

<http://dx.doi.org/10.21527/2317-5389.2023.22.14926>

## A NATUREZA NA MESA BRASILEIRA E NA MESA EUROPEIA POR MEIO DO RÓTULO DOS ALIMENTOS

Daniele Bianchi

Comissão Europeia – Bruxelas – Bélgica.  
<https://orcid.org/0009-0004-0665-3851>. [bianchi.daniele@hotmail.com](mailto:bianchi.daniele@hotmail.com)

### RESUMO

A indústria alimentar, por meio das técnicas elaboradas e sofisticadas de *marketing*, coloca-se muitas vezes na zona cinza entre o respeito da lei e o engano. O consumidor precisa ter os instrumentos para desmascarar algumas práticas, que parecem legais, mas às quais falta transparência ou mesmo parecem enganosas porque contribuem mais para fantasiar a realidade do que para informá-lo. O rótulo é a carteira de identidade do alimento. Neste trabalho abordaremos o tema da utilidade, insuspeita para alguns, do rótulo e outras indicações – obrigatórias ou não – que aparecem nas embalagens dos produtos alimentares para reconhecer o verdadeiro conteúdo dos alimentos. Vamos descobrir como a natureza está representada nas imagens, na escolha da terminologia, na determinação da presença de indicações de saúde, de transgênicos ou de aditivos. Mediante uma comparação da legislação sobre o rótulo no Brasil e na Europa, vamos marcar as diferenças também no processo da determinação das regras (diferenças constitucionais e institucionais), na forma como estas regras aparecem (Guia alimentar, legislação...), com exemplos práticos de como os alimentos que chegam à mesa dos brasileiros e dos europeus são identificados no rótulo. Uma atenção particular será dada à evolução recente sobre as informações nutricionais no Brasil e na Europa e aos novos logos escolhidos pelo legislador.

**Palavras-chave:** rótulo; legislação alimentar; natureza; Europa; Brasil.

### NATURE ON THE BRAZILIAN TABLE AND ON THE EUROPEAN TABLE THROUGH FOOD LABELING

### SUMMARY

The food industry, through elaborate and sophisticated marketing techniques, plays within the grey zone between respect for the law and abuse. The consumer needs to have the tools to unmask some practices, often legal, but lacking transparency, or even completely misleading because they contribute more to fantasize the reality than inform it. The label is the identity card of the food. In this work we will address the theme of the usefulness, unsuspected for some, of the labels and other indications – mandatory or not – that appear on food packaging to recognize the true content of food: how nature is represented in images, in the choice of terminology, in the protection of health claims, in the indication of the presence of transgenics or additives. We'll go through a comparison of the legislation on the label in Brazil and Europe, we will underline the differences in the process of determining the rules (constitutional and institutional differences), in the way these rules appear (Food guide, legislation...), with practical examples of how the foods that arrive at the table of Brazilians and Europeans are identified in the labels. Particular attention will be paid to recent developments on nutritional information in Brazil and Europe and the new logos chosen by the legislator.

**Keywords:** labelling; food Law; nature; Europe; Brazil.

Submetido em: 28/7/2023

Aceito em: 10/8/2023

## INTRODUÇÃO

Comer é uma religião para alguns, ou uma restrição; para outros, um luxo – ou um sacrifício. Em qualquer caso, nós não somos ursos, embora alguns indivíduos da espécie humana comportem-se como eles. Nós não podemos armazenar em nosso corpo, como uma geladeira, ou no armário, alimentos em excesso, que, muitas vezes, jogamos depois no lixo. Infelizmente, temos de comer (quase) todos os dias, em quantidades razoáveis. A comida é um tema essencial e indispensável na luta pela sobrevivência, e não apenas em tempos de crise.

Recentes pesquisas do Instituto Nacional de Câncer e do Ministério da Saúde do Brasil indicam que mais de 700 mil novos casos de câncer devem surgir no Brasil a cada ano. O que é mais preocupante e ao mesmo tempo desafiante, no entanto, é que um terço dos casos de câncer seria evitado se a rotina alimentar fosse mais saudável.<sup>1</sup>

A informação é um dos pilares da proteção do consumidor. Essa proteção, bem como a da saúde humana, é uma área em que o legislador interveio e intervém regularmente. A legislação tem de proteger o consumidor também das fraudes e dos abusos da indústria alimentar.

