁵ Vale dizer, o dever de informar não é somente um dever anexo, e sim um dever básico, essencial e intrínseco às relações de consumo.

O dever de informar é, outrossim, reflexo do princípio da transparência²⁶ (artigo 4º, caput, do CDC)²⁷, o qual se traduz na obrigação de proporcionar ao consumidor a oportunidade de conhecer o produto que lhe é ofertado.²⁸ A ideia central é possibilitar uma aproximação e uma relação contratual mais sincera e menos danosa entre consumidor e fornecedor.²⁹

O ideal de transparência no mercado acabou por inverter os papéis tradicionais: o consumidor, que se encontrava na posição ativa e menos confortável, por precisar atuar, perguntar, pesquisar para realizar um bom negócio, passou para posição de detentor de um

²¹LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001

²²Ao discorrer sobre o significado da expressão boa-fé objetiva, Judith Martins-Costa afirma que a expressão se refere a uma regra de conduta, fundada na lealdade e na honestidade, ou seja, uma norma que impõe um comportamento leal, o qual é fixado à luz das circunstâncias do caso concreto, não havendo, portanto, um conceito definido, predeterminado, de modo que é conhecível o seu conceito fixo quando se considera o ato no caso concreto, levando-se em consideração os valores da honestidade, confiança e lealdade.

(MARTINS-COSTA, Judith. **A boa-fé no direito privado**: critérios para sua aplicação, 2. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2018, p. 128).

²³CORREIA, Atála. O dever de informar nas relações de consumo. **Revista da Escola da Magistratura**, Brasília, nº 13, p. 79 - 95, jan. 2011.

²⁴KHOURI, Paulo Roberto Roque Antônio. **Direito do consumidor**: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2020. p. 66.

²⁵LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001.

²⁶“O princípio da transparência traduz-se no dever de as partes envolvidas numa relação de consumo prestarem informações claras, precisas e corretas sobre o produto a ser vendido (...)” (TOMASETTI JUNIOR, Alcides. O Objetivo de Transparência e o Regime Jurídico dos Deveres e Riscos de Informação nas Relações Negociais para Consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 4. São Paulo: 1992, p. 52-90).

²⁷**Código de Defesa do Consumidor**, 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: (...) (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)”

²⁸NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**, 12. ed., São Paulo: Saraiva Educação, 2018, p. 122

²⁹MARQUES. Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais, 8. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 815.

direito subjetivo de informação, enquanto o fornecedor, que se encontrava na segura posição passiva, passou a ser sujeito de um novo dever de informação.³⁰

Dessa forma, o consumidor não possui a obrigação de pesquisar sobre os dados do produto, para então escolher entre consumir ou não, porquanto o dever de informar todas as características é ônus do fornecedor, o qual já conhece o produto.³¹ Além disso, o Código de Defesa do Consumidor impôs aos fornecedores postura proativa, ou seja, a informação deve ser fornecida ao consumidor mesmo quando ele não a buscar.³²

Este dever de informar incide durante toda a relação de consumo, de modo que a informação é um dos componentes necessários do produto.³³ Ela deve ser fornecida em todos os momentos em que houver contato entre consumidor e fornecedor, ainda quando inexistente contrato.³⁴

Não há um aspecto formal a ser observado em relação aos meios utilizados para transmitir os dados necessários ao consumidor. Serão considerados como tais todos os que estiverem disponíveis ou que se fizerem necessários em circunstâncias específicas.³⁵ Logo, consideram-se meios de informação quaisquer instrumentos aptos a veicular tais informações, como os rótulos de produtos e as embalagens.

Já a violação do dever de informar pode ocorrer tanto por um ato negativo, quando se deixa de prestar a informação, quanto por uma atitude positiva, na hipótese em que uma informação falsa, ou que cause confusão, seja transmitida.³⁶ A falta de tempestividade da

³⁰ “A concepção, a fabricação, a composição, o uso e a utilização dos produtos e serviços atingiu, em nossa era, elevados níveis de complexidade, especialidade e desenvolvimento científico e tecnológico cujo conhecimento é difícil ou impossível de domínio pelo consumidor típico, ao qual eles se destinam. A massificação do consumo, por outro lado, agravou o distanciamento da informação suficiente. Nesse quadro, é compreensível que o direito avance para tornar o dever de informar um dos esteios eficazes do sistema de proteção.” (LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001).

³¹ Leonardo de Medeiros Garcia salienta que não há qualquer respaldo jurídico e fático para exigir que o consumidor diligencie na busca de informações sobre a composição dos alimentos. (GARCIA, Leonardo de Medeiros. O Princípio da informação na pós-modernidade: direito fundamental do consumidor para o equilíbrio nas relações de consumo. **Revista Jurídica**, São Paulo, v. 64, n. 464, p. 29-54, jun. 2016).

³² CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**, 5.ed., São Paulo: Atlas, 2019, p. 114

³³ NUNES, Luis Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**, 12. ed., São Paulo: Saraiva Educação, 2018, p. 126.

³⁴ “O contato social de consumo é gerado pela aproximação estabelecida entre fornecedor e o consumidor, por meio de atos puramente materiais, independentemente de manifestações claras de vontade de qualquer das partes, no âmbito de um mercado de consumo massificado. Aproxima o consumidor do fornecedor em momento anterior, ou até mesmo, fora de qualquer vínculo contratual, seja em face de publicidade, seja em função de facilidades concedidas ao consumidor.” (SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Responsabilidade civil no código do consumidor e a defesa do fornecedor**, São Paulo: Saraiva, 2002, p. 199).

³⁵ MACEDO JÚNIOR, Ronaldo Porto. Direito à informação nos contratos relacionais de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 35, p.113-122, jul./set. 2000.

³⁶ “A violação do dever de informar constitui não apenas violação ao direito do consumidor à informação mas ao direito-dever de concorrência, pois estaria em indevida posição de vantagem, que a ordem econômica constitucional rejeita (artigo 170, IV, da Constituição brasileira).” (LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação

informação, quando esta é prestada em um momento tardio, também resulta no descumprimento desse dever.³⁷

Caso o dever de informar do fornecedor não seja cumprido, o consumidor poderá sofrer dano não por um defeito do produto em si, mas pela informação inadequada, inverídica, insuficiente, ou, ainda, pela falta da informação.³⁸ Nessa senda, o dever de informar também serve de fundamento para a responsabilidade do fornecedor, cuja violação poderá levá-lo a responder pelo defeito de informação.³⁹

Nada obstante, a informação eficiente constitui garantia de duplo espectro: ao mesmo tempo que garante o atendimento às legítimas expectativas do consumidor, garante também ao fornecedor que o risco da escolha em consumir o produto será do consumidor.⁴⁰

Nesse sentido, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul julgou improcedente o pedido de indenização postulado por consumidora que foi acometida por uma crise de alergia, após ingerir hambúrguer com pimenta, chamado “*whopper furioso*”. No caso, havia ampla divulgação de todos os ingredientes que compõem o alimento comercializado, inclusive figuras de pimenta estampadas na embalagem. Dessa sorte, evidenciado que o fornecedor prestou as informações necessárias e, portanto, desincumbiu-se do seu dever de informação, a consumidora assumiu o risco da ingestão do produto apimentado.⁴¹

Reitera-se que a obrigação de informação é estatuída pela Constituição Federal de 1988, só sendo lícito ao legislador limitar este direito, tanto no campo do direito público

como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001).

³⁷ KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 57.

³⁸“Na ausência ou deficiência de cumprimento do dever de informar, o bem de consumo transforma-se por defeito de comercialização, em portador de vício de qualidade por insegurança. Comumente, o que ocorre é uma periculosidade inerente transmuda-se em periculosidade adquirida na forma de defeito de comercialização”. (BENJAMIN, Antônio Herman V., MARQUES, Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**, 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2021, p. 126).

³⁹KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 163.

⁴⁰ EFING, Antônio Carlos. **Fundamento das relações de consumo**. 4. ed. Curitiba: Juruá, 2019, p. 71

⁴¹Consumidor. PRODUTOS ALIMENTÍCIOS. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. alegação de crise severa devido a reação alérgica. ausência de verossimilhança nas alegações. danos materiais e danos morais não configurados. 1. Hipótese em que a parte consumidora alega que após ingerir um hambúrguer da reclamada, denominado “*whopper furioso*”, foi acometida por uma crise severa de alergia onde quase veio a falecer em decorrência da citada reação alérgica. 2. No entanto as provas acostadas aos autos, pela própria autora, às fls. 22/23 demonstram que o sanduíche continha condimentos fortes (pimenta), bem como os documentos trazidos à lide pela parte ré às fls.79/82 demonstram que há divulgação dos ingredientes que compõem o alimento comercializado. 3. Restando evidente que a parte recorrida se desincumbiu do seu dever de informação, conforme disposto no art. 6, inciso III, do CDC. 4. Possibilidade do julgamento de imediato (art. 515, § 3º, CPC). Desta feita, restam afastados os danos materiais e morais, uma vez que não restou comprovado a verossimilhança das alegações. SENTENÇA REFORMADA PARA JULGAR IMPROCEDENTES OS PEDIDOS INICIAIS. RECURSO IMPROVIDO. (Recurso Cível, nº 71004719845, Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Roberto Carvalho Fraga, Julgado em: 14-10-2014).

quanto do direito privado, quando contar com evidente e razoável justa causa.⁴² Na qualidade de direito fundamental, a informação deve ser facultada do modo mais efetivo e eficiente possível, em obediência ao princípio da máxima efetividade da norma constitucional.⁴³

Por sua vez, as normas de proteção e defesa do consumidor têm índole de ordem pública e interesse social (artigo 1 do CDC).⁴⁴ São indisponíveis e inafastáveis, pois resguardam valores básicos e fundamentais da ordem jurídica do Estado Social.⁴⁵

Diante desse cenário, antes de adentrar no estudo da situação informacional dos consumidores no cenário alimentício brasileiro, faz-se imprescindível analisar *o que* deve ser informado ao consumidor, e *como* essa informação deve ser repassada, para que o dever de informar dos fornecedores seja cumprido, e o correspondente direito à informação dos consumidores, atendido.

2.1. O que deve ser informado ao consumidor

O conteúdo do dever de informar compreende as informações necessárias para o conhecimento do consumidor quanto aos aspectos relevantes para a formação de sua decisão.⁴⁶ Isto é, o dever de informar diz respeito a todos os elementos relevantes, quer para a decisão de contratar, quer para a completa funcionalidade de servir aos interesses das partes.⁴⁷

Nada obstante, este dever restringe-se às qualidades essenciais do objeto.⁴⁸ Logo, não abrange oportunidade ou vantagem do contrato, como a existência no mercado de outro produto superior pelo mesmo preço.

O Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, por exemplo, entendeu que não houve violação do dever de informação no caso de venda de sementes de tomate que não tiveram a

⁴²**Constituição Federal**, art. 5º: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: (...) XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;”

⁴³EFING, Antônio Carlos. **Fundamento das relações de consumo**. 4. ed. Curitiba: Juruá, 2019, p. 41.

⁴⁴**Código de Defesa do Consumidor**, art. 1º: “O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.”

⁴⁵BENJAMIN, Antônio Herman V., MARQUES, Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**, 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2021, p. 102.

⁴⁶CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do Consumidor**, 5.ed., São Paulo: Atlas, 2019, p. 116

⁴⁷KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas**, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 57.

⁴⁸“Conceber um dever de informar também sobre a oportunidade ou a vantagem dos negócios é querer transformar o fornecedor em assistente social.” (AZEVEDO, Antonio Junqueira de. Responsabilidade pré-contratual no código de defesa do consumidor: um estudo comparativo com a responsabilidade pré-contratual no direito comum. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 18, abr./jun., p. 23-31, 1996).

frutificação esperada pelo agricultor. A semente vendida pela cooperativa era exatamente a de especificidade solicitada. Ausente qualquer indício de vício, não há como imputar qualquer responsabilidade ao fabricante pelo não desenvolvimento da produção conforme a expectativa do consumidor.⁴⁹

Os fatos notórios também não constituem objeto do dever de informar, porquanto não há legítima expectativa frustrada a respeito deles.⁵⁰ Sendo de pleno conhecimento, não ocorreria a funcionalidade que justifica a existência do dever de informar: a de suprir a ignorância, diminuindo a assimetria informativa e colaborando para a dação de um consentimento informado.⁵¹

A partir do momento em que o consumidor conhece a informação necessária para o seu consentimento informado, o dever de informar está satisfeito. É de conhecimento geral, por exemplo, que ingerir rapidamente uma bebida quente poderá ocasionar queimaduras. Logo, é esperado que, tendo conhecimento desse fato, o consumidor tome mais cuidado ao ingeri-la.

Entretanto, cabe enfatizar que, na análise do conteúdo informacional, não se deve levar em consideração o homem “médio”⁵², mas sim o homem “mínimo”⁵³. Em vista da

⁴⁹ APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. venda de sementes de tomate. frutificação sem as características esperadas pelo agricultor para determinada qualidade/marca do produto adquirido. alegação de prejuízo no valor de venda da mercadoria e danos morais. conjunto probatório que não respalda a ocorrência de vício do produto ou falha nas informações prestadas pela cooperativa ao associado. mantida a sentença de improcedência. - Ausente qualquer indício de que a semente vendida para o autor apresentava vício que pudesse interferir na qualidade da safra, não há como imputar qualquer responsabilidade ao fabricante pelo não desenvolvimento da produção conforme a expectativa do agricultor. - Conjunto probatório que, ademais, aponta ter sido a semente de tomate vendida pela cooperativa exatamente a de especificidade solicitada pelo autor, qual seja, a “saladete”, também chamada de “nagai”, sendo que variações de preço negativas obtidas pelo agricultor em relação às médias de mercado não necessariamente giram em torno apenas da “marca” do tomate, mas de como determinada safra sofreu interferências naturais, foi ou não corretamente manejada e se desenvolveu, atribuindo particularidades de formato e tamanho àqueles frutos, além de ser uma característica própria do cultivo de tomate a frequente e periódica oscilação de preços. - Contexto de prova que não aponta tenha havido, tanto por parte da cooperativa quanto da fabricante de sementes, algum tipo de afronta ao direito de informação ao consumidor ou algum vício de qualidade no insumo. APELAÇÃO DESPROVIDA. (Apelação Cível, nº 70073040578, Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Carlos Eduardo Richinitti, Julgado em: 13-09-2017).

⁵⁰ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do Consumidor**, 5.ed., São Paulo: Atlas, 2019, p. 117

⁵¹ MARTINS-COSTA, Judith. Ação indenizatória: dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo: parecer. **Revista dos Tribunais**. São Paulo, v. 92, n. 812, p. 75-99, jun. 2003.

⁵² “Ao conceber a mensagem, o fornecedor não deve partir do nível de conhecimento, do estilo de vida, ou do grau de cultura de um padrão de pessoa que se convencionou chamar de ‘homem médio’.” (MALFATTI, Alexandre David. **O direito de informação no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Alfabeto Jurídico, 2003, p. 73).

⁵³ “No campo da saúde e da segurança do consumidor (e com maior razão quanto a alimentos e medicamentos), em que as normas de proteção devem ser interpretadas com maior rigor, por conta dos bens jurídicos em questão, seria um despropósito falar em dever de informar baseado no homo medius ou na generalidade dos consumidores, o que levaria a informação a não atingir quem mais dela precisa, pois os que padecem de enfermidades ou de necessidades especiais são frequentemente a minoria no amplo universo dos consumidores” (Recurso Especial n. 586.316-MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Herman Benjamin, Julgado em: 17-04-2007).

diferença existente entre os seres humanos, com suas peculiaridades, particularidades e especificidades, o direito deve ultrapassar a análise das normas com base no “homem genérico”.⁵⁴

No lugar, deve-se considerar o “homem específico”, tutelar especialmente os direitos de categorias mais vulneráveis. Para tanto, é necessário conferir mecanismos para a concretização do direito à igualdade, com a necessária consideração das diferenças.⁵⁵

Dessa forma, a informação posta à disposição do mercado de consumo deve ser compreendida até por aquele consumidor que não possua qualquer conhecimento, do mais baixo grau de escolaridade ou experiência de vida.⁵⁶ Logo, a delimitação do que deve ser informado é uma exigência de razoabilidade.

À primeira vista, pode parecer demasiado, por exemplo, a necessidade de inscrever alerta nos copos descartáveis de café, no sentido de atentar-se para o fato de a bebida estar quente. Diante, porém, da disseminação do hábito de consumo de bebidas geladas à base de café, a cautela é considerada, pelo menos, recomendada.⁵⁷

Sobre o tema, o art. 31 do CDC estabelece que o consumidor deve ser informado sobre as “(...) características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e à segurança”.

Salienta-se que os dados obrigatórios contidos no citado artigo não são taxativos, podendo, e devendo, ser ampliados de acordo com a especificidade do produto comercializado.⁵⁸ A necessidade de informação expressa uma preocupação com a repercussão econômica, com a saúde, e com a segurança do consumidor.

Assim, o conteúdo do direito à informação não é determinado *a priori*, sendo necessário que se verifique na relação específica quais são as informações substanciais que

⁵⁴ KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 84.

⁵⁵ MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Conteúdo jurídico do princípio da igualdade**, 4 ed.. São Paulo: Malheiros, 2021, p. 37.

⁵⁶ O CDC nasceu com o intuito de tutelar os interesses dos consumidores, que ficam em situação de fragilidade nas relações de consumo, o que se agrava quando abordamos a questão do direito à informação. Assim, seria descabida a tese de que as informações disponibilizadas aos consumidores deveriam se limitar às hipóteses que interessam a maioria da população. Com efeito, a defesa do consumidor encontra fundamento justamente na necessidade de tutelar os interesses daqueles que estão em situação mais precária, frágil.” (CHADDAD, Maria Cecília Cury. **Rotulagem de alimentos**: o direito à informação, à proteção da saúde e à alimentação da população com alergia alimentar. Curitiba: Juruá, 2014, p. 79).

⁵⁷ NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, p. 201.

⁵⁸ BENJAMIN, Antônio Herman V., MARQUES, Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**, 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2021, p. 494.

devem ser transmitidas ao consumidor.⁵⁹ Cabe ao fornecedor se valer do bom senso para levar ao consumidor as demais informações que repute necessárias para torná-lo um consumidor consciente e bem informado.

A obrigação de informação pode ser desdobrada em quatro categorias principais, interligadas entre si: (i) informação-conteúdo; (ii) informação-utilização; (iii) informação-preço; (iv) informação-advertência.⁶⁰ Cumpre, então, analisá-las.

2.2.1. A informação-conteúdo

A informação-conteúdo abrange as características intrínsecas do produto. Dentre as informações essenciais destacam-se a denominação de venda, a origem, a composição do alimento, a informação nutricional, bem como a quantidade ofertada.⁶¹

A denominação de venda deve mencionar a designação do alimento de modo específico, o que inclui a indicação de sua variedade, posto que a grande diversidade de produtos existentes pode ensejar dúvidas no consumidor.⁶² Faz-se necessário informar na embalagem de preparado de risoto, por exemplo, a variedade do arroz utilizado, visto que alguns cultivares são mais adequados para elaboração desse prato, como o arbóreo ou o carnaroli.

Ademais, devem ser fornecidos dados sobre quem produz o alimento e o endereço da fabricação, para que se conheça a origem do produto ofertado. Tal informação é extremamente importante não apenas para a aferição de responsabilidades, mas também para que o consumidor possa optar livremente pelo seu fornecedor de preferência, ou mesmo entre

⁵⁹ KHOURI, Paulo Roberto Roque Antônio. **Direito do consumidor**: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2020, p. 70.

⁶⁰ Ao considerar esses quatro desdobramentos, o relator do caso afirma a complementaridade entre o CDC e a Lei no 10.674/2003 (Lei do Glúten). No cotejamento dos dois textos legais, evidencia-se a necessária distinção entre a obrigação geral e a obrigação específica de informação, bem como entre informação-conteúdo e informação-advertência. Logo, julga não haver antinomia entre, de um lado, o art. 31 do CDC, que obriga o fornecedor a informar os consumidores sobre o “conteúdo”, bem como alertá-los acerca dos riscos a sua saúde e segurança, e, de outro, a Lei de 2003, editada justamente para proteger a saúde (bem imediato) e a vida (bem mediato) dos portadores da síndrome celiaca. (Recurso Especial n. 586.316-MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Herman Benjamin, Julgado em: 17-04-2007).

⁶¹ NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, p. 265.

⁶² A título de exemplo, só o tomate pode ser classificado com base em quatro critérios: formato, coloração, durabilidade e apresentação. Com lastro apenas no parâmetro concernente ao formato, podem ainda ser subdivididos em cinco grupos: Santa Cruz, Caqui, Saladete, Italiano e Cereja. Segundo o critério da coloração, distinguem-se entre vermelhos, amarelos, laranjas e rosados. No que diz respeito ao quesito durabilidade, pode ser de resistência “normal” ou “longa vida”. Por fim, pelo critério da apresentação podem ser expostas à venda individualmente (normal) ou em penca (rácimo, que é a forma em que é colhido). Toda essa variedade concernente a uma única espécie de fruto é ilustrativa das dúvidas das quais os consumidores podem ser acometidos. (NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 266).

o produtor nacional e aquele importado. Saber de onde vêm os alimentos significa tomar conhecimento de como o alimento foi plantado, se foi ou não utilizado agrotóxicos, saber a distância entre onde o alimento foi produzido e onde está sendo vendido, pois quanto mais próximo, mais fresco e menos poluentes são emitidos no transporte.⁶³

Já as informações atinentes à composição do alimento guardam particular importância para salvaguardar o consumidor de efeitos adversos de algum ingrediente empregado em sua elaboração, como é o caso do amendoim, com relação ao qual existe percentual significativo de pessoas que desenvolvem alergia. Outrossim, resguarda o consumidor de comprar algum produto que contém ingrediente que não o agrada, independentemente do motivo.⁶⁴

A informação nutricional, por sua vez, desempenha papel fundamental na elaboração de uma dieta alimentar balanceada quanto à ingestão de nutrientes, o que assume particular relevância no âmbito da alimentação infantil, geriátrica, de esportistas, ou nos regimes alimentares com restrição de calorias.⁶⁵

Por fim, a indicação da quantidade é importante, pois permite que o consumidor possa conferir a coerência entre o informado e o que efetivamente recebeu, além de examinar a utilidade e a pertinência da aquisição de determinado tamanho ou quantidade de produto.⁶⁶

2.2.2. A informação-utilização

A informação-utilização corresponde às instruções para melhor uso do produto ofertado.⁶⁷ Para tanto, é necessário que conste a indicação do prazo de validade, visto que a ausência desse dado gera confiança no consumidor de que possa ainda ser consumido, enquanto que a informação lhe permite escolher aquele que seja de fabricação mais recente. Deve igualmente ser informadas as instruções de uso, preparo e armazenamento, a fim de que o produto esteja apto a atender às legítimas expectativas do consumidor.⁶⁸

⁶³Explica a nutricionista Ana Paula Bortoletto. Disponível em:

<https://www.diariodasaude.com.br/news.php?article=origem-dos-alimentos&id=10277>. Acesso em 06/09/2021.

