



Direito à informação e à saúde do consumidor na rotulagem de alimentos

Right to information and consumer health in food labeling

Derecho a la información y salud del consumidor en el etiquetado de alimentos

DOI: 10.55905/oelv22n8-024

Receipt of originals: 06/21/2024

Acceptance for publication: 07/12/2024

Layse Pereira de Almeida Batista

Graduanda em Direito

Instituição: Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Endereço: Natal, Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: almeidalayse@outlook.com

RESUMO

O presente estudo trata da rotulagem de alimentos como instrumento de efetivação do direito à informação e à saúde do consumidor, focando na análise da relação entre a rotulagem de alimentos e o consumidor a partir da legislação vigente, das normas da Anvisa e da relevância da informação para escolhas conscientes. A pesquisa se justifica pela importância de entender se a prática da rotulagem de alimentos, como um instrumento de comunicação entre consumidor e fornecedor, possui e cumpre uma função relevante na promoção desses direitos. Como problemática, será discutida a regulamentação da rotulagem de alimentos no Brasil e as possíveis dissonâncias em relação à proteção dada ao consumidor pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). Por isso, os objetivos do presente estudo são analisar se a prática da rotulagem de alimentos está abrangida pelo CDC e, a partir disso, investigar se os rótulos alimentares, conforme regulamentados no Brasil, são suficientes para cumprir a finalidade de proteção do consumidor. Para isso, foi realizada pesquisa de natureza aplicada com objetivo descriptivo e explicativo a partir de revisão bibliográfica e a análise da legislação pertinente, da jurisprudência e de dados estatísticos relacionados aos rótulos alimentares e seus impactos na saúde e nas escolhas dos consumidores. Ao fim, concluiu-se que a prática da rotulagem de alimentos constitui uma relação de consumo com os indivíduos a ela expostos e, portanto, deve observar os princípios de proteção ao consumidor consoante determine a regulamentação do órgão responsável. No entanto, a regulamentação atual no Brasil ainda não é suficiente para concretizar o direito à informação e à saúde do consumidor dada pelo CDC.

Palavras-chave: Rotulagem, Consumidor, Informação, Saúde, Anvisa.



ABSTRACT

The present study addresses food labeling as a tool to enforce consumer rights to information and health, focusing on analyzing the connection between food labeling and consumers based on current legislation, ANVISA norms, and the importance of information for self-choices. The research is justified by the importance of understanding whether food labeling, as a method of communication between consumer and supplier, effectively serves to promote these rights. The issue discussed will be the regulation of food labeling in Brazil and potential discrepancies regarding consumer protection under the Consumer Protection Code (CDC). Therefore, the goals of this study are to analyze whether food labeling practices are covered by the CDC and to investigate whether food labels, as regulated in Brazil, are sufficient to fulfill the consumer protection purpose. This was achieved through applied research with descriptive and explanatory objectives, utilizing literature review and analysis of relevant legislation, case law, and statistical data related to food labels and their impacts on consumer health and choices. In conclusion, it was found that food labeling constitutes a consumer relationship with those exposed to it and therefore must adhere to consumer protection principles as mandated by regulatory bodies. However, current regulations in Brazil are still insufficient to fully provide consumer rights to information and health as shared by the CDC. The present study addresses food labeling as a tool to enforce consumer rights to information and health, focusing on analyzing the connection between food labeling and consumers based on current legislation, ANVISA norms, and the importance of information for self-choices. The research is justified by the importance of understanding whether food labeling, as a method of communication between consumer and supplier, effectively serves to promote these rights. The issue discussed will be the regulation of food labeling in Brazil and potential discrepancies regarding consumer protection under the Consumer Protection Code (CDC). Therefore, the goals of this study are to analyze whether food labeling practices are covered by the CDC and to investigate whether food labels, as regulated in Brazil, are sufficient to fulfill the consumer protection purpose. This was achieved through applied research with descriptive and explanatory objectives, utilizing literature review and analysis of relevant legislation, case law, and statistical data related to food labels and their impacts on consumer health and choices. In conclusion, it was found that food labeling constitutes a consumer relationship with those exposed to it and therefore must adhere to consumer protection principles as mandated by regulatory bodies. However, current regulations in Brazil are still insufficient to fully provide consumer rights to information and health as shared by the CDC.

Keywords: Labeling, Consumer, Information, Health, Anvisa.

RESUMEN

Este estudio aborda el etiquetado de los alimentos como instrumento para la implementación del derecho del consumidor a la información y a la salud, centrándose en el análisis de la relación entre el etiquetado de los alimentos y el consumidor con base en la legislación vigente, las normas de Anvi-sa y la relevancia de la información para elecciones conscientes. La investigación se justifica por la importancia de comprender si la práctica del etiquetado de alimentos, como herramienta de comunicación entre



consumidor y proveedor, tiene y cumple una función relevante en la promoción de estos derechos. Como problema, se discutirá la regulación del etiquetado de alimentos en Brasil y posibles disonancias en relación a la protección brindada a los consumidores por el Código de Protección al Consumidor (CDC). Por lo tanto, los objetivos del presente estudio son analizar si la práctica del etiquetado de alimentos está cubierta por la CDC y, con base en esto, investigar si las etiquetas de los alimentos, tal como están reguladas en Brasil, son suficientes para cumplir con el propósito de protección del consumidor. Para ello, se realizó una investigación aplicada con objetivos descriptivos y explicativos basados en una revisión bibliográfica y análisis de legislación, jurisprudencia y datos estadísticos relevantes relacionados con el etiquetado de los alimentos y sus impactos en la salud y las elecciones del consumidor. Al final, se concluyó que la práctica del etiquetado de alimentos constituye una relación de consumo con individuos expuestos a ella y, por tanto, debe observar los principios de protección al consumidor determinados por la normativa del organismo responsable. Sin embargo, las regulaciones actuales en Brasil aún no son suficientes para hacer realidad el derecho del consumidor a la información y a la salud otorgado por el CDC.