O consumidor precisa ter os instrumentos para desmascarar algumas práticas, muitas vezes legais, mas que pecam pela falta de transparência, ou parecem mesmo completamente enganosas, porque contribuem mais para fantasiar a realidade do que para informá-lo. Hoje um consumidor, independentemente de sua classe social e de sua renda, tem os mesmos direitos em todos os países: o direito de ter acesso a produtos saudáveis, que respeitam as mesmas regras de higiene, e ter as mesmas informações sobre esses produtos, para ser capaz de fazer uma escolha no momento de suas compras e de consumir alimentos com segurança, em conformidade com os padrões de saúde, econômicos, ambientais, sociais e éticos.<sup>2</sup> Ele também tem o direito de ter proteção caso um problema surja como resultado da compra ou do consumo de qualquer um desses produtos, em qualquer país do planeta.

O rótulo é a carteira de identidade do alimento. Exceto em casos de fraude, os alimentos que você pode encontrar nos supermercados não são perigosos para a sua saúde. Vivemos numa época e em sociedades que podem garantir comida saudável e em abundância. O consumidor não deve ter medo de comer – mas ele não pode ser enganado pelo “canto das sereias” do *marketing*. O consumidor deve querer saber mais sobre a sua comida, reconhecer falsos produtos naturais – para não pagar um preço que não valem – querer identificar os verdadeiros produtos químicos para evitar que eles terminem no seu prato. Neste trabalho iremos abordar o tema da utilidade, insuspeita para alguns, do rótulo e de outras indicações – obrigatórias ou não – que aparecem nas embalagens dos produtos alimentares para identificar como a natureza é representada pelo legislador e pela indústria. Para ajudar nessa tarefa nada melhor do que seguir alguns conselhos sobre como “de-criptografar” rótulos de alimentos na selva de termos que cobrem literalmente cada milímetro quadrado dos pacotes

<sup>1</sup> v. Brasil. Ministério da Saúde. Instituto Nacional de Câncer. *Precisamos de comida, não de tabaco*. Disponível em: <https://www.gov.br/inca/pt-br>. Acesso em: 27 jun. 2023.

<sup>2</sup> Vieira, Luciane Klein; Frainer, Victória Maria. A rotulagem dos alimentos na União Europeia e a proteção do consumidor: um caminho para a sustentabilidade? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 141, p. 359-382, maio/jun. 2022.

de produtos. O exemplo de como a natureza é representada no rótulo é emblemático desse fenômeno e da importância da legislação sobre a informação do consumidor.

## ENQUADRAMENTO JURÍDICO

Informação é um dos pilares da proteção do consumidor na Europa e também no Brasil. Duas mesas que parecem semelhantes devido à origem comum, mas que escondem diferenças importantes.<sup>3</sup>

Vamos apresentar o quadro jurídico geral de ambos e ao mesmo tempo apontando as semelhanças e diferenças.

A proteção do consumidor e da saúde pública são obrigações legais consagradas nas disposições constitucionais de ambas as ordens jurídicas.

O Artigo 169 do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (TFUE) dispõe que: “A fim de promover os interesses dos consumidores e assegurar um elevado nível de defesa destes, a União contribuirá para a proteção da saúde, da segurança e dos interesses econômicos dos consumidores, bem como para a promoção do seu direito à informação, à educação e à organização para a defesa dos seus interesses”.

Também no Direito do Brasil, o Inciso XXXII do Artigo 5º da Constituição Federal de 1988 estipula que “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes” que incluem que “XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. O Inciso V do Artigo 170 da mesma Constituição Federal de 1988 estipula que “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”.

No caso da lei fundamental europeia o princípio é mais claro e explícito e já contém alguma indicação do conteúdo da proteção; no caso da Constituição brasileira a referência é só à necessidade de promover a defesa do consumidor.

O rótulo, usado pelos fabricantes como uma isca de comercialização, é o cartão de identidade do produto, e como tal deve conter dados verdadeiros e verificáveis e acima de tudo ser acompanhado de imagens correspondentes à realidade do produto.

Este papel do rótulo é reconhecido pela lei na Europa. Muitas informações aparecem no rótulo. A razão da regulamentação ao nível europeu reside no facto de que as questões de proteção da saúde e do consumidor não são questões nacionais, não param na fronteira, precisam de regras harmonizada e comuns entre os estados.