⁶⁴NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 289.

⁶⁵NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 293.

⁶⁶KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 53.

⁶⁷NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 310.

⁶⁸LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001, p. 232.

O Superior Tribunal de Justiça já decidiu pela responsabilidade civil da fabricante de lata de tomate que colocou no mercado produto acondicionado em latas cuja abertura requeria certos cuidados, sem prestar a devida informação ao consumidor, o qual acabou se cortando ao manuseá-la.⁶⁹

Em caso análogo, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul condenou a fabricante e a importadora de salgados congelados a indenizarem consumidora que se feriu ao preparar o salgado. As informações de preparo também não foram suficientemente repassadas, deixando margens a possíveis ferimentos.⁷⁰

Por outro lado, a Segunda Turma Recursal Cível do Rio Grande do Sul entendeu pela ausência de responsabilidade da fornecedora de suco de uva que explodiu. No caso, a autora não tomou os devidos cuidados com a conservação do produto, haja vista que, mesmo com a expressa informação de que o suco de uva deveria ser conservado em geladeira após aberto, optou por não deixá-lo sob refrigeração. Portanto, ao não conservar o produto de forma adequada, deu azo à fermentação que causou a explosão.⁷¹

⁶⁹CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Lata de tomate. Arisco. Dano na abertura da lata. Responsabilidade civil da fabricante. O fabricante de massa de tomate que coloca no mercado produto acondicionado em latas cuja abertura requer certos cuidados, sob pena de risco à saúde do consumidor, e sem prestar a devida informação, deve indenizar os danos materiais e morais daí resultantes. Rejeitada a denúncia da lide à fabricante da lata por falta de prova. Recurso não conhecido. (Recurso Especial n. 237964/SP, Quarta Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Ruy Rosado de Aguiar, Julgado em: 08-05-2000)

⁷⁰ Responsabilidade civil. Ação de indenização por danos morais. Código de Defesa do consumidor. Acidente de consumo. Fato do produto. - Queimaduras originárias da explosão de produto comestível quando em contato em óleo de fritura. Reconhecido o dever de indenizar. Falha no dever de informação e de segurança. - Caracterização de acidente de consumo pelo fato do produto (art. 12, § 3º do CDC), cujas excludentes não restaram devidamente comprovadas pelo fabricante/comerciante, e cuja responsabilidade, in casu, é objetiva. - Indenização não deve ser em valor ínfimo, nem tão elevada que torne desinteressante a própria inexistência do fato. Atenção às particularidades das circunstâncias fáticas – extensão das lesões e caráter punitivo-pedagógico - e aos precedentes da Câmara. Indenização fixada em 1º Grau mantida. APELAÇÕES DESPROVIDAS. DECISÃO UNÂNIME. (Apelação Cível, Nº 70075029884, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Jorge Alberto Schreiner Pestana, Julgado em: 22-03-2018).

⁷¹RECURSO INOMINADO. AÇÃO INDENIZATÓRIA. ALEGAÇÃO DE EXPLOÇÃO DE GARRAFA DE SUCO DE UVA. AUTORA QUE NÃO OBSERVOU AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO SOBRE A CONSERVAÇÃO DO PRODUTO. AUSÊNCIA DE RESPONSABILIDADE DA REQUERIDA. ALEGAÇÃO DE CERCEAMENTO DE DEFESA PELA RÉ NÃO ACOLHIDA. 1. Primeiramente, não há que se falar em cerceamento de defesa, conforme quer fazer crer a parte ré e recorrida. De acordo com a previsão do art. 33 da Lei 9.099/95, o julgador pode limitar ou excluir as provas que considerar excessivas, impertinentes ou protelatórias, não havendo nenhuma nulidade na desconsideração do depoimento de testemunhas da parte demandada, utilizando-se o julgador de seu livre convencimento. 2. No mais, em que pese a presente ação versar sobre matéria consumerista, tal fato não exige o consumidor de comprovar fatos constitutivos de seu direito, conforme art. 333, II, do CPC. 3. No caso em apreço, como bem observado pelo julgador singular, não tomou a autora os devidos cuidados com a conservação do produto. Isso porque, mesmo com expressa informação de que o suco de uva deveria ser conservado em geladeira após aberto, fl. 60, a demandante optou por não deixá-lo sob refrigeração, conforme admitiu expressamente em depoimento pessoal, fl. 30. 4. Portanto, ao não conservar o produto de forma adequada, deu azo à fermentação que causou a explosão. Assim, se algum dano ocorreu, este se deu por culpa exclusiva da consumidora, afastando-se, com isso, a responsabilidade da demandada, que, afinal, observou o dever de informação que lhe era exigível. 5. Por isso, deve permanecer incólume a solução encontrada na decisão de primeiro grau de improcedência dos pedidos. SENTENÇA MANTIDA POR SEUS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS. RECURSO IMPROVIDO. (Recurso Cível, Nº 71004286688, Segunda Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Roberto Behrendorf Gomes da Silva, Julgado em: 24-07-2013).

Logo, a informação desempenha fundamental importância para resguardar a segurança do consumidor e a utilidade do produto adquirido, ao mesmo tempo que garante ao fornecedor que os riscos da má utilização do produto serão do consumidor.

2.2.3. A informação-preço

Já a informação-preço abrange os custos, as formas e as condições de pagamento do produto. Também deverão ser informados eventuais descontos oferecidos em função do prazo ou do instrumento de pagamento utilizado.⁷²

Sobre o tema, o Superior Tribunal de Justiça decidiu que não é obrigatória a fixação de etiquetas de preços individuais em todos os produtos colocados à venda no comércio, desde que outro mecanismo, como código de barras, seja adotado. De qualquer sorte, a divulgação deverá sempre ser clara, legível, e de fácil acesso.⁷³

2.2.4. A informação-advertência

Por último, a informação-advertência abrange, sobretudo, os riscos que o produto pode oferecer. Dessa forma, caso haja risco à saúde e à segurança⁷⁴ do consumidor, o dever geral de informar deve ser complementado pelo dever de informar ostensivamente a respeito da nocividade ou da periculosidade do produto.⁷⁵

São os chamados produtos intrinsecamente perigosos (de periculosidade inerente), ou seja, aqueles que apresentam um risco inerente à sua própria qualidade ou modo de

⁷² NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 308-9.

⁷³PROCESSUAL CIVIL E ADMINISTRATIVO - MANDADO DE SEGURANÇA PREVENTIVO DE AUTUAÇÃO PELA FISCALIZAÇÃO - SUPERMERCADO - ETIQUETAGEM DE PRODUTOS - CPC, ART. 462 E LEI 10.962/04 - OBRIGATORIEDADE AFASTADA - POSSIBILIDADE DE UTILIZAÇÃO DE CÓDIGO DE BARRAS - PRECEDENTES. 1. De acordo com a expressa disposição do art. 462 do CPC, pode o julgador, de ofício, tomar em consideração a existência de alteração legislativa superveniente que afaste a ilicitude da conduta questionada na ação. 2. Com o advento da Lei 10.962/04, restou afastada a obrigatoriedade de etiquetamento individual dos produtos colocados à venda em supermercados e hipermercados, dentre outros estabelecimentos comerciais (art. 2º), sendo possível a utilização do sistema de código de barras. 3. Recurso especial provido. (Recurso Especial n. 813626/MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Min. Eliana Calmon, Julgado em: 01-10-2009)

⁷⁴ “A noção de segurança é relativa, pois não há produto totalmente seguro. Equivoca-se e afasta-se da realidade quem acredita que, pelo CDC, o consumidor irá ficar completamente protegido contra quaisquer riscos derivados do uso de qualquer produto. O objetivo é mais limitado, restringe-se a garantir que os riscos se conservem no limite do razoável.”

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Responsabilidade civil no código do consumidor e a defesa do fornecedor**, São Paulo: Saraiva, 2002, p. 252.

⁷⁵ **Código de Defesa do Consumidor**, art. 9º: “O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.”

funcionamento.⁷⁶ Um produto que contenha glúten, por exemplo, é intrinsecamente perigoso para a população celiaca.

Os danos causados por esses produtos estão excluídos, em princípio, do regime jurídico da responsabilidade do Código de Defesa do Consumidor. Transferir a consequências dos riscos inerentes para o fornecedor seria ônus insuportável, o que acabaria por inviabilizar o próprio fornecimento.⁷⁷ No entanto, o afastamento da responsabilidade do fornecedor exige que a periculosidade tenha duas características: normalidade e previsibilidade.⁷⁸

A normalidade significa que a natureza do produto e a forma normal de fruição ensejam um risco para o consumidor, que deve ser devidamente informado a respeito. A previsibilidade significa que o consumidor deve estar ciente da periculosidade do produto, tendo sido adequadamente informado acerca da forma correta de utilização e advertido dos riscos a serem suportados.⁷⁹

Somente se houver a conjugação desses dois elementos é que a responsabilidade civil do fornecedor ficará afastada. A título ilustrativo, uma pessoa alérgica deve esperar que um alimento que contenha a substância alergênica lhe fará mal.

Diferentemente, os produtos de periculosidade adquirida são aqueles que se tornam perigosos em razão de um defeito, como no caso da falta de informação, o que coloca em risco a saúde e a segurança do consumidor. São produtos que, sem o defeito, não apresentam riscos superiores àqueles legitimamente esperados.⁸⁰ Assim, caso haja traços de substância alergênica, sem que conste o respectivo alerta, o fornecedor poderá ser responsabilizado pela informação deficiente.

O produto pode apresentar-se inofensivo para a imensa maioria dos consumidores, mas apresentar-se extremamente perigoso para um grupo reduzido. De qualquer sorte, o fornecedor tem o dever de informar que o produto pode causar malefícios a um grupo de pessoas, independentemente de este não ser prejudicial à generalidade da população. Afinal, *"ser diferente ou minoria, por doença ou qualquer outra razão, não é ser menos consumidor,*

⁷⁶BENJAMIN, Antônio Herman V., MARQUES, Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**, 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2021, p. 60.

⁷⁷CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do Consumidor**, 5.ed., São Paulo: Atlas, 2019, p. 321.

⁷⁸ **Código de Defesa do Consumidor**, art. 8º: "Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito."

⁷⁹GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**, 11 ed. São Paulo, Editora Forense, 2017, p. 251.

⁸⁰ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do Consumidor**, 5.ed., São Paulo: Atlas, 2019, p. 320.

nem menos cidadão, tampouco merecer direitos de segunda classe ou proteção apenas retórica do legislador”.⁸¹

O dever de informar serve como opção de intervenção na ordem econômica menos onerosa para o fornecedor, uma vez que, se os riscos são massificados, a opção é frequentemente controlar sua circulação. Assim, na hipótese de riscos mais localizados, a solução pode ser flexibilizar o controle de comercialização, e, em contrapartida, exigir maior rigor nas informações prestadas.⁸²

A intensidade da informação-advertência pode variar conforme as características do produto.⁸³ Entretanto, deve vir destacada do conjunto da mensagem, de modo a chamar a atenção do consumidor.⁸⁴

Nesse contexto, o Superior Tribunal de Justiça decidiu que a informação-conteúdo “*contém glúten*” é, por si só, insuficiente para informar os consumidores sobre o prejuízo que o alimento acarreta à saúde dos doentes celíacos⁸⁵, tornando-se necessária a integração com a informação-advertência correta, clara, precisa e em vernáculo: “contém glúten: o glúten é prejudicial à saúde dos doentes celíacos”.⁸⁶

⁸¹Recurso Especial n. 586.316-MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Herman Benjamin, Julgado em: 17-04-2007.

⁸² “Uma portaria do Ministério para a Juventude, Família e Saúde continha a proibição de comercialização de doces que, embora contivesse chocolate em pó, eram feitos sobretudo de flocos de arroz e não eram, portanto, produtos genuinamente de chocolate. O objetivo dessa portaria era proteger o consumidor contra compras equivocadas. O Tribunal Constitucional Federal observou que tal proibição de comercialização de mercadorias seria inteiramente adequada para proteger o consumidor. No entanto, a proibição de comercialização não seria necessária (liberdade profissional). Haveria uma medida igualmente adequada e ao mesmo tempo menos invasiva. Um dever de identificação no rótulo poderia combater o perigo de confusões e equívocos de maneira igualmente eficaz, mas de forma menos invasiva.” (ALEXY, Robert. **Teoria dos Direitos Fundamentais**. 2.ed. tradução Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2012. p. 590).

⁸³ BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008. p. 127.

⁸⁴GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**, 11 ed. São Paulo, Editora Forense, 2017, p. 255.

⁸⁵ “A doença celíaca é uma doença autoimune causada pela intolerância ao glúten provocando dificuldade do organismo de absorver os nutrientes dos alimentos, vitaminas, sais minerais e água.” Disponível em: <https://bvsm.sau.gov.br/doenca-celiaca/>. Acesso em: 12/09/2021.

⁸⁶ DIREITO DO CONSUMIDOR. ADMINISTRATIVO. NORMAS DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. ORDEM PÚBLICA E INTERESSE SOCIAL. PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA. PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA. PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. OBRIGAÇÃO DE SEGURANÇA. DIREITO À INFORMAÇÃO. DEVER POSITIVO DO FORNECEDOR DE INFORMAR, ADEQUADA E CLARAMENTE, SOBRE RISCOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS. DISTINÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO-CONTEÚDO E INFORMAÇÃO-ADVERTÊNCIA. ROTULAGEM. PROTEÇÃO DE CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS. CAMPO DE APLICAÇÃO DA LEI DO GLÚTEN (LEI 8.543/92 AB-ROGADA PELA LEI 10.674/2003) E EVENTUAL ANTINOMIA COM O ART. 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. MANDADO DE SEGURANÇA PREVENTIVO. JUSTO RECEIO DA IMPETRANTE DE OFENSA À SUA LIVRE INICIATIVA E À COMERCIALIZAÇÃO DE SEUS PRODUTOS. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS POR DEIXAR DE ADVERTIR SOBRE OS RISCOS DO GLÚTEN AOS DOENTES CELÍACOS. INEXISTÊNCIA DE DIREITO LÍQUIDO E CERTO. DENEGAÇÃO DA SEGURANÇA. 1. Mandado de Segurança Preventivo fundado em justo receio de sofrer ameaça na comercialização de produtos alimentícios fabricados por empresas que integram a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação – ABIA, ora impetrante, e ajuizado em face da instauração de

procedimentos administrativos pelo PROCON-MG, em resposta ao descumprimento do dever de advertir sobre os riscos que o glúten, presente na composição de certos alimentos industrializados, apresenta à saúde e à segurança de uma categoria de consumidores – os portadores de doença celíaca. 2. A superveniência da Lei 10.674/2003, que ab-rogou a Lei 8.543/92, não esvazia o objeto do mandamus, pois, a despeito de disciplinar a matéria em maior amplitude, não invalida a necessidade de, por força do art. 31 do Código de Defesa do Consumidor – CDC, complementar a expressão “contém glúten” com a advertência dos riscos que causa à saúde e segurança dos portadores da doença celíaca. É concreto o justo receio das empresas de alimentos em sofrer efetiva lesão no seu alegado direito líquido e certo de livremente exercer suas atividades e comercializar os produtos que fabricam. 3. As normas de proteção e defesa do consumidor têm índole de “ordem pública e interesse social”. Daí a impossibilidade de o consumidor delas abrir mão ex ante e no atacado. 4. O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor, mecanismo que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo, o que não quer dizer compactuar com exageros que, sem utilidade real, obstem o progresso tecnológico, a circulação dos bens de consumo e a própria lucratividade dos negócios. 5. O direito à informação, abrigado expressamente pelo art. 5º, XIV, da Constituição Federal, é uma das formas de expressão concreta do Princípio da Transparência, sendo também corolário do Princípio da Boa-fé Objetiva e do Princípio da Confiança, todos abraçados pelo CDC. 6. No âmbito da proteção à vida e saúde do consumidor, o direito à informação é manifestação autônoma da obrigação de segurança. 7. Entre os direitos básicos do consumidor, previstos no CDC, inclui-se exatamente a “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem” (art. 6º, III). 8. Informação adequada, nos termos do art. 6º, III, do CDC, é aquela que se apresenta simultaneamente completa, gratuita e útil, vedada, neste último caso, a diluição da comunicação efetivamente relevante pelo uso de informações soltas, redundantes ou destituídas de qualquer serventia para o consumidor. 9. Nas práticas comerciais, instrumento que por excelência viabiliza a circulação de bens de consumo, “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” (art. 31 do CDC). 10. A informação deve ser correta (= verdadeira), clara (= de fácil entendimento), precisa (= não prolixa ou escassa), ostensiva (= de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa. 11. A obrigação de informação é desdobrada pelo art. 31 do CDC, em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (= características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (= como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (= custo, formas e condições de pagamento), e d) informação-advertência (= riscos do produto ou serviço). 12. A obrigação de informação exige comportamento positivo, pois o CDC rejeita tanto a regra do caveat emptor como a subinformação, o que transmuda o silêncio total ou parcial do fornecedor em patologia repreensível, relevante apenas em desfavor do profissional, inclusive como oferta e publicidade enganosa por omissão. 13. Inexistência de antinomia entre a Lei 10.674/2003, que surgiu para proteger a saúde (imediatamente) e a vida (mediatamente) dos portadores da doença celíaca, e o art. 31 do CDC, que prevê sejam os consumidores informados sobre o “conteúdo” e alertados sobre os “riscos” dos produtos ou serviços à saúde e à segurança. 14. Complementaridade entre os dois textos legais. Distinção, na análise das duas leis, que se deve fazer entre obrigação geral de informação e obrigação especial de informação, bem como entre informação-conteúdo e informação-advertência. 15. O CDC estatui uma obrigação geral de informação (= comum, ordinária ou primária), enquanto outras leis, específicas para certos setores (como a Lei 10.674/03), dispõem sobre obrigação especial de informação (= secundária, derivada ou tópica). Esta, por ter um caráter mínimo, não isenta os profissionais de cumprirem aquela. 16. Embora toda advertência seja informação, nem toda informação é advertência. Quem informa nem sempre adverte. 17. No campo da saúde e da segurança do consumidor (e com maior razão quanto a alimentos e medicamentos), em que as normas de proteção devem ser interpretadas com maior rigor, por conta dos bens jurídicos em questão, seria um despropósito falar em dever de informar baseado no homo medius ou na generalidade dos consumidores, o que levaria a informação a não atingir quem mais dela precisa, pois os que padecem de enfermidades ou de necessidades especiais são freqüentemente a minoria no amplo universo dos consumidores. 18. Ao Estado Social importam não apenas os vulneráveis, mas sobretudo os hipervulneráveis, pois são esses que, exatamente por serem minoritários e amiúde discriminados ou ignorados, mais sofrem com a massificação do consumo e a “pasteurização” das diferenças que caracterizam e enriquecem a sociedade moderna. 19. Ser diferente ou minoria, por doença ou qualquer outra razão, não é ser menos consumidor, nem menos cidadão, tampouco merecer direitos de segunda classe ou proteção apenas retórica do legislador. 20. O fornecedor tem o dever de informar que o produto ou serviço pode causar malefícios a um grupo de pessoas, embora não seja prejudicial à generalidade da população, pois o que o ordenamento pretende resguardar não é somente a vida de muitos, mas também a vida de poucos. 21. Existência de lacuna na Lei 10.674/2003, que tratou apenas da informação-conteúdo, o que leva à aplicação do art. 31 do CDC, em processo de integração jurídica, de forma a obrigar o fornecedor a estabelecer e divulgar, clara e

Em regra, o alerta a ser feito deve dizer respeito ao uso normal e regular do bem naturalmente perigoso. Contudo, caso os efeitos do uso abusivo sejam muito graves, a advertência sobre a utilização abusiva também deve ser realizada.⁸⁷

O Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul entendeu não haver violação do dever de informar do fornecedor de copo com canudo, o qual lesionou o palato de uma criança que havia caído com o objeto na mão. No caso, não houve defeito na informação, uma vez que a segurança que legitimamente se espera do copo não abrange a excepcional situação em questão.⁸⁸

inequivocamente, a conexão entre a presença de glúten e os doentes celíacos. 22. Recurso Especial parcialmente conhecido e, nessa parte, provido. (Recurso Especial n. 586.316-MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Herman Benjamin, Julgado em: 17-04-2007).

PROCESSO CIVIL. PROCESSO COLETIVO. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO COLETIVA. DIREITO À INFORMAÇÃO. DEVER DE INFORMAR. ROTULAGEM DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS. PRESENÇA DE GLÚTEN. PREJUÍZOS À SAÚDE DOS DOENTES CELÍACOS. INSUFICIÊNCIA DA INFORMAÇÃO-CONTEÚDO "CONTÉM GLÚTEN". NECESSIDADE DE COMPLEMENTAÇÃO COM A INFORMAÇÃO-ADVERTÊNCIA SOBRE OS RISCOS DO GLÚTEN À SAÚDE DOS DOENTES CELÍACOS. INTEGRAÇÃO ENTRE A LEI DO GLÚTEN (LEI ESPECIAL) E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (LEI GERAL). 1. Cuida-se de divergência entre dois julgados desta Corte: o acórdão embargado da Terceira Turma que entendeu ser suficiente a informação "contém glúten" ou "não contém glúten", para alertar os consumidores celíacos afetados pela referida proteína; e o paradigma da Segunda Turma, que entendeu não ser suficiente a informação "contém glúten", a qual deve ser complementada com a advertência sobre o prejuízo do glúten à saúde dos doentes celíacos. 2. O CDC traz, entre os direitos básicos do consumidor, a "informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam" (art. 6º, inciso III). 3. Ainda de acordo com o CDC, "a oferta e a 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" (art. 31). 4. O art. 1º da Lei 10.674/2003 (Lei do Glúten) estabelece que os alimentos industrializados devem trazer em seu rótulo e bula, conforme o caso, a informação "não contém glúten" ou "contém glúten", isso é, apenas a informação-conteúdo. Entretanto, a superveniência da Lei 10.674/2003 não esvazia o comando do art. 31, caput, do CDC (Lei 8.078/1990), que determina que o fornecedor de produtos ou serviços deve informar "sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores", ou seja, a informação-advertência. 5. Para que a informação seja correta, clara e precisa, torna-se necessária a integração entre a Lei do Glúten (lei especial) e o CDC (lei geral), pois, no fornecimento de alimentos e medicamentos, ainda mais a consumidores hipervulneráveis, não se pode contentar com o standard mínimo, e sim com o standard mais completo possível. 6. O fornecedor de alimentos deve complementar a informação-conteúdo "contém glúten" com a informação-advertência de que o glúten é prejudicial à saúde dos consumidores com doença celíaca. Embargos de divergência providos para prevalecer a tese do acórdão paradigma no sentido de que a informação-conteúdo "contém glúten" é, por si só, insuficiente para informar os consumidores sobre o prejuízo que o alimento com glúten acarreta à saúde dos doentes celíacos, tornando-se necessária a integração com a informação-advertência correta, clara, precisa, ostensiva e em vernáculo: "CONTÉM GLÚTEN: O GLÚTEN É PREJUDICIAL À SAÚDE DOS DOENTES CELÍACOS". (Embargos de Divergência em Recurso Especial n.1.515.895-MS, Corte Especial, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Humberto Martins, Julgado em: 20-09-2017).

