



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE DIREITO

Leiliane Motta de Carvalho

GORDURA *TRANS*: DEVER DE INFORMAÇÃO

BRASÍLIA

2018

LEILIANE MOTTA DE CARVALHO

GORDURA *TRANS*: DEVER DE INFORMAÇÃO

Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção de título de Bacharela em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de Brasília.

Orientador: João Pedro Leite Barros

BRASÍLIA

2019

Leiliane Motta de Carvalho

GORDURA *TRANS*: DEVER DE INFORMAÇÃO

Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção de título de Bacharela em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de Brasília.

Professor Doutor João Pedro Leite Barros
Universidade de Brasília – UnB
Orientador

Professora Doutora Amanda Flávio de Oliveira
Universidade de Brasília – UnB
Examinadora

Professor Doutor Ricardo Morishita Wada
Instituto Brasiliense de Direito Público – IDP

Brasília, 4 de julho de 2019.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, a Deus por seu amor incondicional, por sempre guiar meu caminho e por ser minha luz e meu alicerce nos momentos de turbulência.

Ao meu orientador João Pedro Leite Barros por acreditar no meu tema, pelas observações de melhoria, pela disposição, empenho e tempo dedicado em me ajudar e por ser sempre muito atencioso, paciente e solícito: minha sincera gratidão.

Quero agradecer aos professores Ricardo Morishita Wada e Amanda Flávio de Oliveira pelo privilégio de tê-los na banca avaliadora deste trabalho de conclusão de curso.

Agradeço também à minha amada família.

À minha avó Leila por seu amor, seu carinho, seu doce colinho, pelas palavras de conforto e motivação, pelas orações e por sempre acreditar em mim, independentemente das circunstâncias.

Ao meu avô Sylvio pelos incontáveis ensinamentos passados ao longo de minha vida, por me ensinar a ser bondosa e correta, a ter empatia, a defender meus princípios e jamais me omitir ou me calar diante de injustiças.

Aos meus avós paternos (*in memoriam*), Ana e Waldemar.

Ao meu pai, Waldemar Cláudio, pelo exemplo de determinação e competência, por me mostrar o valor do estudo, por me ensinar a sonhar, a lutar para fazer meus sonhos se tornarem realidade e jamais desistir diante dos obstáculos no meio do caminho.

À minha mãe, Simone, meu anjo protetor, minha base e meu arrimo. Agradeço por todo auxílio durante a realização deste trabalho, pelas orientações e correções no texto, por clarear minhas ideias, pela compreensão e paciência, pelas palavras de consolo e incentivo, por seu carinho e disposição em querer ajudar e por todo seu amor. Sem você nada disso seria possível.

Agradeço ainda ao Leonardo Nogueira, meu melhor amigo e amor, pela compreensão, apoio e incentivo em todos os momentos, pelo auxílio na pesquisa, pelas palavras de conforto nos períodos de estresse e ansiedade, pela companhia nas horas boas e ruins, por acreditar em mim e sempre me elogiar, por ser meu porto seguro e nunca duvidar do meu potencial. Obrigada por tudo que você é e significa pra mim.

À querida Tia Andrea pelas correções e pertinentes comentários ao longo do texto.

À Regina Pratesi por não me deixar duvidar de mim mesma, por acalmar minhas crises e me encorajar a continuar lutando.

À Universidade de Brasília por ser esse local de paz, acolhimento e pluralidade. Sou imensamente grata por todas as experiências vividas nesses quase 5 anos de UnB, por todas as lições e aprendizados (não apenas acadêmicos), por me ajudar a crescer e evoluir como ser humano, por transformar minha maneira de pensar, por me incentivar a refletir e criticar os padrões impostos, a enxergar o mundo por outra perspectiva e com outros olhos e, acima de tudo, por me estimular a querer ser todos os dias uma melhor versão de mim mesma, num processo de constante evolução.

Aos meus amigos de curso, Ana Mattos, George Margalho, Karina Ellen, Marcella Guimarães, Mariana Dorta, Marina Faraco, Matheus Martins e Nathália Silva, que me acompanharam nessa trajetória até aqui, que compartilharam alegrias e desabafos e que me ajudaram a suavizar os percalços da escrita desta monografia.

E a todos aqueles que acreditaram em mim e que, de alguma forma, influenciaram minha jornada até aqui.

Muito obrigada!

RESUMO

A presente monografia tem por objetivo: analisar como a gordura *trans* é declarada nos rótulos de alimentos industrializados brasileiros; verificar se essa declaração corresponde à realidade e avaliar se a informação fornecida é adequada para assegurar o direito do consumidor à informação. Para tanto, é apresentada uma breve contextualização a respeito da gordura *trans* e seus efeitos no organismo humano, a fim de elucidar os motivos pelos quais essa substância merece especial atenção. Posteriormente, são analisadas as recomendações da Organização Mundial da Saúde sobre o uso e consumo de gordura *trans*, bem como as regras vigentes sobre sua rotulagem no Brasil. O trabalho aborda ainda os argumentos, expendidos pela doutrina brasileira, que fundamentam o direito do consumidor à informação. Por fim, este estudo trata da responsabilidade objetiva em casos de violação do dever de informar, examinando, também, o posicionamento do Superior Tribunal de Justiça em duas decisões paradigmáticas.

Palavras-chave: Gordura *trans*, Direito à informação, Rotulagem, Violação do dever de informação, Publicidade enganosa, Responsabilidade objetiva.

ABSTRACT

The objective of this monograph is to analyze how *trans* fat is declared in Brazilian industrialized food labels; verify that this statement corresponds to reality and assess whether the information provided is adequate to ensure the consumer's right to information. In order to do so, a brief contextualization about *trans* fat and its effects on the human body is presented, in order to elucidate the reasons why this substance deserves special attention. Subsequently, the recommendations of the World Health Organization on the use and consumption of *trans* fat, as well as the current rules on its labeling in Brazil, are analyzed. The paper also addresses the arguments, based on the Brazilian doctrine, that base the consumer's right to information. Finally, this study mentions the objective liability in cases of violation of the duty to inform, also examining the position of the Superior Court of Justice in two paradigmatic decisions.

Keywords: *Trans* fat, Right to information, Labeling, Breach of duty of information, Misleading advertising, Objective liability.

LISTA DE ABREVIATURAS

AGT – Ácidos Graxos *Trans*

OMS – Organização Mundial da Saúde

LDL – *Low Density Lipoproteins*

HDL – *High Density Lipoproteins*

FDA - *Food and Drug Administration*

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CF – Constituição Federal

STJ – Superior Tribunal de Justiça

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 GORDURA <i>TRANS</i> E SEUS EFEITOS	10
1.1 CONCEITO.....	10
1.2 GORDURA <i>TRANS</i> E A SAÚDE HUMANA.....	12
2 HISTÓRICO DAS DIRETRIZES OFICIAIS SOBRE O USO E CONSUMO DE GORDURA <i>TRANS</i>	17
2.1 POSICIONAMENTO DA OMS SOBRE O CONSUMO DE GORDURA <i>TRANS</i>	17
2.2 INICIATIVAS INTERNACIONAIS BEM-SUCEDIDAS.....	19
2.3 ROTULAGEM DE GORDURA <i>TRANS</i> NO BRASIL.....	20
3 DIREITO À INFORMAÇÃO	26
3.1 DIREITO À INFORMAÇÃO COMO UM DIREITO FUNDAMENTAL DO CONSUMIDOR.....	26
3.2 O DEVER DE INFORMAÇÃO NO CDC.....	28
3.3 PRINCÍPIOS NORTEADORES DO DEVER DE INFORMAÇÃO.....	34
3.3.1 Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor.....	34
3.3.2 Princípio da Boa-fé Objetiva.....	36
3.3.3 Princípio da Transparência.....	38
3.3.4 Princípio da Intervenção do Estado e Educação do Consumidor.....	39
3.3.5 Princípio da Veracidade.....	42
4 VIOLAÇÃO DO DEVER DE INFORMAÇÃO NA ROTULAGEM DE GORDURA <i>TRANS</i> NO BRASIL	44
4.1 RESPONSABILIDADE PELA VIOLAÇÃO DO DEVER DE INFORMAÇÃO E PELOS DANOS CAUSADOS AOS CONSUMIDORES.....	45
4.2 POSICIONAMENTO JURISPRUDENCIAL DO STJ SOBRE O DIREITO À INFORMAÇÃO.....	48
4.2.1 Caso da cerveja sem álcool.....	48
4.2.2 Caso do Glúten.....	50
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
6 REFERÊNCIAS	55

INTRODUÇÃO

Vivemos na era da informação. Nunca se falou tanto nem se deu tanta importância a ela como nos dias atuais. Nas últimas décadas, a informação adquiriu uma posição de destaque principalmente em virtude das inovações tecnológicas, da globalização, do surgimento dos smartphones e da consequente disseminação das redes sociais e aplicativos. Nesse contexto, as relações consumeristas também se modernizaram, tornando-se cada vez mais rápidas e práticas.

Esse fenômeno da fluidez do consumo é muito positivo para a dinâmica do mercado, entretanto, ele requer uma atenção ainda maior para a questão da informação acerca dos produtos e serviços colocados em oferta. Em outras palavras, a massificação das relações de consumo torna ainda mais relevante a discussão sobre o direito do consumidor à informação.

Nesse sentido, o presente trabalho tem por objetivo analisar as normas de rotulagem de gordura *trans*, vigentes no Brasil atualmente, bem como verificar se as informações declaradas nos rótulos dos alimentos industrializados brasileiros são adequadas para assegurar o direito do consumidor à informação.

Para uma melhor contextualização acerca da questão, é necessário esclarecer inicialmente o que, de fato, são os ácidos graxos *trans* (AGT), comumente conhecidos como “gordura *trans*”, como são produzidos e com qual finalidade a indústria alimentícia faz uso dessa substância. Ademais, será realizada uma compilação dos inúmeros estudos científicos que investigam os efeitos da ingestão de gordura *trans* no organismo humano.

Em momento seguinte, examinaremos as diretrizes da Organização Mundial da Saúde a respeito do uso e do consumo de gordura *trans* e as principais iniciativas internacionais sobre a matéria, a fim de compreender como o restante do mundo está lidando com essa questão e comparar com as ações adotadas pelo Brasil.

Pretende-se ainda abordar os argumentos expendidos pela doutrina brasileira que fundamentam o direito do consumidor à informação, analisando sua matriz constitucional, seus princípios norteadores, além da sua manifestação no Código de Defesa do Consumidor.

Por fim, este estudo tratará da responsabilidade objetiva do fornecedor no caso de violação do seu dever de informar, examinando, também, os fundamentos adotados pelo Superior Tribunal de Justiça em duas decisões paradigmáticas.

1. GORDURA *TRANS* E SEUS EFEITOS

1.1 CONCEITO

De início, cumpre destacar que o conceito de gordura *trans*¹ – com efeitos e consequências nefastas para a saúde humana – é imprescindível para a compreensão da importância do direito à informação. Não se trata de meramente suprimir um dado “inofensivo”, tampouco de omitir um simples detalhe sobre o percentual nutricional em rótulos. É mais que isso: a população mundial, em especial a brasileira, já está sofrendo os efeitos desastrosos da omissão do Estado, o qual, de forma irresponsável e leviana, não atua de modo a minimizar ou mesmo impedir os efeitos nocivos gerados pelo consumo de gordura *trans*.

Em geral, os ácidos graxos encontrados na natureza possuem insaturações na configuração *cis*, o que faz com que tenham um formato curvo. Já os ácidos graxos *trans*, por passarem por um processo de hidrogenação, têm sua estrutura alterada, tomando uma forma linear. Para um leigo, essa mudança pode parecer irrelevante, porém ela modifica completamente o modo como essa gordura se comporta nas membranas das células², alterando também, por consequência, os efeitos no organismo humano.

Desde 1990, estudiosos já afirmavam que o consumo de ácidos graxos *trans* não apenas causa o aumento do LDL, colesterol ruim, como também provocam a diminuição do HDL, colesterol bom³. Posteriormente, inúmeros estudos também relacionaram a ingestão de gordura *trans* com uma maior probabilidade de ocorrência de acidentes cardiovasculares,

¹ Tecnicamente, ácidos graxos *trans* (AGT), comumente conhecidos como gordura *trans*, são definidos pelo Comitê do *Codex Alimentarius* como isômeros geométricos dos ácidos graxos insaturados naturais, contendo pelo menos uma ligação dupla carbono-carbono do tipo *trans*.

² “A conformação linear é o estado de menor energia e permite o melhor empacotamento das moléculas, ficando mais próximas uma das outras e aumentando a interação entre elas. Como consequência das forças intermoleculares, os AGS e AGT possuem pontos de fusão mais altos que os ácidos graxos insaturados (AGI) *cis*... Os AGI na configuração *cis* contêm dobramentos rígidos em suas cadeias carbônicas, pois as duplas ligações não giram e uma angulação de 30 graus é produzida para cada dupla ligação presente. Essa conformação não permite um empacotamento tão eficiente das moléculas e, logo, a interação entre elas é menor, apresentando pontos de fusão mais baixos. Assim, pela conformação espacial e pela menor densidade eletrônica, os AGT são termodinamicamente mais estáveis, sendo menos reativos e apresentando maior resistência aos processos do que a sua forma *cis* correspondente” (CURI, 2002 apud LEMOS, 2008).

³ MERÇON, Fabio. O que é uma gordura *trans*?. Química Nova na Escola, v. 32, n. 2, p. 78-83, 2010.

desenvolvimento de diabetes, distúrbios neurológicos, câncer, cegueira, obesidade, doença hepática e infertilidade, além de diversos prejuízos no desenvolvimento infantil⁴.

Na alimentação humana, as principais fontes de gorduras trans são obtidas artificialmente, através de um processo industrial chamado hidrogenação parcial de óleos vegetais⁵, que nada mais é que a transformação de um óleo vegetal líquido em uma gordura semi-sólida, denominada gordura vegetal parcialmente hidrogenada. Cerca de 90% dos AGT presentes nos alimentos são formados por hidrogenação industrial.

Quimicamente falando, são adicionados átomos de hidrogênio à dupla ligação de carbono (insaturada), que, ao passar por um catalisador de metal, provocam uma reação de saturação na dupla ligação antes existente, tornando-a simples, dando à molécula, portanto, uma textura mais firme, característica das gorduras saturadas.

A indústria alimentícia recorre a esse procedimento a fim de melhorar a consistência; manter por mais tempo o sabor e aroma dos produtos; conferir maior resistência a altas temperaturas, como é o caso das frituras; e aumentar o tempo de prateleira dos alimentos. Entre os alimentos ricos em gordura trans, destacam-se: margarina, sorvete, biscoitos, bolachas recheadas, bolos industrializados, salgadinhos, pipoca de micro-ondas, molhos prontos para saladas, macarrão instantâneo, queijos processados, batata frita, entre outros.

Além da hidrogenação parcial, a gordura *trans* também pode ser originada, em menor escala (cerca de 6%), de processos de desodorização de óleos vegetais (eliminação de odores) e na reutilização prolongada de óleos para frituras.

Os ácidos graxos *trans* podem ainda ser formados de forma natural, como ocorre em alimentos derivados de animais ruminantes, tais como leite, queijos e carnes bovinas, em um processo conhecido como bio-hidrogenação. Nesse processo, os ácidos graxos *cis*, provenientes do capim e plantas ingeridos pelo animal, são parcialmente hidrogenados por sistemas enzimáticos da flora microbiana presente no rúmen desses animais, transformando-os em ácidos graxos *trans* (Semma, 2002; Chatgililoglu e Ferreri, 2005 apud MERÇON, 2010).