<sup>3</sup> Gomes Ribeiro, Cilene da Silva; Amorim Pilla, Maria Cecília Barreto, Soares, Carmen (org.). *Mesas luso-brasileiras: patrimônio alimentar, turismo sustentável e saúde*. Curitiba: PUCPRESS, 2021. Gomes Ribeiro, Cilene da Silva; Soares, Carmen (coord.). *Mesas luso-brasileiras: alimentação, saúde & cultura*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2018. v. 1.

A legislação alimentar<sup>4</sup> determina que as informações do consumidor devem respeitar duas grandes regras:

- (a) a rotulagem deve ser justa e não deve induzir o consumidor a erro (quanto à natureza, à composição do produto, sua origem, sua quantidade, sua durabilidade, sua fabricação, suas características...)
- (b) a rotulagem deve incluir informações objetivas para o consumidor. Elas devem ser escritas precisamente e fáceis de entender.

A natureza tem uma menção especial no rótulo, todavia é claro que a referência é à natureza do produto e não à natureza em geral. Nesse sentido comum quando se trata de um produto natural, a referência corresponde a um produto que não tem alterações na sua natureza e o consumidor não é induzido a erro pelo rótulo.

O papel do rótulo no Brasil responde às mesmas exigências. A publicação das primeiras leis ocorreu no final da década de 60, destacando-se, em 1969, o Decreto-Lei nº 986. Este, apesar de apresentar definições e procedimentos que foram posteriormente incorporados em outras publicações, ainda continua vigente, devido à sua abrangência. Essa publicação estabelece definições sobre alimentos, procedimentos para o registro e controle, rotulagem, critérios de fiscalização e detecção de alterações. Em particular, dispõe que: “não poderão constar da rotulagem denominações, designações, nomes geográficos, símbolos, figuras, desenhos ou indicações que possibilitem interpretação falsa, erro ou confusão quanto à origem, procedência, natureza, composição ou qualidade do alimento, ou que lhe atribuam qualidades ou características nutritivas superiores àquelas que realmente possuem”.<sup>5</sup>

Os textos são semelhantes. A referência explícita à natureza tem o mesmo sentido do que na legislação europeia.

No Brasil, a rotulagem dos alimentos embalados é também obrigatória e está regulamentada pela legislação brasileira por meio de órgãos como o Ministério da Saúde, pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), o Ministério da Agricultura e o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) completa o quadro normativo e pode ser utilizado para questões que não estejam esclarecidas pelas demais regulamentações. Merece ser mencionado um documento importante na elaboração da legislação brasileira: o Guia Alimentar para a População Brasileira.

A legislação brasileira, apesar de ser menos complexa e sofisticada do que a legislação europeia (recomendações mais do que legislação), apresenta muitas características comparáveis à legislação europeia.<sup>6</sup> Seria difícil em poucas palavras dar uma lista exaustiva desses elementos. Neste artigo limitamo-nos à questão da representação da natureza dos alimentos.

<sup>4</sup> União Europeia. *Regulamento (UE) 178/2002*. Determina os princípios e normas gerais da legislação alimentar, cria a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos e estabelece procedimentos em matéria de segurança dos gêneros alimentícios.

<sup>5</sup> Brasil. *Decreto-Lei 986, 21de outubro de 1969*. Institui normas básicas sobre alimentos. v. Art. 21.

<sup>6</sup> Grassi Neto, Roberto. *Segurança alimentar*. São Paulo: Saraiva, 2013.

## O que é um alimento?

Deixamos o quadro jurídico para identificar alguns elementos de comparação. Vamos começar com algumas definições, contudo a proteção da saúde pública e do consumidor são princípios universais, as soluções já encontradas num país também podem ser diferentes. Parece emblemático o exemplo da definição do alimento nas legislações europeia e brasileira.

A definição, contida num regulamento da União Europeia (R. 178/2002), dispõe que “Entende-se por ‘gênero alimentício’ (ou ‘alimento para consumo humano’), qualquer substância ou produto, transformado, parcialmente transformado ou não transformado, destinado a ser ingerido pelo ser humano ou com razoáveis probabilidades de o ser”.<sup>7</sup>

No Brasil, a legislação (Decreto-lei nº 986/1969) dispõe que “Alimento: toda substância ou mistura de substâncias, no estado sólido, líquido, pastoso ou qualquer outra forma adequada, destinadas a fornecer ao organismo humano os elementos normais à sua formação, manutenção e desenvolvimento”.<sup>8</sup>

Se vamos comparar as duas definições, em primeiro lugar, apesar das limitações e exclusões, a definição europeia parece muito abrangente: “qualquer substância destinada a ser ingerida”. Tudo ou quase tudo pode ser um alimento, mesmo que não tenha paradoxalmente nada de alimentar.