⁸⁷FABIAN, Christoph. **O dever de informar no Direito Civil**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, p. 148

⁸⁸APELAÇÃO CÍVEL. RECURSO ADESIVO. RESPONSABILIDADE CIVIL. FATO DO PRODUTO. QUEDA DE CRIANÇA CAUSANDO LESÃO NO PALATO POR CANUDO DE COPO DE ACRÍLICO. DEVER DE INFORMAÇÃO. AUSÊNCIA DE NEXO DE CAUSALIDADE ENTRE A CONDUTA DO FORNECEDOR E O EVENTO DANOSO. 1. O art. 12 do CDC prevê que a responsabilidade pelo fato do produto tanto do produtor como do comerciante é objetiva, de modo que basta a demonstração do nexo de causalidade e o efetivo prejuízo para configurar o dever de indenizar pelos danos causados ao consumidor, admitidas, contudo, excludentes de responsabilidade. 2. Em que pese incontroverso o evento danoso, que causou a lesão na menor, que portava copo de material acrílico adquirido da demandada, não se pode imputar-lhe a falha

Por outro lado, o art. 4º, § 2º, da Lei n. 9.294/1996, traz determinação para que os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas contenham advertência acerca do consumo excessivo de álcool.⁸⁹ O uso indevido do álcool é um dos principais fatores que contribui para diminuição da saúde mundial, sendo responsável por 3,2% de todas as mortes, e por 4% de todos os anos perdidos de vida útil.⁹⁰ Dessa forma, o alerta revela-se de grande importância.

Em suma, ao consumidor deve ser repassada a informação sobre os dados relevantes do produto, como conteúdo, a utilização, o preço, e os riscos. Estudado *o que* deve ser informado ao consumidor, passa-se à análise de *como* essa informação deve ser repassada.

2.2. Como o consumidor deve ser informado

Para que o direito à informação seja devidamente atendido, não basta que a informação seja repassada ao consumidor, ela deve ser veiculada de forma acessível, correta e satisfatória.⁹¹

A sociedade de consumo caracteriza-se, sobretudo, pela hiperinformação, ou seja, a elaboração e divulgação, em alta velocidade, de um grande número de informações, sem que seu destinatário esteja necessariamente alertado ou capacitado para recebê-las, identificá-las e compreendê-las com a mesma agilidade.⁹²

no dever de informação acerca do produto, como dispõe o caput do art. 12 do CDC, pois, a segurança que dele legitimamente se espera (parágrafo 1º) é em função do uso adequado pelo consumidor, englobando apenas os riscos que razoavelmente dele se esperam (inciso II do parágrafo 1º). 3. Por sua vez, os riscos à segurança e à saúde a que alude o art. 8º do CDC referem-se apenas àqueles normais e previsíveis, não sendo o caso versado, em que, de forma acidental, a menor caiu em cima do copo, situação que decorre do uso irregular do produto e não pode ensejar a responsabilidade do fornecedor. 4. Desse modo, o uso irregular ou de forma imprudente – que refoge à razoabilidade – ainda que por menor de idade, não pode ensejar o dever de indenizar do fornecedor ou do comerciante quanto aos danos causados. DERAM PROVIMENTO À APELAÇÃO, PREJUDICADO O RECURSO ADESIVO. (Apelação Cível, Nº 70083221069, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Eliziana da Silveira Perez, Julgado em: 05-03-2020).

⁸⁹**Lei n. 9.294 de 15 de julho de 1996**, art. 4º: “Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas. § 1º A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas. § 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool".

⁹⁰ SECRETARIA NACIONAL ANTIDROGAS, I Levantamento Nacional sobre os padrões de consumo de álcool na população brasileira / Elaboração, redação e organização: Ronaldo Laranjeira ...[et al.] **Revisão técnica científica**: Paulina do Carmo Arruda Vieira Duarte. Brasília, 2007, p. 76.

⁹¹KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 81.

⁹²BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação**: direito e dever nas relações de consumo. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008, p. 42.

Nesse contexto, o direito básico à informação não tem seu atendimento condicionado apenas ao repasse formal dos dados. Sua eficácia determina, em verdade, autêntico dever de esclarecimento, o qual se verifica pelo repasse eficiente das informações necessárias.⁹³

Assim, a Primeira Turma Recursal do Rio Grande do Sul entendeu como violado o dever de informação de empresa fornecedora de sorvete que não informou de maneira eficiente a possibilidade de contaminação cruzada. Isso porque, no pote do produto, havia a informação sobre ausência do glúten destacada em negrito, e, apenas em letras inferiores, constava o alerta de que o alimento era produzido em equipamento que também processa alimentos com glúten. Dessa forma, evidente que o mero repasse da informação não atendeu ao dever de informar.⁹⁴

Incide, nesse aspecto, outros deveres anexos decorrentes da boa-fé objetiva, como o dever de colaboração e de respeito à contraparte. Isso implica, igualmente, o dever de abstenção do fornecedor em dar causa a obstáculos que impeçam ou dificultem o acesso à informação.⁹⁵

Ainda que não haja um modo específico do estabelecimento deste dever, observa-se que a abrangência do direito à informação do consumidor justifica-se desde seu aspecto finalístico.⁹⁶ Em outros termos, é necessário que, em atenção a condicionantes eventualmente presentes ao caso, a informação cumpra sua finalidade no esclarecimento do consumidor, e, adiante, na fruição do produto adquirido.

Dessarte, o exame do cumprimento do dever de informar do fornecedor se dá sempre *in concreto*, em vista das condições em que esta é transmitida e das condições subjetivas do destinatário das informações.⁹⁷ Não se trata de fazer com que o consumidor conheça e compreenda efetivamente a informação, mas de desenvolver atividade razoável que o permita e o facilite.⁹⁸

⁹³ “Devem ser informações de quantidade e qualidade, para que o consumidor possa formar livremente a sua vontade de consumir. Este conceito é uma delimitação para que o dever de informar torne-se praticável.” (FABIAN, Christoph. **O dever de informar no direito civil**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 82).

⁹⁴RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. CONSUMIDOR. AUTORA PORTADORA DE DOENÇA CELÍACA.INDISPOSIÇÃO GÁSTRICA APÓS INGESTÃO ALIMENTO SEM GLÚTEN QUE, CONTUDO, É PRODUZIDO EM EQUIPAMENTO QUE PROCESSA ALIMENTO COM GLÚTEN. CONTAMINAÇÃO CRUZADA. FALHA NO DEVER DE INFORMAÇÃO PELA RÉ. dano moral configurado. quantum reduzido para R\$3.000,00 a fim de se adequar às peculiaridades do caso concreto. SENTENÇA reformada em parte. RECURSO PROVIDO EM PARTE. (Recurso Inominado nº 71009097569, Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Fabiana Zilles, Julgado em: 10-12-2019).

⁹⁵FABIAN, Christoph. **O dever de informar no direito civil**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 59

⁹⁶KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 45.

⁹⁷MALFATTI, Alexandre David. **O direito de informação no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Alfabeta Jurídico, 2003, p. 247.

⁹⁸ “A cognoscibilidade abrange não apenas o conhecimento (poder conhecer) mas a compreensão (poder compreender). Conhecer e compreender não se confundem com aceitar e consentir. (...) Pretende-se com a

Contudo, deve-se levar em consideração que a variedade de pessoas e, por consequência, de capacidade de entendimento, é muito ampla em nosso país. Diante desse cenário, a informação deve ser exteriorizada de forma tão manifesta e translúcida, que não haja possibilidade de se alegar ignorância ou desinformação.⁹⁹

No ponto, o artigo 31 do CDC estabelece que “*a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa (...)*”.

Em vista disso, os requisitos da informação podem ser sintetizados em três pontos principais, interligados entre si: (i) adequação, (ii) veracidade (iii) suficiência.¹⁰⁰ A ausência de qualquer um deles importa o descumprimento do dever de informar, de modo que se faz necessário analisá-los com acuidade.

2.2.1. A informação adequada

A informação adequada é aquela apta a atingir os fins que se pretende alcançar com a mesma, o que, no caso, é o esclarecimento do consumidor.¹⁰¹ O fornecedor deve prestar informações que possam ser compreendidas e efetivamente utilizadas.

Para que isso seja possível, o meio utilizado para veiculação da informação não deve dificultar a leitura.¹⁰² É vedada, por exemplo, a utilização de embalagens danificadas, ou que venham cobertos por etiquetas autoadesivas.¹⁰³

Estudo realizado na Austrália demonstrou o interesse dos consumidores em visualizarem os dados do produto já na parte da frente da embalagem, e concluiu que a localização das informações influencia no desenvolvimento da saúde da população.¹⁰⁴

garantia de cognoscibilidade facilitar ao consumidor a única opção que se lhe coloca nos contratos de consumo massificados, notadamente quando submetidos a condições gerais, isto é, ‘pegar ou largar’ ou avaliar os custos e benefícios em bloco, uma vez que não tem poder contratual para modificar ou negociar os termos e o conteúdo contratual.” (LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001).

⁹⁹GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**, 11 ed. São Paulo, Editora Forense, 2017, p.176.

¹⁰⁰CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do Consumidor**, 5.ed., São Paulo: Atlas, 2019, p. 114

¹⁰¹EFING, Antônio Carlos. **Fundamento das relações de consumo**. 4. ed. Curitiba: Juruá, 2019, p. 43.

¹⁰²NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar: da produção agrária à proteção do consumidor**, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 315-16 .

¹⁰³Renata Kretzmann entende que os dados presentes em um iogurte, impressos na embalagem em círculo ao redor da etiqueta, não transmitem a ideia de clareza, já que o consumidor precisa ficar girando o produto para tentar ler, o que dificulta a compreensão. (KRETMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas**, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 47).

¹⁰⁴PETTIGREW, Simone *et al.*, The types and aspects of the front-of-pack food labelling schemes preferred by adults and children. **Appetite**, v. 109, Elsevier, p. 115-123, 2017.

Outrossim, os signos empregados (imagens, palavras) devem ser claros e precisos, estimulantes do conhecimento e da compreensão. O texto deve empregar letras com dimensões mínimas, que facilitem a legibilidade da informação.¹⁰⁵

O legislador acrescentou ainda, no parágrafo único do art. 31, que as informações nos produtos refrigerados devem ser gravadas de forma indelével.¹⁰⁶ Entende-se, todavia, que essa regra deve ser estendida à informação de todo e qualquer produto, considerando que também estão sujeitas a apagarem-se na hipótese de, por exemplo, o impresso ter pouca tinta ou de estar exposto à luz excessiva.¹⁰⁷

Ademais, devem ser utilizados termos de fácil inteligência por parte do consumidor que, por ser leigo, não domina a linguagem técnica.¹⁰⁸ A título ilustrativo, apenas para indicar a presença de ovo em um alimento, existem inúmeras denominações, como albumina, ovomucoide, globulina, conalbumina, lisozima, livetina, lecitina, vitelina, o que pode acabar por confundir o consumidor, do qual não se pode esperar que conheça o significado dessas palavras menos usuais.¹⁰⁹

Nada obstante, a utilização de linguagem técnica, desde que disponibilizada em informe complementar, é aceitável, e, por vezes, necessária para melhor compreensão dos profissionais da saúde, como médicos e nutricionistas.¹¹⁰

A informação deve ser obrigatoriamente exarada em língua portuguesa. A utilização de expressões estrangeiras não estão proibidas, entretanto deve sempre ser esclarecido no vernáculo do que se trata, o que pode ser feito por intermédio de novas embalagens ou adesivos sobre a embalagem original.¹¹¹

¹⁰⁵ “Toda a informação necessária que envolva riscos ou ônus que devem ser suportados pelo consumidor será destacada, de modo a que ‘saltem aos olhos’.” (LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001).

¹⁰⁶ **Código de Defesa do Consumidor**, art. 31: “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. Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. (Incluído pela Lei nº 11.989, de 2009)”.

¹⁰⁷ NUNES, Luis Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. p. 322.

¹⁰⁸ NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 315.

¹⁰⁹ CHADDAD, Maria Cecília Cury. **Rotulagem de alimentos**: o direito à informação, à proteção da saúde e à alimentação da população com alergia alimentar. Curitiba: Juruá, 2014, p.31.

¹¹⁰ NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 315 .

¹¹¹ “Tal regra pode obter considerável importância se a economia brasileira realmente se integrar às economias da Argentina, Uruguai, Paraguai e Venezuela. Mesmo que não se forme um mercado comum, a realização de uma zona de comércio livre ou união aduaneira imperfeita, ou até mesmo a simples abertura do mercado brasileiro às importações deverá seguir o disposto no art. 31, para proteção do consumidor brasileiro.” (MARQUES. Cláudia

Contudo, pode ocorrer de a expressão estrangeira já estar consagrada pelo uso, sendo perfeitamente perceptível seu significado, como no caso das palavras “*milk-shake*” e “*ketchup*”. Nessa situação, não será necessária sua tradução para o português.¹¹²

Deve igualmente ser garantido aos mais diversos tipos de consumidores o acesso a essas informações. O direito do consumidor não pode ficar alheio às dificuldades de algum grupo específico de indivíduos.¹¹³

Nesse sentido, o Estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei 13.146/2015) instituiu parágrafo único no art. 6º do CDC, estabelecendo que as informações prestadas devem ser acessíveis às pessoas com deficiência.¹¹⁴ Exemplos de medidas adequadas para acessibilidade de deficientes visuais são o oferecimento da informação em Braille num formulário anexado às embalagens ou o oferecimento das informações por via sonora, mediante utilização de sistema virtual de *QR code*¹¹⁵.

É também vedada a sobrecarga informacional, isto é, o uso de informações soltas, destituídas de qualquer serventia para o consumidor ou a diluição de informações efetivamente relevantes, que induz o destinatário a ignorá-las.¹¹⁶ Quando as informações são prestadas em quantidade excessiva, torna-se difícil distinguir quais os aspectos que realmente são importantes para a contratação.¹¹⁷

O Superior Tribunal de Justiça entendeu, por exemplo, que somente produtos modificados em relação ao produto natural podem receber qualificação “*diet*”, e, por esse

Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais., 8. ed., São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 883).

¹¹² BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação**: direito e dever nas relações de consumo. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008 p.98.

¹¹³ KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 52.

¹¹⁴ **Código de Defesa do Consumidor**, art. 6º Parágrafo único: “A informação de que trata o inciso III do caput deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento.”

¹¹⁵ Sigla do inglês *Quick response*, “resposta rápida” em português. É um código de barras, ou barramétrico, bidimensional, que pode ser facilmente escaneado usando a maioria dos telefones celulares equipados com câmera. Esse código é convertido em texto (interativo), um endereço URI, um número de telefone, uma localização georreferenciada, um e-mail, um contato ou um SMS. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/05/entenda-o-que-sao-os-qr-codes-codigos-lidos-pelos-celulares.htm>. Acesso em: 02/09/2021.

¹¹⁶ TOMASETTI JUNIOR, Alcides. O Objetivo de Transparência e o Regime Jurídico dos Deveres e Riscos de Informação nas Relações Negociais para Consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 4. São Paulo: 1992, p. 52-90.

¹¹⁷ “Importante mencionar que não deve ser sempre descartada a informação redundante, uma vez que, em alguns casos, em razão da novidade ou da periculosidade do produto ou do serviço, a eficácia somente se obterá com uma certa repetição. Mas neste caso, a redundância/repetição será necessária para melhor alertar o consumidor e não para confundir-lo ou desinformá-lo.” (GARCIA, Leonardo de Medeiros. **O Princípio da informação na pós-modernidade**: direito fundamental do consumidor para o equilíbrio nas relações de consumo. Revista Jurídica, São Paulo, v. 64, n. 464, p. 29-54, jun. 2016).

motivo, outros produtos, como a água mineral (que é comercializada naturalmente, sem alterações em sua substância), não podem receber essa qualificação.¹¹⁸

Assim, as informações que devem ser repassadas ao consumidor são aquelas estritamente necessárias, afastando-se do excesso informativo, o qual mais desorienta do que propriamente orienta.

2.2.2. A informação veraz

A informação veraz, por sua vez, é aquela que corresponde às reais características do produto ofertado. A veracidade diz respeito à conformidade da mensagem, isto é, a informação deve ter um significado de acordo com a realidade que o destinatário precisa conhecer.¹¹⁹

Para que se cumpra com esse requisito, o que foi transmitido deve ser previamente confrontado com dados objetivos. Devem ser realizadas todas as diligências necessárias ao estabelecimento daquelas informações tidas como verdadeiras. Impõe-se um dever de cuidado na averiguação dos fatos e, sobretudo, na elaboração do texto informativo.¹²⁰

Nesse sentido, o Superior Tribunal de Justiça decidiu que cerveja não pode ser comercializada com a inscrição “*sem álcool*” no rótulo, mesmo que a bebida tenha teor alcoólico abaixo do necessário para ser classificada como alcoólica.¹²¹

¹¹⁸ ADMINISTRATIVO. CÓDIGO DE ÁGUAS. NORMAS BÁSICAS DE ALIMENTOS. SLOGAN PUBLICITÁRIO APOSTO EM RÓTULO DE ÁGUA MINERAL. EXPRESSÃO “DIET POR NATUREZA”. INDUÇÃO DO CONSUMIDOR A ERRO. 1. A definição sobre ser o slogan “diet por natureza” apostado em rótulo de Água Mineral inerente à própria água mineral ou à sua fonte, demanda o reexame de matéria fático-probatória insindicação por esta Corte Superior em sede de recurso especial, ante a incidência do verbete sumular n.º 07/STJ. 2. É assente que “não poderão constar da rotulagem denominações, designações, nomes geográficos, símbolos, figuras, desenhos ou indicações que possibilitem interpretação falsa, erro ou confusão quanto à origem, procedência, natureza, composição ou qualidade do alimento, ou que lhe atribuam qualidades ou características nutritivas superiores àquelas que realmente possuem.” (art. 21, do Decreto-lei n.º 986/69) 3. Na redação do art. 2º, inciso V, do Decreto-lei n.º 986/69, considera-se dietético “todo alimento elaborado para regimes alimentares especiais destinado a ser ingerido por pessoas sãs;” 4. Somente os produtos modificados em relação ao produto natural podem receber a qualificação de diet o que não significa, apenas, produto destinado à dieta para emagrecimento, mas, também a dietas determinadas por prescrição médica, motivo pelo qual a água mineral, que é comercializada naturalmente, sem alterações em sua substância, não pode ser assim qualificada porquanto não podem ser retirados os elementos que a compõem. 5. In casu, o aumento das vendas do produto noticiado pelo recorrido caracteriza a possibilidade de o slogan publicitário encerrar publicidade enganosa capaz de induzir o consumidor a erro. 6. Legalidade da autuação imputada à empresa recorrida. 7. Recurso especial parcialmente conhecido e, nesta parte, provido. (Recurso Especial n. 447.303/RS, Primeira Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Luiz Fux, Julgado em: 12-08-2002).

¹¹⁹ KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019, p. 48.

¹²⁰ BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação**: direito e dever nas relações de consumo. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008, p. 95.

¹²¹ DIREITO DO CONSUMIDOR. PROCESSUAL CIVIL. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DIREITO BÁSICO DO CONSUMIDOR À INFORMAÇÃO ADEQUADA. PROTEÇÃO À SAÚDE. LEGITIMIDADE AD CAUSAM DE ASSOCIAÇÃO CIVIL. DIREITOS DIFUSOS. DESNECESSIDADE DE

Em outro caso, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul condenou fornecedor de granola ao pagamento de indenização à consumidora, portador de doença celíaca, que adquiriu o produto, o qual continha a informação no seu rótulo, em destaque, “*sem glúten*”, e apenas em letras menores, miúdas, “*pode conter traços de glúten*”.¹²²

AUTORIZAÇÃO ESPECÍFICA DOS ASSOCIADOS. AUSÊNCIA DE INTERESSE DA UNIÃO. COMPETÊNCIA DA JUSTIÇA ESTADUAL. ARTS. 2.º E 47 DO CPC. NÃO PREQUESTIONAMENTO. ACÓRDÃO RECORRIDO SUFICIENTEMENTE FUNDAMENTADO. CERVEJA KRONENBIER. UTILIZAÇÃO DA EXPRESSÃO "SEM ÁLCOOL" NO RÓTULO DO PRODUTO. IMPOSSIBILIDADE. BEBIDA QUE APRESENTA TEOR ALCÓOLICO INFERIOR A 0,5% POR VOLUME. IRRELEVÂNCIA, IN CASU, DA EXISTÊNCIA DE NORMA REGULAMENTAR QUE DISPENSE A MENÇÃO DO TEOR ALCÓOLICO NA EMBALAGEM DO PRODUTO. ARTS. 6.º E 9.º DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. 1. A motivação contrária ao interesse da parte ou mesmo omissa em relação a pontos considerados irrelevantes pelo decisor não se traduz em insuficiência de fundamentação do julgado, sendo descabido, na hipótese, falar em ofensa aos arts. 165, 458, II e III, e 515, do CPC. 2. São legitimados para sua propositura, além do Ministério Público, detentor da função institucional de fazê-lo no resguardo de interesses difusos e coletivos (CF/88, art. 129, III), a União, os Estados, os Municípios, as Autarquias, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e as associações civis. 3. Não se exige das associações civis que atuam em defesa aos interesses do consumidor, como sói ser a ora recorrida, autorização expressa de seus associados para o ajuizamento de ação civil que tenha por objeto a tutela a direitos difusos dos consumidores, mesmo porque, sendo referidos direitos metaindividuais, de natureza indivisível, e especialmente, comuns a toda uma categoria de pessoas não determináveis que se encontram unidas em razão de uma situação de fato, impossível seria a individualização de cada potencial interessado. 4. À luz dos enunciados sumulares n.ºs 282/STF e 356/STF, é inadmissível o recurso especial que demande a apreciação de matéria sobre a qual não tenha se pronunciado a Corte de origem. 5. Inexistindo nos autos elementos que conduzam à necessidade de formação de litisconsórcio passivo necessário da União com a recorrente, já que a demanda diz respeito exclusivamente às informações contidas no rótulo de uma das marcas de cerveja desta, não há falar, in casu, em competência da Justiça Federal. 6. A comercialização de cerveja com teor alcoólico, ainda que inferior a 0,5% em cada volume, com informação ao consumidor, no rótulo do produto, de que se trata de bebida sem álcool, a par de inverídica, vulnera o disposto nos arts. 6.º e 9.º do CDC, ante o risco à saúde de pessoas impedidas ao consumo. 7. O fato de ser atribuição do Ministério da Agricultura a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, não autoriza a empresa fabricante de, na eventual omissão deste, acerca de todas as exigências que se revelem protetivas dos interesses do consumidor, malferir o direito básico deste à informação adequada e clara acerca de seus produtos. 8. A dispensa da indicação no rótulo do produto do conteúdo alcoólico, prevista no já revogado art. 66, III, "a", do Decreto n.º 2.314/97, não autorizava a empresa fabricante a fazer constar neste mesmo rótulo a não veraz informação de que o consumidor estaria diante de cerveja "sem álcool", mesmo porque referida norma, por seu caráter regulamentar, não poderia infirmar os preceitos insculpidos no Código de Defesa do Consumidor. 9. O reexame do conjunto fático-probatório carreado aos autos é atividade vedada a esta Corte superior, na via especial, nos expressos termos do enunciado sumular n.º 07 do STJ. 10. Recurso especial a que se nega provimento. (Recurso Especial n. 1.181.066/RS, Terceira Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Vasco Della Giustina, Julgado em: 15-03-2011).