⁴ KRETTEK *et al.*, 2008 apud LEMOS, 2008

⁵ “Durante o processo industrial de hidrogenação, o óleo é colocado sob pressão e na presença de um catalisador é adicionada uma quantidade variável de gás hidrogênio. O hidrogênio satura algumas das duplas ligações enquanto outras são configuradas da posição *cis* à *trans* (Graf *et al.*, 2008). Mediante o controle das condições do processo pode-se obter um óleo parcial ou totalmente hidrogenado.” (OVIEDO, 2010, p. 27)

No entanto, estudos apontam que o conteúdo máximo de AGT na gordura de ruminantes varia de 1 a 8%, a depender da alimentação de cada animal, que é uma quantidade muito pequena se comparada ao consumo dessas mesmas gorduras produzidas industrialmente. Além disso, existem estudos que demonstram que os AGT provenientes de ruminantes não possuem o mesmo efeito danoso à saúde que os AGT artificiais⁶, portanto não devem ser motivo de preocupação a ponto de esses alimentos serem cortados da dieta, tendo em vista o seu rico valor nutricional.

A maior preocupação reside no consumo, muitas vezes inconsciente, de gordura trans industrialmente produzida e “camuflada” nos alimentos. O termo utilizado é “gordura”, mas, na verdade, esses AGT, no sistema digestivo, mais se assemelham a um polímero, um pedaço de plástico. Os AGT não são nutrientes, como as demais gorduras encontradas na natureza, pois não possuem absolutamente nenhuma função no organismo, não há requerimento fisiológico de AGT na nossa dieta, sua função é exclusivamente industrial, “estética”⁷.

Por não serem nutrientes, quando consumidos, os ácidos graxos trans levam anos para serem metabolizados pelo organismo. Eles vão se acumulando e causam, ao longo do tempo, o aumento da espessura das paredes vasculares com consequente estreitamento dos vasos sanguíneos, agravando o risco de desenvolvimento de doenças crônicas e acidentes cardiovasculares. Com efeito, além de não proporcionar benefício nutricional algum, a ingestão desse tipo de gordura ainda acarreta enormes prejuízos para a saúde humana.

1.2 GORDURA *TRANS* E A SAÚDE HUMANA

As gorduras trans sempre estiveram presentes na alimentação humana, através do consumo de carnes, leite e derivados. Entretanto, a partir da tendência mundial de substituição da gordura animal saturada por gordura vegetal hidrogenada, houve uma significativa

⁶ Isso acontece, pois a gordura trans encontrada nos alimentos derivados de animais ruminantes é composta majoritariamente por ácido graxo vacênico, ao passo que a gordura trans de fonte industrial possui o ácido elaídico como composto principal; e estudos já comprovaram que o corpo humano possui a capacidade de converter o ácido vacênico em ácido rumênico, mais conhecido como ácido linoleico conjugado (CLA), o qual, além de não trazer prejuízos, pode apresentar benefícios à saúde, ao contrário da gordura trans industrial, como efeitos antiobesidade e antiaterosclerose. É o que mostram alguns estudos recentes, embora ainda sejam inconclusivos (PROENÇA, 2012).

⁷ OVIEDO, Kátia M. M. Análise comparativa das experiências de regulação de gorduras trans em alimentos processados no Brasil, Canadá, Dinamarca e Estados Unidos. Rio de Janeiro, 2010. Dissertação de Mestrado na área de Metrologia para Qualidade e Inovação. PUC-Rio.

elevação da presença dos ácidos graxos trans na dieta⁸. E, diante da enorme popularidade da gordura trans na indústria alimentícia e, conseqüentemente, na dieta da população mundial, cientistas ao redor do mundo começaram a estudar os efeitos dessa substância no organismo humano.

O primeiro estudo de destaque sobre o tema foi publicado em 1990, pelos pesquisadores Mensink e Katan⁹, os quais se propuseram a investigar os efeitos do consumo de ácidos graxos trans no colesterol. Os pesquisadores dividiram os participantes em 3 grupos e os submeteram à mesma dieta, variando apenas o tipo de gordura fornecida: saturada, insaturada *cis* ou trans.

Ao comparar os níveis de HDL (colesterol “bom”), constatou-se que as taxas dos participantes que consumiram gordura saturada e insaturada *cis* permaneceram iguais, enquanto as taxas dos indivíduos que ingeriram gordura *trans* diminuíram. Na análise dos índices de LDL (colesterol “ruim”), por sua vez, verificou-se que os participantes que ingeriram gordura insaturada *cis* mantiveram suas taxas inalteradas. Já os indivíduos submetidos às dietas com gorduras saturadas e *trans* tiveram esses níveis aumentados.

Esses resultados demonstraram que a gordura saturada é menos prejudicial para a saúde do que a própria gordura trans, que surgiu como alternativa para substituí-la na dieta. Isso porque baixos níveis de HDL não são capazes de eliminar o excesso de colesterol das paredes sanguíneas, contribuindo para o desenvolvimento da aterosclerose. Assim, como bem traduz Fábio Merçon:

A elevação dos níveis de LDL-colesterol contribui para o aumento do risco de doenças cardiovasculares. Logo, tanto os ácidos trans quanto os ácidos saturados potencializam esse efeito (Aued-Pimentel e cols., 2003). Entretanto, a ingestão de altos níveis de ácidos graxos trans pode promover um aumento mais significativo na razão LDL-colesterol/HDL-colesterol do que a ingestão de ácidos graxos saturados e, conseqüentemente, um efeito adverso à saúde mais acentuado (Willett e Ascherio, 1995; Mozaffarian e cols., 2006).¹⁰

Nos anos subsequentes, dezenas de estudos foram surgindo e mostrando resultados semelhantes sobre o efeito do consumo de gordura trans nos níveis plasmáticos de LDL e HDL, bem como relacionando esse fenômeno com o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.

⁸ Martin e cols., 2004 apud MERÇON, 2010

⁹ MENSINK, R. P.; KATAN M. B. Effect of dietary trans fatty acids on high-density and lowdensity lipoprotein cholesterol levels in healthy subjects. *New England Journal of Medicine*, 1990.

¹⁰ MERÇON, 2010, p. 81

Em 2006, uma meta-análise realizada por Mozaffarian et al. (2006) concluiu que um aumento de 2% no consumo de ácidos graxos *trans* é suficiente para agravar o risco de incidência de doenças cardiovasculares em 23%. Ainda falando em números, em 2008, outro estudo comprovou que um consumo de 5 g de ácidos graxos *trans* por dia é capaz de aumentar em 29% o risco de padecer em decorrência de doença arterial coronária¹¹.

Alguns trabalhos também relacionam a gordura *trans* com obesidade. Em 2010, por exemplo, um estudo realizado com macacos evidenciou que aqueles que foram alimentados com gordura *trans* tiveram um ganho de peso 7,2% maior que os que receberam gordura monoinsaturada em suas dietas¹²

Existem diversos estudos que sugerem que os ácidos graxos *trans* favorecem o surgimento de Diabetes *Mellitus*, devido ao aumento da lipogênese hepática que essas gorduras provocam, o qual pode gerar resistência insulínica¹³.

Um estudo publicado em 2010 por Vinikoor e colaboradores¹⁴ demonstrou que um alto consumo de gordura *trans* pode aumentar em até 86% o risco de desenvolvimento de adenoma colorretal. Outra pesquisa, realizada nos Estados Unidos, constatou que homens com taxas mais elevadas de gordura *trans* no sangue possuem duas vezes mais chances de adquirir câncer de próstata¹⁵.

Ainda sobre a saúde do homem, um trabalho realizado por Chavarro et al. (2011)¹⁶ detectou uma associação entre a quantidade de gordura *trans* consumida e o nível de concentração de espermatozóides, em uma relação inversamente proporcional. Esse mesmo estudo também observou uma elevada quantidade de gordura *trans* encontrada nos

¹¹ STENDER et al, 2008 apud LEMOS, 2008

¹² THOMPSON A.K.; MINIHAINE A.M.; WILLIAMS C.M. Trans Fatty Acids and Weight Gain. International Journal of obesity, 2011.

¹³ BENDSEN N.T. et al. Effect of Trans Fatty Acid Intake on Insulin Sensitivity and Intramuscular Lipids. A Randomized Trial in Overweight Postmenopausal Women. Metabolism Clinical and Experimental, 2011.

¹⁴ VINIKOOR L.C. et al. Trans-fatty Acid Consumption and its Association With Distal Colorectal Cancer in the North Carolina Colon Cancer Study II. Cancer Causes Control, 2010.

¹⁵ REVOREDO C. M. S. et al. Nutritional Implications of trans fatty acids on people's health: A Reflective analysis article. Revista de Enfermagem UFPE On Line, Recife, 2017.

¹⁶ CHAVARRO J.E. et al. Trans-fatty Acid Levels in Sperm are Associated With Sperm Concentration Among Men From an Infertility Clinic. Fertility and Sterility, 2011.

espermatozoides e no sêmen desses homens, sugerindo uma associação desse tipo de gordura com a infertilidade masculina¹⁷.

Vários estudos também relacionam a ingestão de ácidos graxos *trans* com a saúde materno-infantil. Verificou-se que a gordura *trans* causa a inibição da biossíntese de alguns ácidos graxos essenciais aos processos metabólicos, afetando o crescimento intrauterino, uma vez que os isômeros podem ser transferidos pela placenta. Outro efeito observado entre a ingestão desse lipídeo e a gestação diz respeito ao aumento significativo do risco de pré-eclâmpsia¹⁸.

Ressalta-se que, mesmo após o nascimento do bebê, a presença de gordura *trans* na alimentação da mãe ainda pode comprometer o desenvolvimento da criança, causando danos irreversíveis, tais como deficiência na formação da função psicomotora, diminuição da resposta imunológica contra agentes infecciosos e alteração da expressão de adipocinas envolvidas com a resistência insulínica e doença cardiovascular. Isso acontece graças à possibilidade de transferência dos ácidos graxos *trans* por meio do aleitamento materno¹⁹.

Ademais, alguns estudos também associam o consumo de gordura *trans* com o desenvolvimento de depressão. De acordo com Revoredo et al. (2017, p. 733):

Evidências também relacionam alguns fatores nutricionais com o risco de depressão. Para avaliar essa associação foi realizado um estudo prospectivo de coorte no qual os pesquisadores analisaram o estilo de vida de 12 mil voluntários ao longo de seis anos e relataram que aqueles com elevado consumo de gorduras *trans* apresentaram até 48% de aumento no risco de depressão quando comparados com os participantes que não consumiam esses produtos. Isto porque, essas gorduras relacionam-se com o aumento da produção de citocinas, que podem desencadear o mau funcionamento dos neurônios por interferir na transmissão nervosa e diminuir a produção de serotonina, neurotransmissor responsável pela sensação de bem-estar.

Além de tudo isso, as revisões realizadas por Hissanaga, Proença e Block (2012) e Bellesteros-Vásquez et al. (2012)²⁰, levantaram outros inúmeros estudos que apontam uma

¹⁷ REVOREDO et al., 2017

¹⁸ CHIARA V. L. et al. *Trans Fatty Acids: Cardiovascular Diseases and Mother-child Health*. Rev. Nutr. Campinas, Campinas, 2002.

¹⁹ HISSANAGA, V.M.; PROENÇA, R.P.C.; BLOCK, J.M.. Ácidos graxos *trans* em produtos alimentícios brasileiros: uma revisão sobre aspectos relacionados à saúde e à rotulagem nutricional. *Revista de Nutrição*, v. 25, n. 4, p. 517-530, 2012.

²⁰ BALLESTEROS-VÁSQUEZ, M.N.; VALENZUELA-CALVILLO, L.S.; ARTALEJO-OCHOA, E.; ROBLES-SARDIN, A.E. Ácidos grasos *trans*: un análisis del efecto de su consumo en la salud humana, regulación del contenido en alimentos y alternativas para disminuirlos. *Nutrición Hospitalaria*, v. 27, n. 1, p. 54-64, 2012.

relação positiva entre o consumo de ácidos graxos *trans* e a infertilidade feminina, infertilidade masculina, doença inflamatória, disfunção endotelial, resistência insulínica, aumento dos marcadores de estresse oxidativo, dislipidemia, doença cardiovascular, doença materno-infantil, diabetes mellitus, depressão, obesidade e câncer.

2. HISTÓRICO DAS DIRETRIZES OFICIAIS SOBRE O USO E CONSUMO DE GORDURA *TRANS*

2.1 POSICIONAMENTO DA OMS SOBRE O CONSUMO DE GORDURA *TRANS*

Como visto, a partir dos anos 90, foram publicados diversos estudos, os quais evidenciaram os inúmeros riscos do consumo de gordura trans para a saúde. Dessa forma, acompanhando as novas descobertas acerca desse ingrediente tão controverso, desde 1995, a OMS já preconizava que o consumo de ácidos graxos trans deveria ser controlado, porém sem especificar qual seria o quantitativo “adequado” de consumo dessa substância na dieta diária²¹.

Em 2002, a Organização Mundial da Saúde promoveu uma consulta a fim de atualizar as recomendações sobre dieta, nutrição e prevenção de doenças crônicas, tendo chegado à conclusão de que havia prova convincente de que a ingestão de AGT aumentava efetivamente o risco de doenças cardiovasculares, recomendando, portanto, que o consumo desses lipídeos não deveria ultrapassar 1% do valor energético diário, ou seja, aproximadamente 2,2 gramas em uma dieta de 2.000 Kcal²².

Já em 2004, tendo em vista as evidências acerca dos potenciais efeitos deletérios que a AGT apresenta para a saúde, a OMS lançou a Estratégia Mundial sobre Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde, com propostas de eliminação da gordura trans industrial da alimentação, como ponto crucial para a ação dos governos ²³.

Em 2007, a OMS voltou a analisar a questão do valor máximo de ingestão de gordura trans industriais, com o auxílio de estudiosos, peritos e representantes da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO). Após a discussão e a análise dos estudos, a Organização decidiu rever seu posicionamento anterior, afirmando que, diante das comprovações científicas dos malefícios que os AGT causam para a saúde, não existe um limite de consumo que possa ser considerado “seguro” ou “não significativo”, recomendando,

²¹ PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa; SILVEIRA, Bruna Maria. Recomendações de ingestão e rotulagem de gordura trans em alimentos industrializados brasileiros: análise de documentos oficiais. Revista de Saúde Pública. vol.46 n°5: São Paulo, 2012.

²² BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Nota Técnica: Ações do governo brasileiro sobre as gorduras *trans*, 2008.

²³ WHO. World Health Organization. *Global strategy on diet, physical activity and health*: List of all documents and publications. Fifty-seventh World Health Assembly. A57/9, 17 abr. 2004.

novamente, que os países promovam ações públicas para o banimento desse ingrediente da indústria alimentícia.

Em 2013, uma vez mais, a Organização Mundial da Saúde reforçou a recomendação de que os países promovam ações para a total eliminação da gordura trans dos alimentos industrializados, como medida essencial ao combate às doenças crônicas intransmissíveis²⁴.

É interessante notar que, dois anos após a OMS lançar o plano de metas para eliminar os AGT da alimentação, o Brasil publicou o Guia Alimentar para População Brasileira (GAPB), estabelecendo o limite de 1% do total de calorias diárias como um valor “seguro” de consumo de gordura trans. Ou seja, apesar das manifestações mais recentes da Organização Mundial da Saúde sobre o tema, o Ministério da Saúde decidiu, curiosamente, utilizar uma sugestão ultrapassada, de 2002, como base para orientar o valor no GAPB²⁵.

