

O DIREITO À INFORMAÇÃO DO CONSUMIDOR À LUZ DA ROTULAGEM DE ALIMENTOS EMBALADOS.

VALENTINA FRANCILIO BARBOSA¹
ANTONIA ESPÍNDOLA LONGONI KLEE²

¹Universidade Federal de Pelotas – faculdade de Direito – valentinafbarbosa@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – faculdade de Direito – antonia.klee@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

A informação como direito a ser assegurado deve ser considerada observando os fenômenos sociais e as dinâmicas realizadas pelos indivíduos em coletividade. É a partir da troca comunicativa expressa que se perfectibiliza o entendimento das vontades dos seres. Então, a informação como objeto jurídico deve ser pensada amplamente, visto que se encontra vinculada ao caráter de universalidade¹ dos direitos humanos, sendo eles indivisíveis, interdependentes e inter-relacionados. No âmbito das relações de consumo, a concessão de uma melhor e mais ampla prestação informacional é fator principal para um consumidor ativo, agindo com desenvoltura dentro do sistema das dinâmicas consumeristas, implicando que goze plenamente de suas características e prerrogativas legais, inclusive com relação ao consumo de alimentos. Ademais, destaca-se que o ato alimentar é um direito social humano institucionalizado pela Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 (artigo 25) e aderido ao sistema constitucional brasileiro a partir da Emenda Constitucional 64/2010, a qual alterou o artigo 6º da Constituição, visando a introduzir o direito à alimentação como direito social.

Assim, ao entender a alimentação como um direito fundamental social dos cidadãos, vê-se a importância de tornar sua acessibilidade plena. Desse modo, há o entendimento de que a prestação informacional ao consumidor é o fator que possibilita o consagração do princípio da dignidade alimentar nos padrões impostos legalmente, capacitando o consumidor frente ao desequilíbrio existente em relação ao fornecedor. A informação não diz respeito somente à ordem privada dos sujeitos, mas percebe-se irradiado na consideração pública da esfera de indisponibilidade da cidadania ativa. Ademais, ao tratar do direito à informação, tem-se explicitado pela Carta Magna, em seu artigo 5º, XIV, a previsão da tutela informativa como forma de resguardar e assegurar a inviolabilidade dos direitos fundamentais à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança, uma vez que são importantes aliados à tutela do cidadão também consumidor.

Entende-se, portanto, que, dentro das esferas de abrangência em que se encontra o cidadão nacional, sua posição como consumidor lhe garante e prevê a nível fundamental a tutela de suas dinâmicas. Sobre o assunto, concluiu Chaddad (2013, p.51): “Só se pode pensar em efetiva tutela do direito do consumidor quando há o respeito à sua dignidade, saúde e segurança do consumidor por parte dos atores da relação de consumo”.

O ato do consumo de alimentos torna todos os indivíduos consumidores “stricto sensu”², em outros termos, destinatários finais do bem para o uso pessoal.

¹ Segundo definição por Nalini, “universalidade” consiste em: “algo que todos os homens, em toda a parte, em todos os tempos, não pode ser retirado sem afrontosa injustiça”. NALINI, José Renato. **Constituição e estado democrático**. São Paulo: FTD, 1997. p.92.

² A autora baseia-se no conceito finalista da doutrina para referir-se ao consumidor como destinatário final, consumidor “stricto sensu”. In: BARBOSA, Fernanda Nunes. Informação: direito

Então, ambientado ao cenário das dinâmicas alimentares consumeristas, é preciso compreender a incidência da prestação informativa nessa cadeia. Partindo do viés que o consumidor é vulnerável, contrapondo-se ao fornecedor, aquele que detém a informação e beneficia-se economicamente do ato de consumo, o consumidor encontra-se em situação de desigualdade informacional intrínseca. Por isso, é importante que o Código e as demais legislações possam tutelar amplamente sua participação na dinâmica consumerista - isto posto, a informação deve ser considerada base da proteção normativa do consumidor, com potencial de promover a equidade informacional (MIRAGEM, 2014). Além disso, enquanto pessoa vulnerável na relação de consumo, é essa informação destinada ao consumidor, que será responsável pelo conhecimento do produto.