¹²²APelação CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MATERIAL E MORAL. RÓTULO DO produto (granola) contendo a informação “sem glúten”. propaganda enganosa. DOENÇA CELÍACA. I) É dever do fabricante fornecer informações corretas, claras, precisas e ostensivas no rótulo do produto (art. 6, III, 12 e 31, do CDC). II) Conforme entendimento do Superior Tribunal de Justiça, o dever de indenizar exsurge como decorrência do próprio ato ilícito da publicidade enganosa, que contenha informação falsa. III) Autor, portador de doença celíaca, que adquiriu o produto (granola) fabricado pela empresa/ré, que continha a informação no seu rótulo, em destaque, “SEM GLUTEN, SEM LACTOSE”, e apenas em letras menores, miúdas, a informação “Pode conter traços de glúten”. IV) Informação da rotulagem inverídica, em violação ao direito à informação do consumidor e ao dever de informar da fabricante, e em desacordo com a Lei do Glúten (Lei n.º 10.674/2003). V) Ingestão do produto, o que desencadeou os sintomas da doença celíaca no autor. Dever de indenizar pelos danos materiais e morais. Valor da indenização pelo dano moral fixado na sentença em R\$ 8.000,00, mantido, ante os parâmetros deste Tribunal. PRECEDENTES DO STJ E DO TJRS. Preliminar de intempestividade da apelação rejeitada. APelação DESPROVIDA. (Apelação Cível, Nº 70078985306, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relatora: Catarina Rita Krieger Martins, Julgado em: 13-12-2018).

A verdade deve estar acessível ao consumidor para que ele possa fazer livremente suas escolhas, bem como se prevenir adequadamente de eventuais danos.¹²³ Logo, não se deve admitir a manipulação de frases, sons e imagens para, de maneira confusa ou ambígua, iludir o destinatário da informação.¹²⁴

2.2.3. A informação suficiente

O último requisito é de que a informação seja suficiente, o que se entende como completa, integral. Nessa linha, o dever de informação exige comportamento positivo e ativo do fornecedor.¹²⁵ Não basta que o fornecedor se abstenha de falsear as informações, ele tem o papel de transmitir todos os dados que possam impactar a decisão do consumidor.

A falta de informação suficiente infringe o dever de informar, pois sonega dados necessários à escolha do consumidor.¹²⁶ Afinal, *“a informação ou é prestada de forma completa, ou não é informação no sentido jurídico (e prático) que lhe atribui o Código de Defesa do Consumidor”*.¹²⁷

Nesse sentido, o Superior Tribunal de Justiça considerou não cumprido o dever de informar pela Coca-Cola, que modificou a quantidade de refrigerante em suas garrafas, de 600 para 500ml. A informação transmitida pela empresa foi considerada insuficiente para alertar o consumidor, tendo em vista que o tamanho, a forma, e o rótulo do recipiente permaneceram os mesmos, dificultando a percepção acerca da redução de volume da bebida vendida há anos no mercado.¹²⁸

¹²³CORREIA, Atála. O dever de informar nas relações de consumo. **Revista da Escola da Magistratura**, Brasília, nº 13, p. 79 - 95, jan. 2011.

¹²⁴NUNES, Luis Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2018, p. 101

¹²⁵ CORREIA, Atála. O dever de informar nas relações de consumo. **Revista da Escola da Magistratura**, Brasília, nº 13, p. 79 - 95, jan. 2011.

¹²⁶LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001.

¹²⁷ (Recurso Especial n. 586.316-MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Herman Benjamin, Julgado em: 17-04-2007).

¹²⁸ ADMINISTRATIVO. CONSUMIDOR. PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO. VÍCIO DE QUANTIDADE. VENDA DE REFRIGERANTE EM VOLUME MENOR QUE O HABITUAL. REDUÇÃO DE CONTEÚDO INFORMADA NA PARTE INFERIOR DO RÓTULO E EM LETRAS REDUZIDAS. INOBSERVÂNCIA DO DEVER DE INFORMAÇÃO. DEVER POSITIVO DO FORNECEDOR DE INFORMAR. VIOLAÇÃO DO PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. PRODUTO ANTIGO NO MERCADO. FRUSTRAÇÃO DAS EXPECTATIVAS LEGÍTIMAS DO CONSUMIDOR. MULTA APLICADA PELO PROCON. POSSIBILIDADE. ÓRGÃO DETENTOR DE ATIVIDADE ADMINISTRATIVA DE ORDENAÇÃO. PROPORCIONALIDADE DA MULTA ADMINISTRATIVA. SÚMULA 7/STJ. ANÁLISE DE LEI LOCAL, PORTARIA E INSTRUÇÃO NORMATIVA. AUSÊNCIA DE NATUREZA DE LEI FEDERAL. SÚMULA 280/STF. DIVERGÊNCIA NÃO DEMONSTRADA. REDUÇÃO DO “QUANTUM” FIXADO A TÍTULO DE HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS. SÚMULA 7/STJ. 1. No caso, o Procon estadual instaurou processo administrativo contra a recorrente pela prática da infração às relações de consumo conhecida como “maquiagem de produto” e “aumento disfarçado de preços”, por alterar quantitativamente o conteúdo dos

Portanto, o dever de informar não se exaure quando o fornecedor presta informações corretas, no sentido de não serem enganosas ou abusivas. Apenas quando o destinatário recebe a totalidade da informação, com todos os seus acessórios, pode-se dizer que está cumprido esse requisito.

Em síntese, o dever de informar do fornecedor somente restará cumprido se ao consumidor for veiculada informação adequada, suficiente e veraz sobre todos aspectos relevantes para tomada de decisão, como conteúdo, a utilização, o preço, e os riscos do produto ofertado. Estabelecidos os parâmetros teóricos do dever de informar, cumpre agora analisar de que maneira o direito à informação é assegurado aos consumidores no cenário brasileiro.

refrigerantes “Coca Cola”, “Fanta”, “Sprite” e “Kuat” de 600 ml para 500 ml, sem informar clara e precisamente aos consumidores, porquanto a informação foi aposta na parte inferior do rótulo e em letras reduzidas. Na ação anulatória ajuizada pela recorrente, o Tribunal de origem, em apelação, confirmou a improcedência do pedido de afastamento da multa administrativa, atualizada para R\$ 459.434,97, e majorou os honorários advocatícios para R\$ 25.000,00. 2. Hipótese, no cível, de responsabilidade objetiva em que o fornecedor (lato sensu) responde solidariamente pelo vício de quantidade do produto. 3. O direito à informação, garantia fundamental da pessoa humana expressa no art. 5º, inciso XIV, da Constituição Federal, é gênero do qual é espécie também previsto no Código de Defesa do Consumidor. 4. A Lei n. 8.078/1990 traz, entre os direitos básicos do consumidor, a “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam” (art. 6º, inciso III). 5. Consoante o Código de Defesa do Consumidor, “a oferta e a 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” (art. 31), sendo vedada a publicidade enganosa, “inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços” (art. 37). 6. O dever de informação positiva do fornecedor tem importância direta no surgimento e na manutenção da confiança por parte do consumidor. A informação deficiente frustra as legítimas expectativas do consumidor, maculando sua confiança. 7. A sanção administrativa aplicada pelo Procon reveste-se de legitimidade, em virtude de seu poder de polícia (atividade administrativa de ordenação) para cominar multas relacionadas à transgressão da Lei n. 8.078/1990, esbarrando no reexame da proporcionalidade da pena fixada no enunciado da Súmula 7/STJ. 8. Leis locais, portarias e instruções normativas refogem ao conceito de lei federal, não podendo ser analisadas por esta Corte, ante o óbice, por analogia, da Súmula 280/STF. 9. Os honorários advocatícios fixados pela instância ordinária somente podem ser revistos em recurso especial se o “quantum” se revelar exorbitante, em respeito ao disposto na Súmula 7/STJ. Recurso especial a que se nega provimento. (Recurso Especial n. 1364915- MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Min. Humberto Martins, Julgado em: 24-05-2014).

3. O DIREITO À INFORMAÇÃO DO CONSUMIDOR

As informações adequadas, suficientes e verazes sobre aspectos relevantes para a tomada de decisão do consumidor são pilares do direito do consumidor. Por certo, o fornecedor precisa zelar pelo cumprimento do dever de informar todos consumidores, que são naturalmente alheios à realidade que envolve a cadeia de produção e, por isso, dignos do direito à informação.

O consumidor é “*toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final*” (art. 2º, caput, do CDC). Entretanto, equipara-se a consumidor “*a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo*” (art. 2º, parágrafo único, do CDC), bem como “*todas as vítimas do dano causado pelo fato do produto e do serviço*” (art. 17, do CDC) e “*todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais*” (art. 29, do CDC). Nota-se a adoção de uma interpretação complexa, plurívoca e dinâmica, que identifica os consumidores sob um critério amplo, no qual, em certas circunstâncias, mesmo quem não faz parte da relação contratual deve ser considerado para fins de proteção.

As normas de proteção do consumidor têm por finalidade suprir toda e qualquer situação de fato em que se reconheça o desequilíbrio entre os consumidores e fornecedores na relação de consumo ou mesmo fora dela. Esta proteção abarca tanto a esfera de interesses patrimoniais, relativos ao objeto imediato do contrato de consumo ou aos danos apreciáveis economicamente, quanto os interesses extrapatrimoniais, que não tendo relação necessária com a aquisição de produto, poderão ser ofendidos pela conduta do fornecedor.¹²⁹

O direito à informação encontra-se interligado à vulnerabilidade do consumidor¹³⁰ (artigo 4, I, do CDC)¹³¹. A vulnerabilidade é qualidade intrínseca a todos que se colocam nesta

¹²⁹SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Responsabilidade civil no código do consumidor e a defesa do fornecedor**, São Paulo: Saraiva, 2002, p. 113-114.

¹³⁰ De acordo com a lição de Cláudia Lima Marques existem quatro tipos de vulnerabilidade: a técnica, a jurídica, a fática e a informacional. A primeira relaciona-se com a ausência de conhecimentos científicos sobre o bem de consumo. A segunda revela-se na situação de ausência de conhecimentos jurídicos específicos. A terceira diz respeito às características do parceiro contratual, que impõe sua força e superioridade. Já a quarta, a vulnerabilidade informacional, pode ser considerada uma espécie de vulnerabilidade técnica, mas merece destaque como uma espécie autônoma, tendo em vista o déficit informacional do consumidor, elemento chave da relação de consumo. (MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 8. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 320-341).

¹³¹ **Código de Defesa do Consumidor**, 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: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995) I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;”

posição, independentemente de condição social, cultural ou econômica.¹³² Com efeito, o fornecedor é quem detém o domínio do processo produtivo (produção, distribuição, comercialização), ao passo que o consumidor participa apenas da última etapa (consumo). Nessa perspectiva, a informação serve como instrumento para enfrentamento das assimetrias existentes no mercado.

A finalidade desse direito é garantir o exercício da escolha consciente, uma vez que apenas há autonomia da vontade quando o consumidor é bem informado e pode manifestar sua decisão de maneira refletida.¹³³ Essa escolha consciente propicia ao consumidor diminuir os seus riscos e alcançar suas legítimas expectativas.

Por conseguinte, o direito à informação está intimamente relacionado ao conceito de liberdade, sendo certo que o exercício do direito de escolha depende da possibilidade concreta de se exercer tal opção. Isso somente será possível quando são disponibilizados dados suficientes para tanto.¹³⁴

Dessa forma, não há segurança alimentar sem que o consumidor disponha das devidas informações nutricionais de cada alimento.¹³⁵ Apenas o consumidor bem informado pode realizar escolhas alimentares mais seguras, considerando suas necessidades nutricionais e hábitos individuais.

¹³² “A vulnerabilidade é um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educados ou ignorantes, crédulos ou espertos.” (GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**, 11 ed. São Paulo, Editora Forense, 2017, p. 371).

¹³³ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2019. p. 113

¹³⁴ “Ser informado é ser livre, inexistindo plena liberdade sem informação. Perceptível, então, a contradição entre aqueles que pregam o ‘livre mercado’ e, ao mesmo tempo, negam, solapam, ou inviabilizam a plena informação ao consumidor.” (Recurso Especial n. 586.316-MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Herman Benjamin, Julgado em: 17-04-2007).

¹³⁵ “Segurança alimentar corresponde à situação de acesso físico, social e econômico a alimentos suficientes, e que, além de produzidos de modo sustentável e mediante respeito às restrições dietéticas especiais ou as características culturais de cada povo, apresentam-se nutritivos, saudáveis e isentos de riscos assim se preservando até a ingestão pelo consumidor.” (NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 67) .

A rotulagem nutricional¹³⁶ é o instrumento recomendado para esse fim.¹³⁷ Os rótulos constituem “*a via mais fácil, barata, ágil e eficaz de transmissão de informações aos consumidores*”.¹³⁸

A função principal da rotulagem de alimentos é fornecer os elementos necessários para que o consumidor possa decidir sobre o consumo ou não do alimento, ou ainda, fornecer esclarecimentos, base de comparação ou complementação que fundamentem sua escolha.¹³⁹ A importância do rótulo vai muito além de tornar a embalagem mais atraente, o objetivo é informar o consumidor de tudo o que é necessário saber sobre aquele produto.

O Brasil foi um dos primeiros países a adotar a rotulagem nutricional obrigatória para todos os produtos embalados na ausência do consumidor e vendidos prontos para o consumo. O tema encontra-se regulamentado, por meio de órgãos como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro).¹⁴⁰ Atualmente, há

¹³⁶ “É considerada rótulo toda inscrição que estiver apresentada na embalagem de um alimento, seja ela legenda, imagem, matéria descritiva ou gráfica, que esteja escrita, impressa, estampada, gravada, gravada em relevo, litografada ou colada sobre a embalagem do alimento.” (FREITAS, Jackson Fernandes de; VINHA, Mariana Barboza; DIAS, Rachel Quandt. Rotulagem de alimentos: orientações para elaboração de rótulos dos produtos da agricultura familiar. Vitória, ES: **Incap**, 2017, 60 p. Circular Técnica, 06-I).

¹³⁷A rotulagem nutricional é apontada pela Estratégia Global para Promoção da Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde como importante instrumento para a promoção de escolhas saudáveis, pois é passível de fornecer, à população, informações precisas, padronizadas e compreensíveis sobre os alimentos. (WORLD HEALTH ORGANIZATION. Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health: list of all documents and publications. **Fifty-seventh World Health Assembly**. Geneva: WHO; 2004).

¹³⁸ ADMINISTRATIVO. PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. ANVISA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DEVER-PODER DE FISCALIZAÇÃO E NORMATIZAÇÃO. INFORMAÇÃO. VALOR NUTRICIONAL. VARIAÇÃO DE 20%. ADVERTÊNCIA EM RÓTULO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS. ART. 535, II, DO CPC. AUSÊNCIA DE OMISSÃO. 1. O Ministério Público Federal, após apurar irregularidades na rotulagem de produtos light e diet, ajuizou Ação Civil Pública contra a Agência de Vigilância Sanitária – ANVISA – a fim de que a autarquia, utilizando-se do seu poder de normatizar e fiscalizar bens e atividades de interesse para a saúde, exija que passe a constar, nos rótulos alimentícios, advertência de variação de 20% nos valores nutricionais. 2. O consumidor tem o direito de ser informado no rótulo dos produtos alimentícios da existência de variação de 20% nos valores nutricionais, principalmente porque existe norma da ANVISA permitindo essa tolerância. 3. O dever de informação exige comportamento positivo e ativo, pois o CDC afasta a regra caveat emptor e não aceita que o silêncio equivalha à informação, caracterizando-o, ao contrário, como patologia repreensível, que é relevante somente em desfavor do fornecedor, inclusive como oferta e publicidade enganosa por omissão, punida civil, administrativa e criminalmente pelo CDC. 4. Sobretudo em alimentos e medicamentos, os rótulos constituem a via mais fácil, barata, ágil e eficaz de transmissão de informações aos consumidores. São eles mudados frequentemente para atender a oportunidades efêmeras de marketing e de negócio, como eventos desportivos ou culturais. Não parece razoável, por conseguinte, alegar que a inclusão expressa da frase “variação de 20% dos valores nutricionais” das matérias-primas utilizadas cause onerosidade excessiva aos fabricantes. 5. Recurso Especial parcialmente provido. (Recurso Especial n. 1.537.571- SP, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Herman Benjamin, Julgado em: 27-09-2016).

¹³⁹FREITAS, Jackson Fernandes de; VINHA, Mariana Barboza; DIAS, Rachel Quandt. Rotulagem de alimentos: orientações para elaboração de rótulos dos produtos da agricultura familiar. Vitória, ES: **Incap**, 2017, 60 p. (Circular Técnica, 06-I).

¹⁴⁰No Brasil, a rotulagem é obrigatória em todos os alimentos pré-embalados, desde 2001.

Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem>. Acesso em: 15/09/2021.

grande número de normas esparsas que regulamentam o tema, tanto de forma geral¹⁴¹ quanto específica¹⁴².

Para que haja uma conformidade com a legislação, os rótulos devem contemplar as informações obrigatórias contidas nos regulamentos gerais, bem como nos específicos para cada alimento.¹⁴³ Por outro lado, qualquer informação que estiver além da obrigatoriedade deve obedecer aos regulamentos para informações complementares.¹⁴⁴

As regras de rotulagem devem ser seguidas à risca, estando sujeitas à fiscalização dos órgãos cabíveis.¹⁴⁵ O descumprimento constitui infração sanitária, portanto, caso sejam encontradas não-conformidades, o estabelecimento fica sujeito aos dispositivos da Lei nº 6437, de 20 de agosto de 1977, além de demais disposições aplicáveis, de acordo com a gravidade e particularidades do caso concreto.¹⁴⁶

Cumprido ressaltar, entretanto, que as obrigações especiais têm um caráter mínimo, não dispensando os profissionais de sua obrigação geral de informação.¹⁴⁷ Caso as exigências não sejam suficientes para bem informar o consumidor, cabe ao profissional, o maior conhecedor do produto que comercializa, oferecer as informações necessárias.¹⁴⁸

¹⁴¹ A elaboração de rótulos, de um modo geral, deverá atender às exigências do Regulamento Técnico para Rotulagem de Alimentos Embalados, aprovado pela Resolução RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002, da Anvisa, que define informações obrigatórias a serem apresentadas nos rótulos de alimentos embalados. Para produtos de origem animal, de forma análoga, devem-se considerar as informações contidas na Instrução Normativa nº 22, de 24 de novembro de 2005, do Mapa.

¹⁴² Exemplos: RDC nº 264, de 22 de setembro de 2005 para chocolate e produtos de cacau; RDC nº 265, de 22 de setembro de 2005 para cereais e derivados; RDC nº 272, de 22 de setembro de 2005 para compota ou fruta em calda; RDC nº 273, de 22 de setembro de 2005 para alimentos congelados.

¹⁴³ A título ilustrativo, analisa-se um rótulo para macarrão embalado. Sendo um alimento, aplicam-se todas as normas relativas a alimentos. Por ser um produto de competência da Anvisa, a rotulagem deve atender às regras estabelecidas por esse órgão. Como se trata de um produto pré-medido, o rótulo deverá ainda atender à regulamentação do Inmetro. Ainda, como qualquer produto ofertado ao público, deve-se observar o Código de Defesa do Consumidor. Caso seja um produto destinado à exportação, as normas do país de destino terão que ser consideradas na rotulagem, etc.

¹⁴⁴ As informações nutricionais complementares são regulamentadas pela RDC nº 54/12, que dispõe o Regulamento Técnico sobre Informação Nutricional Complementar.

¹⁴⁵ FREITAS, Jackson Fernandes de; VINHA, Mariana Barboza; DIAS, Rachel Quandt. Rotulagem de alimentos: orientações para elaboração de rótulos dos produtos da agricultura familiar. Vitória, ES: **Incaper**, 2017, 60 p. (Circular Técnica, 06-I).

¹⁴⁶ **Lei n. 6437 de 20 de agosto de 1977**, art. 1: “As infrações à legislação sanitária federal, ressalvadas as previstas expressamente em normas especiais, são as configuradas na presente Lei.”

¹⁴⁷ “O CDC estatui uma obrigação geral de informação (= comum, ordinária ou primária), enquanto outras Leis, específicas para certos setores, dispõe sobre obrigação especial de informação (= secundária, derivada ou tópica). Esta, por ter um caráter mínimo, não isenta os profissionais de cumprirem aquela” (Recurso Especial n. 586.316-MG, Segunda Turma, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Herman Benjamin, Julgado em: 17-04-2007).

¹⁴⁸ “No fornecimento de alimentos e medicamentos, ainda mais a consumidores hipervulneráveis, não se pode contentar com o standard mínimo, e sim com o standard mais completo possível.” (Embargos de Divergência em Recurso Especial n.1.515.895-MS, Corte Especial, Superior Tribunal de Justiça, Relator: Ministro Humberto Martins, Julgado em: 20-09-2017).

Vale dizer, os padrões de qualidade fixados pela Administração devem ser tidos como parâmetros mínimos. O fornecedor deve, ainda assim, repassar toda informação dentro dos limites que atendam à expectativa legítima dos consumidores.¹⁴⁹ Por conseguinte, o fato de o fornecedor respeitar os padrões mínimos legalmente estabelecidos não é suficiente para afastar sua responsabilidade, caso o consumidor venha a sofrer algum dano.

O Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul já entendeu que, embora na época dos fatos não existisse nenhuma regulamentação específica quanto a necessidade de constar expressamente a informação sobre presença de ingredientes alergênicos, falhou com dever de informar a fornecedora de produto contendo lactose que não alertou o consumidor desse fato.¹⁵⁰

Apesar disso, não se pode olvidar da importância da regulamentação do tema, a fim de garantir uma maior segurança informacional ao consumidor, ao reforçar e efetivar princípios fundamentais. Por essa razão, analisa-se as principais regras gerais que regulamentam o tema da rotulagem nutricional no Brasil. Ademais, estudam-se as mudanças introduzidas pela nova norma de rotulagem (RDC nº 429)¹⁵¹, que entrará em vigor em outubro de 2022.¹⁵²

¹⁴⁹BENJAMIN, Antônio Herman V., MARQUES, Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**, 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2021, p. 157

¹⁵⁰APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. PRELIMINAR CONTRARRERCURSAL. APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DEVER DE INFORMAR. SEGURANÇA DO PRODUTO. INFORMAÇÕES FALHAS NO RÓTULO DA EMBALAGEM. BOLACHA RECHEADA CONTENDO LACTOSE. INGESTÃO POR MENOR COM ALERGIA À PROTEÍNA DO LEITE DE VACA. NEXO CAUSAL DEMONSTRADO. DANO MORAL CONFIGURADO. VALOR DA INDENIZAÇÃO MANTIDO. 1. Preenchidos os requisitos do art. 514 do CPC, não há falar em ausência de fundamentação do recurso de apelação. Preliminar rejeitada. 2. Na forma do art. 12, § 1º, II, do Código de Processo Civil [sic], o produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele se espera. Embora na época dos fatos não existisse nenhuma regulamentação específica quanto a necessidade de constar expressamente a existência de produtos alergênicos, falhou a ré com o seu dever de informar, pois o consumidor confiou nas informações constantes no rótulo para adquirir o produto para o consumo. Era dever da ré informar fidedignamente as substâncias que compõe o alimento vendido, justamente para oferecer a segurança esperada ao consumidor. 3. Falhou a requerida com o seu dever, restando demonstrado o nexo causal a partir das provas documental e testemunhal produzidas. 4. Dano moral reconhecido em virtude da falta do dever de informar e na falha na segurança do produto vendido ao consumidor, que acabou por expor a sua saúde. 5. Valor da indenização adequado às nuances do caso concreto, considerando, inclusive, o caráter preventivo e punitivo da condenação. 6. Honorários advocatícios fixados em consonância com o art. 20, §3º do CPC. RECURSOS DE APELAÇÃO DESPROVIDOS. (Apelação Cível, Nº 70046666319, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Artur Arnildo Ludwig, Julgado em: 13-09-2012).

¹⁵¹ Segundo a diretora Alessandra Bastos, o objetivo desta nova norma não é impor nenhuma escolha, mas sim possibilitar a compreensão, respeitando a liberdade de escolha de todas as pessoas. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2020/aprovada-norma-sobre-rotulagem-nutricional>. Acesso em : 12/09/2021.

¹⁵²**RDC nº 429**, art. 50: “Fica estabelecido o prazo de 12 (doze) meses para adequação dos produtos que já se encontram no mercado na data de entrada em vigor desta Resolução. §1º Os produtos destinados exclusivamente ao processamento industrial ou aos serviços de alimentação deverão estar adequados à presente Resolução a partir da data de sua entrada em vigor. §2º O prazo de que trata o caput será de 24 (vinte e quatro) meses, para os seguintes produtos: I - alimentos produzidos por agricultor familiar ou empreendedor familiar rural, conforme definido pelo art. 3º da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, observada receita bruta em cada ano-calendário de até o limite definido pelo inciso I, do art. 3º, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006; II - alimentos produzidos por empreendimento econômico solidário, conforme definido pelo art. 2º, inciso II, do

Contudo, como a obrigatoriedade da rotulagem nutricional restringe-se aos alimentos embalados na ausência do cliente, existem alguns alimentos que se encontram isentos dessa regra, como é o caso dos alimentos preparados e/ou embalados em restaurantes e estabelecimentos comerciais.¹⁵³ Nada obstante, o consumidor também deve ser bem informado em relação a esses alimentos, de modo que o trabalho busca igualmente estudar se existem parâmetros para garantir a concretização do direito à informação nesses casos.

Para que isso seja possível, cumpre verificar *o que* as regras determinam que deve ser informado aos consumidores, e *como* devem ser repassados esses dados, a fim de entender se o direito à informação está garantido.

3.1. O que é informado ao consumidor

Conforme exposto anteriormente, o conteúdo da obrigação de informação pode ser desdobrado em quatro categorias principais (informação-contéudo, informação-utilização, informação-preço e informação-advertência), de modo que cumpre analisar se as normas de rotulagem garantem, de maneira geral, o mínimo necessário.

3.1.1. A informação-contéudo

Decreto nº 7.358, de 17 de novembro de 2010, observada receita bruta em cada ano-calendário de até o limite definido pelo inciso II, do art. 3º, da Lei Complementar nº 123, de 2006; III - alimentos produzidos por microempendedor individual, conforme definido pelos §§ 1º e 2º do art. 18-A da Lei Complementar nº 123, de 2006; IV - alimentos produzidos por agroindústria de pequeno porte, conforme definido pelos arts. 143-A e 144-A do Decreto nº 5.741, de 30 de março de 2006; V - alimentos produzidos por agroindústria artesanal, conforme previsto no art. 7º-A do Decreto nº 5.741, de 2006; VI - alimentos produzidos de forma artesanal, conforme art. 10-A da Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950. §3º No caso de bebidas não alcoólicas em embalagens retornáveis, a adequação dos produtos deve observar o processo gradual de substituição dos rótulos, o qual não pode exceder a 36 (trinta e seis) meses após a entrada em vigor desta Resolução. §4º Os produtos fabricados até o final do prazo de adequação poderão ser comercializados até o fim do seu prazo de validade. Art. 51. Esta Resolução entra em vigor após decorridos 24 (vinte e quatro) meses de sua publicação.”

¹⁵³ Aplicam-se à rotulagem de todo alimento que seja comercializado, qualquer que seja sua origem, embalado na ausência do cliente, e pronto para oferta ao consumidor. Naqueles casos em que as características particulares de um alimento requerem uma regulamentação específica, a mesma se aplica de maneira complementar ao disposto no presente Regulamento Técnico.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 259**, de 20 de setembro de 2002. Disponível em: https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22**, de 02 de junho de 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

A informação-conteúdo abrange as características intrínsecas do produto. Segundo as regras de rotulagem, devem ser sempre informados, em geral, a denominação de venda, a lista de ingredientes, a origem do produto, a informação nutricional e o conteúdo líquido.¹⁵⁴

A denominação de venda representa o produto e como ele é definido, de acordo com estudo técnico da legislação brasileira. Devem constar informações como o tipo de cobertura, forma de apresentação, condição ou tipo de tratamento a que tenha sido submetido. Quando em um regulamento técnico específico for estabelecida uma ou mais denominações para um alimento, deve ser utilizada pelo menos uma dessas denominações no rótulo do produto, acompanhada do nome fantasia ou da marca do produto, quando for o caso.¹⁵⁵

Figura 1 - Fotografia embalagem arroz integral, denominação arroz tipo 1 - classe longo fino subgrupo parboilizado integral.

¹⁵⁴ Caso regulamento técnico específico não determine algo em contrário, a rotulagem de alimentos embalados deve apresentar, obrigatoriamente, as seguintes informações: Denominação de venda do alimento; Lista de ingredientes; Conteúdos líquidos; Identificação da origem; Nome ou razão social e endereço do importador, no caso de alimentos importados; Identificação do lote; Prazo de validade; Instruções sobre o preparo e uso do alimento, quando necessário.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259**, de 20 de setembro de 2002. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22**, de 02 de junho de 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

¹⁵⁵ A denominação e a marca do alimento deve estar de acordo com os seguintes requisitos: a) quando em um Regulamento Técnico específico for estabelecido uma ou mais denominações para um alimento deve ser utilizado pelo menos uma dessas denominações; b) pode ser empregada uma denominação consagrada, de fantasia, de fábrica ou uma marca registrada, sempre que seja acompanhada de uma das denominações indicadas no item anterior; c) podem constar palavras ou frases adicionais, necessárias para evitar que o consumidor seja induzido a erro ou engano com respeito a natureza e condições físicas próprias do alimento, as quais devem estar junto ou próximas da denominação do alimento. Por exemplo: tipo de cobertura, forma de apresentação, condição ou tipo de tratamento a que tenha sido submetido.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259**, de 20 de setembro de 2002. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22**, de 02 de junho de 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.



Por sua vez, a lista de ingredientes deve expor todas as substâncias presentes na composição do produto. Elas devem ser descritas em ordem decrescente de proporção, ou seja, da presente em maior quantidade para a presente em menor porção. Caso ocorram ingredientes compostos no produto, estes devem constar discriminados na lista, entre parênteses.¹⁵⁶

Figura 2 - Fotografia embalagem de bolacha com lista de ingredientes.

¹⁵⁶ A lista de ingredientes deve constar no rótulo precedida da expressão “ingredientes:” ou “ingr.:”, observando seguintes requisitos: a) todos os ingredientes devem constar em ordem decrescente, da respectiva proporção; b) quando um ingrediente for um alimento elaborado com dois ou mais ingredientes, este ingrediente composto, definido em um regulamento técnico específico, pode ser declarado como tal na lista de ingredientes, sempre que venha acompanhado imediatamente de uma lista, entre parênteses, de seus ingredientes em ordem decrescente de proporção; c) quando para um ingrediente composto for estabelecido um nome em uma norma do CODEX ALIMENTARIUS FAO/OMS ou em um Regulamento Técnico específico, e represente menos que 25% do alimento, não será necessário declarar seus ingredientes, com exceção dos aditivos alimentares que desempenhem uma função tecnológica no produto acabado; d) a água deve ser declarada na lista de ingredientes, exceto quando formar parte de salmouras, xaropes, caldas, molhos ou outros similares, e estes ingredientes compostos forem declarados como tais na lista de ingredientes não será necessário declarar a água e outros componentes voláteis que se evaporem durante a fabricação; e) quando se tratar de alimentos desidratados, concentrados, condensados ou evaporados, que necessitam de reconstituição para seu consumo, através da adição de água, os ingredientes podem ser enumerados em ordem de proporção no alimento reconstituído. Nestes casos, deve ser incluída a seguinte expressão: "Ingredientes do produto preparado segundo as indicações do rótulo" ; f) no caso de misturas de frutas, de hortaliças, de especiarias ou de plantas aromáticas em que não haja predominância significativa de nenhuma delas (em peso), estas podem ser enumeradas seguindo uma ordem diferente, sempre que a lista desses ingredientes venha acompanhada da expressão: “em proporção variável”
AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf> . Acesso em 03/08/2021.



Estão dispensados dessa lista os alimentos de ingrediente único, como açúcar, café, leite, vinagre, entre outros.¹⁵⁷ A ausência dessa informação, entretanto, não causa prejuízo ao consumidor, posto que, por tratarem-se de alimentos de um só ingrediente, não apresentam maiores dificuldades na compreensão da composição do produto. Conforme exposto anteriormente, fatos notórios não são objeto do dever de informar.

Figura 3 - Fotografia embalagem café, dispensada lista de ingredientes.



Quanto à origem do produto, deve constar no rótulo o nome do fabricante, produtor, fracionador ou titular da marca, bem como do importador (na hipótese de alimentos importados); endereço de fabricação; número de registro ou código de identificação do estabelecimento fabricante junto ao órgão competente; e algum dado de contato para o

¹⁵⁷ Com exceção de alimentos com um único ingrediente, deve constar no rótulo uma lista de ingredientes. AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsm.sau.gov.br/bvs/sau/legis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.
 MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

atendimento ao consumidor.¹⁵⁸ A declaração da identificação do lote¹⁵⁹ também é obrigatória e possibilita a rastreabilidade da fabricação do produto.¹⁶⁰

Figura 4 - Fotografia lata de milho em conserva, informação sobre origem do produto.



¹⁵⁸Deve ser indicado: o nome (razão social) do fabricante ou produtor ou fracionador ou titular (proprietário) da marca; endereço completo; país de origem e município; número de registro ou código de identificação do estabelecimento fabricante junto ao órgão competente. Para identificar a origem deve ser utilizada uma das seguintes expressões: "fabricado em...", "produto ..." ou "indústria ...".

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em:

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

¹⁵⁹ “Define-se ‘lote’ como um conjunto de produtos de mesmo tipo que foram processados na mesma agroindústria, em um espaço de tempo determinado e sob condições essencialmente iguais, tais como doces de uma mesma partida, queijos produzidos no mesmo dia ou garrafas de cachaça provenientes de um mesmo tanque de envelhecimento.” (Freitas, Jackson Fernandes de. Rotulagem de alimentos : orientações para elaboração de rótulos dos produtos da agricultura familiar / Jackson Fernandes de Freitas, Mariana Barboza Vinha e Rachel Quandt Dias. - Vitória, ES : Incaper, 2017. 60 p. **Incaper**. Circular Técnica, 06-I).

¹⁶⁰ Todo rótulo deve ter impresso, gravado ou marcado de qualquer outro modo, uma indicação em código ou linguagem clara, que permita identificar o lote a que pertence o alimento, de forma que seja visível, legível e indelével. O lote é determinado em cada caso pelo fabricante, produtor ou fracionador do alimento, segundo seus critérios. Para indicação do lote, pode ser utilizado: a) um código chave precedido da letra "L". Este código deve estar à disposição da autoridade competente e constar da documentação comercial quando ocorrer o intercâmbio entre os países; ou b) a data de fabricação, embalagem ou de prazo de validade, sempre que a(s) mesma(s) indique(m), pelo menos, o dia e o mês ou o mês e o ano (nesta ordem).

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em:

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

Ademais, deve-se informar o conteúdo líquido. Em alguns casos, como conservas, é necessário informar a massa do conteúdo drenado, o que auxilia o consumidor a entender o peso da embalagem e outros adicionais ao produto.¹⁶¹

Figura 5 - Imagem vidro de palmito; informação sobre peso líquido e peso drenado.



Por fim, deve constar tabela nutricional contendo informações sobre todos nutrientes e valores energéticos do alimento. É necessário que todas as propriedades nutricionais do produto venham expressas na embalagem. Essas informações devem englobar, obrigatoriamente, a quantidade do valor energético, de carboidratos, proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans, fibra alimentar e sódio.¹⁶²

Figura 6 - Imagem Tabela Nutricional embalagem de iogurte.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL		
Quantidade por porção	Porção de 200g (1copo)	%VD(*)
Valor Energético	94kcal = 395kJ	5
Carboidratos		
Proteínas	9,8g	3
Gorduras Totais	6,4g	9
Gorduras Saturadas	3,2g	6
Gorduras Trans	1,8g	8
Gorduras monoinsaturadas	0g	**
Gorduras poliinsaturadas	1,2g	**
Coolesterol	0,2g	**
Fibra Alimentar	10 mg	3
Sódio	0g	0
Calcio	110mg	5
	300mg	30

*Valores Diários de referência com base em uma dieta de 2000kcal ou 8400kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores, dependendo de suas necessidades energéticas. **VD não estabelecido

Ingredientes: Leite pasteurizado e fermento láctico.

Atualmente, não é obrigatória a apresentação de quantidade de açúcares nos rótulos. Entretanto, com a nova regra de rotulagem passará a ser obrigatória a identificação de

¹⁶¹INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA. **Portaria nº 157, de 19 de agosto de 2002**. Disponível em: RTAC001457.pdf (inmetro.gov.br). Acesso em: 03/08/2021

¹⁶²**RDC 360**, art. 2º: “Na rotulagem nutricional devem ser declarados os seguintes nutrientes: valor energético, carboidratos, proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans e sódio, conforme estabelecido no Anexo.”

açúcares totais e adicionais na tabela nutricional.¹⁶³ Assim, será garantida ao consumidor uma informação mais completa.

Verifica-se, dessa forma, que as resoluções regulam satisfatoriamente a disponibilização da informação-conteúdo.

3.2.2. A informação-utilização

A informação-utilização, por sua vez, diz respeito às instruções para melhor uso do produto. Insere-se nesse ponto a exigência de que todo produto tenha prazo de validade expresso na embalagem.

O prazo de validade indica o período no qual o estabelecimento garante que o produto mantenha sua qualidade e possa ser consumido sem riscos.¹⁶⁴ Se o produto vence em menos de três meses, o prazo deve ser expresso em dia e mês e, se superior a isso, mês e ano. Expressões como “*válido por 30 dias*” não são corretas e devem ser substituídas pela data na qual a validade do produto termina.¹⁶⁵

¹⁶³ **RDC 429**, art. 5º: “A tabela de informação nutricional deve conter a declaração das quantidades de: I - valor energético; II - carboidratos; III - açúcares totais; IV - açúcares adicionados; V - proteínas; VI - gorduras totais; VII - gorduras saturadas; VIII - gorduras trans; IX - fibra alimentar; X - sódio; XI - qualquer outro nutriente ou substância bioativa que seja objeto de alegações nutricionais, de alegações de propriedades funcionais ou de alegações de propriedades de saúde; XII - qualquer outro nutriente essencial adicionado ao alimento, conforme Portaria SVS/MS nº 31, de 1998, cuja quantidade, por porção, seja igual ou maior do que 5% do respectivo VDR definido no Anexo II da Instrução Normativa - IN nº 75, de 2020; e XIII - qualquer substância bioativa adicionada ao alimento.”

¹⁶⁴ FREITAS, Jackson Fernandes de; VINHA, Mariana Barboza; DIAS, Rachel Quandt. Rotulagem de alimentos: orientações para elaboração de rótulos dos produtos da agricultura familiar. Vitória, ES: **Incaper**, 2017, 60 p. (Circular Técnica, 06-I).

¹⁶⁵ Caso não esteja previsto de outra maneira em um Regulamento Técnico específico, vigora a seguinte indicação do prazo de validade: a) deve ser declarado o “prazo de validade”; b) o prazo de validade deve constar de pelo menos: o dia e o mês para produtos que tenham prazo de validade não superior a três meses; o mês e o ano para produtos que tenham prazo de validade superior a três meses. Se o mês de vencimento for dezembro, basta indicar o ano, com a expressão “fim de.....” (ano); c) o prazo de validade deve ser declarado por meio de uma das seguintes expressões: “consumir antes de...”, “válido até...”, “validade...”, “val:...”, “vence...”, “vencimento...”, “vto:...”, “venc:...”, “consumir preferencialmente antes de...”, d) as expressões estabelecidas no item “c” devem ser acompanhadas: do prazo de validade; ou de uma indicação clara do local onde consta o prazo de validade; ou de uma impressão através de perfurações ou marcas indelévels do dia e do mês ou do mês e do ano (b). Toda informação deve ser clara e precisa; e) o dia, o mês e o ano devem ser expressos em algarismos, em ordem numérica não codificada, com a ressalva de que o mês pode ser indicado com letras nos países onde este uso não induza o consumidor a erro. Neste último caso, é permitido abreviar o nome do mês por meio das três primeiras letras do mesmo; (a), não é exigida a indicação do prazo de validade para: frutas e hortaliças frescas, incluídas as batatas não descascadas, cortadas ou tratadas de outra forma análoga; vinhos, vinhos licorosos, vinhos espumantes, vinhos aromatizados, vinhos de frutas e vinhos espumantes de frutas; bebidas alcoólicas que contenham 10% (v/v) ou mais de álcool; produtos de panificação e confeitaria que, pela natureza de conteúdo, sejam em geral consumidos dentro de 24 horas seguintes à sua fabricação; vinagre; açúcar sólido; produtos de confeitaria à base de açúcar, aromatizados e ou coloridos, tais como: balas, caramelos, confeitos, pastilhas e similares; goma de mascar; sal de qualidade alimentar (não se aplica para sal enriquecido) alimentos isentos por Regulamentos Técnicos específicos.

Nos rótulos das embalagens de alimentos que exijam condições especiais para sua conservação, deve ser incluída uma legenda com caracteres bem legíveis, indicando as precauções necessárias para manter suas características

Figura 7 - Fotografia rótulo de pasta de amendoim; data de validade, lote, instrução de consumo.



Para alguns produtos, é dispensável a informação do prazo de validade, como, por exemplo, bebidas alcoólicas com mínimo de 10% de álcool, já que esses produtos, desde que armazenados da forma correta, não perecem. Nesses casos, pode-se utilizar a expressão “*produto com validade indeterminada desde que mantido sob as condições indicadas de armazenamento*” ou outras expressões similares.¹⁶⁶

normais, devendo ser indicadas as temperaturas máxima e mínima para a conservação do alimento e o tempo que o fabricante, produtor ou fracionador garante sua durabilidade nessas condições. O mesmo dispositivo é aplicado para alimentos que podem se alterar depois de abertas suas embalagens. Em particular, para os alimentos congelados, cujo prazo de validade varia segundo a temperatura de conservação, deve ser indicada esta característica. Nestes casos, pode ser indicado o prazo de validade para cada temperatura, em função dos critérios já mencionados, ou então o prazo de validade para cada temperatura, indicando o dia, o mês e o ano de fabricação. Para declarar o prazo de validade, podem ser utilizadas as seguintes expressões: "validade a - 18° C (freezer): ..." "validade a - 4° C (congelador): ...", "validade a 4° C (refrigerador): ..."

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

¹⁶⁶FREITAS, Jackson Fernandes de; VINHA, Mariana Barboza; DIAS, Rachel Quandt. Rotulagem de alimentos: orientações para elaboração de rótulos dos produtos da agricultura familiar. Vitória, ES: **Incaper**, 2017, 60 p. (Circular Técnica, 06-I).

Figura 8 - Imagem garrafa de vinho; informação validade indeterminada se conservado condições corretas.



Os alimentos que necessitam de condições especiais para sua conservação devem ter esses dados informados no rótulo, indicando as precauções necessárias para preservar a qualidade do produto durante o prazo de validade estabelecido pela agroindústria. A mesma regra é aplicada para alimentos que podem se alterar depois de abertas suas embalagens, em cujos rótulos deverão constar as indicações de conservação para manter as características normais do produto. Também devem ser informadas todas as instruções necessárias para o melhor uso do produto.¹⁶⁷

Figura 9 - Fotografia embalagem café em pó, instrução para melhor uso.

¹⁶⁷Quando necessário, o rótulo deve conter as instruções sobre o modo apropriado de uso, incluídos a reconstituição, o descongelamento ou o tratamento que deve ser dado pelo consumidor para o uso correto do produto. Estas instruções não devem ser ambíguas, nem dar margem a falsas interpretações, a fim de garantir a utilização correta do alimento.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.



Assim, entende-se como contemplada a informação-utilização dos produtos.

3.2.3. A informação-preço

Já a informação-preço compreende os custos do produto. A matéria encontra-se disciplinada na Lei n. 10.962/2004, que admite a fixação de preço mediante impressão na embalagem ou por meio de código de barras.¹⁶⁸

Nos estabelecimentos que empregarem o sistema de código de barras, equipamentos de leitura ótica deverão ser ofertados para consulta pelo consumidor, devendo ser localizados em áreas de fácil acesso.¹⁶⁹

Figura 10 - Fixação preço por sistema de código de barras e por etiquetas nas prateleiras.

¹⁶⁸ **Lei n. 10.962 de 11 de outubro de 2004**, art.2º: “São admitidas as seguintes formas de afixação de preços em vendas a varejo para o consumidor: I – no comércio em geral, por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos bens expostos à venda, e em vitrines, mediante divulgação do preço à vista em caracteres legíveis; II – em auto-serviços, supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto, sem intervenção do comerciante, mediante a impressão ou afixação do preço do produto na embalagem, ou a afixação de código referencial, ou ainda, com a afixação de código de barras. III - no comércio eletrônico, mediante divulgação ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço, em caracteres facilmente legíveis com tamanho de fonte não inferior a doze. (Incluído pela Lei nº 13.543, de 2017). Parágrafo único. Nos casos de utilização de código referencial ou de barras, o comerciante deverá expor, de forma clara e legível, junto aos itens expostos, informação relativa ao preço à vista do produto, suas características e código”.