Sabe-se que os guias alimentares, além de serem guias de saúde pública, têm como escopo a educação nutricional, para o desenvolvimento de hábitos alimentares saudáveis e prevenção de doenças crônicas²⁶. Sendo assim, surge o questionamento: por que os órgãos de saúde brasileiros insistem em estabelecer um valor quantitativo para ingestão diária de gordura trans em um guia de orientação nutricional, enquanto a OMS já afirmou não existir um limite seguro, tendo inclusive recomendado reiteradamente a retirada desse tipo de gordura dos alimentos industrializados? Será que os órgãos de saúde desconhecem ou subestimam as centenas de estudos científicos que comprovam os diversos malefícios à saúde resultantes do consumo de ácidos graxos *trans*?

Recentemente, em maio de 2019, a Organização Mundial da Saúde informou que a gordura *trans* é responsável por mais de 500 mil mortes por ano, em consequência de doenças cardiovasculares, e ao menos 5 bilhões de pessoas em todo o mundo convivem com os riscos de desenvolver doenças associadas ao consumo desse ingrediente.

Em razão dos dados alarmantes, a OMS divulgou um plano de metas, chamado “REPLACE”, cujo objetivo é eliminar os ácidos graxos trans de alimentos industrializados em todo o mundo até 2023. O plano sugere as seguintes ações:

²⁴ WHO. World Health Organization. Follow-up to the political declaration of the high-level meeting of the General Assembly on the Prevention and Control of Non-communicable Diseases. Sixty-sixth World Health Assembly. Geneva, 2013.

²⁵ PROENÇA, 2012

²⁶ BARBOSA, 2006 apud LOBANCO, 2007

(RE)visar fontes alimentares com gordura trans produzidas industrialmente e o panorama para as mudanças políticas necessárias;

(P)romover a substituição de gorduras trans produzidas industrialmente por gorduras e óleos mais saudáveis;

(L)egislar ou promulgar ações regulatórias para eliminar gorduras trans produzidas industrialmente;

(A)valiar e monitorar o teor de gorduras trans no suprimento de alimentos e mudanças no consumo de gordura trans entre a população;

(C)onscientizar sobre o impacto negativo na saúde das gorduras trans entre formuladores de políticas, produtores, fornecedores e o público;

(E)stimular a conformidade de políticas e regulamentos.²⁷

Até a finalização do presente trabalho, os órgãos responsáveis brasileiros não colocaram em prática nenhuma das medidas propostas pela OMS.

2.2 INICIATIVAS INTERNACIONAIS BEM-SUCEDIDAS

A partir das recomendações da OMS, governos de diversos países adotaram medidas para reduzir ou eliminar a gordura trans produzida industrialmente. A Dinamarca se destaca por ter sido pioneira nesse processo e por ter tomado uma das iniciativas mais notáveis até o momento. Em 2003, o governo dinamarquês aprovou uma legislação que limitou a participação da gordura trans de origem industrial a 2% da quantidade total de gorduras em todos alimentos existentes no mercado, inclusive os importados e os servidos em restaurantes²⁸.

Várias pesquisas revelaram que o conteúdo médio de gordura trans nos alimentos industrializados na Dinamarca baixou de 30g a cada 100g em 2001 para menos de 1g em 2005, demonstrando a efetividade da medida²⁹. Um estudo publicado em 2016 revelou que a

²⁷ <https://www.who.int/nutrition/topics/replace-transfat/>

²⁸ LETH, T.; JENSEN, H.G.; MIKKELSEN, A.E.; BYSTED, A. The effect of the regulation on trans fatty acid content in Danish food. *Atherosclerosis suppl.*, v. 7; n.2, p.53-56, 2006.

²⁹ SILVEIRA B.M. et al. Informação alimentar e nutricional da gordura trans em rótulos de produtos alimentícios industrializados. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

política de restrição de gordura trans da Dinamarca resultou em uma redução de 14,2 mortes a cada 100.000 habitantes por ano³⁰.

Na cidade de Nova Iorque, nos Estados Unidos, foi aprovado um regulamento em 2007, estabelecendo que todos os restaurantes, bares e lanchonetes estavam proibidos de utilizar gordura trans no preparo dos alimentos vendidos em seus estabelecimentos. Alguns anos depois, um estudo apontou que apenas essa restrição nos serviços de alimentação foi capaz de reduzir em 4,5% a taxa de mortalidade por doenças cardiovasculares, o que representou uma economia de 3,9 milhões de dólares a cada 100.000 habitantes³¹.

Seguindo o exemplo de Nova Iorque, em 2010, a Califórnia além de restringir a utilização de gordura trans na preparação de alimentos em restaurantes, proibiu o armazenamento e a distribuição de qualquer alimento que contivesse a substância dentro daquele estado³².

O comitê de Administração de Alimentos e Drogas dos Estados Unidos – Food and Drug Administration (FDA) – realizou uma avaliação criteriosa do custo-benefício do banimento da gordura trans da indústria alimentícia e apontou um lucro líquido médio de 130 bilhões de dólares em 20 anos, caso a medida fosse implementada. Sendo assim, em 2015, o FDA determinou um prazo de 3 anos para que os fabricantes de alimentos eliminassem completamente essas gorduras de seus produtos³³.

2.3 ROTULAGEM DE GORDURA TRANS NO BRASIL

Segundo o Ministério da Saúde, rotulagem nutricional é toda descrição destinada a informar o consumidor sobre as propriedades nutricionais de um alimento. As informações contidas no rótulo nutricional têm como função: facilitar o conhecimento do consumidor a respeito das propriedades nutricionais dos alimentos, contribuindo para seu adequado

³⁰ RESTREPO B.J.; RIEGER M. Denmark's Policy on Artificial Trans Fat and Cardiovascular Disease. *Am J Prev Med*, 2016.

³¹ RESTREPO B.J.; RIEGER M. Denmark's Policy on Artificial Trans Fat and Cardiovascular Disease. *Am J Prev Med*, 2016.

³² NCSL. National Conference of State Legislatures. *The Forum for America's Ideas. Trans Fat and Menu Labeling Legislation*, Washington, 2010.

³³ FDA. Food and Drug Administration. *Final Determination Regarding Partially Hydrogenated Oils*. Disponível em: < <https://www.fda.gov/food/food-additives-petitions/final-determination-regarding-partially-hydrogenated-oils-removing-trans-fat> >. Acesso em: 05 jun. 2019.

consumo; bem como complementar as estratégias e as políticas de saúde dos países em benefício da saúde do consumidor³⁴.

Entretanto, para que a rotulagem nutricional atinja esses objetivos, é necessário que as informações nela contidas sejam claras, objetivas e fidedignas; além de ser essencial que o consumidor saiba interpretá-las, pois somente assim terá plenas condições de fazer escolhas conscientes no momento de adquirir determinado produto.

No Brasil, o primeiro documento oficial que tornou obrigatória a notificação de presença de ácidos graxos trans nos rótulos de alimentos industrializados foi a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 360 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), de dezembro de 2003. Segundo essa norma, todos os alimentos produzidos e comercializados, qualquer que seja sua origem, embalados na ausência do cliente e prontos para serem oferecidos aos consumidores devem declarar em seus rótulos a quantidade de gorduras trans contidas em uma porção do produto.

À primeira vista, parece uma medida positiva para o consumidor, porém, o item 3.4.3.2 da referida resolução prevê que, em alimentos cujo teor de gordura trans por porção for inferior a 0,2 gramas, o fabricante fica desobrigado de informar a presença dessa substância ao consumidor, podendo omiti-la na tabela nutricional, declarando sua quantidade como “zero”, “0” ou “não contém” na, mesmo que o produto contenha o ingrediente na sua composição³⁵.

Os motivos que levam a ANVISA a considerar o valor de 0,2 gramas como “não significativo” são de difícil compreensão, uma vez que a OMS já afirmou não existir valor seguro para o consumo desse tipo de gordura. E, mesmo que se considere que a RDC nº 360, por razões temporais, tenha se baseado na recomendação (ultrapassada) da OMS de que o consumo diário de ácidos graxos trans não deveria ser superior a 2 gramas por dia, como o consumidor poderia controlar essa ingestão se os valores estão ocultos na tabela?

Vale salientar que o valor da porção descrita no rótulo é definido pela RDC nº 359 da ANVISA³⁶, também de 2003, como a “quantidade média do alimento que deveria ser

³⁴ Brasil. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003: aprova regulamento técnico de porções de alimentos embalados para fins de rotulagem nutricional. Diário Oficial da União, Brasília, 26 dez. 2003b.

³⁵ *Ibidem*, 2003b

³⁶ Brasil. Resolução RDC nº 359, de 23 de dezembro de 2003. A Diretoria Colegiada da ANVISA/MS aprova regulamento técnico de porções de alimentos embalados para fins de rotulagem nutricional. Diário Oficial da União, Brasília, 26 dez. 2003a.

consumida por pessoas saudias, maiores de 36 meses de idade em cada ocasião de consumo, com a finalidade de promover uma alimentação saudável”, podendo a declaração dessa porção variar em até 30% do valor recomendado³⁷.

Portanto, a “porção” informada no rótulo não diz respeito à quantidade normalmente ingerida por um “consumidor médio”, mas sim à quantidade que ele deveria ingerir, o que, na prática, nem sempre é o que acontece. Dessa forma, como bem elucida Bruna Maria Silveira:

[...] a declaração de gordura trans no rótulo se designa a uma porção estabelecida pela RDC nº 359 para cada grupo de alimento (BRASIL, 2003a). Um consumo superior a tal porção, considerando os critérios da própria legislação, pode levar a uma ingestão significativa desse tipo de gordura, quando observado componente fonte na lista de ingredientes. Por exemplo, considerando a regulamentação, uma porção de biscoito doce é de 30g, correspondendo, em média, a duas unidades. Na lista de ingredientes do mencionado biscoito, observa-se “gordura vegetal parcialmente hidrogenada”. Então, se em duas unidades o conteúdo de gordura trans não atingir 0,2g, no rótulo desse biscoito pode estar declarado e destacado que o produto não apresenta quantidade significativa de gordura trans. No entanto, se uma pessoa ingerir uma porção maior do biscoito, ou seja, mais de duas unidades, pode alcançar e até ultrapassar o limite de consumo de gordura trans destacado pelo Guia Alimentar para a População Brasileira, que é de aproximadamente 2g/dia. Sendo assim, quando a quantidade de gordura trans não alcança o limite mínimo de 0,2g na porção, a empresa fica desobrigada de disponibilizar a quantidade do ingrediente no rótulo, impossibilitando a análise nutricional do alimento quanto ao referido componente³⁸.

Além disso, alguns alimentos industrializados não possuem sequer um valor de referência na RDC nº 359, como é o caso dos pratos prontos para consumo, podendo o fabricante eleger qualquer valor de porção para rotular seus alimentos, desde que esse valor não ultrapasse o limite de 500 kilocalorias (Kcal). Essa lacuna encontrada na norma permite que as indústrias diminuam suas porções até um valor em que a quantidade de gordura trans seja inferior a 0,2 gramas e, assim, possam omitir a presença dessa gordura em seus produtos³⁹.

A própria ANVISA admite a fragilidade de sua resolução quando, em um folheto explicativo sobre o assunto⁴⁰, recomenda aos consumidores que verifiquem a lista

³⁷ Ibidem, 2003a

³⁸ SILVEIRA, 2011, p. 69

³⁹ KLIEMANN, N.; KRAEMER, M. V. S.; SILVEIRA, B. M.; GONZÁLEZ-CHICA, D. A.; PROENÇA, R. P. C. Tamanho da porção e gordura trans: os rótulos de alimentos industrializados brasileiros estão adequados?. Demetra, v. 10 n. 1, p. 43-60, jan. 2015.

⁴⁰ Brasil. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Folheto explicativo sobre rotulagem de gorduras trans, 2006.

ingredientes para saberem se determinado alimento contém ou não ácidos graxos trans em sua composição, tendo em vista que apenas a tabela nutricional não é fonte confiável para adquirir essa informação.

O problema desse “método alternativo” sugerido pela ANVISA é que, além de a maioria das pessoas ter dificuldade para interpretar esse tipo de informação, um estudo realizado por Silveira, González-Chica e Proença (2013)⁴¹ aponta que a gordura trans pode ser encontrada nos rótulos das embalagens com mais de 14 nomes diferentes, o que dificulta ainda mais a identificação dessa gordura na lista de ingredientes. Ademais, mesmo que o consumidor consiga de fato identificar a presença da citada gordura entre os ingredientes, essa sugestão da agência reguladora continua sendo insuficiente no que diz respeito ao direito à informação, pois não permite que o consumidor saiba a exata quantidade dessa substância no produto.

Como se não bastasse a permissão dada aos fabricantes de omitirem uma informação tão importante da tabela nutricional, em 2012, a ANVISA publicou a RDC nº 54⁴², a qual trata de informação nutricional complementar. Essa nova resolução estabelece que o alimento que possua teor de gordura trans menor ou igual a 0,1g/porção pode divulgar, em destaque, na parte frontal de sua embalagem as expressões: “não contém gordura trans”, “livre de gordura trans”, “zero gordura trans”, “sem gordura trans” ou “isento de gordura trans”, mesmo que o produto contenha o ingrediente na composição.

Nesse contexto, além de não cumprir com seu papel de defesa da saúde e segurança alimentar do consumidor, a ANVISA permite uma clara violação do direito do consumidor à informação e ainda cria amparo legal para que as empresas realizem publicidade enganosa. Essa declaração é preocupante, pois pode iludir o consumidor e levá-lo a concluir que não precisa se preocupar com a quantidade ingerida do produto, já que este é “livre de gordura trans”, ou pode até induzi-lo a adquirir determinado produto por fazê-lo acreditar que está consumindo um alimento “saudável”.

⁴¹ SILVEIRA, B. M.; GONZÁLEZ CHICA, D. A.; PROENÇA, R. P. C. Report of trans fat on labels of Brazilian foods products. *Public Health Nutrition*, v. 16, n. 12, p. 2146-2153, 2013.

⁴² BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº 54, de 12 de novembro de 2012: aprova regulamento técnico sobre informação nutricional complementar. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo*, Brasília, 12 nov., 2012.

A pesquisadora Ana Luisa Daibert Pinto e colaboradores (2016)⁴³ realizaram um estudo com o objetivo de avaliar a quantidade de gorduras trans em diversos grupos de alimentos industrializados, e a adequação, frente à legislação brasileira, da declaração dessas gorduras nos respectivos rótulos. Para tanto, os pesquisadores analisaram, laboratorialmente, a composição de 215 amostras de alimentos industrializados rotulados, amplamente consumidos pela população, especialmente aqueles com a alegação “zero TRANS” em suas embalagens.

Dos 215 alimentos analisados, os autores verificaram que 189 possuíam a declaração “0 TRANS” nos rótulos, porém em apenas 11, de fato, não se detectou a presença da substância. Observou-se ainda que, desses 189, 151 produtos estavam em conformidade com a legislação, tendo em vista que não atingiam o limite de 0,2 g/porção. No entanto, em 27 deles foram encontrados valores bem superiores a 0,2 g/porção, violando, portanto, a resolução da ANVISA. O caso mais surpreendente foi o de uma amostra de margarina, a qual alegava ter “zero gordura trans”, mas, ao examinarem sua composição, as pesquisadoras constataram a presença de quase 1 grama de AGT por porção de 10g⁴⁴.