Palabras clave: Etiquetado, Consumidor, Información, Salud, Anvisa.

1 INTRODUÇÃO

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 dispõe, em seu art. 5º, XXXII, que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. Além disso, o art. 170, V, do texto constitucional prevê que a ordem econômica deve observar a defesa do consumidor. A partir dessas disposições, surge o Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, representando um marco na legislação brasileira ao estabelecer diretrizes para proteger os direitos dos consumidores e garantir práticas comerciais justas e transparentes. Este trabalho será focado na rotulagem de alimentos, um tema central que envolve diretamente o direito à informação e à saúde, dois pilares fundamentais para a proteção do consumidor.

Neste contexto, a rotulagem de alimentos é regulamentada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que define normas e padrões para assegurar que os consumidores tenham acesso a informações precisas e claras sobre os produtos que consomem. A rotulagem adequada é essencial para informar sobre ingredientes, valores nutricionais, possíveis alergênicos, e outras características importantes para a saúde e



segurança do consumidor.

Dado que o acesso a uma alimentação saudável é um tema de suma importância, impactando diretamente a qualidade de vida, na saúde e até na vida das pessoas, este estudo buscará compreender se os consumidores estão recebendo, por meio da rotulagem, todas as informações necessárias para fazer escolhas conscientes ao decidir qual produto alimentício irá consumir.

Para o desenvolvimento do presente estudo, serão adotados os procedimentos metodológicos de revisão bibliográfica e análise da legislação pertinente, a exemplo do Código de Defesa do Consumidor e normas regulatórias sobre a rotulagem de alimentos. Além disso, será feita uma pesquisa de natureza aplicada e objetivo descritivo e explicativo (Sousa, Alves, 2024) a partir da análise de jurisprudência e de dados estatísticos relacionados aos rótulos alimentares e seus impactos na saúde e nas escolhas dos consumidores.

Nesse aspecto, o presente estudo observará, em primeiro lugar, se a prática da rotulagem e sua relação com o consumidor de alimentos está abrangida pelo Código do Consumidor. Para isso, a segunda seção do estudo abordará os elementos da relação de consumo e se eles estão presentes na relação entre a rotulagem de alimentos e o consumidor de forma a ensejar a incidência do CDC nesse contexto. Tal análise é importante para entender se o consumidor é parte vulnerável nesse processo e merece a proteção do Código.

Na terceira seção será feita uma análise do direito à informação (art. 6º, II do CDC) e à proteção da saúde do consumidor (art. 6º, I do CDC) para entender se há alguma vinculação entre estas prerrogativas e a prática da rotulagem de alimentos. Esse exame é imprescindível para estabelecer os direitos que estão em risco nessa relação.

A quarta seção, por fim, deverá desenvolver se os rótulos alimentares, na forma como são regulamentados no Brasil, estão cumprindo a finalidade a que se destinam no âmbito da proteção ao consumidor.



2 RELAÇÃO DE CONSUMO E ROTULAGEM DE ALIMENTOS

A função principal do Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, segundo Theodoro Júnior (2017), é reequilibrar as forças dos sujeitos da relação de consumo, reduzir a vulnerabilidade do consumidor e limitar as práticas nocivas do mercado. Nesse sentido, para que uma relação seja regida pelo Código, é necessário que nela haja a presença dos elementos caracterizadores de uma relação de consumo.

Por isso, para entender se a prática da rotulagem de alimentos e sua relação com o destinatário dos produtos estão abarcados pelo CDC, é preciso analisar os elementos dessa relação à luz do Direito consumerista.

2.1 ELEMENTOS DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

Uma relação jurídica, segundo Maria Helena Diniz (2023), pode ser caracterizada como um vínculo entre pessoas em razão do qual uma pode pretender um bem a que a outra é obrigada. A autora afirma, ainda, que só haverá relação jurídica se o vínculo entre pessoas estiver regulado por norma jurídica que tem o escopo de protegê-lo. Nesse sentido, a incidência do Código de Defesa do Consumidor em uma relação jurídica depende da presença dos elementos subjetivos, objetivos e casuais que caracterizam essas relações.

Para Theodoro Júnior (2017), a configuração de uma relação de consumo exige a presença de partes enquadráveis no conceito de fornecedor e consumidor, sendo este primeiro um profissional do mercado, e o segundo um destinatário final vulnerável, seja ou não um profissional.

Sobre o fornecedor, a definição no ordenamento jurídico encontra-se no art. 3º, *caput* do Código de Defesa do Consumidor, segundo o qual fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, além dos entes sem personalidade, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção,



transformação, importação, exportação, distribuição ou venda de produtos ou prestação de serviços (Brasil, 1990).