A definição brasileira é mais restritiva: “substâncias destinadas a fornecer ao organismo humano os elementos normais à sua formação, manutenção e desenvolvimento”.

Em segundo lugar, podemos afirmar que uma definição contém critérios qualitativos e uma não contém.

Em terceiro lugar, a definição de alimento condiciona também a produção alimentar, ao menos de maneira teórica. Por exemplo no caso do Brasil, pode-se imaginar que um produto que não tem valor nutricional pode não ser considerado um alimento, enquanto seria automaticamente considerado um alimento na União Europeia apenas pela sua capacidade de ser ingerido. Ao contrário a definição *light* europeia justificaria o *marketing* da indústria agroalimentar e a invenção de novos produtos ou novos alimentos.

Isso já leva à questão da verdadeira natureza do alimento: Simples produto de ingestão? A “gasolina”, a energia do motor humano? Natureza ou indústria? Nutrimento ou substância?

## Qual consumidor?

Uma segunda pergunta que pode ser feita é que tipo de consumidor é protegido e levado em conta para avaliar a relevância das informações que recebe, dado o nível diferente que as informações podem tomar.

O critério na Europa é o consumidor informado, médio, normal, razoavelmente atento e avisado.

<sup>7</sup> União Europeia. *Regulamento (UE) 178/2002*. Determina os princípios e normas gerais da legislação alimentar, cria a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos e estabelece procedimentos em matéria de segurança dos gêneros alimentícios.

<sup>8</sup> Brasil. *Decreto-Lei 986, 21 de outubro de 1969*. Institui normas básicas sobre alimentos. v. Art. 21.

No Brasil a referência é ao consumidor vulnerável. A vulnerabilidade é definida como o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado do consumo”.<sup>9</sup> Ela pode ter diversas formas. A vulnerabilidade técnica ou informativa diz respeito a informações técnicas do produto/serviço. Há uma fragilidade de informação causada pela evolução atual dos produtos de modo muito rápido. A vulnerabilidade jurídica é sobre a falta de conhecimento específico jurídico (leis). Existe vulnerabilidade econômica quando uma das partes da relação é muito forte economicamente, por exemplo no caso de um monopólio, ou há uma relação de dependência grande.

Na Europa o acento é colocado sobre o conhecimento, no Brasil sobre a falta de conhecimento. É, portanto, este consumidor que é chamado a reconhecer a natureza nos produtos que compra ou come. Veremos como as regras previstas na lei o ajudam nessa abordagem e especialmente como a protegem do *marketing* selvagem utilizado pela indústria alimentar.

Existem muitas regras e informações no rótulo, vamos explicar algumas regras que se aplicam ao que aparece no rótulo.

## A QUEDA DA NATUREZA: A NATUREZA COMO OBRA HUMANA

Em primeiro lugar, na legislação europeia sobre as indicações nutricionais e de saúde há uma definição de natural: “Caso um alimento preencha naturalmente a condição ou condições estabelecidas para a utilização de uma indicação nutricional, esta pode ser acompanhada do termo “naturalmente/natural”.

A definição é circular, refere-se ao fato de que certas indicações fazem parte do próprio alimento, e então o produto pode indicar que ele será naturalmente rico em... pobre em ... bom para isso ou para isso ... de maneira natural ou conforme a natureza do produto mesmo.

As designações que se referem à natureza no rótulo são, na maioria dos casos, derivadas da legislação, e devem, portanto, cumprir critérios rigorosos para seu uso e estão sujeitas a controle. A natureza é domada pela lei: no caso do orgânico,<sup>10</sup> do sem glúten, do saudável (alegações nutricionais e de saúde), do transgênicos, do processado (congelado, irradiado ...), da presença de aditivos, aromas, corantes...

Pertencem a uma segunda categoria as referências à natureza que resultam do *marketing* e das escolhas do fabricante. Isso não significa que, por vezes, eles tenham de cumprir critérios (voluntários ou de fontes privadas) e que também estejam sujeitos a controle de organismos privados. Neste caso podemos dizer que a natureza cai presa ao *marketing*.