¹⁶⁹ **Lei n. 10.962 de 11 de outubro de 2004**, art. 4º: “Nos estabelecimentos que utilizem código de barras para apuração, deverão ser oferecidos equipamentos de leitura ótica para consulta de preço pelo consumidor, localizados na área de vendas e em outras de fácil acesso”.



Dessa forma, a informação-preço encontra-se devidamente regulamentada.

3.2.4. A informação-advertência

A informação-advertência abrange os riscos que o produto pode oferecer. Quanto a esse ponto, existem regras especiais para disciplinar a necessidade de alertas em diversos casos. A fim de ilustrar o tema, menciona-se algumas disposições.

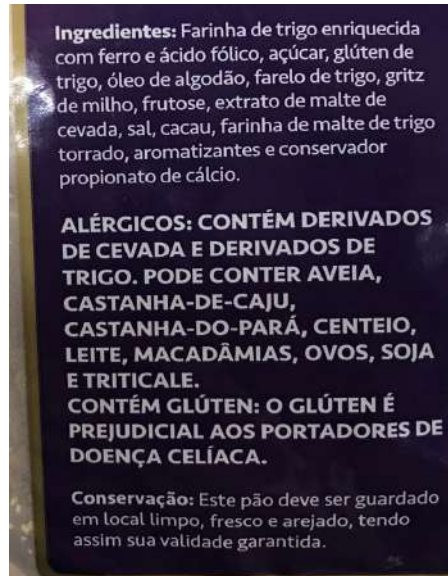
Os rótulos deverão informar, de forma destacada, a presença de 17 alimentos¹⁷⁰ considerados alergênicos.¹⁷¹ Como não existe cura para a alergia alimentar, a restrição no consumo dos alimentos alergênicos é a principal alternativa para prevenir o aparecimento das complicações clínicas. Conseqüentemente, o acesso a informações corretas sobre a composição dos alimentos é essencial para proteger a saúde de indivíduos com alergias alimentares.

¹⁷⁰ **RDC 26**, art. 4º: “Os principais alimentos que causam alergias alimentares constam no Anexo e devem ser obrigatoriamente declarados seguindo os requisitos estabelecidos nesta Resolução. Parágrafo único. Declarações referentes a alimentos que causam alergias alimentares não previstos no Anexo podem ser realizadas, desde que sejam atendidos os requisitos estabelecidos nesta Resolução. ANEXO. 1. Trigo, centeio, cevada, aveia e suas estirpes hibridizadas. 2. Crustáceos. 3. Ovos. 4. Peixes. 5. Amendoim. 6. Soja. 7. Leites de todas as espécies de animais mamíferos. 8. Amêndoa (*Prunus dulcis*, sin.: *Prunus amygdalus*, *Amygdalus communis* L.). 9. Avelãs (*Corylus* spp.). 10. Castanha-de-caju (*Anacardium occidentale*). 11. Castanha-do-brasil ou castanha-do-pará (*Bertholletia excelsa*). 12. Macadâmias (*Macadâmia* spp.). 13. Nozes (*Juglans* spp.). 14. Pecãs (*Carya* spp.). 15. Pistaches (*Pistacia* spp.). 16. Pinoli (*Pinus* spp.). 17. Castanhas (*Castanea* spp.).”

¹⁷¹ **RDC 26**, art. 5º: “Os alimentos, ingredientes, aditivos alimentares e coadjuvantes de tecnologia que contenham ou sejam derivados dos alimentos listados no Anexo devem trazer a declaração ‘Alérgicos: Contém (nomes comuns dos alimentos que causam alergias alimentares)’, ‘Alérgicos: Contém derivados de (nomes comuns dos alimentos que causam alergias alimentares)’ ou ‘Alérgicos: Contém (nomes comuns dos alimentos que causam alergias alimentares) e derivados’, conforme o caso.”

Da mesma forma, quando não for possível garantir a ausência de contaminação cruzada (como quando há o uso do mesmo maquinário para processar alimentos diferentes), o rótulo deve trazer essa declaração, uma vez que pequenas quantidades desses ingredientes podem provocar efeitos adversos em indivíduos sensíveis.¹⁷²

Figura 11 - Fotografia embalagem pão, alerta para alérgicos e celíacos.



Por seu turno, nos rótulos de alimentos que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados, deve constar expressamente a presença de transgênicos¹⁷³, bem como empregar respectivo símbolo no painel principal¹⁷⁴. Conquanto ainda não existam estudos suficientes que apontem quais são os reais impactos dos transgênicos no corpo humano a longo prazo, algumas pesquisas sugerem efeitos negativos à saúde humana como o aumento de resistência a antibióticos e o aumento na ingestão de substâncias tóxicas.¹⁷⁵

Figura 12 - Embalagem sanduíche congelado de frango; alerta sobre presença de transgênicos

¹⁷² **RDC 26**, art. 7º: “Nos casos em que não for possível garantir a ausência de contaminação cruzada dos alimentos, ingredientes, aditivos alimentares ou coadjuvantes de tecnologia por alérgenos alimentares, deve constar no rótulo a declaração ‘Alérgicos: Pode conter (nomes comuns dos alimentos que causam alergias alimentares)’.”

¹⁷³ **Decreto n. 4.680**, de 24 de abril de 2003 art. 2: “Na comercialização de alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados, com presença acima do limite de um por cento do produto, o consumidor deverá ser informado da natureza transgênica desse produto. § 1 Tanto nos produtos embalados como nos vendidos a granel ou in natura, o rótulo da embalagem ou do recipiente em que estão contidos deverá constar, em destaque, no painel principal e em conjunto com o símbolo a ser definido mediante ato do Ministério da Justiça, uma das seguintes expressões, dependendo do caso: ‘(nome do produto) transgênico’, ‘contém (nome do ingrediente ou ingredientes) transgênico(s)’ ou ‘produto produzido a partir de (nome do produto) transgênico’.”

¹⁷⁴ Portaria 2658/2003 determina o símbolo a ser estampado nos rótulos dos produtos, correspondente a apresentação gráfica da letra ‘T’ situada no interior de um triângulo equilátero.

¹⁷⁵ Disponível em:

<https://idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/saiba-o-que-sao-os-alimentos-transgenicos-e-quais-os-seus-riscos>
Acesso em 10/09/2021.



A nova regra de rotulagem trará mudanças relevantes no sentido da informação-advertência. Com a vigência da RDC n. 429, a declaração da rotulagem nutricional frontal torna-se obrigatória.¹⁷⁶

A rotulagem nutricional frontal é um símbolo informativo na parte da frente do produto. A ideia é esclarecer o consumidor, de forma clara e simples, sobre o alto conteúdo de nutrientes que têm relevância para a saúde. Para isso, foi desenvolvido um design de lupa para identificar o alto teor de três nutrientes: açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio. O símbolo deverá ser aplicado na frente do produto, na parte superior, por ser uma área facilmente capturada pelo olhar.¹⁷⁷

Figura 13 - Modelo rotulagem nutricional frontal, de acordo com RDC 429

a) Modelos com alto teor de um nutriente



b) Modelos com alto teor de dois nutrientes



c) Modelos com alto teor de três nutrientes



Disponível em:

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2020/aprovada-norma-sobre-rotulagem-nutricional>.

Acesso em: 27/09/2021

¹⁷⁶ **RDC 429**, art. 18: “A declaração da rotulagem nutricional frontal é obrigatória nos rótulos dos alimentos embalados na ausência do consumidor cujas quantidades de açúcares adicionados, gorduras saturadas ou sódio sejam iguais ou superiores aos limites definidos no Anexo XV da Instrução Normativa – IN nº 75, de 2020.”

¹⁷⁷Disponível em

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2020/aprovada-norma-sobre-rotulagem-nutricional>.

Acesso em: 13/09/2021.

O novo modelo, entretanto, não foi isento de críticas. Flávio de Souza, vice-presidente de Assuntos Jurídicos da Nestlé, afirmou que “*estamos falando de um alimento, não estamos falando de um medicamento. Tem alguns modelos de rotulagem frontal que são piores do que tarja preta de remédio*”.¹⁷⁸

Entretanto, cumpre ressaltar que a alimentação adequada constitui fator essencial para prevenção e tratamento de diversas doenças.¹⁷⁹ Por outro lado, o consumo de ultraprocessados, alimentos que passaram por técnicas de processamento com alta quantidade de sal, açúcar, gorduras, realçadores de sabor e texturizante, têm aumentado consideravelmente.¹⁸⁰ Por serem hiperpalatáveis, estes produtos danificam os processos que sinalizam a saciedade e provocam o consumo excessivo de calorias, estando diretamente relacionados à incidência de doenças crônicas não transmissíveis.¹⁸¹

Conquanto possuam um perfil nutricional danoso à saúde, os alimentos ultraprocessados muitas vezes não são reconhecidos como nocivos pelos consumidores. As embalagens destes produtos são frequentemente estampadas com uma série de elementos verbais (alegações nutricionais e de saúde) e não verbais (cores, formatos, imagens, e símbolos), que estimulam a escolha por esses alimentos.¹⁸²

Diante desse contexto, destaca-se o sucesso na adoção de medidas como a rotulagem frontal. Em uma pesquisa realizada pelo Instituto de Defesa do Consumidor (Idec) juntamente com o Instituto Datafolha, 82% dos participantes conseguiram identificar corretamente qual era o alimento mais saudável a partir dos rótulos de advertência.¹⁸³ A

¹⁷⁸Disponível em:

<https://ojoioeotriogo.com.br/2019/07/nestle-diz-que-recusa-selo-de-advertencia-nos-rotulos-de-alimentos/> Acesso em 13/09/2021.

¹⁷⁹ Disponível em: <https://site.abcfarma.org.br/alimentacao-e-importante-aliada-no-tratamento-de-doencas/> Acesso em: 12/09/2021.

¹⁸⁰ Um novo estudo do Datafolha apontou que os brasileiros estão consumindo mais alimentos ultraprocessados durante a pandemia. O levantamento feito em 2020 abordou pessoas entre 18 e 55 anos pertencentes a todas as classes econômicas e de todas as regiões do Brasil, e revela que salgadinhos de pacote ou biscoitos salgados foram os produtos campeões de consumo em comparação com o levantamento realizado em 2019, subindo de 30% para 35%. O segundo lugar no ranking ficou para margarina, maionese, ketchup ou outros molhos industrializados, cujo consumo subiu de 50% para 54% em 2020. Disponível em: <https://idec.org.br/noticia/pandemia-aumento-de-consumo-de-ultraprocessados-pelo-brasil>. Acesso em: 12/09/2021.

¹⁸¹ Disponível em: <https://www.cren.org.br/blog/2018/05/17/alimentos-ultraprocessados/>. Acesso em: 12/09/2021.

¹⁸²SATO, Priscila de Moraes *et al.* Consumers' opinions on warning labels on food packages: A qualitative study in Brazil. **PLOS ONE**, 14 (6): e0218813. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0218813>.

¹⁸³ Para a pesquisa, foram entrevistadas 1.384 pessoas, com idades entre 18 e 55 anos, pertencentes a todas as classes socioeconômicas e regiões do Brasil. Os participantes foram apresentados a um questionário com 25 perguntas sobre 3 produtos: iogurte, cereal matinal e suco de caixinha - categorias de alimentos que, devido à sua comunicação mercadológica, muitas vezes são considerados saudáveis.

rotulagem frontal já foi adotada por outros países, tendo alcançado resultados positivos. No Chile, por exemplo, o consumo de bebidas açucaradas teve uma queda de 23,7%.¹⁸⁴

Dessa forma, a adoção da rotulagem nutricional representa um grande avanço nas regras de rotulagem brasileiras, assegurando, de forma mais completa, a veiculação da informação-advertência aos consumidores.

Diante do exposto, conclui-se que as regras sobre rotulagem asseguram, de maneira geral, o conteúdo informacional, ao regulamentar informações sobre conteúdo, utilização, preço e riscos dos mais diversos produtos alimentícios.

Passa-se a análise do conteúdo informacional no caso dos alimentos não rotulados. No ponto, não foram encontradas regras gerais que disciplinem a informação, o que dificulta o estudo do tema. Existem, na verdade, legislações estaduais e municipais esparsas que tornam obrigatória a disponibilização de informações nos estabelecimentos comerciais¹⁸⁵. Contudo, no Estado do Rio Grande do Sul, não há regulamentação nesse sentido.

Figura 14 - Fotografia buffet restaurante, sem disponibilização de qualquer informação sobre alimentos.



¹⁸⁴ Disponível em

<https://idec.org.br/noticia/taxacao-rotulagem-e-regulacao-de-publicidade-reduzem-consumo-de-bebidas-acucaradas-no-chile>. Acesso em 13/09/2021.

¹⁸⁵ Exemplo: Decreto Municipal RJ nº 23.148/03 de 17/07/2003, que esclarece sobre a obrigatoriedade da disponibilização de informação nutricional de refeições comercializadas e orienta os técnicos quanto às exigências que devem ser observadas nas inspeções às redes de fast food.

A ausência de parâmetros gerais ocasiona um cenário de grande insegurança alimentar. No Brasil, 53% dos moradores dos grandes centros urbanos declaram que ao menos um dia da semana almoçam em restaurantes.¹⁸⁶

Nessa senda, a Unilever Food Solutions publicou estudo mostrando que 91% dos brasileiros entrevistados gostariam de saber mais sobre o que há em suas refeições quando se alimentam fora de casa, e 84% acreditam que conhecer as informações nutricionais das refeições influencia suas escolhas e que eles fariam decisões mais saudáveis. Nada obstante, apenas 13% afirmam ter recebido alguma informação sobre os valores nutricionais de suas refeições. Por fim, 93% dos entrevistados gostariam que houvesse mais transparência sobre o conteúdo das refeições nos estabelecimentos comerciais.¹⁸⁷

Nos Estados Unidos, foi realizada uma pesquisa com objetivo de verificar a influência da disponibilização de informações nutricionais no comportamento dos indivíduos nas escolhas das refeições. Os resultados obtidos mostraram que os pratos com maior teor de gordura foram escolhidos com menor frequência, quando disponibilizada informação nutricional aos consumidores, o que não ocorria em situação anterior. Outro aspecto importante foi que o oferecimento desse tipo de informação ampliou o consumo de legumes e verduras e reduziu o consumo de batatas fritas e de sobremesas.¹⁸⁸

A ausência informacional torna-se ainda mais grave quando relacionada a alergias alimentares. Dados de uma pesquisa realizada em 2018 apontam que, dos estabelecimentos analisados, apenas 13% informavam sobre a presença de alergênicos nos cardápios.¹⁸⁹ Constatou-se, ainda, que a maioria dos funcionários não estavam aptos a responder as dúvidas do consumidor acerca da composição e forma de preparo dos alimentos.

Nesse sentido, reitera-se que a exclusão de algum ingrediente alergênico no preparo não isenta o consumidor alérgico dos riscos, tendo em vista a possibilidade de contaminações cruzadas. O simples fato de utilizar a mesma colher em uma preparação pode trazer consequências graves, senão irreversíveis, para quem sofre com alergia alimentar.

¹⁸⁶ “No Brasil 53% dos moradores dos grandes centros urbanos declaram que ao menos um dia da semana almoçam fora de casa. Os locais mais frequentados são os restaurantes por quilo, com 27%. As lanchonetes e as redes de fast-food aparecem na vice-liderança, com 19%. Padarias e restaurantes à la carte também se destacam com 18%.” SÃO PAULO. Fiesp/ital. Governo. **Brasil Food Trends 2020**. São Paulo, 2010. 60 p.

¹⁸⁷ UNILEVER FOOD SOLUTIONS. World Menu Report. **Global Research Findings 2011**.

Sustainable Kitchens: Reducing Food Waste, 2011. Disponível em:

https://issuu.com/unileverfoodsolutions/docs/32369_foodso_ufs_wmr_12pages_uk_vf. Acesso em 15/09/2021.

¹⁸⁸ CRANAGE, David.; CONKLIN, Martha; LAMBERT, Carolyn. Effect of nutrition information in perceptions of food quality, consumption behavior and purchase intentions. **Journal of Foodservice Business Research**, v. 7, n. 1, p. 43-61, 2004. DOI: https://doi.org/10.1300/J369v07n01_04

¹⁸⁹ AUFIERI, Mariana Cerne *et al.* Análise dos alérgenos declarados em cardápios de restaurantes em shoppings. **Revista UNIVAP**, São José dos Campos, v. 25, n. 48, p. 13- 21, dez. 2019.

Logo, a ausência de informação nutricional referente aos alimentos comercializados em restaurantes pode comprometer as escolhas, e até mesmo a saúde, dos indivíduos.

Diante do exposto, verifica-se a escassez de informação nutricional em estabelecimentos que comercializam alimentos para consumo imediato, sendo necessária a sua regulamentação, a fim de assegurar maior segurança alimentar para os consumidores.

Examinado *o que* é informado aos consumidores, passa-se à análise de *como* essas informações são repassadas.

3.2 Como o consumidor é informado

Conforme exposto anteriormente, a informação deve ser, simultaneamente, adequada, veraz e suficiente. As regras sobre rotulagem nutricional regulam de que forma a informação deve ser veiculada ao consumidor nos produtos rotulados, de modo que cumpre analisá-las em face dos parâmetros estabelecidos no tópico anterior.

3.2.1. A informação adequada

Em síntese, para que a informação seja adequada, ela deve possibilitar e facilitar a compreensão e a utilização pelo consumidor. Uma pesquisa promovida pelo Ministério da Saúde demonstrou que aproximadamente 70% das pessoas consultam os rótulos dos alimentos no momento da compra.¹⁹⁰ Tal dado constitui forte indicativo de que a rotulagem é meio apto a informar o consumidor. Todavia, para que o requisito da adequação seja plenamente atendido, faz-se necessário assegurar que as informações dispostas na rotulagem sejam, de fato, compreendidas.

À vista disso, as normas de rotulagem estabelecem que a informação nos rótulos alimentícios deve ser escrita com caracteres de tamanho, realce e visibilidade adequados.¹⁹¹

¹⁹⁰Disponível em <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem/arquivos/4703json-file-1> . Acesso em: 10/09/2021.

¹⁹¹ “ IDIOMA. (...) com caracteres de tamanho, realce e visibilidade adequados, sem prejuízo da existência de textos em outros idiomas.”

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 259**, de 20 de setembro de 2002. Disponível em: https://bvsmis.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22**, de 02 de junho de 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/aru>

Nada obstante, a redação empregada é excessivamente genérica, marcada por um elevado grau de subjetividade.¹⁹²

Nesse aspecto, até há previsão de tamanho mínimo de 1mm para informações obrigatórias.¹⁹³ Contudo, essa dimensão corresponde a menor medida em qualquer informação do rótulo, o que acaba por prejudicar a legibilidade da informação.¹⁹⁴

Figura 15 - Fotografia da embalagem de requeijão, legibilidade da informação prejudicada



ivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf . Acesso em 03/08/2021.

¹⁹²NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013, p. 316.

¹⁹³“O tamanho das letras e números da rotulagem obrigatória, exceto a indicação dos conteúdos líquidos, não pode ser inferior a 1mm.”

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 259**, de 20 de setembro de 2002. Disponível em: https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22**, de 02 de junho de 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf> . Acesso em 03/08/2021.

¹⁹⁴ FREITAS, Jackson Fernandes de; VINHA, Mariana Barboza; DIAS, Rachel Quandt. Rotulagem de alimentos: orientações para elaboração de rótulos dos produtos da agricultura familiar. Vitória, ES: **Incaper**, 2017, 60 p. (Circular Técnica, 06-I).

No mais, é obrigatório que o idioma empregado nos rótulos seja o português.¹⁹⁵ Caso a rotulagem não esteja redigida no idioma pátrio, deve ser colocada uma etiqueta complementar, contendo as informações obrigatórias no idioma correspondente.

Figura 16 - Fotografia embalagem biscoito importado comercializado no Brasil. Etiqueta autoadesiva com tradução das informações nutricionais.



Em relação às nomenclaturas utilizadas nos rótulos, quando estiver estabelecida uma ou mais denominações para um alimento em regulamento técnico específico, deve-se utilizar pelo menos uma dessas.¹⁹⁶ Nada obstante, não se verifica uma maior preocupação para utilização de termos amplamente conhecidos, que facilitaríamos a compreensão do consumidor, leigo.

¹⁹⁵“ IDIOMA. A informação obrigatória deve estar escrita no idioma oficial do país de consumo (...).

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 259**, de 20 de setembro de 2002. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22**, de 02 de junho de 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf> . Acesso em 03/08/2021.

¹⁹⁶ “Denominação de venda do alimento: É o nome específico e não genérico que indica a verdadeira natureza e as características do alimento. Será fixado no Regulamento Técnico específico que estabelecer os padrões de identidade e qualidade inerentes ao produto.”

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 259**, de 20 de setembro de 2002. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22**, de 02 de junho de 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf> . Acesso em 03/08/2021.