Os autores sugerem como hipótese para a significativa divergência entre o resultado do estudo laboratorial e as declarações nos rótulos dos produtos o fato de a ANVISA não exigir uma análise constante e periódica dos fabricantes:

A exigência é de, apenas, uma vez, ao registrar o produto. Portanto, um produto que foi analisado há dez anos pode ter variado sua composição, ou o lote, mas a empresa elabora seu rótulo por meio de tabelas e não da análise, o que justifica o fato de a grande maioria das amostras analisadas não ter apresentado veracidade na declaração dos teores das gorduras, objeto deste estudo⁴⁵.

Assim, esse estudo demonstra, de forma bastante clara, como a atual legislação brasileira sobre rotulagem de gordura trans é falha e prejudicial ao consumidor. Afinal, das 189 amostras que alegavam não conter gordura trans, em 178 delas, essa informação era falsa, ou seja, menos de 6% dos produtos analisados possuem informações nutricionais fidedignas em seus rótulos. E o mais surpreendente no resultado dessa pesquisa é que 85% dos produtos que estão divulgando informação falsa ao consumidor estão adequados às regras da ANVISA.

⁴³ PINTO A. L. D. et al. **Determination and Verification of how “trans” fat is notified on food labels, particularly those expressed as being “0% trans fat”**. Brazilian Journal of Food Technology, Campinas, 2016.

⁴⁴ Ibidem, 2016

⁴⁵ Ibidem, 2016, p. 11

A RDC n. 360/2003 da ANVISA dispõe, em seu artigo 5º, que o descumprimento da norma constitui infração sanitária, estando sujeita às sanções⁴⁶ previstas na Lei n. 6437/1977, as quais serão aplicadas de acordo com a gravidade e particularidades do caso concreto. No entanto, na prática, observa-se que as punições disponíveis são inócuas e insuficientes para evitar a inobservância da resolução. Isso porque além de a ANVISA não possuir aparato técnico adequado para exercer a fiscalização, quando ela ocorre, a sanção aplicada geralmente é advertência, imposição de ajustamento de conduta e, no máximo, pena de multa, sendo, em muitos casos, mais vantajoso para a empresa a desobediência da resolução, em uma análise de custo-benefício.

Entretanto, ressalta-se que, mesmo com o estrito cumprimento da legislação brasileira acerca da rotulagem de gordura trans, o direito à informação é constantemente violado, visto que o órgão teoricamente responsável por proteger o consumidor criou brechas na norma que propiciam essa situação. Ou seja: é inútil defender o endurecimento da fiscalização e das penas impostas, uma vez que o problema tem origem no próprio texto da resolução, devendo, portanto, haver uma reformulação da legislação e não sua rigidez.

Nos dias atuais, mais que nunca, informação é poder. E, como bem aponta Claudia Lima Marques⁴⁷, em uma relação consumerista, o consumidor é marcado pelo déficit informacional em relação às características, à composição e aos riscos do produto. Ao publicar uma resolução, permitindo que os fornecedores omitam dados tão relevantes, e declarem informações falsas, a ANVISA agrava ainda mais o estado de vulnerabilidade do consumidor, desrespeitando o princípio basilar de todo direito do consumidor, que é justamente promover a igualdade entre as partes contratantes.

⁴⁶ As punições estabelecidas pela Lei 6437 de 1977 são: advertência; multa; apreensão de produto; inutilização de produto; interdição de produto; suspensão de vendas e/ou fabricação de produto; cancelamento de registro de produto; interdição parcial ou total do estabelecimento; proibição de propaganda; cancelamento de autorização para funcionamento da empresa; cancelamento do alvará de licenciamento de estabelecimento; intervenção no estabelecimento que receba recursos públicos de qualquer esfera; imposição de mensagem retificadora e suspensão de propaganda e publicidade.

⁴⁷ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p. 282.

3. DIREITO À INFORMAÇÃO

3.1 DIREITO À INFORMAÇÃO COMO UM DIREITO FUNDAMENTAL DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor⁴⁸ possui como princípios básicos o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e a necessidade da presença do Estado no mercado a fim de protegê-lo. A essência do Direito de Consumidor é a busca pela igualdade material – e não apenas formal – entre as partes contratantes, visando efetivamente atingir o equilíbrio na relação de consumo⁴⁹. Partindo desse princípio, o direito à informação surge como um direito fundamental para concretização desse objetivo.

Direitos fundamentais são normas jurídicas positivadas no plano constitucional ligadas à ideia de dignidade da pessoa humana e de limitação do poder⁵⁰. Conforme os ensinamentos de George Marmelstein, direitos fundamentais são todos aqueles que se referem à proteção da liberdade; ao respeito à integridade física e moral; à garantia do mínimo existencial; à não coisificação do ser humano e à defesa da autonomia da vontade⁵¹.

A doutrina classifica os direitos fundamentais em 3 gerações distintas. Os direitos de primeira geração são os direitos individuais, civis e políticos, os quais se fundamentam no valor da liberdade, tendo o indivíduo, portanto, como seu titular. Esses direitos também são denominados “direitos negativos” e representam o afastamento do Estado das relações privadas.

Os direitos de segunda geração, por seu turno, são os direitos sociais, econômicos e culturais, tutelando-se, assim, uma coletividade determinada. São chamados “direitos positivos”, pois exprimem uma participação atuante do Estado na promoção da igualdade material e do bem-estar social.

Já os direitos de terceira geração são os direitos difusos, de interesses transindividuais e natureza indivisível, fundados nos valores de fraternidade e solidariedade, possuindo, muitas vezes, titularidade indeterminada ou indeterminável. São direitos que dizem respeito à

⁴⁸ BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília: Presidência da República.

⁴⁹ BENJAMIN, Antonio Herman V.; Marques, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 79

⁵⁰ SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. **Garantias legal e contratual dos bens de consumo**. Salvador: Paginae, 2012. p. 20

⁵¹ MARMELSTEIN, George. **Curso de direitos fundamentais**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 19

coletividade, ao homem enquanto gênero humano, ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, ao patrimônio comum da humanidade, ao progresso social, à autodeterminação dos povos e ao direito de comunicação.

Nessa linha, pode-se dizer que o direito à informação se revela como um direito fundamental de geração mista, comportando-se, a depender do contexto, como um direito de primeira, segunda ou terceira geração. Segundo Fernanda Nunes Barbosa⁵²:

Como um direito fundamental presente no ordenamento jurídico, o direito à informação possui caráter tanto individual como coletivo, abrigando interesses ‘particulares’ e ‘sociais’. De outra parte, constitui direito subjetivo, tanto público como privado – uma vez oponível não só em face do Estado, mas também perante particulares – qualificado como essencial à pessoa humana, cuja proteção configura um dos pilares do Estado Democrático.

A autora também salienta que o fato de o direito à informação estar previsto não apenas em legislação infraconstitucional, mas na própria Constituição da República evidencia ainda mais sua essência de direito fundamental, não se restringindo à esfera privada dos sujeitos, mas irradiando para a ordem pública. Nesse sentido, o consumidor é mais que uma simples parte da relação contratual, é um cidadão, uma pessoa humana e, por esse motivo, não pode ser contemplado apenas em sua esfera econômica⁵³.

Na Constituição Federal, o direito à informação está previsto, de modo genérico, no artigo 5º, inciso XIV⁵⁴; em relação ao Poder Público, no artigo 5º, XXXIII⁵⁵; e no âmbito privado, indiretamente, nos artigos 5º, inciso XXXII⁵⁶ e 170, inciso V⁵⁷ – os quais delegam ao legislador infraconstitucional a função de promover a defesa do consumidor, demonstrando assim, a matriz constitucional do direito à informação.

Dessa forma, considerando a abrangência do direito à informação, é importante delimitarmos inicialmente o objeto do nosso estudo. No ordenamento jurídico brasileiro, com foco na esfera consumerista, o direito à informação possui matriz tríplice: o direito de

⁵² BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 45-46

⁵³ *Ibidem*, 2008.

⁵⁴ CF: Art. 5º [...] XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.

⁵⁵ CF: Art. 5º [...] XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado.

⁵⁶ CF: Art. 5º [...] XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

⁵⁷ CF: Art. 170 A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] V - defesa do consumidor.

informar, o direito de obter informações e o direito de ser informado. A primeira faceta se refere ao direito do consumidor de manifestar sua vontade, de explicar a contraparte o que realmente deseja⁵⁸.

O segundo aspecto, por sua vez, é definido por Joseane da Silva como sendo a “prerrogativa que a pessoa física ou jurídica, adquirente ou utente de um bem como destinatária final, possui de obter todos os esclarecimentos necessários inerentes à sua essência e procedência”⁵⁹. Em outras palavras, o direito de obter informação é a faculdade que possui o consumidor de requisitar ao fornecedor as informações complementares que julgar necessárias para a formação de seu entendimento.

Já a terceira vertente, mais que um direito subjetivo do consumidor, é sobretudo um dever do fornecedor. Trata-se da obrigação de informar sobre quantidade, qualidade, natureza, composição, riscos e qualquer outro elemento que seja essencial para garantir a plena liberdade de escolha do consumidor. Tendo em vista que o tema do presente trabalho é a omissão do teor de gordura trans dos rótulos de alimentos, o foco principal da nossa análise será essa última perspectiva do direito à informação.

3.2 O DEVER DE INFORMAÇÃO NO CDC

Apesar de o direito à informação ser um direito fundamental do consumidor, a Constituição Federal de 1988 não traz a perspectiva do dever de informar de forma expressa em seu texto, ao menos não em relação aos sujeitos privados. Essa tarefa ficou destinada à legislação infraconstitucional, mais precisamente ao Código de Defesa do Consumidor⁶⁰.

Aliás, é um princípio geral da proteção do consumidor o acesso à informação adequada, para que, esclarecido, consiga tomar decisões de maneira consciente e em consonância com suas reais vontades e necessidades. Como bem pontifica Antonio Herman V. Benjamin⁶¹:

⁵⁸ SILVA, Joseane Suzart Lopes da. **O direito do consumidor brasileiro à informação sobre a garantia legal dos bens diante de vícios: a imprescindível hermenêutica constitucional em busca da efetividade**. Salvador, 2013. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito. Universidade Federal da Bahia.

⁵⁹ *Ibidem*, 2013, p. 257

⁶⁰ NUNES, Rizzatto. Curso de direito do consumidor. 12 ed. São Paulo: Saraiva, 2018, p. 68.

⁶¹ BENJAMIN, Antonio Herman V. Crimes de consumo no Código de Defesa do Consumidor. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 3, p. 90, set-dez. 1992

A informação, como direito básico do consumidor, é, sem dúvida, uma das prioridades do Código, que, nos passos do melhor direito estrangeiro, substituiu o dever de informar-se (*caveat emptor*) pelo dever de informar (*caveat venditor*). E assim deve ser, já que é o fornecedor aquele que está em melhor posição para prestar informações sobre os produtos e serviços que oferece.

Dois fatores justificam a importância dada à informação pelo Direito do Consumidor: a incontestável posição de superioridade do fornecedor no mercado e o essencial consentimento esclarecido do consumidor⁶². Nas palavras de Fernanda Ladeia Garcia⁶³:

O consentimento esclarecido, nas relações consumeristas, pode ser definido como um ato de decisão voluntária, realizado pelo consumidor capaz de deliberar acerca de sua possibilidade de adquirir serviços ou produtos postos no mercado, embasado em uma adequada informação e tendo compreendido o esclarecimento prestado, exercendo assim, seu poder de escolha.

Não existe decisão sem informação. O exercício da liberdade de escolha do consumidor depende do gozo do seu direito à informação. Nas palavras de Fernanda Nunes Barbosa, “somente um consumidor bem informado é capaz de decidir de forma livre e consciente”⁶⁴.

Citando Michael Sandels, Joseane da Silva (2013) destaca que, em uma negociação, se um indivíduo “estiver diante de outrem com maior poder de barganha, provavelmente, a aquiescência daquele não será totalmente voluntária”, podendo ficar subordinado a algum tipo de pressão, coação, ou até ser vítima de fraude ou ludíbrio. “A posição de superioridade do fornecedor nas relações de consumo gera esse quadro assimétrico, em que a informação fica retida em um polo, havendo necessidade de ser transmitida para o outro em busca de um equilíbrio entre as partes”⁶⁵.

Dessa forma, o dever de informação surge com o propósito de equilibrar a desigualdade entre os sujeitos e garantir a plena liberdade de escolha do consumidor na hora de adquirir um produto, uma vez que este não é capaz de obter, por seus próprios meios, as informações de que precisa.

⁶² SILVA, 2013

⁶³ GARCIA, Fernanda Ladeia. Direitos básicos dos consumidores à informação e educação: corolários da proteção constitucional. In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. **Garantias legal e contratual dos bens de consumo**. Salvador: Paginae, 2012. p. 40

⁶⁴ BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 118

⁶⁵ SILVA, Joseane Suzart Lopes da. **O direito do consumidor brasileiro à informação sobre a garantia legal dos bens diante de vícios: a imprescindível hermenêutica constitucional em busca da efetividade**. Salvador, 2013. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito. Universidade Federal da Bahia. p. 259

Na prática, essa situação de deficiência informacional do consumidor fica evidenciada, de forma bastante clara, na questão da presença de gordura *trans* em alimentos industrializados brasileiros, visto que os rótulos não oferecem esse dado – pelo menos não de modo preciso e verdadeiro – e os consumidores não possuem conhecimento científico nem aparato técnico necessários para obterem, por si sós, essa informação, ficando completamente dependentes e vulneráveis em relação ao fornecedor.

O Código de Defesa do Consumidor⁶⁶ (CDC), reconhecendo a relevância do direito à informação para a realização de um mercado justo e equilibrado, assegura esse direito em mais de 20 artigos no Código, seja direta ou indiretamente. Em seu artigo 6º, por exemplo, o CDC elenca os direitos básicos do consumidor. O inciso III versa expressamente sobre o direito à informação, entretanto, é possível observar a tutela da informação, de modo indireto, também nos incisos I, II e IV desse mesmo dispositivo, uma vez que a informação adequada é vital para a consecução da proteção da saúde e da segurança do consumidor, da liberdade de escolha, da igualdade nas contratações, além do combate à publicidade enganosa:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

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.

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; [...].

(Grifei.)

Ademais, o direito à informação está também previsto explicitamente no artigo 31 do CDC, o qual apresenta, em rol exemplificativo, os elementos essenciais que um produto ou um serviço deve conter para ser ofertado no mercado, destacando, dessa forma, o dever pré-contratual do fornecedor de informar o consumidor:

⁶⁶ BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília: Presidência da República.

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.

No entanto, para que o dever de informação efetivamente atinja seus objetivos e tenha plena eficácia, ele deve se concretizar não apenas no sentido formal, mas sobretudo no material. Nesse sentido, a informação deve ser: clara, precisa, completa, adequada e, principalmente, veraz, respeitando, assim, o princípio da transparência e da boa-fé objetiva, sobre os quais falaremos mais adiante.

A clareza diz respeito à forma como a informação é transmitida, devendo, pois, ser compatível com as características do consumidor. A informação deve ter linguagem acessível a uma pessoa leiga, evitando termos técnicos de difícil compreensão. Segundo Carlos Alberto Chinchilla Imbett (2011)⁶⁷, existe uma “presunção de ignorância legítima” que deve considerar as circunstâncias cognitivas, sociais e fáticas do consumidor na hora de transmitir a informação.

Informar de forma que não seja possível a compreensão da informação por seu destinatário é o mesmo que não informar, pois a informação ali contida se torna inútil. Isso viola o princípio da boa-fé objetiva, uma vez que, formalmente, o fornecedor cumpre com dever de informar, mas, materialmente, o direito do consumidor de ser informado não está sendo concretizado.