Diante da definição dada pelo dispositivo, é importante atentar-se ao conceito de “atividade”, pois para que haja incidência do CDC na relação estabelecida, é necessário haver regularidade na prática da atividade pelo fornecedor, visando a obtenção de lucro (Nunes, 2017).

Já o consumidor tem sua definição, dada pelo art. 2º, *caput* do CDC, como sendo o “destinatário final”. Ainda, o parágrafo único do art. 2º do Código do Consumidor dispõe que equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, mesmo indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Essa hipótese da norma diz respeito à coletividade que é atingida pela relação, mas sem sofrer danos, haja vista o caso de dano já ser tratado no art. 17 deste Código (Nunes, 2017).

Em face dessa definição, a doutrina apresentava duas teorias: a *finalista*, mais restritiva; e a *maximalista*, que amplia a noção de consumidor para abranger um número maior de situações jurídicas na proteção legal. Mais recentemente, contudo, surgiu a teoria do *finalismo aprofundado*, que se posiciona intermediariamente entre as duas mencionadas (Júnior, 2017).

De acordo com Tartuce (2020), a *teoria finalista* tem prevalecido no Brasil, adotando a ideia de que o consumidor deve ser o destinatário final fático e econômico, cumulativamente. O *destinatário final fático* seria o consumidor como o último sujeito da cadeia de consumo, ou seja, depois dele não haveria ninguém na transmissão do produto ou do serviço. Já o *destinatário final econômico* seria o consumidor como alguém que não utiliza o produto ou serviço para o lucro, repasse ou transmissão onerosa. Segundo esse entendimento, a proteção limita-se ao não profissional, ou seja, àquele que utiliza o bem ou serviço adquirido para o uso próprio (Júnior, 2017).

A *teoria maximalista*, ao contrário, entende o CDC como um Código geral sobre o consumo que é aplicável a todos os agentes de mercado, os quais podem assumir papéis ora de fornecedores, ora de consumidores. O destinatário final é conceituado aqui, portanto, de acordo com uma análise meramente fática: é quem retira o produto ou o



serviço do mercado e o utiliza, não importando se tem ou não a intenção de lucrar com ele (Júnior, 2017).

Quanto à *teoria do finalismo aprofundado*, Theodoro Júnior (2017) a descreve como uma teoria que abrandou a concepção finalista para acrescentar a ideia de hipossuficiência à noção de destinatário final econômico. Dessa forma, haveria uma presunção de vulnerabilidade do consumidor, o que justificaria também, excepcionalmente, a ampliação da proteção legal às atividades empresariais sempre que a pessoa jurídica participe de uma relação jurídica na qualidade de consumidora, mas sua condição de fornecedora não lhe proporcione uma posição de igualdade em face da parte contrária.

De acordo com essa teoria, devem estar presentes dois elementos para a caracterização do consumidor: a destinação fática e econômica do bem adquirido e a vulnerabilidade do adquirente (Júnior 2017).

De maneira bastante elucidativa, Marques (2016) elenca quatro tipos de vulnerabilidade: a técnica, a jurídica, a fática e a informacional. A *vulnerabilidade técnica* diz respeito à falta de conhecimentos específicos sobre o objeto adquirido, facilitando que o consumidor seja enganado quanto às características do bem ou à sua utilização. Essa vulnerabilidade é presumida para o consumidor não profissional.

A *vulnerabilidade jurídica* ou *científica* relaciona-se à falta de conhecimentos jurídicos específicos, conhecimentos de contabilidade ou de economia, sendo presumida para o consumidor não profissional e pessoa física. Já a *vulnerabilidade fática* ou *socioeconómica* é analisada em relação ao fornecedor, pois a essencialidade do serviço ou o poder econômico impõe sua superioridade a todos que com ele contratam. Por fim, a *vulnerabilidade informacional* é definida como o déficit informacional do consumidor, atingido, diversas vezes, pela manipulação das informações prestadas pelo fornecedor.

Além das definições de consumidor já expostas, o Código de Defesa do Consumidor traz a figura do “consumidor por equiparação” que aparece primeiramente no art. 17, *caput*, segundo o qual a proteção da legislação consumerista abrange aquelas pessoas vítimas de evento danoso decorrentes da relação de consumo mesmo sem dela participar diretamente (Júnior 2017). Mais à frente, no art. 29, *caput*, o CDC define



também como consumidor equiparado todas as pessoas, determináveis ou não, que estejam expostas às práticas comerciais previstas no Capítulo V do Código, como é o caso da publicidade (Alves, 2020).

Para Nunes (2017), a definição dada no art. 2º, *caput* do CDC seria um conceito mais individual e concreto, que engloba tanto quem adquire quanto quem utiliza ou consome o produto ou serviço; enquanto o conceito do art. 29, *caput* seria mais geral e abstrato, que trataria da potencialidade, do consumidor que presumivelmente exista, embora não possa ser determinado.

2.2 ROTULAGEM DE ALIMENTOS

No Brasil, a rotulagem dos alimentos é regulamentada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que é uma autarquia sob regime especial vinculada ao Ministério da Saúde, criada pela Lei nº 9.782 de 26 de janeiro 1999, presente em todo o território nacional, e tem como finalidade promover a proteção da saúde da população. Essa proteção é executada na prática por intermédio do controle sanitário da produção e consumo de produtos e serviços submetidos à vigilância sanitária, inclusive dos ambientes, dos processos, dos insumos e das tecnologias a eles relacionados (Brasil, 1999).