Neste caso a natureza faz mesmo parte integrante da denominação do fabricante ou da marca do produto. Por exemplo, na denominação “natural green milanesa de soja”, ou do salame vegano, a carne vegetal, o camembert vegano, a “natureza muda de natureza”, a carne não é mais carne, o animal “muda” para vegetal... As tentativas do legislador europeu de limitar esta utilização, por enquanto, não se concretizaram.

<sup>9</sup> Brasil. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. v. Artigo 4º, I.

<sup>10</sup> v. Trentini, Flavia; Cafolla, Teresa Gomes. Certificação de alimentos orgânicos brasileiros e o modelo da agricultura sustentável. In: Trentini, Flavia; Branco, Patrícia; Catalan, Marcos (coord.). *Direito e comida: do campo à mesa*. Cidadania, consumo, saúde e exclusão social. Belo Horizonte: Fórum, 2023. p. 281-308.

Podemos identificar uma terceira categoria de natureza: “a natureza humana”.

No sentido comum, “natural” seria o produto feito de maneira artesanal. O alimento artesanal é mais obra humana ou mais obra da natureza? O processo industrial seria incapaz de produzir um alimento natural?

No comércio podemos encontrar dezenas de produtos com a indicação “Feito em casa”, “segundo a receita do tio, da tia, da avó” ...

Na Europa, a menção “artesanal” refere-se, no máximo, à qualidade do fabricante (inscrito no registro de comércios) e não ao produto em si que, na maioria dos casos, incluirá ingredientes puramente industriais.

É enganoso, portanto, chamar um produto de “artesanal”, “tradicional” ou “de acordo com a receita da avó, tia ou tio ...” quando contém aromatizantes ou ingredientes industriais (conservantes ou corantes). Da mesma forma, para indicar que contém “fruta”, quando a quantidade é mínima e que contém, em vez disso, aromatizantes ou suco de fruta.

No Brasil existe uma lei para regulamentar o uso da palavra artesanal.<sup>11</sup> O produto artesanal será identificado, em todo o território nacional, por selo único com a indicação “Arte”.

A lei, contudo, não indica as características, os métodos, as práticas...com o resultado que alimentos denominados artesanais conjugam processos industriais, como é o caso do queijo minas artesanal, que leva na sua composição o coalho produzido industrialmente.<sup>12</sup>

O mesmo paradoxo repete-se na Europa no debate artesanal *versus* industrial nas indicações geográficas DOP/IGP. Ao mesmo tempo que o termo se direciona a uma ideia de naturalidade como uma oposição à industrialização, vemos que diversos alimentos protegidos para uma denominação tradicional conjugam processos industriais. As regulamentações em si mesmas não excluem a produção industrial, mas com certeza elas excluem produtos não fabricados na região da apelação protegida.

Podemos dar um exemplo de uma produção local típica: o pastel de Tentúgal. É uma indicação geográfica protegida<sup>13</sup> produzida segundo uma tradição antiga. Na doçaria portuguesa encontra-se uma grande variedade de massas folhadas e recheios com doce de ovos nos diversos tipos; os do Convento de Tentúgal seriam, porém, dos mais elaborados, e no século 19 já era conhecida a sua receita. Uma pequena pesquisa na Internet permite encontrar produtos com esta denominação fabricados industrialmente e congelados no Reino Unido ou frescos fabricados em Bruxelas... (artesanal certo, mas não de origem). Tudo isto apesar de que no caderno de especificações podemos ler que a área geográfica de produção do pastel de Tentúgal é circunscrita à vila de Tentúgal e encontra-se delimitada à nascente pela vila da Lamarosa (Concelho de Coimbra), ao norte pela aldeia da Portela, a poente pela

<sup>11</sup> Brasil. *Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018*. Altera a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, para dispor sobre o processo de fiscalização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal.

<sup>12</sup> Figueira da Costa, Carolina. Uma história do gosto em perspectiva comparada: o artesanal e o gourmet. In: Gomes Ribeiro, Cilene da Silva; Amorim Pilla, Maria Cecília Barreto; Soares, Carmen (org.). *Mesas luso-brasileiras: patrimônio alimentar, turismo sustentável e saúde*. Curitiba: Pucpress, 2021.