A informação precisa se assemelha à informação clara, mas com ela não se confunde. A precisão da informação se refere à exatidão dos termos utilizados, evitando figuras de linguagem, termos vagos, ambíguos ou que possam gerar dupla interpretação.

A completude da informação, por sua vez, relaciona-se com a abrangência e com a suficiência das informações. A informação fornecida deve permear todos os elementos do produto que serão úteis para a formação da decisão do consumidor, jamais podendo o fornecedor omitir informações que possam influenciar essa liberdade de escolha. Em outras palavras, informações completas são aquelas suficientes para proporcionar um conhecimento adequado do consumidor sobre as características do produto, permitindo-lhe fazer uma

⁶⁷ IMBETT C.A.C. et al. El deber de información contractual y sus limites. Universidad Externado de Colombia, 2011.

escolha livre e consciente entre os diferentes produtos oferecidos no mercado e evitar danos a sua saúde nos caso de produtos potencialmente nocivos ou perigosos⁶⁸.

Já a adequação tem a ver com os meios pelos quais a informação é comunicada ao consumidor. O meio eleito para transmissão da informação precisa ser compatível com o tipo de produto ou serviço, com os riscos que oferece, com seus destinatários e com a finalidade que se pretende alcançar⁶⁹. Além disso, a informação deve ser ostensiva, “estar à vista do receptor, isto é, deve o prestador possibilitar o seu fácil, rápido e indubitável acesso e compreensão a quem buscar o produto ou serviço”⁷⁰. Informações fornecidas em letras miúdas, quase impossíveis de serem lidas não alcançam o objetivo do direito do consumidor à informação.

Por fim, é necessário que a informação seja verdadeira. A característica da veracidade basicamente quer dizer que as informações transmitidas devem corresponder à realidade objetiva, não podendo enganar ou induzir o consumidor a erro em relação aos diferentes aspectos do produto. Parece óbvio, no entanto, a exemplo da experiência da rotulagem de alimentos no Brasil, nota-se que o dever de veracidade da informação é descumprido com bastante frequência na prática de mercado brasileira.

O dever de informação pode ser mais ou menos rigoroso a depender do nível de desigualdade (de acesso àquela informação) entre as partes e do grau de nocividade ou periculosidade do produto ou serviço colocado em oferta, surgindo, respectivamente, o dever de assessoria e o dever de advertência do fornecedor.

Em certos casos, diante da extrema discrepância informacional entre as partes, além do dever de informar, o fornecedor deve também “traduzir”, explicar o que aquela informação significa e aconselhar o consumidor sobre qual seria a melhor escolha, alertando-o sobre os possíveis riscos. Não basta que o fornecedor transmita todos os dados de forma verdadeira e completa, sendo crucial que o consumidor assimile e compreenda o conteúdo dessas informações. O dever de assessoria decorre, portanto, do dever de informação, e, com base no princípio da boa-fé objetiva, tem o escopo de garantir que o consumidor, devidamente informado, esclarecido e aconselhado, exerça sua liberdade de escolha de forma consciente.

⁶⁸ SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. Garantias legal e contratual dos bens de consumo. Salvador: Paginae, 2012. p. 28

⁶⁹ Ibidem, 2012. p. 27

⁷⁰ BARBOSA, Fernanda Nunes. Informação: direito e dever nas relações de consumo. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 63

Sobre o dever de advertência, Fernanda Nunes Barbosa destaca o conteúdo dos artigos 8º e 9º do CDC, os quais tratam do dever especial de informação nos casos de produtos que, respectivamente:

[...] acarretem riscos ao consumidor, mas que não são proibidos de serem postos no mercado, porquanto a periculosidade inerente, e àqueles que apresentam riscos ainda maiores, sendo, por isso, considerados potencialmente nocivos ou perigosos. Nesse caso, a informação deve ser proporcionalmente mais clara, completa e precisa devido ao maior grau de nocividade e periculosidade a que é exposto o consumidor pelo produto ou serviço ofertado. Em verdade, mais do que um aumento da clareza, completude e precisão, a potencial nocividade ou periculosidade do produto ou serviço exigirá que o fornecedor alerte o consumidor acerca das precauções a serem tomadas. A advertência, nesse caso, irá variar conforme se trate de um leigo ou de um profissional especializado⁷¹.

Sendo assim, na questão dos alimentos industrializados que contêm gordura *trans*, por não ser de periculosidade inerente – ao contrário do cigarro, por exemplo –, o dever de informar adquire contornos ainda mais rígidos, uma vez que adentra no campo do princípio da confiança. Ao comprar um alimento, o consumidor possui a legítima expectativa de estar adquirindo algo seguro para sua saúde, existe uma relação de confiança entre consumidor e fornecedor. A esse respeito, assevera o Superior Tribunal de Justiça: “O dever de informação positiva tem importância direta no surgimento e na manutenção da confiança do consumidor. A informação deficiente frustra as legítimas expectativas do consumidor, maculando sua confiança”.⁷²

Por esta razão, além da notificação da exata quantidade desse tipo de gordura na composição do alimento, como determina o dever de informação “padrão”, é primordial também o dever de alerta. As informações sobre a nocividade à saúde devem estar em destaque nos rótulos, de forma ostensiva, a fim de que o consumidor compreenda os inúmeros prejuízos que o consumo daquele produto pode causar ao seu organismo.

Assim, tendo em vista que a utilização de gordura *trans* ainda é permitida na indústria brasileira – mais adiante falaremos sobre a responsabilidade do Estado nessa questão –, o consumidor possui a liberdade de optar por consumir ou não um produto que contenha essa substância na composição. No entanto é imprescindível que ele tome essa decisão ciente de todos os riscos que estará assumindo.

⁷¹ BARBOSA, 2008, p. 126-127

⁷² REsp 1364915/MG, Rel. Ministro HUMBERTO MARTINS, SEGUNDA TURMA, julgado em 14/05/2013, DJe 24/05/2013

3.3 PRINCÍPIOS NORTEADORES DO DEVER DE INFORMAÇÃO

3.3.1 Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor

Como já dito, o princípio da vulnerabilidade é o núcleo basilar do microsistema consumerista⁷³; é ele que justifica a razão de ser de todo o ordenamento de proteção do consumidor. Esse princípio está previsto no artigo 4º, inciso I, do CDC como uma diretriz da Política Nacional da Relações de Consumo, tendo, portanto, aplicação vinculativa, uma vez que se refere às finalidades da lei⁷⁴.

Segundo Bruno Miragem:

A noção de vulnerabilidade no direito associa-se à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica em razão de determinadas condições ou qualidades que lhe são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação jurídica. Neste sentido, há possibilidade de sua identificação ou determinação *a priori*, *in abstracto*, ou ao contrário, sua verificação *a posteriori*, *in concreto*, dependendo, neste último caso, da demonstração da situação de vulnerabilidade⁷⁵.

O legislador brasileiro optou por conceber a vulnerabilidade como uma presunção absoluta do consumidor. Todo consumidor é vulnerável para o CDC, não importando sua condição social, intelectual ou econômica.

Dessa forma, é importante destacar que vulnerabilidade não se confunde com hipossuficiência. Hipossuficiência é a impossibilidade econômica e financeira de acessar a justiça sem prejudicar o próprio sustento ou de sua família, dependendo, assim, da análise do caso concreto. A vulnerabilidade, por outro lado, é “um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educados ou ignorantes, crédulos ou espertos”⁷⁶, pois diz respeito à desigualdade intrínseca à qualquer relação de consumo.

Em resumo, Rafael Tocantins Maltez afirma que “a vulnerabilidade é um instituto de direito material, tratando-se de presunção da lei, ao passo que a hipossuficiência representa

⁷³ SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. **Garantias legal e contratual dos bens de consumo**. Salvador: Paginae, 2012. p. 294

⁷⁴ MALTEZ, Rafael Tocantins. *Direito do consumidor e publicidade: análise jurídica e extrajurídica da publicidade subliminar*. Curitiba: Juruá, 2011. p. 312-313

⁷⁵ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 6 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 128.

⁷⁶ BENJAMIN, 2011, p. 224/225 apud SILVA, 2013, p. 308

um instituto de direito processual, a qual deve ser demonstrada no processo”⁷⁷, logo, pode-se dizer que todo consumidor é vulnerável, mas nem todo consumidor é hipossuficiente.

A vulnerabilidade do consumidor se manifesta das mais diversas formas na relação consumerista. A professora Cláudia Lima Marques⁷⁸ destaca em sua obra quatro espécies diferentes de vulnerabilidade: a técnica, a jurídica, a fática e a informacional.

A vulnerabilidade técnica surge do fato de o consumidor não possuir conhecimentos técnicos sobre o produto ou serviço adquirido, ao contrário do fornecedor, podendo este facilmente ludibriar aquele, já que detém todo poder de barganha por ser *expert* no que vende⁷⁹. A situação dos consumidores frente aos fabricantes de alimentos industrializados é um clássico exemplo de vulnerabilidade técnica.

A vulnerabilidade jurídica, por sua vez, ocorre diante da falta de conhecimento do consumidor sobre os direitos e deveres inerentes à relação de consumo, “tal como a incapacidade de entendimento das consequências jurídicas do negócio celebrado, bem como do impacto sobre o seu patrimônio que a avença pactuada pode lhe causar”⁸⁰.

Já a vulnerabilidade fática é aquela identificada no caso concreto. É a mais ampla, podendo envolver o poder econômico do fornecedor (grande empresa multinacional, por exemplo), a essencialidade do produto (como é o caso do combustível), nocividade do produto (caso dos alimentos que contêm gordura *trans*), a idade do consumidor (criança e idosos são considerados hipervulneráveis, em razão do discernimento reduzido) ou limitações especiais do consumidor (caso do consumidor analfabeto ou do deficiente visual, por exemplo). A vulnerabilidade fática são situações que requerem atenção e tratamento diferenciados do fornecedor.

Por fim, a ideia de vulnerabilidade informacional, desenvolvida por Claudia Lima Marques, é um reflexo da sociedade atual, marcada pela globalização e pelo consumo cada vez mais visual, rápido e despreocupado, colocando o consumidor, nas palavras de Bruno Miragem (2016, p. 130), “em uma posição passiva e sem condições, *a priori*, de atestar a

⁷⁷ MALTEZ, 2011. p. 313

⁷⁸ BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de Direito do Consumidor. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010. p. 87 a 96

⁷⁹ OLIVEIRA, Yuri Bezerra. O direito e as garantias contratuais e legais. In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. **Garantias legal e contratual dos bens de consumo**. Salvador: Paginae, 2012. p. 48

⁸⁰ Ibidem, 2012. p. 49

veracidade dos dados, bem como suscetível aos apelos do marketing dos fornecedores”. Segundo Yuri Bezerra de Oliveira⁸¹:

[...] a vulnerabilidade informacional surge em razão do déficit de informação adequada e eficaz transmitida ao consumidor. Em verdade, a deficiência aqui não é de quantidade, mas de qualidade. O mundo atual é marcado pela comunicação rápida, em que pode se identificar, em verdade, um excesso de informação. O que falta ao consumidor é a informação precisa, clara e inteligível. A importância dela numa sociedade globalizada é tamanha que Cláudia Lima Marques inclui essa deficiência no rol da ‘hipervulnerabilidade’, conceito este desenvolvido por Antônio Herman Benjamin.

Essa vulnerabilidade é observada, de maneira bem clara, no caso da gordura *trans* em alimentos industrializados, visto que o comércio de alimentos é um dos mais rápidos e dinâmicos do mercado. As pessoas, quando vão adquirir um alimento, raramente param para fazer a leitura de todo o rótulo e refletir sobre sua composição e valor nutricional. Elas leem, no máximo, a parte frontal da embalagem – que é a mais colorida, possui dados mais simples e chama mais a atenção – ficando, assim, completamente vulneráveis aos propósitos publicitários do fornecedor (declaração de “zero *trans*”, por exemplo).

3.3.2 Princípio da Boa-fé Objetiva

A boa-fé objetiva também é um princípio fundamental do Direito do Consumidor, previsto expressamente no CDC, em seus artigos 4º, inciso III, e 51, inciso IV, e, de forma implícita, em diversos outros artigos. Esse princípio possui origem no Código Civil alemão, expandindo-se posteriormente para os ordenamentos jurídicos dos demais países⁸².

A boa-fé objetiva relaciona-se com a ideia de fidelidade e confiança entre as partes, visando sempre o justo equilíbrio e uma correta harmonia em todos os momentos da relação consumerista⁸³. Nos dizeres de Rafael Tocantins Maltez, a boa-fé objetiva pressupõe um comportamento:

[...] sincero, sério, transparente, fiel, baseado na retidão e correção, com a finalidade de se garantir respeito mútuo, de forma justa e adequada, nas situações e relações jurídicas, sem objetivos de esperteza, exploração, lucro fácil e imposição de prejuízo [...]. É um princípio que

⁸¹ Ibidem, 2012. p. 49

⁸² SILVA, 2013, p. 304

⁸³ TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. Manual de direito do consumidor: direito material e processual. 7. ed. rev., atual. e ampl. – Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018, p. 51.

visa garantir a ação sem engano, sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão a ninguém, para sempre se atingir o fim colimado⁸⁴.

Diferencia-se da boa-fé subjetiva, pois esta considera o plano psicológico e intencional da parte (dolo ou culpa), enquanto aquela analisa a moralidade média, valendo-se de um paradigma objetivo de conduta.

De acordo com Joseane Suzart Lopes de Oliveira, “trata-se de instituto jurídico que permite, com base em uma concepção axiológica, estabelecer deveres jurídicos não expressos na lei ou no contrato através da inserção da ética no setor obrigacional”⁸⁵. Em outras palavras, a boa-fé é uma cláusula geral que determina o cumprimento de certas obrigações, como o dever de cuidado, de providência, segurança, honestidade, cooperação e de informação⁸⁶, mesmo que não haja previsão legal ou contratual para tanto, uma vez que se refere a um dever ético e moral, baseado na razoabilidade e na proporcionalidade.

Segundo Bruno Miragem, é o princípio da boa-fé objetiva que fundamenta o dever de informação qualificado⁸⁷:

[...] uma vez que não exige simplesmente o cumprimento formal do oferecimento de informações, senão o dever substancial de que estas sejam efetivamente compreendidas pelo consumidor. [...] É o caso do dever de esclarecimento, pelo qual o fornecedor é obrigado a informar sobre os riscos do serviço, as situações em que o mesmo é prestado, sua forma de utilização, dentre outros aspectos relevantes da contratação. Da mesma forma, o dever de aconselhamento, reconhecido nas relações de consumo existentes entre um profissional especialista e um não especialista, implicando no fornecimento das informações suficientes para que o consumidor possa realizar de modo livre e consciente acerca de todas as consequências possíveis, a decisão sobre qual o conteúdo do contrato que irá estabelecer.

Nesse sentido, também com fundamento na boa-fé objetiva, é possível exigir que os fornecedores de alimentos industrializados informem adequadamente nas embalagens sobre a presença de gordura *trans* na composição de seus produtos. Independentemente da existência de resolução permitindo essa omissão, esse é um dever que deriva da boa-fé objetiva, um princípio norteador de todo o sistema de proteção do consumidor, sendo, portanto, inadmissível sua violação.