De maneira mais abrangente, a Portaria nº 2.658 de 22 de janeiro de 2003 dispõe que *rotulagem* “é toda inscrição, legenda, imagem ou toda matéria descritiva ou gráfica que seja escrita, impressa, estampada, gravada, gravada em relevo ou litografada ou colada sobre a embalagem” (Brasil, 2003). Ou seja, a rotulagem compreende tanto as informações nutricionais, como as alegações feitas na embalagem do produto.

Com efeito, a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 429 de 8 de outubro de 2020 da Anvisa define a *rotulagem nutricional* como sendo toda declaração destinada a informar ao consumidor as propriedades nutricionais do alimento, o que compreende tanto a tabela de informação nutricional, como a rotulagem nutricional frontal e as alegações nutricionais (art. 3º, XXXI) . Ainda, o regulamento dispõe, em seu art. 3º,



XXXII, que a *rotulagem nutricional frontal* é a declaração padronizada simplificada do alto conteúdo de nutrientes específicos no painel principal do rótulo de alimentos.

Do ponto de vista do Direito consumerista, todo aquele que estiver exposto às práticas comerciais previstas no CDC equipara-se ao consumidor, conforme explicita o art. 29, *caput* do Código. De acordo com Nunes (2017), não se trata de equiparação apenas eventual, mas da imposição de que, uma vez existindo qualquer prática comercial, toda a coletividade de pessoas já está exposta a ela, mesmo não sendo possível identificar um único consumidor real que possa insurgir-se contra determinada prática.

Para Herman Benjamin (2007), *práticas comerciais* são os procedimentos, mecanismos e técnicas adotados pelos fornecedores para fomentar, manter, desenvolver e garantir a circulação de seus produtos e serviços até o destinatário final, mesmo indiretamente. Diante da definição dada pelo autor, percebe-se que a rotulagem de alimentos consiste em uma prática comercial, pois as informações nela contidas são essenciais para fomentar e garantir a aquisição dos produtos pelo destinatário final.

Nesse sentido, apesar de a RDC nº 429/2020 da Anvisa definir a rotulagem como um instrumento informacional, consoante exposto anteriormente, é comum que o rótulo do alimento seja utilizado para chamar a atenção do consumidor de alguma forma, principalmente por meio das alegações nutricionais, que são as informações impressas no rótulo para declarar, sugerir ou implicar que um alimento tem propriedades nutricionais benéficas particulares, como “este produto contém cálcio” ou “fonte de ferro” (Verhagen *et al.*, 2012).

É certo que ao se dispor a comparar e escolher o produto alimentício que irá consumir em uma prateleira de supermercado, por exemplo, as informações disponíveis ao consumidor no momento da compra são aquelas presentes nos rótulos dos alimentos. Diante disso, portanto, sem dúvida o consumidor apresenta tanto a vulnerabilidade técnica, por não possuir conhecimentos específicos sobre o produto, como a vulnerabilidade informacional, pois fica à mercê de não ter dados suficientes sobre o alimento para influenciar no processo decisório de aquisição.

Nesse sentido, o art. 31 do Código de Defesa do Consumidor dispõe que a oferta e apresentação de produtos e serviços devem assegurar informações corretas, claras,



precisas e ostensivas, inclusive sobre eventuais riscos que possam apresentar à saúde e segurança dos consumidores (Brasil, 1990). Pontua-se que este dispositivo se encontra no Capítulo V do Código, que trata justamente das práticas comerciais em relação às quais qualquer pessoa a elas expostas equipara-se ao consumidor, conforme o já mencionado art. 29, *caput* do CDC.

Segundo esse entendimento, o indivíduo que observa, analisa e compara os rótulos dos alimentos para escolher qual irá consumir é um consumidor por equiparação, pois se trata do consumidor em potencial disposto no art. 29, *caput*, como leciona Nunes (2017), mesmo que não chegue a adquirir o produto de fato.

Assim, partindo da premissa de que a rotulagem é uma prática comercial utilizada pelos fornecedores para fomentar a circulação de seus produtos, conclui-se que qualquer sujeito exposto ao rótulo de um alimento é consumidor por equiparação, conforme o art. 29, *caput* do CDC. Desse modo, há a clara caracterização de uma relação de consumo com todos os elementos presentes: um fornecedor e um consumidor vulnerável (por equiparação ou não, a depender irá adquirir o produto), motivo pelo qual há incidência do Código de Defesa do Consumidor nesse cenário.

A proteção dada ao consumidor pelo CDC quando se fala em rotulagem consiste, portanto, no fato de que esta, como uma prática comercial, deve conter todas as informações necessárias à aquisição do produto alimentício, com o objetivo de que o sujeito tenha plena condição de fazer a melhor escolha.

3 DIREITO À INFORMAÇÃO E PROTEÇÃO À SAÚDE DO CONSUMIDOR

O direito à informação e à saúde são assegurados diretamente pela Constituição Federal de 1988, respectivamente no art. 5º, XIV e no art. 6º, *caput*. Ainda no texto constitucional, o art. 5º, inciso XXXII dispõe que o Estado deve promover, na forma da lei, a defesa do consumidor, já o art. 170, VI dispõe que a ordem econômica deve observar, entre outros princípios, a defesa do consumidor (Brasil, 1988).