<sup>13</sup> União Europeia. *Regulamento de Execução (UE) 850/2013 da Comissão de 23 de agosto de 2013*. Relativo à inscrição de uma denominação no registro das denominações de origem protegidas e das indicações geográficas protegidas.

aldeia de Póvoa de Santa Cristina (freguesia de Tentúgal) e pela vila das Meãs (Concelho de Montemor-o-Velho) e ao Sul pela vala real.

## A NATUREZA COMO SINÔNIMO DE SAÚDE

Existe uma outra categoria de alimentos e da estratégia de *marketing* que usa a saúde como elemento para vender os produtos. Eu não falaria sobre suplementos alimentares ou os chamados nutracêuticos: produtos entre alimentos e medicamentos, mas de alimentos que são apresentados como saudáveis. Por exemplo, como não confiar em uma maionese que se chama “SAÚDE”?

Permite sinalizar uma publicidade que parece enganosa e abusiva. A marca Nestlé utiliza no Brasil (mas não na Europa) a indicação “Faz bem” que indica características de saúde ou efeito benéfico do consumo dos seus produtos. Ao mesmo tempo, é demasiado genérica para ser um indicação de saúde, mas também não é uma frase sem efeitos sobre o consumidor. O uso deveria ser proibido.

O consumidor não deve ser ingênuo. Especialistas em *marketing* estão desenvolvendo novas formulações a cada dia para vender a mercadoria, despertar emoções e atrair a atenção do consumidor. “Faz bem” não é um simples *slogan* publicitário, parece mais uma alegação de saúde que deveria ser proibida se não for comprovada. Muito ainda precisa ser feito para regular a publicidade de determinados produtos veiculada sem controle na imprensa ou na Internet em geral. Quantos “artigos” são publicados em revistas de saúde ou de moda acompanhados da menção, em letras pequenas, “Informe publicitário”? Na realidade, o artigo contém publicidade de forma indireta: por exemplo, um artigo que fala de um determinado problema de saúde e que contém referências só a alguns produtos específicos indicando as marcas. Quantos blogueiros fazem publicidade indireta de algumas marcas ou produtos nos blogs ou nas redes sociais? Há pessoas que vivem do seu blog graças a essa forma de *marketing*. Elas podem fazer a divulgação de um produto ou marca sob a forma de artigos nos *sites*, como ingredientes da receita do dia, ou simplesmente com uma foto no Instagram mostrando o produto acompanhado de um “like”. Um regime alimentar adequado e variado pode, em circunstâncias normais, fornecer a um ser humano todos os nutrientes necessários ao seu bom desenvolvimento e à manutenção de um bom estado de saúde, nas quantidades estabelecidas e recomendadas por dados científicos geralmente aceitos. Em circunstâncias especiais, no entanto, ou por moda, o consumidor lança-se à procura do elixir da juventude. Existe um número crescente de produtos lançados no mercado sob a forma de alimentos que constituem uma fonte concentrada de nutrientes e são apresentados como complemento aos nutrientes ingeridos em um regime alimentar normal. Muitas vezes são comercializados sob a forma de cápsulas, pastilhas, comprimidos, pílulas, pó, ampolas, frascos com conta-gotas e outras formas similares de líquido ou pó, a serem tomados em unidades de quantidade reduzida. Na realidade, além de parecerem ser fármacos, os complementos alimentares não devem ter efeitos farmacológicos, nem devem prevenir ou tratar doenças, mas pretendem ajudar a resolver alguma insuficiência. O número de farmácias não autorizadas que se encontram na Internet demonstra como é fácil ser vítima de fraude ou, pior, vítima de envenenamento por produtos “naturais”, mas que não o são. Muitas vezes esses produtos contêm substâncias ativas, ou seja, as moléculas que entram na composição de alguns