Como os fornecedores possuem a informação sobre os bens e serviços ofertados, manipulando-a a próprio benefício, se tem configurada a posição de sujeição do consumidor frente àquilo que lhe é ofertado. Além disso, o Direito Humano à Alimentação Adequada é fator fundamental para entendermos que a figura do consumidor não pode ser enquadrada no mercado de consumo dos produtos alimentícios como mero adquirente, alvo das investidas agressivas da indústria na oferta de alimentos ultraprocessados e pobres em valores nutricionais. Esse consumidor deve estar bem amparado informacionalmente para que de fato exerça seu poder decisório com liberdade e assertividade. Sendo assim, a informação - verdadeira, de fácil entendimento, sem prolixidade, de fácil percepção e em Língua Portuguesa (KUNISAWA, 2005) - de responsabilidade do fornecedor, serve como meio de perfectibilizar a tutela dos direitos do consumidor, além de prover a dignidade, a segurança e a liberdade pautadas como essenciais ao exercício do inviolável direito à vida.

Nesse sentido, a pesquisa parte da análise da informação como direito básico do consumidor (arts. 4º, IV e 6º, III do CDC) e das características indispensáveis à sua apresentação (art.31 CDC), aliando-a ao estudo da legislação sobre a rotulagem de alimentos embalados (RDC nº 727/2022, da ANVISA) para compreender se há a efetividade do acesso à informação, por meio do sistema de rótulos de alimentos embalados, de modo a capacitar que o consumidor delibere livremente sobre suas decisões.

2. METODOLOGIA

A pesquisa utiliza do método hipotético-dedutivo, partindo da hipótese de que o direito à informação detém um vasto amparo legislativo, mas, no que tange à informação alimentar pode haver a fragilização da efetividade frente ao consumidor em razão da força das técnicas de venda utilizadas pelos fornecedores.

Nesse sentido, por meio da análise bibliográfica-documental sobre os temas envolvendo direito do consumidor, informação, princípios constitucionais, direitos fundamentais, sistema de rótulos alimentares e a publicidade de alimentos, estabelece-se a relação dos preceitos teóricos quanto ao acesso claro e universal à informação alimentar do consumidor, por meio de todo aporte bibliográfico necessário.

Enfim, a partir da análise das decisões do Supremo Tribunal de Justiça (STJ), busca-se as evidências práticas dessas relações consumeristas, proporcionando a obtenção da resposta à hipótese primeiramente formulada.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Vige, atualmente, a RDC 727, de 1º de julho de 2022, elaborada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Esta resolução é responsável pelas disposições a respeito da rotulagem dos alimentos embalados. Observa-se, pelo estudo da normativa presente no texto da resolução, a existência de um sistema padronizado e sólido de regulação da esfera da rotulagem informacional dos alimentos embalados. Nesse sentido, entende-se terem os rótulos a “função de orientar o consumidor sobre os constituintes dos alimentos, promovendo escolhas alimentares saudáveis” (CAVADA ET. AL., 2012), daí decorre a importância da Resolução que trata de matéria especial estar de acordo com o normatizado pelo dispositivo de tutela da pessoa do consumidor. Conclui-se a partir do texto da RDC nº 727 que de fato há a tutela do direito à informação do consumidor, sendo este, um objetivo a ser alcançado pela resolução.

Entende-se que o sistema de rotulagem é a forma de comunicação entre o fornecedor e o consumidor. Assim, as informações descritas no rótulo, dentro dos padrões estabelecidos, serão responsáveis pela concretização do processo informativo e a formulação da livre manifestação de vontade do consumidor (CAVADA ET. AL., 2012). No entanto, o rótulo não é o único canal de comunicação a formar o elo de consumo entre fornecedor, consumidor e produto. A tecnicidade da norma regulatória tende a não atingir os consumidores com a mesma intensidade que informações provenientes dos vendedores, que visam justamente ao lucro e à venda dos seus produtos (AYROZA; BORGES, 2020). Assim, mesmo que haja a tutela legal, o consumidor fica mais suscetível às informações tendenciosas veiculadas por meio da publicidade, o que implica no conflito com seus direitos fundamentais à saúde e à vida (PEREIRA; BARBOSA, 2023).