⁸⁴ MALTEZ, 2011, p. 293 e 294

⁸⁵ SILVA, 2013, p. 304

⁸⁶ OLIVEIRA, Yuri Bezerra. O direito e as garantias contratuais e legais. *In*: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. **Garantias legal e contratual dos bens de consumo**. Salvador: Paginae, 2012. p. 50

⁸⁷ MIRAGEM, 2016, p. 146

3.3.3 Princípio da Transparência

O princípio da transparência está intimamente ligado ao dever de informação, relacionando-se também ao princípio da confiança, sendo todos desdobramentos do princípio da boa-fé objetiva. Esse princípio possui previsão no artigo 4º, *caput*, do CDC e foi instituído como um objetivo da Política Nacional das Relações de Consumo.

Considerando que, na sociedade atual, informação é poder e tendo em vista a desigualdade informacional existente na relação entre fornecedor e consumidor, o princípio da transparência surge com o escopo primordial de equilibrar as forças negociais entre as partes, impondo “deveres positivos de informação, de acordo com parâmetros quantitativos e qualitativos”.⁸⁸

Conforme Claudia Lima Marques, a finalidade principal do princípio da transparência é:

[...] possibilitar uma aproximação e uma relação contratual mais sincera e menos danosa entre consumidor e fornecedor. Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo⁸⁹.

O dever de transparência ainda determina que o fornecedor atue de forma a não omitir dados do interesse do consumidor. Ou seja, ele é ainda mais abrangente que o dever de informação, pois estabelece não apenas uma conduta ativa do fornecedor em esclarecer o consumidor, mas também a obrigação de não ocultar aspectos relevantes, impondo a vedação do sigilo e da obscuridade nas relações de consumo⁹⁰.

Além disso, o princípio da transparência também estipula o dever de informação qualificada, de forma que sua qualidade e a assimilação da informação pelo consumidor se mostram mais importantes que a quantidade de informação, podendo, inclusive, como explica João Pedro Leite Barros, o excesso de informação revelar-se um “abuso do dever de informar”:

⁸⁸ RIBEIRO, Joaquim de Sousa. *Direito dos Contratos*. Coimbra: Coimbra Editora, 2007, p. 61 apud SILVA, 2013, p. 301

⁸⁹ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 286 apud BARBOSA, 2008, p. 100

⁹⁰ SILVA, Joseane Suzart Lopes da. **O direito do consumidor brasileiro à informação sobre a garantia legal dos bens diante de vícios: a imprescindível hermenêutica constitucional em busca da efetividade**. Salvador, 2013. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito. Universidade Federal da Bahia. p. 300 e 301

Não importa sobrelevar acerca da quantidade de informação transmitida ou até mesmo se houve o cumprimento estrito da lei pelo fornecedor. Ao revés, é mister averiguar a forma e o expediente que foi utilizado e saber se houve a compreensão e assimilação por parte do consumidor. Ou seja: ao tempo em que é necessário que o fornecedor traga todas as informações legais dispostas, ele não pode se isentar de elaborar mecanismos concisos para a melhor compreensão do consumidor [...] O excesso de informação, por vezes, gera a indiferença informativa, colocando em xeque a credibilidade das informações ali postas, inclusive aquelas ditas cruciais. Ademais, o modo de apresentação das informações difundidas pelo fornecedor tem eficácia incerta, dependendo unicamente da forma com que é transmitida para o consumidor.⁹¹

Tomando como paradigma o caso da declaração da gordura trans em rótulos de alimentos industrializados, observa-se uma evidente violação ao princípio da transparência. Isso porque, além de a gordura *trans* não aparecer de forma destacada nos rótulos, vindo camuflada entre os diversos nutrientes da tabela nutricional (como se nutriente fosse), sua real quantidade ainda é omitida, descumprindo, assim, tanto o dever de advertência disposto no artigo 9º do CDC⁹², quanto a obrigação do fornecedor de não ocultar informações relevantes à formação da decisão do consumidor, ambos derivados do princípio da transparência.

3.3.4 Princípio da Intervenção do Estado e Educação do Consumidor

A incontestável vulnerabilidade do consumidor, revelada pelo enorme desequilíbrio econômico, técnico e informacional entre as partes, justifica a necessidade da atuação do Estado nas relações de consumo.

O princípio da intervenção do Estado está diretamente ligado à ideia de eficácia dos direitos fundamentais na esfera privada. Por mais que se reconheça a importância da livre iniciativa e da autonomia privada, direitos fundamentais são indisponíveis e irrenunciáveis, não podendo o Estado deixar de intervir em casos de abuso ou violação desses direitos. Nos dizeres de Gabriel Braga Camargo de Almeida:

Quanto maior for a incidência dos direitos fundamentais no direito privado, maior deverá ser a atuação do Poder Público para fiscalizar o respeito aos preceitos constitucionais nas relações jurídicas do campo privado. Isso decorre da dimensão objetiva dos direitos fundamentais, a

⁹¹ BARROS, João Pedro Leite. O excesso de informação como abuso do direito. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, v. 7 n. 25, p. 11-60, mar. 2017. p. 20/25

⁹² CDC: 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.

qual tutela que tais direitos, mais que serem subjetivos e ligados a determinado indivíduo, são preceitos que irradiam valores para o campo de direito privado e inspiram o legislador infraconstitucional na edição de normas que busquem implementar eficácia ao texto magno na relação entre particulares⁹³.

Por esta razão, o Código de Defesa do Consumidor traz, em seu artigo 4º, as funções do Estado na proteção dos direitos fundamentais dos consumidores, as quais, segundo Joseane Suzart Lopes da Silva, podem ser desmembradas em quatro vieses: *“iniciativa direta; e a atuação no campo normativo; fiscalizatório e punitivo ou sancionador”*⁹⁴.

Para a autora supracitada, o primeiro aspecto se refere à prestação de serviços pelo Estado ao consumidor, de forma direta ou *“por meio dos regimes de concessão, permissão e autorização, devendo sempre zelar pela racionalização e melhoria dos serviços públicos”*. A função normativa, por seu turno, diz respeito à elaboração de leis e atos normativos (resoluções, decretos e portarias) com o fito de assegurar a efetivação dos direitos dos consumidores.

A esfera fiscalizatória da atuação do Poder Público pode ser extraída do inciso II, alíneas “c” e “d”, e inciso V do artigo 4º do CDC, reunindo-se nas seguintes medidas: *“presença no mercado de consumo; garantia de produtos e serviços com padrões adequados; e incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes para controle da qualidade e da segurança dos produtos e serviços.”*⁹⁵

Já a função punitiva do Poder Público está prevista no art. 4º, inciso VI, do CDC, tendo como objetivo a *“coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo”*⁹⁶, podendo o Estado, a depender da análise do caso concreto, aplicar uma ou mais sanções elencadas no artigo 56 do Código consumerista.

Joseane da Silva (2013) salienta que, além de normatizar, fiscalizar e sancionar, o Estado possui a importante função de educar o consumidor. Para que o consumidor usufrua, busque e defenda seus direitos, ele precisa conhecê-los, visto que *“o conhecimento de um*

⁹³ ALMEIDA, Gabriel Braga Camargos de. Boa-fé objetiva e intervenção estatal: o desrespeito aos consumidores e a ineficiência do poder público no combate aos abusos perpetrados nas relações de consumo. In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. Garantias legal e contratual dos bens de consumo. Salvador: Paginae, 2012. p. 315.

⁹⁴ SILVA, 2013, p. 306.

⁹⁵ Ibidem, 2013, p. 307.

⁹⁶ Código de Defesa do Consumidor

*direito é um dos pressupostos para sua realização*⁹⁷. Apenas o consumidor bem instruído é capaz de compreender seus direitos, participar ativamente no mercado e “*questionar condutas desleais do fornecedor*”.

Ademais, o direito à educação está diretamente relacionado com o direito à informação. É a educação que possibilita a “*assimilação crítica e integral que confere capacidade de escolha racionalizada e de atuação eficiente*”⁹⁸ do consumidor. Conforme Fernanda Ladeia Garcia, “*para que a informação prestada, dentro dos parâmetros exigidos, atinja seu fim colimado, [...] o consumidor deve ter uma capacidade mínima de compreensão e discernimento*”⁹⁹. Nesse sentido, a autora acredita que:

A educação possibilita que o consumidor ocupe uma posição ativa no mercado de consumo, deixando de ser paciente das ações comerciais para tornar-se agente nas relações, capaz de manifestar a sua vontade livre. Garante, igualmente, o fortalecimento do consumidor para que este aja com liberdade e autonomia¹⁰⁰.

Além disso, cumpre ressaltar que o dever de educação do Estado não se restringe ao aspecto formal de ensino, mas abrange o múnus de estabelecer diretrizes, promover campanhas de conscientização, bem como elaborar e distribuir materiais de cunho informativo à população.

No caso da rotulagem de gordura *trans* no Brasil, nota-se que a ANVISA, como representante do Estado, violou seu dever normativo, fiscalizatório e sancionador. A agência reguladora não elaborou normas para combater ou minimizar os danos causados aos consumidores pelo consumo de gordura *trans*. Ao contrário, criou meios para que os fornecedores pudessem “camuflar” a substância nos rótulos. Além disso, ao invés de fiscalizar o mercado, a fim de garantir que os alimentos disponíveis para consumo estejam de acordo com o padrão de segurança, impondo correções e sanções àqueles inadequados, a ANVISA criou uma verdadeira brecha em seu texto normativo, a qual possibilita que, mesmo que um alimento contenha um ingrediente comprovadamente nocivo para saúde, possa declarar (falsamente) na embalagem que não o contém, iludindo e levando o consumidor a erro.

⁹⁷ GARCIA, Fernanda Ladeia. Direitos básicos dos consumidores à informação e educação: corolários da proteção constitucional. In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. **Garantias legal e contratual dos bens de consumo**. Salvador: Paginae, 2012. p. 41

⁹⁸ SILVA, 2013, p. 308

⁹⁹ GARCIA, Op. Cit., p. 41

¹⁰⁰ GARCIA, Op. Cit., p. 42

3.3.5 Princípio da Veracidade

O princípio da veracidade determina que as informações prestadas pelo fornecedor devam ser verdadeiras, corretas, precisas e adequadas, visando garantir a escolha livre e consciente do consumidor no momento de aquisição de um produto ou serviço. Trata-se de um princípio que proíbe o engodo, a mentira ou a utilização de qualquer artifício que iluda, confunda ou leve o consumidor a erro.

A veracidade possui relação direta com o dever de informação, especialmente no tocante à oferta e à publicidade. No Código de Defesa do Consumidor, o princípio da veracidade está previsto tanto no artigo 31 – que versa sobre a oferta não publicitária, como rótulos e embalagens –, quanto no artigo 36, parágrafo único – o qual estipula que o fornecedor, ao realizar uma publicidade, possua em seu poder dados técnicos e científicos que atestem a veracidade das informações transmitidas.

Reconhece-se que a função maior da publicidade é levar ao conhecimento do consumidor a existência de determinado produto e o convencer a adquirir tal mercadoria, no entanto, esse processo deve ser realizado honestamente. “Não pode haver convencimento e conquista do consumidor por meio da mentira”¹⁰¹, seja esta comissiva ou omissiva. Nesse sentido, esclarece Bruno Miragem:

Observe-se que não há de se exigir neutralidade ou isenção da publicidade. Considerando que esta se vincula a um fim econômico específico, naturalmente que por esta razão será tendente a este objetivo. Todavia, em face do dever de lealdade que deve ser observado na fase pré-contratual, em face do princípio da boa-fé, ainda que se admita o caráter tendencioso da publicidade, seu limite deve ser o direito à informação do consumidor, e o correspondente dever de informar do fornecedor. Assim, não há de se considerar a possibilidade de omitir informações essenciais, que o próprio CDC determina que sejam prestadas com ampla divulgação, como é o caso das relativas aos riscos do produto ou do serviço, ou ainda as limitações da oferta publicitária, quando for o caso ¹⁰².

Ademais, o autor também salienta que o CDC impõe o chamado “dever de informar agravado”, com vista a uma proteção diferenciada de determinados grupos de consumidores, como as crianças, por exemplo, uma vez que a baixa capacidade de discernimento torna esse público um alvo fácil para abusos.

¹⁰¹ MALTEZ, 2011, p. 326

¹⁰² MIRAGEM, 2016, p. 275

A publicidade que desrespeita o princípio da veracidade é denominada “enganosa” pelo CDC, cuja definição se encontra enunciada no §1º do artigo 37, prescindindo de análise subjetiva (dolo ou culpa) para sua caracterização:

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, 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 serviços¹⁰³.

Com razão, o Código consumerista utiliza a expressão “enganosa”, e não “falsa” ou algo do tipo, aduzindo que o princípio da veracidade tem o objetivo de coibir não apenas as publicidades não verdadeiras, mas sim toda publicidade que, mesmo não possuindo informações falsas, de algum modo, levam o consumidor ao erro, maculando sua liberdade de escolha. Lúcia Dias reforça que é plenamente possível *“haver enganabilidade ao consumidor sem que a publicidade veicule falsas informações, a exemplo da enganabilidade por omissão”*¹⁰⁴

Verifica-se, dessa forma, que a atual legislação brasileira sobre rotulagem, sem motivos plausíveis, viola o princípio da veracidade em três aspectos: ao possibilitar a omissão da quantidade de gordura *trans* na tabela nutricional; ao não exigir que as empresas advertam os consumidores sobre os riscos decorrentes da ingestão dessa gordura; e, ainda, ao permitir a publicidade enganosa através da falsa declaração “zero trans” em destaque na embalagem, mesmo que o alimento contenha a substância na composição.

¹⁰³ Código de Defesa do Consumidor

¹⁰⁴ DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. Publicidade e Direito. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2018, p. 86-87

4. VIOLAÇÃO DO DEVER DE INFORMAÇÃO NA ROTULAGEM DE GORDURA *TRANS* NO BRASIL

Ante os fundamentos expostos, observa-se que tanto a RDC n. 360/2003 quanto a RDC n. 54/2012 propiciam a violação do direito do consumidor à informação, ao desonerar o fornecedor em seu dever de informar, permitindo, inclusive, que ele declare informações falsas em destaque nas embalagens de alimentos industrializados, o que configura publicidade enganosa.

Vale lembrar que a RDC n. 360/2003 da ANVISA possibilita que alimentos que contenham menos de 0,2 gramas de gordura *trans* por porção informem na tabela nutricional o valor “0”, por considerar essa quantidade “não significativa”, apesar de todas as evidências científicas e recomendações da OMS em sentido contrário. A RDC n. 54/2012, por sua vez, permite que alimentos com teor de gordura *trans* menor ou igual a 0,1 grama por porção declarem, de modo destacado na parte frontal de suas embalagens, que “não contém gordura *trans*”, ainda que conste a substância (com nome distinto) na lista de ingredientes.

A dispensa, concedida pela RDC n. 360/2003 aos fornecedores, de declaração da exata quantidade de gordura *trans* presente nos alimentos viola o direito básico do consumidor à informação correta e precisa (artigo 6º, inciso III, do CDC). Isso dificulta a realização de escolhas mais saudáveis pelo consumidor, por não lhe ser possível distinguir o alimento que de fato não contém gordura *trans*, daquele em que o fabricante está se aproveitando da brecha da norma para camuflar a presença do citado ingrediente nos rótulos do produto. Sem falar que a ausência desse exato valor nas tabelas nutricionais impede o controle da quantidade de gordura *trans* consumida durante o dia, podendo o consumidor ingerir uma dose diária gigantesca da substância sem que tenha a menor consciência desse fato.