Desse modo, a defesa do consumidor e do direito à informação e à saúde tratam-se de direitos protegidos constitucionalmente que, como tais, devem ser observados nas



relações de consumo e nas práticas comerciais. É com base especialmente nesses direitos, portanto, que a rotulagem de alimentos é regulamentada no Brasil e no mundo, conforme se verá a seguir.

3.1 DIREITO À INFORMAÇÃO

O direito à informação aparece no CDC, em seu art. 6º, como um direito básico do consumidor (BRASIL, 1990). Segundo Nunes (2017), o direito de informação é um direito subjetivo que significa a possibilidade de exigir determinada informação de alguém, de modo que, quando a Constituição federal garante a todos o acesso à informação, no art. 5º, XIV, pressupõe-se que esta deve estar com alguém que tem obrigação de fornecê-la (Brasil, 1988).

Ainda de acordo com o autor, tendo em vista que o Código de Defesa do Consumidor nasce das determinações que obrigam que seja feita a defesa do consumidor, como impõe o art. 5º, XXXII da Constituição federal, não resta dúvida de que o dever de informar só poderia ser imposto ao fornecedor (Nunes, 2017).

Em um importante julgado no âmbito do Superior Tribunal de Justiça (RESP 1.364.915/MG), o Ministro Humberto Martins dispôs que o dever de informar não é só uma obrigação decorrente de lei, mas uma forma de cooperação, uma necessidade social, de modo que tal dever tornou-se autêntico ônus proativo incumbido aos fornecedores, encerrando antiga obrigação que o consumidor tinha de se acautelar (Brasil, 2013).

A exposição do Ministro traz força à concepção de que o consumidor não possui os mesmos recursos informacionais se comparado ao fornecedor que, em primeiro lugar, tem o dever de manter em seu poder os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à qualquer publicidade por ele veiculada em relação ao produto (art. 36, parágrafo único do CDC) e, consequentemente, tem a obrigação de conhecer detalhadamente o que está oferecendo.

Nesse viés, é importante reforçar o conceito de vulnerabilidade informacional trazido por Marques (2016), segundo o qual o consumidor apresenta maior dificuldade em obter as informações relevantes a respeito do produto quando comparado ao



fornecedor. Por esse mesmo ângulo, Miragem (2020) pontua que, indubitavelmente, o déficit ou assimetria informacional se apresentam como um dos critérios mais significativos do desequilíbrio da relação entre consumidor e fornecedor, colocando aquele em uma posição passiva e sem condições, a princípio, de atestar a veracidade dos dados, mormente em razão da confiança despertada pela comunicação e pela publicidade.

Nesse cenário, os rótulos dos alimentos aparecem como uma relevante fonte de informação ao consumidor, haja vista ser a principal via de comunicação sobre o produto que está sendo oferecido. Por isso, uma vez que os próprios fornecedores são os responsáveis pela elaboração do rótulo, não podem ser eles também os encarregados de definir quais informações irão ser expostas, haja vista a grande probabilidade de serem conduzidos pelo objetivo de convencer o consumidor a adquirir o produto, priorizando informações mais apelativas em detrimento daquelas essenciais ao esclarecimento do consumidor.

Para Marins *et al.* (2014), no processo conflitante de negociação de interesses, cabe à vigilância sanitária, portanto, a missão de mediar técnica e politicamente os interesses dos diversos segmentos sociais no intuito de definir os regulamentos. Como já mencionado anteriormente, no Brasil, o órgão responsável pela vigilância sanitária é a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), criada no ano de 1999 pela Lei nº 9.782.

3.2 A PROTEÇÃO À SAÚDE DO CONSUMIDOR

Além de citar a saúde como um dos direitos básicos do consumidor no art. 6º, o Código de Defesa do Consumidor reservou uma seção só para a proteção à sua saúde e segurança: seção I, artigos 8 a 10. Entre outras disposições, o texto legal reforça a proibição de serem colocados no mercado de consumo produtos que acarretarão riscos à saúde dos consumidores (art. 8, *caput*), bem como a obrigação do fornecedor em informar de maneira ostensiva e adequada a respeito da nocividade ou periculosidade de determinado produto (art. 9, *caput*) (Brasil, 1990).



É notória, portanto, a preocupação do legislador em garantir que os produtos oferecidos no mercado não acarretem risco à saúde das pessoas. Para Teixeira (2016), as relações de consumo devem caminhar para a melhoria da qualidade de vida do consumidor, sendo óbvio que o fornecimento de alimentos saudáveis e seguros deve ser perseguido constantemente pelos produtores e comerciantes para a execução efetiva do CDC.

Nesse sentido, o vínculo entre o direito à saúde e o rótulo dos alimentos está no fato de que as informações nele contidas influenciam as escolhas das pessoas, podendo fazê-las optarem por um alimento que contenha menos sódio, por exemplo. Em uma pesquisa feita nos Estados Unidos no ano de 1994, após implementação de um novo padrão de rotulagem, 54% dos consumidores disseram que haviam mudado sua decisão de comprar ou usar um alimento pela primeira vez porque tinham lido a nova rotulagem (Hawkes, 2006).

Desse modo, observa-se que estão uma profunda relação entre a proteção à saúde e a regulamentação da rotulagem de alimentos como um instrumento de concretização do direito à informação do consumidor.