Sob essa ótica, além do desenvolvimento das resoluções administrativas acerca da temática da rotulagem de alimentos, é necessário atentar para a regulação da publicidade alimentar uma vez que em muitos casos o consumidor confunde rótulos e embalagens, que não são sinônimos.

4. CONCLUSÕES

Conclui-se que a atividade regulatória é um meio de possibilitar a informação e promover a transparência nas relações de consumo, uma vez que, ao ser informado corretamente, com clareza e objetividade, o consumidor é munido do conteúdo informacional necessário para formar seu juízo de compreensão sobre o produto que busca adquirir, ao mesmo tempo em que pode agir ativamente no resguardo de sua integridade e saúde física. Nesse toar, percebe-se que promover a informação alimentar por meio de rótulos, além de consagrar a conduta conforme a boa-fé pelo fornecedor e resguardar a transparência nas relações consumeristas, é fator primordial ao desenvolvimento de um consumidor mais capacitado, autônomo e exercente de escolhas alimentares amparadas na dignidade fundamental, uma vez que terá conhecimento dos elementos básicos do produto que circula no mercado. Afunila-se, então, a assimetria informacional existente entre consumidores e fornecedores, característica intrínseca da relação (CHADDAD, 2013).

Denota-se assim, que o direito à informação de caráter fundamental está vinculado ao direito humano à alimentação adequada, e em razão da indispensabilidade de ambos, o sistema da rotulagem de alimentos embalados prevê e revisa suas previsões, na medida em que as relações consumeristas

baseadas no ato de consumo alimentar se ressignificam. Portanto, é a partir do respeito à forma de prestação da informação que se tutelará, de fato, o direito à saúde, à segurança e à liberdade.

Além dos cuidados com a informação presente nas resoluções que versam sobre a rotulagem de alimentos, cabe estar atento à legislação e aos órgãos responsáveis pela fiscalização das informações prestadas pelos fornecedores em publicidade de produtos, visando a atender amplamente as demandas do indivíduo tutelado, adaptando-se assim, aos progressos sociais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AYROZA, Igor Feitosa Lacôrte; BORGES, Liliane de Moura. Exercício do direito à informação e consumo consciente: contribuições da economia comportamental para o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 27, n.119, p. 385-407, set./out. 2018.

BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008. (Biblioteca de Direito do Consumidor, v.37)

BRASIL, Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº 727, de 1º de julho de 2022. Aprova o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados. **Diário Oficial da União**, seção 1, Brasília, DF, n. 126, p. 213. Disponível em: http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_727_2022_.pdf/5dda644d-a6ac-428e-bb08-203e2c43ccab. Acesso em: 12 set. 2023.

CAVADA, Giovanna da Silva et al. Rotulagem nutricional: você sabe o que está comendo? **Brazilian Journal of Food Technology** [online]. v. 15, n. spe; pp. 84-88, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1981-67232012005000043>>. ISSN 1981-6723. Acesso em: 06 set. 2023.

CHADDAD, Maria Cecília Cury. **Direito à informação: proteção dos direitos à saúde e à alimentação da população com alergia alimentar**, 2012. 202 f. Tese (Doutorado). Curso de Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

KUNISAWA, Viviane Yumy Mitsuchi. O direito de informação do consumidor e a rotulagem dos alimentos geneticamente modificados. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 53, p. 135-150, jan./mar. 2005.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

NALINI, José Renato. **Constituição e estado democrático**. São Paulo: FTD, 1997.

PEREIRA, Carla da Silva de Britto; BARBOSA, Fernanda Nunes. Publicidade de alimentos ultraprocessados e a defesa do consumidor no Brasil. **Revista Consultor Jurídico**, 2023. Disponível em <https://www.conjur.com.br/2023-jun-21/publicidade-alimentos-ultraprocessados-defesa-consumidor> Acesso em: 17ago 2023.