Já a permissão de declaração “zero *trans*” em destaque, mesmo que o alimento contenha tal ingrediente na composição, configura uma autorização expressa da própria ANVISA (órgão que teoricamente deveria defender o consumidor) à publicidade enganosa. Essa falsa declaração transmitida de forma ostensiva na parte frontal da embalagem, pode, aproveitando-se da vulnerabilidade do consumidor, induzi-lo a pensar que se trata de um alimento saudável, fazendo-o presumir que não precisa se importar com a quantidade ingerida do produto, uma vez que o rótulo afirma ser “livre de gordura *trans*”. Isso, além de claramente

descumprir o disposto no artigo 37¹⁰⁵, § 1º, do CDC, desrespeita os princípios da boa-fé objetiva, da confiança, da transparência e da veracidade.

Ademais, a não exigência por parte da ANVISA do dever de advertência pelos fornecedores em relação aos riscos que a ingestão de gordura *trans* geram à saúde viola o artigo 6º, inciso III¹⁰⁶; o artigo 9º¹⁰⁷; bem como o artigo 31¹⁰⁸ do CDC, além do dever do Estado de proteção da saúde e segurança do consumidor, previsto tanto no Código de Defesa do Consumidor¹⁰⁹ quanto na Constituição Federal¹¹⁰. A função do dever de advertência é prevenir danos. O fornecedor, ao não advertir o consumidor de forma adequada, e a ANVISA, ao não exigir o cumprimento dessa obrigação, estão sendo negligentes em relação aos riscos, tornando-se ambos responsáveis pelos danos.

4.1 RESPONSABILIDADE PELA VIOLAÇÃO DO DEVER DE INFORMAÇÃO E PELOS DANOS CAUSADOS AOS CONSUMIDORES

O Código de Defesa do Consumidor dispõe, em seu artigo 6º, inciso VI, sobre “a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos” como direito básico do consumidor. Além disso, no artigo 12¹¹¹, o CDC também prevê a responsabilidade objetiva do fornecedor de reparar os danos causados aos consumidores por informações insuficientes ou inadequadas sobre os riscos do produto, classificando como defeituoso aquele que “não oferece a segurança que dele legitimamente se espera”.

¹⁰⁵ CDC: Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1º **É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, 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. (Grifei)

¹⁰⁶ CDC: 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**. (Grifei)

¹⁰⁷ CDC: 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. (Grifei)

¹⁰⁸ CDC: 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**. (Grifei)

¹⁰⁹ Art. 4º, II, “d”, do CDC

¹¹⁰ Art. 5º, XXXII e art. 6º da CF

¹¹¹ CDC: Art. 12. **O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores** por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, **bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos**. (Grifei)

A presença de gordura *trans* em alimentos industrializados configura-se um defeito do produto, uma vez que, ao adquirir um alimento, o consumidor legitimamente espera que este atue na nutrição de seu corpo, e não que potencialize os riscos de ocorrência de acidentes cardiovasculares, desenvolvimento de diabetes, desordens neurológicas, câncer, depressão, doença materno-infantil, doença hepática, disfunção endotelial, além de infertilidade tanto feminina quanto masculina. Além disso, como já reiteradas vezes asseverado neste trabalho, inexistem informações suficientes e adequadas sobre os riscos que esse ingrediente oferece à saúde dos consumidores.

O Código consumerista afirma que os danos causados podem ser individuais, coletivos ou difusos, a depender de quem sofreu a lesão, e patrimoniais e/ou morais, a depender da natureza dessa lesão. No caso específico da rotulagem de gordura *trans* no Brasil, a meu ver, restou configurado dano moral difuso, também denominado dano moral coletivo (*latu sensu*). Além da reparação pelo fato do produto (defeituoso), a publicidade enganosa estampada nas embalagens desses alimentos também enseja o dever de reparação pelos danos causados.

Como cediço, dano moral é a ofensa a bens jurídicos de ordem moral, quais sejam: liberdade, honra, imagem, dignidade, saúde ou segurança. Nos termos de Lucia Ancona Lopez de Magalhães Dias, “o dano moral consiste na lesão a interesse não suscetível de aferição econômica ou pecuniária”¹¹². A autora explica que a lesão extrapatrimonial decorre da simples violação do direito, prescindindo de comprovação de dor ou sofrimento da vítima para sua configuração:

A objetivação dos danos morais, enquanto ofensa a interesses jurídicos tutelados, já apresentava aceitação na doutrina e na jurisprudência no tocante à pessoa jurídica, não se justificando, portanto, a negação de sua reparação quando violados os interesses difusos da coletividade.¹¹³

Insta frisar que o CDC afirma que tanto a responsabilidade decorrente do fato do produto (art. 12) quanto aquela derivada da publicidade enganosa (art. 37) são de natureza objetiva, ou seja, independem da análise de dolo ou culpa do fornecedor. Nesse sentido, Lucia Dias esclarece:

O sistema que informa a responsabilidade civil decorrente de publicidade ilícita, portanto, é o mesmo para toda relação de consumo, ou seja, objetivo. Trata-se de sistemática fundada na teoria do risco do empreendimento e que requer apenas a comprovação do nexo causal entre a

¹¹² DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. **Publicidade e Direito**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2018, p. 406

¹¹³ *Ibidem*, 2018, p. 407

ação ou omissão do agente (veiculação de publicidade ilícita) e o dano gerado, ainda que em sua potencialidade. Não se torna necessário aqui investigar, portanto, a boa ou má-fé do anunciante e sua intenção em querer enganar os consumidores ou desrespeitar valores fundamentais do ordenamento jurídico. A verificação de dolo ou culpa poderá se mostrar útil apenas como parâmetro para o arbitramento do quantum indenizatório, mas não para fins de sua responsabilização civil, sempre existente quando demonstrada a relação de causalidade entre a publicidade e o dano.¹¹⁴

Dessa forma, conclui-se que, para configuração do dano, basta a comprovação do resultado lesivo ou da efetiva potencialidade da lesão, mesmo que o agente não tenha desejado esse prejuízo, uma vez que o fim maior do CDC é a proteção do consumidor, e não a punição da conduta desleal do fornecedor.¹¹⁵ Além disso, ressalte-se que o fato de os fornecedores de alimentos estarem cumprindo estritamente as regras da ANVISA não afasta sua responsabilidade objetiva, podendo haver apenas uma redução do valor a ser indenizado, em virtude da responsabilidade concorrente do Estado.

No caso em estudo, o dano moral é difuso¹¹⁶, pois trata de interesses caracterizados pela multiplicidade e indeterminação de seus sujeitos e pela indivisibilidade de seu objeto. Os titulares dos direitos difusos são unidos por uma circunstância de fato, e não de direito. O simples fato de os consumidores estarem expostos à oferta e à publicidade enganosas de produtos que podem trazer riscos à sua saúde já os torna sujeitos de direitos difusos, dispensando a identificação dos consumidores que efetivamente adquiriram o alimento danoso. Isso porque “o bem jurídico tutelado é insuscetível de divisão, de modo que a proteção de um resulta na proteção de todos”.¹¹⁷

A ação adequada para defender os interesses difusos em juízo é a Ação Civil Pública (ACP), cujos legitimados estão enunciados no artigo 82¹¹⁸ do CDC. A ACP, ajuizada em

¹¹⁴ Ibidem, 2018, p. 400 e 401

¹¹⁵ Ibidem, 2018, p. 401

¹¹⁶ Lucia Ancona Lopez de Magalhães Dias explica que “o traço distintivo entre interesses coletivos e os difusos está na sua titularidade, permanecendo, contudo indivisível seu objeto. Os interesses coletivos relacionam-se a uma parcela determinada ou determinável de pessoas (*i.e.*, a um grupo, categoria ou classe de pessoas), ao passo que os interesses difusos pertencem a uma parcela indeterminada e indeterminável de sujeitos. Os vínculos também os distinguem. Nos interesses difusos, como vimos, os sujeitos estão ligados por uma mesma circunstância de fato; nos interesses coletivos, a ligação ocorre por uma relação jurídica-base entre seus sujeitos, como um vínculo associativo [...], ou, entre os sujeitos e a parte contrária”.

¹¹⁷ DIAS, 2018, p. 409.

¹¹⁸ CPC: Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: I - o Ministério Público; II - a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal; III - as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código; IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um

nome dos consumidores lesados pela ocultação da gordura *trans* em alimentos industrializados, além do pedido de indenização pelos danos morais difusos, cujo valor deve ser destinado ao Fundo de Direitos Difusos, nos termos do artigo 13 da Lei n. 7.347/1985, pode conter ainda pedidos de obrigação de fazer (retirar a falsa declaração “zero *trans*” das embalagens, exigir a declaração da exata quantidade de gordura *trans* presente no alimento e ordenar que os fornecedores advirtam ostensivamente sobre os malefícios desse ingrediente), bem como de obrigação de não fazer (proibição de condutas semelhantes), de modo a assegurar tanto a reparação dos danos causados à coletividade, como a prevenção contra danos futuros.

4.2 POSICIONAMENTO JURISPRUDENCIAL DO STJ SOBRE O DIREITO À INFORMAÇÃO

O Superior Tribunal de Justiça (STJ) já se posicionou em diversas decisões a respeito do direito do consumidor à informação na rotulagem de alimentos. Seleccionamos duas delas que consideramos mais oportunas para uma melhor elucidação do presente debate.

4.2.1 CASO DA CERVEJA SEM ÁLCOOL

Nos Embargos de Divergência no Recurso Especial n. 1.185.323/RS, julgado em 2016, o STJ se manifestou sobre o direito do consumidor à informação clara e adequada, quando analisou a questão das cervejas “sem álcool”.

Em suma, o Ministério Público (MP) ajuizou uma Ação Civil Pública em face da cervejaria Kaiser por colocar à venda cerveja que, embora classificada em seu rótulo como “sem álcool”, possuía teor alcoólico de até 0,5%. Segundo o MP, a informação declarada nas embalagens dessa cerveja é falsa e, portanto, vulnera o disposto nos artigos 6º e 9º do Código de Defesa do Consumidor, colocando em risco a saúde de pessoas impedidas de consumo da substância. A Kaiser, por sua vez, alegou que sua conduta estava de acordo com o Decreto n. 6.879/2009 e que, por essa razão, afastaria a incidência do CDC no caso.

ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.

Analisando a celeuma, a referida Corte Superior entendeu que a comercialização de produto com informação inverídica, capaz de levar o consumidor a erro, ou mesmo de ofertar-lhe riscos à saúde e segurança viola o Código de Defesa do Consumidor em relação aos artigos 6º, inciso III; 9º; 31; bem como 37, § 1º, que trata da publicidade enganosa. Ademais, asseverou também que a norma que autoriza a utilização da expressão “sem álcool”, mesmo quando a cerveja contenha a substância, por seu caráter regulamentar, não tem o condão de infirmar os preceitos insculpidos no CDC.

Nesse sentido, o STJ decidiu por reestabelecer a sentença que julgou procedente a ACP em primeiro grau, determinando, assim, a suspensão imediata da comercialização da referida cerveja. Confira-se a ementa do acórdão em questão:

EMBARGOS DE DIVERGÊNCIA NO RECURSO ESPECIAL. CONSUMIDOR, CIVIL E PROCESSO CIVIL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. CERVEJA COM A EXPRESSÃO "SEM ÁLCOOL" NO RÓTULO. PRESENÇA DE TEOR ALCOÓLICO DE ATÉ 0,5%. IMPOSSIBILIDADE. OFENSA AO DIREITO À INFORMAÇÃO CLARA E ADEQUADA. EXISTÊNCIA DE DECRETO REGULAMENTAR QUE PERMITE A CLASSIFICAÇÃO. IRRELEVÂNCIA. EMBARGOS DE DIVERGÊNCIA ACOLHIDOS.

1. O mero erro no endereçamento dos embargos de divergência não gera o não conhecimento do recurso, pois não se verificou má-fé da parte Embargante, tampouco prejuízo ao direito de defesa da Embargada. Precedentes.

2. Questão referente à possibilidade de exposição à venda de cerveja que, embora classificada em seu rótulo com a expressão "sem álcool", possua teor alcoólico de até 0,5%. Similitude entre os acórdãos embargado e paradigma, que trataram da matéria à luz das normas legais vigentes, notadamente do Código de Defesa do Consumidor.

3. A informação "sem álcool", constante do rótulo do produto, é falsa e, por isso, está em clara desconformidade com o que dispõe o Código de Defesa do Consumidor, notadamente em prejuízo do direito à informação clara e adequada.

4. O fato de existir decreto regulamentar que classifica como "sem álcool" a cerveja com teor alcoólico de até 0,5% não autoriza que a Empresa, Embargada, despreze os direitos mais básicos do consumidor, garantidos em lei especial, naturalmente prevalecente na espécie.

5. Embargos de divergência acolhidos. Acórdão embargado reformado para restabelecer a sentença que julgou procedente a ação civil pública.¹¹⁹

(Grifei.)

¹¹⁹ EREsp 1185323/RS, Rel. Ministra LAURITA VAZ, CORTE ESPECIAL, julgado em 24/10/2016, DJe 29/11/2016

4.2.2 CASO DO GLÚTEN

Nos Embargos de Divergência no Recurso Especial n. 1.515.895/MS, julgado em 2017, o Superior Tribunal de Justiça se pronunciou sobre o dever de advertência em questão envolvendo a presença de glúten em alimentos industrializados. Cinge-se a controvérsia em esclarecer se a expressão “contém glúten” é suficiente para o cumprimento do dever de advertência do fornecedor a respeito dos riscos da substância à saúde dos consumidores portadores de doença celíaca.

Em síntese, a Associação embargante sustenta que a mera declaração de que o alimento “contém glúten” é ineficaz para atingir a finalidade de alerta aos consumidores celíacos, uma vez que se trata apenas de informação-conteúdo, devendo ser complementada com uma informação-advertência, como preceitua o artigo 31 do CDC. Já a empresa embargada, defende que a Lei n. 10.674/2003 (“Lei do Glúten”) não impõe o referido dever de advertência e, por ser mais específica, prevalece sobre o Código de Defesa do Consumidor.

Mais uma vez, o STJ entendeu que a existência de lei especial não afasta a incidência do CDC. Isso porque *“as normas de proteção e defesa do consumidor têm índole de ordem pública e interesse social. São, portanto, indisponíveis e inafastáveis, pois resguardam valores básicos e fundamentais da ordem jurídica do Estado Social, daí a impossibilidade de o consumidor delas abrir mão ex ante e no atacado”*.

Além disso, o STJ explica que:

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).

Assim, tendo em vista que a Lei do Glúten estabelece uma obrigação menos rigorosa que o CDC, é necessário haver uma complementaridade entre os dois textos legais, sendo os fornecedores obrigados a cumprir tanto a obrigação geral de informação (ordinária, primária), imposta pelo CDC, quanto a obrigação especial de informação (derivada, secundária), estabelecida pela Lei n. 10.674/03, visto que “esta, por ter um caráter mínimo, não isenta os profissionais de cumprirem aquela”.

A Corte Superior ainda assevera que:

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.

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.

Por essa razão, decidiu o Superior Tribunal de Justiça que, além da informação-conteúdo “contém glúten”, os fornecedores devem trazer a informação-advertência, de modo a alertar os consumidores celíacos sobre os riscos do consumo do ingrediente para sua saúde, respeitando, assim, a regra preceituada no artigo 31 do CDC, bem como os princípios da boa-fé objetiva, da transparência, da proteção e da confiança. Veja-se a ementa do acórdão mencionado:

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".**¹²⁰

(Grifei.)