4 REGULAMENTAÇÃO DA ROTULAGEM DE ALIMENTOS

De acordo com Hawkes (2006), a maior parte dos países e áreas que exigem rotulagem nos alimentos o faz voluntariamente, sendo que geralmente a motivação são preocupações relativas à saúde pública. No Brasil, a rotulagem nutricional se tornou obrigatória para alimentos embalados a partir do ano 2000, por meio da RDC nº 94 (Brasil, 2000), que atendia às exigências da Política Nacional de Alimentação e Nutrição instituída pela Portaria nº 710 de 10 de junho 1999 (Marins *et al.*, 2014).

Uma pesquisa feita com 6.055 pessoas pela Anvisa, em novembro de 2002, logo após a regulamentação de uma nova rotulagem nutricional, demonstrou que 89% dos entrevistados haviam observado a nova informação nutricional contida no rótulo e 61,4% usaram a informação para escolher o alimento (Hawkes, 2006).



Desde então, ao passar dos anos, a definição de quais eram as informações obrigatórias a serem apresentadas no rótulo foram sofrendo mudanças, sendo a Anvisa o órgão responsável por estabelecer tais diretrizes, consoante estabelece o art. 2º da Lei nº 9.782/1999.

No contexto das escolhas em relação às informações expostas, são diversos os interesses envolvidos, desde aquelas questões relacionadas à saúde, como já mencionado, até questões de ordem econômica e social. Um bom exemplo disso foi o processo no qual o Procurador-Geral da República pedia a suspensão de uma decisão do Tribunal Regional Federal da 3ª Região que determinava à Anvisa a edição de ato normativo exigindo a menção da presença do corante amarelo tartrazina e seus supostos malefícios à saúde nos rótulos dos alimentos. Nesse caso, a Advocacia-Geral da União argumentou que os efeitos da decisão teriam o potencial risco de causar lesão tanto à saúde como à ordem econômica e à ordem administrativa (Brasil, 2019).

Do ponto de vista da defesa do consumidor, as motivações e efeitos relacionados à proteção da saúde sobressaem quando se fala na rotulagem de alimentos, como já citado, e sua importância é comprovada por diversas pesquisas ao redor do mundo.

A *Food and Drug Administration* (FDA), por exemplo, examinou nos Estados Unidos os custos e benefícios da rotulagem obrigatória e chegou à conclusão de que o acesso às informações contidas no rótulo foi responsável por 35.179 menos casos de câncer, 4.024 menos casos de doenças coronárias e 12.902 menos casos de mortes prematuras ao longo de um período de 20 anos (Hawkes, 2006). Diante disso, percebe-se que o fator decisivo para que a rotulagem influencie a saúde pública e, consequentemente, a vida e o bem-estar das pessoas, é justamente o poder da informação inerente à exposição das características nutricionais no rótulo dos alimentos.

Por isso, para Marins *et. al* (2014), quando há discussões travadas nas sociedades entre agências de publicidade, autoridades sanitárias, academia, indústria e comércio que buscam o favorecimento de estímulos ao consumo via estratégias de *marketing*, de Direito do Consumidor e de regulação, é importante questionar se o direito à informação vem sendo respeitado como uma forma de promover o direito à saúde.

Foi com fundamento na proteção da saúde e no direito à informação, portanto, que a Anvisa, por meio da RDC nº 429 de 8 de outubro de 2020, implementou no Brasil um mecanismo para alertar o consumidor sobre o excesso de nutrientes críticos como açúcar, gorduras e sódio nos rótulos dos alimentos. Tal mecanismo consiste em uma lupa preta na rotulagem frontal que indica expressamente se aquele alimento possui alto teor de açúcar adicionado, gordura saturada e/ou sódio (Melo, 2023). A Instrução Normativa N° 75, de 8 de outubro de 2020 da Anvisa apresenta a seguinte imagem como modelo:

Figura 1.: Modelo de rotulagem frontal.



Fonte: Anvisa, 2020.

Apesar de seu claro avanço positivo, para que as novas regras de rotulagem entrassem em vigor no ano de 2024, a 13ª Vara da Justiça Federal em São Paulo precisou suspender uma resolução da Agência que estendia o prazo adicional de um ano para adaptação dos fornecedores às novas regras. A justificativa da Anvisa seria de que alguns fornecedores precisariam utilizar embalagens antigas que estavam encalhadas por causa da pandemia, mas o julgador entendeu que o prazo de três anos já concedido era suficientemente extenso (Melo, 2024a).

A ação para suspender a Resolução foi movida pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), que apontou o descompromisso com o interesse público por parte da Anvisa ao editar uma resolução estendendo um prazo que atendia apenas às demandas do setor privado, deixando exposta a “hipervulnerabilidade” do consumidor (Melo, 2024b).

Apesar da vitória na implementação da nova Resolução, de acordo com o Instituto, o modelo da lupa adotado ainda é diferente daquele recomendado pelos principais



pesquisadores de alimentação e nutrição, bem como por instituições como a Organização Mundial da Saúde (OMS) e Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS). Segundo o IDEC (2022), o ideal seria o símbolo de um triângulo ou um octógono, que são mais ligados a sinais de advertências, sendo usados em placas de trânsito e avisos de perigo. Ainda de acordo com o Instituto, segundo os critérios de rotulagem proposto pela OPAS, 62% dos produtos dispostos no mercado brasileiro receberiam o selo frontal, já de acordo com o perfil da Anvisa, apenas 45% foram rotulados.