A título ilustrativo, há uma infinidade de bebidas de frutas existentes, aos quais devem empregar nomenclaturas diferentes, em razão dos ingredientes e da forma de processamento utilizada. O suco deve conter na sua composição apenas ingredientes naturais presentes na própria fruta, e deve ter cerca de 50% de polpa.¹⁹⁷ Entretanto, o tipo de bebida de fruta mais comumente encontrado nos supermercados não é o suco, mas o néctar de frutas, que tem entre 20% e 30% de polpa de frutas, podendo conter açúcar, corantes, conservantes, e outros aditivos.¹⁹⁸ Tal diferença é desconhecida por grande parte dos consumidores, que

¹⁹⁷ **Decreto n. 6.871**, de 4 de junho de 2009, art. 18. “Suco ou sumo é a bebida não fermentada, não concentrada, ressalvados os casos a seguir especificados, e não diluída, destinada ao consumo, obtida da fruta madura e sã, ou parte do vegetal de origem, por processamento tecnológico adequado, submetida a tratamento que assegure a sua apresentação e conservação até o momento do consumo. § 1o O suco não poderá conter substâncias estranhas à fruta ou parte do vegetal de sua origem, excetuadas as previstas na legislação específica. § 2o É proibida a adição, em sucos, de aromas e corantes artificiais. § 3o O suco poderá ser adicionado de açúcares na quantidade máxima fixada para cada tipo de suco, observado o percentual máximo de dez por cento em peso, calculado em gramas de açúcar por cem gramas de suco, tendo sua denominação acrescida pela designação adoçado. § 4o O suco poderá ser adicionado de dióxido de carbono, podendo ser parcialmente desidratado ou concentrado. § 5o Quando adicionado de dióxido de carbono, o suco será denominado “suco de ...”, acrescido do nome da fruta ou vegetal, gaseificado. § 6o O suco poderá ser parcialmente desidratado ou concentrado. § 7o O suco que for parcialmente desidratado deverá ser denominado de suco concentrado. § 8o Os sucos concentrado e desidratado, quando reconstituídos, deverão conservar os teores de sólidos solúveis originais do suco integral, ou o teor de sólidos solúveis mínimo estabelecido nos respectivos padrões de identidade e qualidade para cada tipo de suco. § 9o O suco desidratado é o suco no estado sólido, obtido pela desidratação do suco integral, devendo ser denominado “suco desidratado de ...”, acrescido do nome da fruta ou vegetal. § 10. A designação integral será privativa do suco sem adição de açúcares e na sua concentração natural, sendo vedado o uso de tal designação para o suco reconstituído. § 11. Suco misto é o suco obtido pela mistura de frutas, combinação de fruta e vegetal, combinação das partes comestíveis de vegetais ou mistura de suco de fruta e vegetal, sendo a denominação constituída da expressão suco misto, seguida da relação de frutas ou vegetais utilizados, em ordem decrescente das quantidades presentes na mistura. § 12. Suco reconstituído é o suco obtido pela diluição de suco concentrado ou desidratado, até a concentração original do suco integral ou ao teor mínimo de sólidos solúveis estabelecido nos respectivos padrões de identidade e qualidade para cada tipo de suco integral, sendo obrigatório constar na sua rotulagem a origem do suco utilizado para sua elaboração, se concentrado ou desidratado, sendo opcional o uso da expressão reconstituído. § 13. Suco tropical é a bebida não fermentada obtida pela dissolução, em água potável ou em suco clarificado de fruta tropical, da polpa de fruta polposa de origem tropical, por meio de processo tecnológico adequado, devendo ter cor, aroma e sabor característicos da fruta, submetido a tratamento que assegure a sua apresentação e conservação até o momento do consumo. § 14. Suco tropical misto é a bebida obtida pela dissolução, em água potável ou em suco clarificado de fruta tropical, da mistura de polpas de frutas polposas de origem tropical, por meio de processo tecnológico adequado, não fermentada, devendo ter cor, aroma e sabor característicos das frutas, submetido a tratamento que assegure a sua apresentação e conservação até o momento do consumo. § 15. Os teores de polpas de frutas utilizados na elaboração do suco tropical deverão ser superiores aos estabelecidos para o néctar das respectivas frutas. § 16. O suco tropical, quando adicionado de açúcar, deverá ser denominado suco tropical, acrescido do nome da fruta e da designação adoçado, podendo ser declarado no rótulo a expressão suco pronto para beber, pronto para o consumo ou expressões semelhantes. § 17. Suco tropical de caju, suco tropical de maracujá e suco tropical de abacaxi deverão ser obtidos sem dissolução em água, podendo também serem denominados apenas de suco. § 18. Quando adicionado de dióxido de carbono, o suco tropical será denominado ‘suco tropical de ...’, acrescido do nome da fruta ou vegetal, gaseificado.”

¹⁹⁸ **Decreto n. 6.871**, de 4 de junho de 2009, art. 21. “Néctar é a bebida não fermentada, obtida da diluição em água potável da parte comestível do vegetal ou de seu extrato, adicionado de açúcares, destinada ao consumo direto. § 1o Quando adicionado de dióxido de carbono, o néctar será denominado “néctar de ...”, acrescido do nome da fruta ou vegetal, gaseificado. § 2o Néctar misto é a bebida obtida da diluição em água potável da mistura de partes comestíveis de vegetais, de seus extratos ou combinação de ambos, e adicionado de açúcares, destinada ao consumo direto.”

podem acabar sendo induzidos a erro, tendo em vista a similaridade das embalagens das bebidas em questão.

Figura 17 - Na primeira imagem, fotografia de embalagem de suco de uva. Na segunda imagem, fotografia de embalagem de néctar de uva.



Da mesma forma, o consumidor também pode ser induzido a erro ao comprar um iogurte. Isso porque, vendido na mesma seção do supermercado, encontra-se a bebida láctea. O iogurte é o leite coagulado produzido através de leite fermentado por bactérias.¹⁹⁹ Já a bebida láctea é feita com até 51% de soro de leite.²⁰⁰ Do ponto de vista nutricional, o iogurte possui uma maior quantidade de proteínas, cálcio e de bactérias lácteas benéficas ao organismo que melhora a flora intestinal, sendo, dessa forma, um alimento mais completo em termos nutricionais.²⁰¹

¹⁹⁹“Iogurtes: produzido através de leite fermentado por bactérias, a fermentação se realiza obrigatoriamente com cultivos protossimbióticos (*Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus* e *Lactobacillus delbrueckii* subsp. *Bulgaricus*), aos quais se podem acompanhar, de forma complementar, outras bactérias ácido-lácticas que, por sua atividade, contribuem para a determinação das características do produto final. A base Láctea representa pelo menos 70% do total de ingredientes do produto.”

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa n. 16, de 23 de agosto de 2005**. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=24/08/2005&jornal=1&pagina=7&totalArquivos=144> . Acesso em: 20/09/2021.

²⁰⁰“Bebida Láctea: o produto lácteo resultante da mistura de leite e soro de leite (líquido, concentrado e em pó) adicionado ou não de produto(s) ou substância(s) alimentícia(s), gordura vegetal, leite(s) fermentado(s), fermentos lácteos selecionados e outros produtos lácteos. A base Láctea representa pelo menos 51% do total de ingredientes do produto. Além do leite e soro de leite a bebida láctea pode ou não conter gordura vegetal, leite fermentado, fermentos lácteos e outros produtos alimentícios (polpa de frutas e mel).”

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa n. 16, de 23 de agosto de 2005**. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=24/08/2005&jornal=1&pagina=7&totalArquivos=144> . Acesso em: 20/09/2021.

²⁰¹ Disponível em: <https://fermentech.com.br/artigos-tecnicos/qual-a-diferenca-entre-iogurte-e-bebida-lactea/> Acesso 17/09/2021.

Figura 18 - Na primeira imagem, fotografia de embalagem de iogurte parcialmente desnatado. Na segunda imagem, fotografia de embalagem de bebida láctea fermentada.



Os dados nutricionais do produto (como valor energético, macronutrientes, sódio, etc.) deverão estar expressos por porção, incluindo a medida caseira correspondente (xícara de chá, colher de sopa, copo, etc.). Não há, todavia, um padrão para a quantidade a que se refere esses dados, o que dificulta na comparação entre produtos. Assim, um pacote de bolacha pode ter a sua quantidade de carboidratos expressa por 30g, enquanto um pacote de outra marca refere-se a porção de 25g.

Figura 19 - Na primeira imagem, tabela nutricional de um salgadinho expressa por 30g. Na segunda imagem, tabela nutricional de um salgadinho expressa por 25g.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL		
Porção de 30g (1/5 xícara)		
Quantidade por porção		% VD (*)
Valor energético	147cal = 614kJ	6%
Carboidratos	16g	5%
Proteínas	1,6g	2%
Gorduras totais	8,2g	15%
Gorduras saturadas	0,9g	4%
Gorduras trans	0g	n
Fibra alimentar	1,6g	6%
Sódio	96mg	4%

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL / Información nutricional		
Uma porção de 25g (1 xícara) fornece/ Una porción de 25g (1 taza) proporciona		
Quantidade por porção		%VD (*)
Cantidad por porción		
Valor Energético / Valor Energético	97kcal=406kJ	5%
Carboidratos / Carbohidratos	8,0g	3%
Proteínas / Proteínas	0,3g	0%
Gorduras Totais / Grasas Totales	5,3g	10%
Gorduras Saturadas / Grasas Saturadas	2,2g	10%
Gorduras Trans / Grasas Trans	0g	**
Fibra Alimentar / Fibra Alimentaria	0,4g	2%
Sódio / Sodio	84mg	3%

Por fim, é proibido o destaque da presença ou ausência de componentes que sejam próprios de alimentos de igual natureza, exceto nos casos previstos em regulamentos técnicos

específicos.²⁰² Essa exceção, entretanto, além de induzir o consumidor a acreditar que o produto seria diferenciado dos demais, acaba por permitir uma maior poluição visual, causada pela sobrecarga informacional. Dessa forma, uma embalagem de cacau em pó pode apresentar no seu rótulo a alegação “zero açúcar”, seguido pelo alerta (normalmente em letras menores) “como todo cacau em pó”, informação desnecessária num contexto alimentar.

Figura 20 - Fotografia embalagem cacau em pó, informação “zero açúcar”, seguido alerta, em dimensões menores “como todo cacau em pó”.



Quanto à acessibilidade da informação, não foram encontradas regras que visem a garantir uma maior inclusão dos mais variados tipos de consumidores. Tal ausência impede que parcela da população, como os deficientes visuais ou os analfabetos, participem plenamente de todos os aspectos da vida, tornando-os dependentes de outras pessoas para realização de uma simples compra.

Diante do exposto, depreende-se que, a despeito das regras existentes sobre o tema, não há veiculação adequada da informação. A corroborar esse entendimento, uma pesquisa realizada em 2016 pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) apontou que

²⁰²Os alimentos embalados não devem ser descritos ou apresentar rótulo que: c) destaque a presença ou ausência de componentes que sejam intrínsecos ou próprios de alimentos de igual natureza, exceto nos casos previstos em Regulamentos Técnicos específicos; d) ressalte, em certos tipos de alimentos processados, a presença de componentes que sejam adicionados como ingredientes em todos os alimentos com tecnologia de fabricação semelhante.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

39,6% das pessoas entendem parcialmente ou muito pouco dos rótulos e 0,4% afirmaram compreender nada. As principais dificuldades apontadas foram: letra pequena (61%), uso de termos técnicos (51%) e a necessidade de se fazer cálculos (41,6%).²⁰³

Visando a facilitar a compreensão dos consumidores, a nova regra sobre rotulagem trará mudanças no ponto. A tabela de informação nutricional deverá trazer os dados apenas em letras pretas, com fundo branco, para garantir a facilidade na leitura, afastando a possibilidade de uso de contrastes que atrapalhem a legibilidade das informações.²⁰⁴ Haverá padronização dos dados nutricionais por 100g (produtos sólidos e semissólidos) ou por 100ml (líquidos), o que facilitará a comparação nutricional entre os alimentos.²⁰⁵ Nota-se, portanto, que as novas regras de rotulagem representarão uma melhora no requisito da adequação.

Figura 21 - Imagem do novo padrão da tabela nutricional, segundo RDC 429.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL			
Porções por embalagem: 000 porções			
Porção: 000 g (medida caseira)			
	100 g	100 g	%VD*
Valor energético (kcal)			
Carboidratos totais (g)			
Açúcares totais (g)			
Açúcares adicionados (g)			
Proteínas (g)			
Gorduras totais (g)			
Gorduras saturadas (g)			
Gorduras trans (g)			
Fibra alimentar (g)			
Sódio (mg)			
*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.			

Disponível em:

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2020/aprovada-norma-sobre-rotulagem-nutricional>.

Acesso em: 27/09/2021

No entanto, faz-se ainda necessário o estabelecimento de outras medidas, visando a assegurar uma maior acessibilidade das informações à pluralidades de consumidores

²⁰³ Disponível em:

<https://idec.org.br/idec-na-imprensa/voce-entende-os-rotulos-dos-alimentos-veja-o-que-e-importante-observar>.

Acesso em : 12/09/2021.

²⁰⁴**RDC 429**, art. 16. “A formatação da tabela de informação nutricional deve: I – empregar caracteres e linhas de cor 100% preta aplicados em fundo branco; II – observar os nomes dos constituintes ou seus nomes alternativos, e as respectivas ordem de declaração, indentação e unidades de medida definidos no Anexo XI da Instrução Normativa – IN nº 75, de 2020; III – empregar espaçamento entre linhas de forma a impedir que os caracteres se toquem ou encostem na barra, linhas ou símbolos de separação, quando existentes; IV – usar borda de proteção, barras, linhas e símbolos de separação e margens internas em conformidade com o modelo selecionado; e V – seguir os requisitos específicos para formatação padrão definidos no Anexo XII da Instrução Normativa – IN nº 75, de 2020”.

²⁰⁵**RDC 429**, art. 8º: “A declaração das quantidades na tabela de informação nutricional deve ser realizada com base no produto tal como exposto à venda por: I – 100 gramas (g), para sólidos ou semissólidos, ou 100 mililitros (ml), para líquidos; e II – porção do alimento definida no Anexo V da Instrução Normativa – IN nº 75, de 2020 e medida caseira correspondente.”.

existentes. Nesse sentido, a ampliação do tamanho da letra utilizada revela-se medida importante, tendo em vista a tendência de envelhecimento da população²⁰⁶, que está diretamente relacionada com aumento nos problemas de visão, como a presbiopia (vista cansada).²⁰⁷ A utilização de imagens, símbolos, e recursos tecnológicos também podem ser uma boa estratégia a ser empregada. No mais, verifica-se a importância de uma padronização na nomenclatura empregada para todos os ingredientes dos produtos, utilizando-se de termos já consagrados, de fácil entendimento para todos os consumidores.

3.2.2. A informação veraz

Para que a informação seja veraz, ela deve corresponder a realidade objetiva que o destinatário precisa conhecer. A fim de assegurar a veracidade das informações, é vedada a utilização de palavras ou qualquer representação gráfica que possa tornar a informação falsa, ou que possa induzir o consumidor ao erro.²⁰⁸ É proibido que os rótulos de alimentos industrializados tragam informações que não possam ser comprovadas.²⁰⁹

²⁰⁶ Em 2019, o número de idosos no Brasil chegou a 32,9 milhões. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que a tendência de envelhecimento da população vem se mantendo e o número de pessoas com mais de 60 anos no país já é superior ao de crianças com até 9 anos de idade.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html> Acesso em: 12/09/2021

²⁰⁷Disponível em:

<https://vivaofthalmologia.com.br/problemas-de-visao-que-atingem-pessoas-com-mais-de-40-anos/> Acesso em: 12/09/2021.

²⁰⁸Os alimentos embalados não devem ser descritos ou apresentar rótulo que: a) utilize vocábulos, sinais, denominações, símbolos, emblemas, ilustrações ou outras representações gráficas que possam tornar a informação falsa, incorreta, insuficiente, ou que possa induzir o consumidor a equívoco, erro, confusão ou engano, em relação à verdadeira natureza, composição, procedência, tipo, qualidade, quantidade, validade, rendimento ou forma de uso do alimento;”

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em:

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf> . Acesso em 03/08/2021.

²⁰⁹ Os alimentos embalados não devem ser descritos ou apresentar rótulo que b) atribua efeitos ou propriedades que não possuam ou não possam ser demonstradas;

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em:

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf> . Acesso em 03/08/2021.

Além disso, as denominações geográficas reconhecidas não podem ser utilizadas em alimentos fabricados em outros lugares.²¹⁰ Quando o alimento for fabricado segundo tecnologias de diferentes lugares geográficos para adquirir propriedades sensoriais semelhantes ou características parecidas com aquelas que são típicas de certas regiões reconhecidas, a denominação do produto deverá figurar a expressão "tipo", que deve ser apresentada com letras de igual tamanho, realce e visibilidade àquelas que correspondem à denominação aprovada no regulamento vigente.²¹¹

Figura 22 - Fotografia embalagem de salame tipo italiano.



²¹⁰ As denominações geográficas de um país, de uma região ou de uma população, reconhecidas como lugares onde são fabricados alimentos com determinadas características, não podem ser usadas na rotulagem ou na propaganda de alimentos fabricados em outros lugares, quando possam induzir o consumidor a erro, equívoco ou engano.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

²¹¹ Quando os alimentos são fabricados segundo tecnologias características de diferentes lugares geográficos, para obter alimentos com propriedades sensoriais semelhantes ou parecidas com aquelas que são típicas de certas zonas reconhecidas, na denominação do alimento deve figurar a expressão "tipo", com letras de igual tamanho, realce e visibilidade que as correspondentes à denominação aprovada no regulamento vigente no país de consumo.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

Nada obstante a essas previsões, um estudo de 2019 constatou que um quarto (¼) dos alimentos vendidos com alegações de benefícios à saúde (como “*fit*”, “*sem aditivos*”, “*light*”, “*rico em fibras*”) continham nutrientes nocivos em excesso.²¹² Essas incoerências, somadas ao fato de que as alegações têm grande potencial de influenciar decisões de compra, são um sinal de que deveria se considerar a restrição de uso em produtos que não sejam de fato saudáveis.

Com o advento da nova norma de rotulagem, foram modificadas regras relativas às declarações das alegações nutricionais, objetivando evitar essas contradições. A título exemplificativo, uma barra de cereal com redução de gorduras totais não poderá indicar esse atributo em sua rotulagem, caso apresente a quantidade de gordura saturada igual ou superior ao limite estabelecido.

A despeito dessa nova resolução, as regras estabelecidas ainda não são suficientemente completas. Verificam-se brechas, que acabam viabilizando a veiculação de informações inverídicas ao consumidor.

Um produto pode, por exemplo, ser comercializado sob alegação “*zero açúcar*”, mesmo contendo grande quantidade de outros ingredientes que também são metabolizados como glicose no organismo humano. Xarope de milho, maltodextrina, dextrina, maltose são nomenclaturas diferentes para substâncias com o mesmo efeito negativo do açúcar.²¹³ Esses ingredientes são apresentados no rótulo sem qualquer tipo de aviso. Tal permissão reveste-se de especial gravidade, principalmente dada a existência de públicos consumidores hipervulneráveis, como os diabéticos, para os quais o controle dos índices de glicose circulante no sangue é de vital importância.

Figuras 23 - Embalagem de granola “zero açúcar”; lista de ingrediente contém, em terceiro lugar na ordem, maltodextrina.

²¹² O estudo encontrou alegações em 41,2% dos produtos da amostra, sendo aquelas referentes a nutrientes as mais frequentes (28,5%), seguidas das referentes à saúde (22,1%) e, menos frequentes, as alegações ambientais (5,2%). Em algumas categorias de produtos, essas alegações eram muito frequentes, como nos cereais matinais e barras de cereais (93,7%) e sucos e néctares de frutas (92,5%). Curiosamente, os alimentos que apresentam alegações relacionadas a nutrientes são mais frequentemente pobres nutricionalmente, e 23,5% deles tinham altos níveis de nutrientes nocivos – produtos com alegações sobre saúde ou meio ambiente tiveram resultados melhores neste quesito. Em alguns grupos, como os dos laticínios adoçados e das bebidas com sabor de fruta, notou-se uma alta prevalência de produtos com nutrientes em excesso entre os que contêm alegações nutricionais nos rótulos. (DURAN, Ana Clara, et al. Conflicting Messages on Food and Beverage Packages: Front-of-Package Nutritional Labeling, Health and Nutrition Claims in Brazil. *Nutrients*, v. 11, n. 12, 2967. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu11122967>).

²¹³Disponível em

<https://www.inca.gov.br/dicas/alimentacao-e-nutricao/saiba-como-identificar-o-acucar-escondido-nos-alimentos>. Acesso em 10/09/2021.



Foi em razão de violação ao requisito da veracidade que, em 24/06/2021, o Idec encaminhou ao Programa de Proteção e Defesa do Consumidor de São Paulo (Procon-SP) uma denúncia contra a Nestlé. No portfólio da empresa, foram identificados quatro produtos da linha “Nesfit”, que possuem mel no nome, sem, entretanto, conter mel em sua composição. De acordo com Mariana Gondo, advogada do Idec, *“toda a construção da promoção comercial dos produtos leva a crer que o mel seja um ingrediente principal ou, no mínimo, um ingrediente presente em sua composição, induzindo o consumidor a erro”*. Os elementos da embalagem vendem a ideia de um produto mais natural e saudável, todavia foram identificados aditivos alimentares e uma alta concentração de açúcares presentes em sua composição. A nutricionista do Idec, Laís Amaral, explicou que *“os aromatizantes são utilizados com o objetivo de tornar os produtos mais atrativos e hiperpalatáveis por meio do aumento de características sensoriais”*. Contudo, todos os quatro produtos analisados são ultraprocessados e contêm ingredientes que, na verdade, são prejudiciais à saúde.²¹⁴

Assim, deveriam ser estabelecidos parâmetros mais rigorosos para controle da veracidade da informação, principalmente no que diz respeito à padronização e ao controle dos termos usados nas alegações nutricionais, a fim de impedir que o consumidor seja induzido a erro.

3.1.3. A informação suficiente

²¹⁴Disponível em:

<https://idec.org.br/noticia/idec-denuncia-nestle-ao-procon-por-publicidade-enganosa-em-produtos-da-linha-nesfit>
Acesso em: 14/09/2021.

A Nestlé, maior companhia mundial de alimentos e bebidas, admitiu que mais de 60% de seus produtos não atenderiam aos padrões de qualidade necessários.

Disponível em <https://www.ft.com/content/4c98d410-38b1-4be8-95b2-d029e054f492?shareType=nongift>.
Acesso em 14/09/2021.

Para que a informação seja considerada suficiente, ela deve ser completa. Tal requisito, entretanto, confunde-se com conteúdo informacional. Dessa forma, entende-se que havendo a correta disponibilização da informação sobre os aspectos relevantes para formação da decisão do consumidor, conforme dispostos nas regras de rotulagem, a informação será, via de regra, suficiente.

Diante do exposto, percebe-se que o atendimento às resoluções de rotulagem não assegura ao consumidor o acesso às informações adequadas e verazes.

Passa-se, então, a análise dos requisitos para veiculação da informação nos alimentos não rotulados. No ponto, não foram encontradas regras gerais. Ressalta-se que existem restaurantes que disponibilizam informações nutricionais. Entretanto, tratam-se de iniciativas individuais dos proprietários, que, na maioria das vezes, não contratam serviços técnicos para padronizar as receitas, elaborar fichas técnicas das preparações e auxiliá-los na elaboração das informações alimentares e nutricionais, requisitos considerados imprescindíveis para a correta disponibilização de informações alimentares e nutricionais.²¹⁵

Figuras 24 - Fotografia de dois pães comprados em padarias diferentes. O primeiro apenas com informação sobre origem, validade, peso, preço. O segundo com indicação de lista de ingredientes, alerta para alérgicos, tabela nutricional.



Verifica-se que a falta de regulamentação do tema prejudica o acesso às informações pelos consumidores.

²¹⁵OLIVEIRA, Renata Carvalho de; PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa; SALLES, Raquel Kuerten de. O direito à informação alimentar e nutricional em restaurantes: uma revisão. **Demetra: Nutrição & Saúde**, Florianópolis, p.47-58, 2012.

Analisada a situação informacional dos brasileiros no âmbito alimentício, passa-se a abordar as conclusões que o trabalho alcançou.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além de se configurar como um dever, a informação é um direito básico do consumidor, assegurado tanto pela Constituição Federal, como pelo Código de Defesa do Consumidor.

É por meio da informação que se alcança a proteção de outros direitos de caráter igualmente fundamental, como o direito à saúde e o direito à alimentação adequada. Afinal, para a tomada de decisão de que alimento consumir, o consumidor necessita de dados que esclareçam o que, de fato, ele está prestes a ingerir.