Vale salientar que, no caso da gordura *trans*, a situação é ainda mais preocupante, pois os prejuízos oriundos de seu consumo não se restringem a um grupo determinado de pessoas, mas atingem toda a população, razão pela qual o dever de advertência se mostra imprescindível para a realização dos desígnios do Código de Defesa do Consumidor.

¹²⁰ EREsp 1515895/MS, Rel. Ministro HUMBERTO MARTINS, CORTE ESPECIAL, julgado em 20/09/2017, DJe 27/09/2017

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados e os argumentos postos ao longo desse trabalho mostram que é extremamente absurdo e inconcebível o que vem acontecendo na indústria alimentícia brasileira, no que diz respeito à utilização indiscriminada e, ao mesmo tempo, velada de gordura *trans* em alimentos. Essa prática de mercado vem, há muitos anos, violando direitos básicos dos consumidores, quais sejam: o direito à saúde, à segurança, à liberdade de escolha, à proteção contra publicidade enganosa, além, claro, do valiosíssimo direito à informação, esculpido no artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor.

Como relatado, a gordura *trans* é uma substância obtida através de um processo artificial, chamado hidrogenação parcial de óleos vegetais, e é muito utilizada pela indústria para melhorar a consistência e aumentar o tempo de prateleira dos produtos. No entanto, sua nocividade para saúde humana já foi comprovada em dezenas de estudos científicos, sendo relacionada com o agravamento do risco de ocorrência de acidentes cardiovasculares (AVC), com uma maior probabilidade de desenvolvimento de diabetes, desordens neurológicas, câncer, cegueira, obesidade, doença hepática e infertilidade, além de diversos prejuízos à saúde materno-infantil.

Isso porque a gordura *trans* não é um nutriente, como o carboidrato, a proteína e as demais gorduras, por exemplo. Nutrientes são conceituados como “todas as substâncias encontradas nos alimentos, que são úteis para o metabolismo orgânico e indispensáveis para o crescimento, desenvolvimento e manutenção das funções vitais dos organismos vivos, e conseqüentemente, para a boa manutenção da saúde”¹²¹.

A gordura *trans* não possui função alguma para nosso organismo, ao contrário, por não ser absorvida, ela leva anos para ser metabolizada, acumulando-se na parede dos vasos sanguíneos e podendo causar, ao longo do tempo, os males já mencionados. Essa substância possui o nome de “gordura”, o que pode levar o consumidor a – erroneamente – considerá-la um nutriente, como outro qualquer. Na verdade, porém, no organismo humano, comporta-se mais como um pedaço de plástico.

Ciente dessas informações, a OMS há mais de 15 anos já vem orientando os países a implementarem medidas que busquem a diminuição ou mesmo abolição da gordura *trans* na indústria alimentícia. Vários países colocaram em prática tais recomendações da entidade

¹²¹ <https://alimentacaoemfoco.org.br/nutrientes-e-suas-funcoes/>

internacional e obtiveram resultados bastante positivos, inclusive econômicos, em virtude da redução das despesas com saúde pública.

O Brasil, em sentido diametralmente oposto, estabeleceu normas que contrariam a tendência mundial de eliminação da gordura *trans* da dieta da população. Além de não tomar as atitudes positivas necessárias para combater o uso e o consumo da substância, violando assim o seu dever de proteger a saúde e segurança alimentar dos consumidores, o Estado brasileiro, representado pela ANVISA, ainda elaborou a RDC n. 360/2003 e a RDC n. 54/2012, as quais permitem que as empresas: a) utilizem a gordura *trans* em seus produtos; b) não alertem sobre sua presença nos rótulos e sobre os riscos que oferecem à saúde do consumidor; c) omitam sua real quantidade nas tabelas nutricionais; e, ainda, d) declarem que o alimento “não contém gordura *trans*”, mesmo que a informação seja falsa.

É cediço que, nos dias atuais, mais do que nunca, informação é poder. Quem detém a informação se encontra em uma posição infinitamente superior à de quem dela é desprovido. Em uma relação consumerista, na qual a vulnerabilidade do consumidor já é legalmente presumida, essa situação se intensifica, tornando o desequilíbrio de poder entre as partes mais evidente. Permitir a ocultação de informações sobre a presença de uma substância tão danosa à saúde é rebaixar ainda mais o consumidor, é macular sua liberdade de escolha e retirar a autonomia da sua vontade, fazendo-o refém dos interesses econômicos do mercado.

Desconhecem-se os motivos que levaram a ANVISA a instituir essas diretrizes tão falhas, mas é bem sabido que elas vêm favorecendo os fornecedores de alimentos em detrimento da saúde e da segurança alimentar do consumidor. As regras estipuladas pela ANVISA para “regular o mercado” estão violando direitos fundamentais dos consumidores, além de princípios basilares de todo o sistema de proteção do consumidor, quais sejam, o princípio da vulnerabilidade do consumidor, o princípio da boa-fé objetiva, o princípio da transparência, o princípio da intervenção do Estado e o princípio da veracidade.

Por esse motivo, entendemos que é necessário tomar atitudes urgentes, no sentido de: a) revisar a legislação vigente, determinando que a gordura *trans* seja informada e alertada de forma adequada nos rótulos dos alimentos; b) buscar os responsáveis, a fim de reparar os danos causados aos consumidores; c) promover ações e campanhas, visando à educação e à conscientização dos consumidores sobre o mal que o consumo dessa substância causa à saúde; bem como d) oferecer incentivos às empresas para realizarem a apropriada substituição dessa gordura em seus processos de fabricação.

REFERÊNCIAS

- ABREU J. L. et al. **Gordura Trans em Formulações Industriais Comumente Consumidas pelo Público Infantil: Aspectos de Rotulagem.** UFRGS, Porto Alegre, 2015.
- ALMEIDA, Gabriel Braga Camargos de. **Boa-fé objetiva e intervenção estatal: o desrespeito aos consumidores e a ineficiência do poder público no combate aos abusos perpetrados nas relações de consumo.** In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. *Garantias legal e contratual dos bens de consumo.* Salvador: Paginae, 2012. p. 315
- BALLESTEROS-VÁSQUEZ, M.N.; VALENZUELA-CALVILLO, L.S.; ARTALEJO-OCHOA. E.; ROBLES-SARDIN, A.E. **Ácidos grasos trans: un análisis del efecto de su consumo en la salud humana, regulación del contenido en alimentos y alternativas para disminuirlos.** *Nutrición Hospitalaria*, v. 27, n. 1, p. 54-64, 2012.
- BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.
- BARROS, João Pedro Leite. **O excesso de informação como abuso do direito.** *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, v. 7 n. 25, p. 11-60, mar. 2017. Disponível em: <<http://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/109405>> Acesso em: 22/06/2019.
- BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad. **Manual de direito do consumidor.** 4 ed. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014.
- BENDSEN N.T. et al. **Effect of Trans Fatty Acid Intake on Insulin Sensitivity and Intramuscular Lipids. A Randomized Trial in Overweight Postmenopausal Women.** *Metabolism Clinical and Experimental*, 2011.
- BENJAMIN, Antonio Herman V. **Crimes de consumo no Código de Defesa do Consumidor.** *Revista de Direito do Consumidor.* São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 3, p. 90, set-dez. 1992
- BENJAMIN, Antonio Herman V.; Marques, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor.** 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília: Presidência da República.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003: aprova regulamento técnico de porções de alimentos embalados para fins de rotulagem nutricional**. Diário Oficial da União, Brasília, de 26 dez. 2003.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº 54, de 12 de novembro de 2012: aprova regulamento técnico sobre informação nutricional complementar**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, 12 nov., 2012

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Folheto explicativo sobre rotulagem de gorduras *trans***, 2006.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. **Nota Técnica: Ações do governo brasileiro sobre as gorduras *trans***, 2008.

CHAVARRO J.E. et al. **Trans-fatty Acid Levels in Sperm are Associated With Sperm Concentration Among Men From an Infertility Clinic**. Fertility and Sterility, 2011.

CHIARA V. L. et al. **Trans Fatty Acids: Cardiovascular Diseases and Mother-child Health**. Rev. Nutr. Campinas, Campinas, 2002.

DIAS J.R.; GONÇALVES E.C.B.A. **Consumption and Analysis of Nutritional Labels of Foods With High Content of Trans Fatty Acids**. Ciência e Tecnologia de Alimentos, Campinas, 2009.

DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. **Publicidade e Direito**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

_____. Superior Tribunal de Justiça. **Embargos de Divergência em Recurso Especial n. 1.515.895/MS**, Rel. Min. Humberto Martins. Julgado em 20/09/2017, DJe 27/09/2017.

_____. Superior Tribunal de Justiça. **Embargos de Divergência em Recurso Especial n. 1.185.323/RS**, Rel. Min. Laurita Vaz. Julgado em 24/10/2016, DJe 29/11/2016.

Food and Drug Administration. Final Determination Regarding Partially Hydrogenated Oils Disponível em: < <https://www.fda.gov/food/food-additives-petitions/final-determination-regarding-partially-hydrogenated-oils-removing-trans-fat> >. Acesso em: 05/06/2019.

GARCIA, Fernanda Ladeia. **Direitos básicos dos consumidores à informação e educação: corolários da proteção constitucional**. In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. Garantias legal e contratual dos bens de consumo. Salvador: Paginae, 2012. p. 40

HISSANAGA, V.M.; PROENÇA, R.P.C.; BLOCK, J.M.. **Ácidos graxos trans em produtos alimentícios brasileiros: uma revisão sobre aspectos relacionados à saúde e à rotulagem nutricional**. Revista de Nutrição, v. 25, n. 4, p. 517-530, 2012.

HISSANAGA V.M. et al. Desenvolvimento de um método para controle da utilização de gordura trans no processo produtivo de refeições. **Universidade Federal de Santa Catarina**, Florianópolis, 2009.

HISSANAGA V.M.; PASTORE J. A.; PROENÇA R. P. C. **Trans Fatty: Control Experiments in Food Service**. Universidade Federal de Santa Catarina, 2010

IMBETT C.A.C. et al. **El deber de información contractual y sus limites**. Universidad Externado de Colombia, 2011

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

KLIEMANN, N.; KRAEMER, M. V. S.; SILVEIRA, B. M.; GONZÁLEZ-CHICA, D. A.; PROENÇA, R. P. C. **Tamanho da porção e gordura trans: os rótulos de alimentos industrializados brasileiros estão adequados?**. Demetra, v. 10 n. 1, p. 43-60, jan. 2015.

LEMOS P. B. Quantificação de Ácidos Graxos Trans em Alimentos Consumidos pela População Adulta do DF. **Universidade de Brasília**, 2008.

LETH, T.; JENSEN, H.G.; MIKKELSEN, A.E.; BYSTED, A. **The effect of the regulation on trans fatty acid content in Danish food. Atherosclerosis suppl.**, v. 7; n.2, p.53-56, 2006.

LOBANCO C. M. et al. **Rotulagem Nutricional e Alimentos Salgados e Doces Consumidos por Crianças e Adolescentes.** Universidade de São Paulo, 2007.

MAGALHÃES R. et al. Food regulation in Brazil. **Fundação Oswaldo Cruz**, Rio de Janeiro, 2015.

MALTEZ, Rafael Tocantins. **Direito do consumidor e publicidade: análise jurídica e extrajurídica da publicidade subliminar.** Curitiba: Juruá, 2011.

MARMELSTEIN, George. **Curso de direitos fundamentais.** São Paulo: Atlas, 2008.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

MENSINK, R.P. e KATAN, M.B. **Effect of dietary trans fatty acids on high-density and low-density lipoprotein cholesterol levels in healthy subjects.** New England Journal of Medicine, v. 323, n. 7, p. 439-445, 1990.

MERÇON, Fabio. **O que é uma gordura trans?.** Química Nova na Escola, v. 32, n. 2, p. 78-83, 2010.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor.** 6 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016

NCSL. National Conference of State Legislatures. **The Forum for America's Ideas. Trans Fat and Menu Labeling Legislation.** Washington, 2010. Disponível em: <<http://www.ncsl.org/default.aspx?tabid=14362>>. Acesso em: 10/06/2019.

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

OLIVEIRA T. H. S.; Porte A. **A influência dos ácidos graxos trans nas doenças cardiovasculares.** UNISUAM, Rio de Janeiro, 2010.

OLIVEIRA, Yuri Bezerra. **O direito e as garantias contratuais e legais.** In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. **Garantias legal e contratual dos bens de consumo.** Salvador: Paginae, 2012. p. 50

OVIEDO, Kátia M. M. **Análise comparativa das experiências de regulação de gorduras trans em alimentos processados no Brasil, Canadá, Dinamarca e Estados Unidos.** Rio de Janeiro, 2010. Dissertação de Mestrado na área de Metrologia para Qualidade e Inovação. PUC-Rio.

PINTO A. L. D. et al. **Determination and Verification of how “trans” fat is notified on food labels, particularly those expressed as being “0% trans fat”.** Brazilian Journal of Food Technology, Campinas, 2016.

PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa; SILVEIRA, Bruna Maria. **Recomendações de ingestão e rotulagem de gordura trans em alimentos industrializados brasileiros: análise de documentos oficiais.** Revista de Saúde Pública. vol.46 n°5: São Paulo, 2012.

RESTREPO B.J.; RIEGER M. **Denmark’s Policy on Artificial Trans Fat and Cardiovascular Disease.** Am J Prev Med, 2016.

RESTREPO B.J.; RIEGER M. **Trans Fat and Cardiovascular Disease Mortality: Evidence From Bans in Restaurants in New York.** J Health Econ, 2016.

REVOREDO C. M. S. et al. **Nutritional Implications of trans fatty acids on people’s health: A Reflective analysis article.** Revista de Enfermagem UFPE On Line, Recife, 2017.

RIBEIRO, Joaquim de Sousa. **Direito dos Contratos.** Coimbra: Coimbra Editora, 2007, p. 61 apud SILVA, 2013, p. 301

SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SANTOS, Claiz Maria Pereira Gunça dos. **Garantias legal e contratual dos bens de consumo.** Salvador: Paginae, 2012.

SILVA, Joseane Suzart Lopes da. **O direito do consumidor brasileiro à informação sobre a garantia legal dos bens diante de vícios: a imprescindível hermenêutica constitucional em busca da efetividade.** Salvador, 2013. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito. Universidade Federal da Bahia.

SILVA M.K. et al. O controle de Gordura Trans em Produtos de Panificação comercializados nas lanchonetes do campus sede da universidade federal de Santa Catarina. **Universidade Federal de Santa Catarina**, Florianópolis, 2015.

SILVEIRA B.M. et al. Informação alimentar e nutricional da gordura trans em rótulos de produtos alimentícios industrializados. **Universidade Federal de Santa Catarina**, Florianópolis, 2011.

SILVEIRA, B.M.; GONZÁLEZ CHICA, D.A.; PROENÇA, R.P.C. Report of trans fat on labels of Brazilian foods products. *Public Health Nutrition*, v. 16, n. 12, p. 2146-2153, 2013.

TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. Manual de direito do consumidor: direito material e processual 7. ed. rev., atual. e ampl. – Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018.

THOMPSON A.K.; MINIHANE A.M.; WILLIAMS C.M. Trans Fatty **Acids and Weight Gain**. *International Journal of obesity*, 2011.

VINIKOOR L.C. et al. **Trans-fatty Acid Consumption and its Association With Distal Colorectal Cancer in the North Carolina Colon Cancer Study II**. *Cancer Causes Control*, 2010.

WHO. World Health Organization. ***Global strategy on diet, physical activity and health: List of all documents and publications***. Fifty-seventh World Health Assembly. A57/9, 17 abr. 2004.