Além disso, a norma não incluiu na rotulagem os alertas para adoçantes, mesmo com as diversas evidências científicas demonstrando riscos à saúde relacionados ao consumo destas substâncias (IDEC, 2022).

Assim como os adoçantes, existem outras substâncias e aditivos presentes nos alimentos comercializados no Brasil cujas evidências científicas demonstram que causam grandes riscos à saúde, mas que não há qualquer alerta nos rótulos. O dióxido de titânio, por exemplo, é proibido na União Europeia em razão dos diversos estudos científicos comprovando o potencial que esse aditivo tem de modificar o material genético do ser humano. Ainda assim, a Anvisa permite seu uso em 37 categorias de alimentos no país, como sucos em pó, molhos e cereais, sem qualquer indicação de risco ao consumidor nas embalagens (Melo, 2023).

Apesar de não haver regulamentação expressa a respeito da indicação desses elementos nocivos nas embalagens, para que houvesse o pleno atendimento ao direito à saúde e à informação do consumidor, seria necessário que essas informações estivessem presentes nos rótulos alimentares.

Como já mencionado, ao proteger o direito à informação, o Código de Defesa do Consumidor expressa a necessidade de exposição das informações corretas, claras, precisas e ostensivas sobre os produtos, inclusive sobre os riscos que apresentam à saúde dos consumidores (art. 31, *caput* do CDC). Já na proteção do direito à saúde, o Código proíbe explicitamente que se coloque no mercado produtos que acarretem prejuízos à saúde (art. 8º, *caput* do CDC).

Desse modo, percebe-se que, apesar da reconhecida importância dada pelo ordenamento jurídico brasileiro à proteção ao consumidor em razão da sua inerente



vulnerabilidade, há um longo caminho a ser percorrido para que o direito à informação e o direito à saúde, principalmente aquele como forma de promover este, sejam plenamente atendidos.

5 CONCLUSÃO

A defesa do consumidor é imposta pela Constituição federal de 1988, que em seu art. 5º, XXXII, impõe a promoção, por parte do Estado, a defesa do consumidor na forma da lei. Além disso, o art. 170, V, prevê que a ordem econômica deve observar a defesa do consumidor. A partir desses desígnios constitucionais, surge a lei que se propõe a fazer essa defesa, qual seja, o Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/1990).

Para que esteja abarcada pelo CDC, uma relação jurídica precisa conter os elementos essenciais de uma relação de consumo, os quais, independentemente da corrente doutrinária, estão consubstanciados na figura do fornecedor e do consumidor. O consumidor é, nesse cenário, a parte vulnerável por ser suscetível a possíveis práticas comerciais predatórias, manipuladoras ou desinformantes, motivo pelo qual deve ser protegida pelo CDC, enquanto o fornecedor é quem detém, a princípio, as informações sobre o produto e a intenção de fazer circular a mercadoria.

Enquanto um instrumento de promoção da circulação de mercadorias, a rotulagem de alimentos é uma prática comercial que está abrangida pelo Código de Defesa do Consumidor, consoante dispõe o art. 29 do CDC. Significa dizer que todos aqueles expostos aos rótulos alimentares estão em um lugar de vulnerabilidade e são protegidos pelo Código, que nasceu da necessidade de equilibrar as forças entre fornecedor e consumidor por meio da defesa à este último.

No âmbito da rotulagem, os direitos mais relevantes são o direito do consumidor à informação e à saúde (art. 6º, I e III do CDC). Isso porque a função primordial de um rótulo é comunicar informações a quem o lê, sendo essas informações essenciais para garantir que consumidor faça uma escolha alimentar saudável ou evite produtos mais prejudiciais, alternativas que inegavelmente impactam o seu direito à saúde.



No caso dos alimentos, as informações e alegações nutricionais são os principais elementos fornecidos e, portanto, são os principais objetos da regulamentação da rotulagem no Brasil.

Se comparado ao fornecedor, o consumidor possui uma significativa vulnerabilidade informacional, pois não detém dos mesmos meios para obter os dados sobre determinados produtos. Nesse aspecto, sendo o fornecedor quem elabora os rótulos, é importante que ele não defina unilateral e exclusivamente as informações neles contidas, sob pena de deixar-se influenciar pelo interesse de convencer o consumidor a adquirir certos produtos.

No Brasil, a Anvisa, como órgão responsável por regulamentar a rotulagem de alimentos, é uma instituição central na promoção do equilíbrio de forças entre consumidor e fornecedor. Na prática, a imposição, pelo art. 8º, *caput* do CDC, de que determinadas informações estejam expostas na embalagem contribui para que o consumidor tenha acesso às informações necessárias para adquirir alimentos mais saudáveis, e não ficar suscetível apenas aos apelos típicos do convencimento ao consumo feito pela publicidade.

Nesse sentido, a RDC nº 429, de 8 de outubro de 2020 editada pela Anvisa, que determinou a inclusão do alerta de alto teor de açúcar adicionado, gordura saturada e/ou sódio nas embalagens, representa um avanço na concretização do direito à informação e saúde do consumidor, mas ainda não está de acordo com o recomendado pelos pesquisadores de alimentação e nutrição, que afirmam, por exemplo, possuírem maior eficácia os alertas em símbolos de octógonos e triângulos, em vez do retângulo. Além disso, substâncias e elementos que são proibidos em outros países pelos seus já comprovados malefícios à saúde ainda são permitidos em diversos alimentos no Brasil, como o dióxido de titânio.