O correto fornecimento da informação, por meio do perfeito cumprimento do dever de informar, tem o propósito de auxiliar o alcance da equidade informacional e de reduzir a vulnerabilidade inerente ao consumidor. Ainda, resguarda a autonomia, garantindo o direito de escolha, fortemente reduzido pelos modos contemporâneos de atividade econômica massificada, despersonalizada e mundializada.

Ressalta-se que a informação também representa uma garantia ao fornecedor, porquanto assegura que o risco da escolha do produto será do consumidor. O cumprimento do dever de informar possibilita que cada indivíduo tome para si o gerenciamento dos riscos que lhe assombram.

Diante desse contexto, o trabalho buscou estudar quais dados devem ser repassados ao consumidor, bem como de que forma, para que o dever de informar do fornecedor seja perfeitamente cumprido.

Em primeiro lugar, verificou-se que a informação deve abranger todos os aspectos relevantes para tomada de decisão do consumidor, como, por exemplo, as características do produto ofertado, as instruções para melhor uso, as formas de pagamento, e os riscos que poderá estar sujeito. Deve-se observar no caso concreto quais as informações substanciais que devem ser transmitidas, tendo como parâmetro a tutela da população mais vulnerável.

Em segundo lugar, constatou-se que a informação deve ser veiculada de maneira adequada, suficiente e veraz. A informação adequada é aquela que pode ser compreendida e efetivamente utilizada pelo consumidor. Já a informação veraz deve corresponder às reais características do produto ofertado. Por fim, a informação suficiente deve ser completa. Somente com a conjugação desses três requisitos o consumidor poderá efetivamente conhecer o conteúdo da informação veiculada.

Concluiu-se, portanto, que o dever de informar do fornecedor somente restará cumprido se ao consumidor for veiculada a informação adequada, suficiente e veraz sobre todos os aspectos relevantes para tomada da sua decisão, como o conteúdo, a utilização, o preço, e os riscos do produto ofertado.

Definido os critérios gerais, o trabalho objetivou verificar se existem critérios para assegurar a concretização do direito à informação no cenário brasileiro.

No Brasil, a implementação da informação nutricional por meio da rotulagem é obrigatória para os alimentos embalados na ausência do consumidor. Percebeu-se que a regulamentação dos rótulos assegura, de maneira geral, o conteúdo informacional, ao regulamentar a disponibilização de dados sobre o conteúdo, a utilização, o preço, e os riscos do produto ofertado. Ressalta-se que as mudanças advindas da nova regra de rotulagem (RDC 429) irão assegurar aos consumidores informação mais completa sobre conteúdo e os riscos.

Por outro lado, a regulamentação de rotulagem ainda carece de parâmetros concretos, aptos a assegurar a veiculação adequada e veraz da informação. A nova regra de rotulagem trará alterações visando a facilitar a compreensão dos consumidores. No entanto, essas mudanças ainda não são suficientes para assegurar uma maior acessibilidade às informações frente à pluralidade de consumidores existentes.

Assim, conquanto o Brasil esteja em evolução no quesito de segurança alimentar, entende-se que os regramentos ainda necessitam de complementação para que a informação possa ser compreendida de forma apropriada, e, por conseguinte, propicie segurança e clareza.

No mais, embora a disponibilização de informação nutricional por meio dos rótulos seja obrigatória para alimentos embalados no Brasil, essa obrigatoriedade não se estende aos produtos vendidos prontos para o consumo. Em relação a esses, não foram encontradas regras que regulamentem, de maneira geral, o conteúdo ou os requisitos para disponibilização da informação, o que dificultou o estudo do tema. Constatou-se necessária a regulamentação da informação para os alimentos não rotulados, a fim de assegurar uma maior segurança alimentar aos consumidores.

No decorrer do trabalho, utilizou-se de fotografias ilustrativas dos produtos alimentícios comercializados no Brasil, bem como de pesquisas sobre o tema. Todos esses exemplos evidenciaram a falta de preocupação e de cuidado com as escolhas alimentares dos consumidores, revelando, portanto, desrespeito ao direito à informação, e conseqüentemente, ao direito à alimentação adequada, posto que os consumidores, muitas vezes, não sabem o que estão, de fato, ingerindo.

A pesquisa não exaure o tema, mas aponta que, embora positivado no ordenamento jurídico, ainda não há parâmetros concretos aptos a assegurar plenamente o direito à informação.

Nada obstante, os padrões fixados pela Administração são considerados parâmetros mínimos. Dessa forma, conclui-se que, no sistema jurídico brasileiro, é responsabilidade do fornecedor oferecer todas as informações necessárias, tanto nos alimentos rotulados, como não rotulados, independentemente da regulação legal.

Por fim, reconhece-se a complexidade e interdisciplinaridade do tema, bem como a atuação regulatória existente até o momento. Entretanto, tendo em vista a permanência do problema da segurança alimentar, entende-se que somente com um direito preventivo e pró-ativo poderá ser assegurado o direito à informação dos consumidores, respeitando as escolhas alimentares de cada um.

REFERÊNCIAS

Referências bibliográficas:

ALEXY, Robert. **Teoria dos Direitos Fundamentais**. 2.ed. tradução Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2012

AUFIERI, Mariana Cerne *et al.* Análise dos alérgenos declarados em cardápios de restaurantes em shoppings. **Revista UNIVAP**, São José dos Campos, v. 25, n. 48, p. 13- 21, dez. 2019.

AZEVEDO, Antonio Junqueira de. Responsabilidade pré-contratual no código de defesa do consumidor: um estudo comparativo com a responsabilidade pré-contratual no direito comum. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 18, abr./jun, 1996.

BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação**: direito e dever nas relações de consumo. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008.

BENJAMIN, Antônio Herman V., MARQUES, Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**, 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2021.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do Consumidor**, 5.ed., São Paulo: Atlas, 2019.

CHADDAD, Maria Cecília Cury. **Rotulagem de alimentos**: o direito à informação, à proteção da saúde e à alimentação da população com alergia alimentar. Curitiba: Juruá, 2014.

CORREIA, Atála. O dever de informar nas relações de consumo. **Revista da Escola da Magistratura**, Brasília, nº 13, p. 79 - 95, jan. 2011.

DURAN, Ana Clara, et al. Conflicting Messages on Food and Beverage Packages: Front-of-Package Nutritional Labeling, Health and Nutrition Claims in Brazil. **Nutrients**, v. 11, n. 12, 2967. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu11122967>

EFING, Antônio Carlos. **Fundamento das relações de consumo**. 4. ed. Curitiba: Juruá, 2019.

FABIAN, Christoph. **O dever de informar no direito civil**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

FRADERA, Vera Maria Jacob de. A interpretação da proibição de publicidade enganosa ou abusiva à luz do princípio da boa fé: o dever de informar no código de defesa do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, vol. 4. p. 173-191, 1992.

FREITAS, Jackson Fernandes de; VINHA, Mariana Barboza; DIAS, Rachel Quandt. Rotulagem de alimentos: orientações para elaboração de rótulos dos produtos da agricultura familiar. Vitória, ES: **Incaper**, 2017, 60 p. (Circular Técnica, 06-I).

GARCIA, Leonardo de Medeiros. O Princípio da informação na pós-modernidade: direito fundamental do consumidor para o equilíbrio nas relações de consumo. **Revista Jurídica**, São Paulo, v. 64, n. 464, p. 29-54, jun. 2016.

GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**, 11 ed. São Paulo, Editora Forense, 2017.

KHOURI, Paulo Roberto Roque Antônio. **Direito do consumidor**: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2020

KRETZMANN, Renata Pozzi. **A informação nas relações de consumo**: o dever de informar do fornecedor e suas repercussões jurídicas, Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019

LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 37, p. 59-76, mar. 2001

MACEDO JÚNIOR, Ronaldo Porto. Direito à informação nos contratos relacionais de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 35, p.113-122, jul./set. 2000.

MARQUES. Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais, 8. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MARTINS-COSTA, Judith. **A boa-fé no direito privado**: critérios para sua aplicação, 2. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2018.

MARTINS-COSTA, Judith. Ação indenizatória: dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo: parecer. **Revista dos Tribunais**. São Paulo, v. 92, n. 812, p. 75-99, jun. 2003.

MALFATTI, Alexandre David. **O direito de informação no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Alfabeto Jurídico, 2003.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Conteúdo jurídico do princípio da igualdade**, 4 ed.. São Paulo: Malheiros, 2021.

NETO, Roberto Grassi. **Segurança alimentar**: da produção agrária à proteção do consumidor, São Paulo: Saraiva, 2013.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**, 12. ed., São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

OLIVEIRA, Renata Carvalho de; PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa; SALLES, Raquel Kuerten de. O direito à informação alimentar e nutricional em restaurantes: uma revisão. **Demetra: Nutrição & Saúde**, Florianópolis, p.47-58, 2012.

PETTIGREW, Simone et al., The types and aspects of the front-of-pack food labelling schemes preferred by adults and children. **Appetite**, v. 109, Elsevier, p. 115-123, 2017.

PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. **Defesa da Concorrência e bem-estar do consumidor**, 2010, 305 f. Tese (Doutorado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Responsabilidade civil no código do consumidor e a defesa do fornecedor**, São Paulo: Saraiva, 2002.

SÃO PAULO. Fiesp/ital. Governo. **Brasil Food Trends 2020**. São Paulo, 2010, 60 p.

SATO, Priscila de Moraes et al. Consumers' opinions on warning labels on food packages: A qualitative study in Brazil. **PLOS ONE**, 14 (6): e0218813. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0218813>.

SECRETARIA NACIONAL ANTIDROGAS, I Levantamento Nacional sobre os padrões de consumo de álcool na população brasileira / Elaboração, redação e organização: Ronaldo Laranjeira ...[et al.] **Revisão técnica científica**: Paulina do Carmo Arruda Vieira Duarte. Brasília, 2007, 76 p.

TOMASETTI JUNIOR, Alcides. O Objetivo de Transparência e o Regime Jurídico dos Deveres e Riscos de Informação nas Relações Negociais para Consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 4. São Paulo: 1992, p. 52-90.

UNILEVER FOOD SOLUTIONS. World Menu Report. **Global Research Findings 2011**. Sustainable Kitchens: Reducing Food Waste, 2011. Disponível em: https://issuu.com/unileverfoodsolutions/docs/32369_foodso_ufs_wmr_12pages_uk__vf. Acesso em 15/09/2021.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health: list of all documents and publications. **Fifty-seventh World Health Assembly**. Geneva: WHO; 2004.

Referências Legislativas:

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 26, de 2 de julho de 2015**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2015/rdc0026_26_06_2015.pdf. Acesso em 10/09/2021.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 136, de 8 de fevereiro de 2017**. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/20794620/do1-2017-02-09-resolucao-rdc-n-136-de-8-de-fevereiro-de-2017-20794494. Acesso em 10/09/2021.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em 03/08/2021.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução - RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/resolucao-rdc-no-360-de-23-de-dezembro-de-2003.pdf>. Acesso em 03/08/2021

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução RDC nº 429, de 8 de Outubro de 2020**. Disponível em:
<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-de-diretoria-colegiada-rdc-n-429-de-8-de-outubro-de-2020-282070599> . Acesso em 03/08/2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Organização do texto: Juarez de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

BRASIL. **Decreto n. 4.680, de 24 de abril de 2003**. Disponível em
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4680.htm. Acesso em 20/09/2021.

BRASIL. **Decreto n. 6.871, de 4 de junho de 2009**. Disponível em
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6871.htm#:~:text=DECRETOS%20N%C2%BA%206.871%2C%20DE%204,e%20a%20fiscaliza%C3%A7%C3%A3o%20de%20bebidas. Acesso em 20/09/2021.=

BRASIL. **Lei n. 6437 de 20 de agosto de 1977**. Disponível em
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/16437.htm. Acesso em: 04/08/2021.

BRASIL. **Lei n. 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Disponível em
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 04/08/2021.

BRASIL, **Lei n. 9.294 de 15 de julho de 1996**. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19294.htm. Acesso em 04/09/2021.

BRASIL, **Lei n. 10.674 de 16 de maio de 2003**. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.674.htm . Acesso em 04/09/2021.

BRASIL, **Lei n. 10.962 de 11 de outubro de 2004**. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Lei/L10.962.htm Acesso em 04/09/2021.

BRASIL, **Lei n. 11.105 de 24 de março de 2005**. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11105.htm. Acesso em 04/09/2021.

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA. **Portaria nº 157, de 19 de agosto de 2002**. Disponível em: RTAC001457.pdf (inmetro.gov.br). Acesso em: 03/08/2021.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa n. 16, de 23 de agosto de 2005**. Disponível em:
<https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=24/08/2005&jornal=1&pagina=7&totalArquivos=144> . Acesso em: 20/09/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Instrução Normativa nº 22, de 02 de junho de 2009**. Disponível em:
<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alim>

entacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-22-de-2-de-junho-de-2009.pdf . Acesso em 03/08/2021.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Portaria n. 2658/2003**. Disponível em:

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/portaria-no-2-658-de-22-de-dezembro-de-2003.pdf>. Acesso em 03/08/2021.

Casos consultados:

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 586.316-MG. Recorrente: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Recorrido: Associação Brasileira da Indústria de Alimentação. Relator: Ministro Herman Benjamin. Brasília, 17 abr. 2007. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=200301612085&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>. Acesso em 04/08/2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1.537.571- SP. Recorrente: MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. Recorrido: ANVISA AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, Relator: Ministro Herman Benjamin. Brasília, 27 set. 2016. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=201501389767&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>. Acesso em 04/08/2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1.181.066 - RS. Recorrente: COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMÉRICAS - AMBEV. Recorrido: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DEFESA DA SAÚDE DO CONSUMIDOR - SAUDECON. Relator: Ministro Vasco Della Giustina. Brasília, 03 out. 2017. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=201000315570&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>. Acesso em 04/08/2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 447.303- RS. Recorrente: União. Recorrido: ÁGUAS MINERAIS SARANDI LTDA. Relator: Ministro Luiz Fux. Brasília, 12 ag. 2002. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=200200766699&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>. Acesso em 04/08/2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1364915- MG. Recorrente: REFRIGERANTES MINAS GERAIS LTDA. Recorrido: ESTADO DE MINAS GERAIS. Relator: Humberto Martins Brasília, 24 mai. 2014. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=201300216370&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>. Acesso em 04/08/2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 813626/MG. Recorrente: SUPERMERCADO BAHAMAS LTDA Recorrido: MUNICÍPIO DE

CATAGUASES. Relator: Ministra Eliana Calmon, 01 out. 2009. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=200600126926&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>. Acesso em 04/08/2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 237964/SP. Recorrente: ARISCO INDUSTRIAL LTDA. Recorrido: ROSANGELA LEONORA VALENTIM SOARES. Relator: Ministro Ruy Rosado de Aguiar. Brasília, 08 mai. 2000. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=199901023734&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>. Acesso em 04/08/2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Embargos de Divergência em Recurso Especial n. 1.515.895-MS. Embargante: Associação dos Aposentados Pensionistas e Idosos de Campo Grande e do Estado do Mato Grosso do Sul. Embargado: Panificadora Pão Bento Ltda - Microempresa. Relator: Ministro Humberto Martins. Brasília, 20 set. 2017. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=201500354240&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>. Acesso em: 04/08/2020.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível, nº 70073040578. Apelante: JOSÉ ISOTON. Apelado: COOPERATIVA AGROPECUARIA PETROPOLIS LTDA e AGROCINCO COMERCIO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS LTDA. Relator: Carlos Eduardo Richinitti, Porto Alegre, 13 de set., 2017. Julgado em: 13-09-2017. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/buscas/jurisprudencia/exibe_html.php. Acesso em: 04/08/2020.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível, nº 70075029884. Apelante: MARIA HELENA SKRSYPCSAK. Apelado: ITALIANINHO ALIMENTOS LTDA e IMPORTADORA E EXPORTADORA DE CEREAIS S/A. Relator: Jorge Alberto Schreiner Pestana, Porto Alegre, 22 de mar., 2018. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/buscas/jurisprudencia/exibe_html.php. Acesso em: 04/08/2020.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível, nº 70083221069. Apelante: LOJAS RENNER S.A. Apelado: GABRIELA MACEDO REYS e JULIANA DA SILVA MACEDO. Relator: Eliziana da Silveira Perez, Porto Alegre, 05 de mar., 2020. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/buscas/jurisprudencia/exibe_html.php. Acesso em: 04/08/2020.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível, nº 70078985306. Apelante: FITOGRÃOS PRODUTOS NATURAIS LTDA-ME. Apelado: ALFREDO DE FIGUEIREDO LAYDNER FILHO. Relator: Catarina Rita Krieger Martins, Porto Alegre, 13 de dez., 2018. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/buscas/jurisprudencia/exibe_html.php. Acesso em: 04/08/2020.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível, nº 70046666319. Apelante: LUCAS MOTTA DAMO. Apelado: ADRIA ALIMENTOS DO BRASIL LTDA. Relator: Artur Arnildo Ludwig, Porto Alegre, 13 de set., 2012. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/buscas/jurisprudencia/exibe_html.php. Acesso em: 04/08/2020.

RIO GRANDE DO SUL. Turma Recursal. Recurso Cível, nº 71004719845. Recorrente: CARLA LISIANE BOEIRA DE OLIVEIRA. Recorrido: BURGER KING - GOOD FOOD COMERCIO DE ALIMENTOS SA. Relator: Roberto Carvalho Fraga, Porto Alegre, 14 de out., 2014. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/buscas/jurisprudencia/exibe_html.php. Acesso em: 04/08/2020.

RIO GRANDE DO SUL. Turma Recursal. Recurso Cível, nº 71004286688. Recorrente: CAMILA MARTINS KILA. Recorrido: COOPERATIVA AECIA DE AGRICULTORES ECOLOGISTAS LTDA. Relator: Roberto Behrendorf Gomes da Silva, Porto Alegre, 24 de jul., 2013. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/buscas/jurisprudencia/exibe_html.php. Acesso em: 04/08/2020.

RIO GRANDE DO SUL. Turma Recursal. Recurso Inominado, nº 71009097569. Recorrente: COMERCIO E INDUSTRIA DE SORVETES ESKIMO LTDA. Recorrido: TAMILY BARRETO GARCIA. Relator: Fabiana Zilles, Porto Alegre, 10 de dez., 2019. Disponível em: https://www.tjrs.jus.br/buscas/jurisprudencia/exibe_html.php. Acesso em: 04/08/2020.

Sites Consultados:

Disponível em http://aaai-asbai.org.br/detalhe_artigo.asp?id=851. Acesso em 31/07/2021.

Disponível em: <https://bvsmms.saude.gov.br/hipertensao-18/>. Acesso em 31/07/2021.

Disponível em:

https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2008.pdf. Acesso em 31/07/2021.

Disponível em: <https://bvsmms.saude.gov.br/doenca-celiaca/>. Acesso em: 12/09/2021.

Disponível em: <https://bvsmms.saude.gov.br/intolerancia-a-lactose/>. Acesso em: 12/09/2021.

Disponível em: <https://www.cren.org.br/blog/2018/05/17/alimentos-ultraprocessados/>. Acesso em: 12/09/2021.

Disponível em: <https://www.einstein.br/doencas-sintomas/obesidade>. Acesso em 31/07/2021.

Disponível em:

<https://www.diariodasaude.com.br/news.php?article=origem-dos-alimentos&id=10277>. Acesso em 06/09/2021.

Disponível em:

<https://fermentech.com.br/artigos-tecnicos/qual-a-diferenca-entre-iogurte-e-bebida-lactea/>. Acesso em: 20/09/2021.

Disponível em

<https://www.ft.com/content/4c98d410-38b1-4be8-95b2-d029e054f492?shareType=nongift>. Acesso em 14/09/2021

Disponível em

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem/arquivos/4703json-file-1> .

Acesso em: 10/09/2021

Disponível em:

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2020/aprovada-norma-sobre-rotulag>

em-nutricional. Acesso em: 27/09/2021

Disponível em:

<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/05/entenda-o-que-sao-os-qr-codes-codigos-lidos-pelos-celulares.html>. Acesso em: 02/09/2021

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html> Acesso em: 12/09/2021.

Disponível em: <https://icarabe.org/geral/voce-sabe-o-que-e-alimento-halal>. Acesso em 01/09/2021.

Disponível em:

<https://idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/saiba-o-que-sao-os-alimentos-transgenicos-e-quais-os-seus-riscos> Acesso em 10/09/2021.

Disponível em:

<https://idec.org.br/idec-na-imprensa/voce-entende-os-rotulos-dos-alimentos-veja-o-que-e-importante-observar>. Acesso em : 12/09/2021.

Disponível em:

<https://idec.org.br/noticia/pandemia-aumento-de-consumo-de-ultraprocessados-pelo-brasil>. Acesso em: 12/09/2021.

Disponível em:

<https://idec.org.br/noticia/idec-denuncia-nestle-ao-procon-por-publicidade-enganosa-em-produtos-da-linha-nesfit>.

Disponível em

<https://idec.org.br/noticia/taxacao-rotulagem-e-regulacao-de-publicidade-reduzem-consumo-de-bebidas-acucaradas-no-chile>. Acesso em 13/09/2021.

Disponível em

<https://www.inca.gov.br/dicas/alimentacao-e-nutricao/saiba-como-identificar-o-acucar-escondido-nos-alimentos>. Acesso em 10/09/2021.

Disponível em <http://www.ivu.org/portuguese/faq/definitions.html>. Acesso em 01/09/2021.

Disponível em:

<https://ojoioetrigo.com.br/2019/07/nestle-diz-que-recusa-selo-de-advertencia-nos-rotulos-de-alimentos/> Acesso em 13/09/2021.

Disponível em:

<https://www.portalveg.com.br/noticias/veganismo/maior-dificuldade-do-veganismo-hoje-e-o-meio-social-diz-medico-da-sociedade-vegetariana-brasileira/>. Acesso em 01/09/2021.

Disponível em: <http://pt.krishna.com/al%C3%A9m-do-vegetarianismo>. Acesso em 01/09/2021.

Disponível em:

https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/aaai_vol_2_n_01_a05__7_.pdf. Acesso em 31/07/2021.

Disponível em:

<https://saude.to.gov.br/vigilancia-em-saude/doencas-transmissiveis-e-nao-transmissiveis/vigilancia-em-saude/doencas-transmissiveis-e-nao-transmissiveis/dant/doencas-cronicas-nao-transmissiveis>. Acesso em 31/07/2021.

Disponível em:

<https://vivaoftalmologia.com.br/problemas-de-visao-que-atingem-pessoas-com-mais-de-40-anos/> Acesso em: 12/09/2021

Disponível em:

https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000100009. Acesso em 01/09/2021.

Disponível em:

<https://site.abcfarma.org.br/alimentacao-e-importante-aliada-no-tratamento-de-doencas/> Acesso em: 12/09/2021.

Disponível em:

<https://www.wvegan.com.br/estimativa-de-porcentagem-de-vegetarianos-e-veganos-no-brasil>. Acesso em 01/09/2021.