Desse modo, a proteção da relação entre a rotulagem de alimentos e o consumidor é essencial para assegurar escolhas informadas e conscientes, haja vista o grande potencial informacional que os rótulos alimentares possuem, com impacto significativo na saúde dos consumidores. A rotulagem adequada não apenas informa sobre os componentes dos produtos, mas também protege o consumidor contra práticas enganosas e potencialmente



prejudiciais, a exemplo de embalagens que ostentam a informação de ser um produto “zero açúcar”, mas escondem que possui alto teor de sódio.

Sendo o direito do consumidor à informação clara e precisa (art. 6º, III do CDC) um pilar fundamental para a promoção de uma alimentação saudável e para a prevenção de problemas de saúde relacionados ao consumo inadequado de alimentos, é imperativo que as políticas e regulamentações sejam continuamente aprimoradas para garantir que todos os consumidores tenham acesso a informações nutricionais completas e compreensíveis, fortalecendo assim a autonomia e a capacidade de fazer escolhas que favoreçam sua saúde e bem-estar.



REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- ALVES. Fabrício Germano. **Direito publicitário: proteção do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.
- BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. *et al.* Das práticas comerciais. In: **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 251-503.
- BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (2ª Turma). Resp nº 1364915. Relator: Ministro Humberto Martins. **Diário de Justiça Eletrônico**. Brasília, 24 maio 2013.
- BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Agravo Regimental na Suspensão de Tutela Provisória nº 124. Relator: Ministro Dias Toffoli. **Diário de Justiça Eletrônico**. Brasília, 06 set. 2019.
- BRASIL. Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: **Diário Oficial da União**, 1990.
- BRASIL. Lei nº 9.782/1999, de 26 de janeiro de 1999. Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências. Brasília, DF: **Diário Oficial da União**, 1999.
- BRASIL. Lei nº 9.782, de 26 de fevereiro de 1999. Brasília, DF: **Diário Oficial da União**, 1999.
- BRASIL. Lei nº 9.782/1999, de 26 de janeiro de 1999. Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências. Brasília, DF: **Diário Oficial da União**, 1999.
- BRASIL. Resolução RDC nº 94, de 1º de novembro de 2000. Ministério da Saúde. Aprova o regulamento técnico para rotulagem nutricional obrigatória de alimentos e bebidas embalados. Brasília, DF: **Diário Oficial da União**, 2000.
- BRASIL. Instrução Normativa nº 75, de 8 de outubro de 2020. Ministério da Saúde. Estabelece os requisitos técnicos para declaração da rotulagem nutricional nos alimentos embalados. Brasília, DF: **Diário Oficial da União**, 2000.
- CÂMARA, Maria Clara Coelho et al. **A produção acadêmica sobre a rotulagem de alimentos no Brasil**. Revista Panamericana de salud pública, v. 23, 2008.
- DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**: teoria geral do direito civil. 40. ed. São Paulo: Saraiva, 2023..
- HAWKES, Corinna. **Informação Nutricional e Alegações de Saúde**: o cenário global das regulamentações / Organização Mundial da Saúde; tradução de Gladys Quevedo



Camargo. – Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde; Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE CONSUMIDORES (Brasil). **Entra em vigência a nova rotulagem em todo o Brasil. 2022.** Disponível em: <https://idec.org.br/noticia/entra-em-vigencia-nova-rotulagem-em-todo-o-brasil>. Acesso em: 21 jun. 2024.

MARINS, Bianca Ramos *et al* (org.) **Segurança alimentar no contexto da vigilância sanitária:** reflexões e práticas. Rio de Janeiro: EPSJV, 2014.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor.** 8. ed. São Paulo: RT, 2016.

MELO, Mylena. **Três coisas que você precisa saber sobre os novos rótulos de alimentos. 2023.** Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2023/09/lista-rotulagem-nutricional-lupa/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

MELO, Mylena. **Anvisa adia decisão sobre uso de corante com potencial de causar danos ao DNA.** Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2023/09/lista-rotulagem-nutricional-lupa/>. Acesso em: 21 jul. 2024.

MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães (org.). **Sociedade de consumo, proteção do consumidor e desenvolvimento:** comemoração dos 30 anos do Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: GEN: Forense, 2020.

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Curso de direito do consumidor.** 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

SOUZA, Pedro Henrique da Mata Rodrigues; ALVES, Fabrício Germano. **Pesquisa científica:** aspectos práticos. Natal: Insigne Acadêmica, 2024.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor:** direito material e processual. 9. ed. São Paulo: Forense, 2020.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor.** 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017

VERHAGEN, H.; Vos, E., Francl, S., Heinonen, M., & Loveren, H. Van. **Status of nutrition and health claims in Europe q Nutrition claims Health claims Function claims.** Archives of Biochemistry and Biophysics, v. 501, 6-15, 2010. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0003986110001451?casa_token=kk08b7N_P_MAAAAA:bCdVL25cS0Zz4VJ6Hr-VkfyVuj73_F4VjSDtlpcFWW_E0o-ECQL8grOiB1BQt6GhxlTgm4isVSB7. Acesso em 26 de jun. de 2024.