medicamentos. Os fabricantes desses produtos têm todo o interesse em que as suas poções produzam um verdadeiro efeito mágico. Você acha que ingerir um produto aparentemente inofensivo será vantajoso para a sua saúde? Você acha que esse produto não pode fazer mal? Na verdade, ele pode justamente fazer muito mal. E, no caso de estar doente, pode ser que você, numa consulta, não indique ao médico que consumiu um suplemento alimentar banal, e o médico necessitará de tempo para detectar a fonte dos seus problemas e tratá-los. Uma dica: utilize somente os medicamentos prescritos por um médico e não trate doenças com produtos comprados pela Internet. Os conselhos da vovó continuam atuais: não se emagrece com infusões de ervas milagrosas. E, embora sua avó vivesse numa época em que a pequena pílula azul ainda não existia, também parece difícil acreditar que as mesmas ervas tenham efeitos eréteis. Voltando, porém, aos suplementos, você precisa ficar atento: as embalagens fazem sonhar! Imagens sugestivas, cores vivas, marcas com nomes encantadores... Trata-se de um mercado muito lucrativo. O Brasil é o terceiro maior mercado de suplementos alimentares do mundo, depois dos Estados Unidos e da Austrália. As vendas no mundo dos suplementos dietéticos são superiores a 1,5 bilhão de dólares (quase 5 bilhões de reais) por ano.

## NATUREZA OU “TRANS-NATUREZA”?

Por outro lado, existem produtos que são imediatamente estigmatizados como sendo contra a natureza.

É impossível não mencionar o terror do século, a ameaça nuclear que pesa em nossos pratos, segundo algumas ONGs: os transgênicos. No prato do consumidor europeu eles não são encontrados, a menos que você seja um boi (mais de 90% dos alimentos para o gado são realmente produzidos a partir de transgênicos). Mesmo nesse caso, não há provas de que o DNA modificado permaneça em subprodutos, como o leite ou a carne. Quanto a uma possível contaminação por contato nos campos, é mais perigoso caminhar no dia de aplicação de pesticidas ou esterco do que correr o risco de uma “polinização” por uma criatura alterada da mãe natureza. A comida humana, pelo menos na Europa, não contém transgênicos simplesmente porque a indústria alimentar tem medo da reação dos consumidores e de ONGs. No Brasil a situação é diferente. Os transgênicos são organismos, como plantas, animais ou microrganismos (bactérias, vírus), cujo patrimônio genético foi alterado artificialmente a fim de dar-lhes uma nova propriedade (resistência a uma doença causada por uma praga ou inseto, melhoria na qualidade ou valor nutricional de um alimento, ampliar a produtividade das culturas, aumentar a tolerância de uma planta a um herbicida). Sua utilidade está longe da unanimidade. Se tivessem realmente resolvido o problema da fome no Terceiro Mundo ou removido da face da Terra algumas doenças, nós saberíamos. No caso brasileiro, agora o consumidor sabe se está comprando, por exemplo, um produto que contém transgênico ou se foi produzido com transgênico quando a embalagem traz um “T” dentro de um triângulo amarelo. O *lobby* agroindustrial tentou retirar essa obrigatoriedade no caso dos alimentos processados. A razão para isso seria que a presença do DNA transgênico não é detectável por análise em alimentos processados. Isso significaria que muitos produtos hoje rotulados como transgênicos deixarão de sê-lo. Isso seria um sucesso do *lobby* agroindustrial e um retrocesso no direito do consumidor de ser informado sobre os alimentos que contêm transgênicos ou que foram produzidos com eles, especialmente se você pensar na quantidade de produtos

processados que contêm derivados de soja ou milho que podem ser transgênicos. De momento, o projeto de lei foi arquivado no final da legislatura passada. Mais preocupante é o fato de o Brasil ter uma superfície agrícola enorme, mas a parte consagrada ao orgânico diminui a cada ano em vez de aumentar e também o número de agrotóxicos aumenta cada ano.

## A FERRAMENTA PELO CONSUMIDOR

Como encontrar a verdadeira natureza? Como reconhecer falsos produtos naturais e verdadeiros produtos químicos?

Para alguns você precisa de um aplicativo; para outros de uma cor (verde) e letras (ABCDE).<sup>14</sup>

Um instrumento é disponibilizado aos consumidores pelo legislador europeu e também no Brasil: este instrumento não precisa de um aplicativo, nem estudos aprofundados, nem um código de cores para entendê-lo e usá-lo. Ele é mesmo gratuito: você só tem que ligar seu cérebro.

Saiba que na embalagem há dois tipos de informações: as obrigatórias e as voluntárias, ou seja, o *marketing*. Se você acha que não tem tempo para ler todas as informações que aparecem no rótulo dos alimentos, comece por deixar de lado a publicidade ou o *marketing* e concentre-se em uma única coisa: a lista dos ingredientes. Nas informações ao consumidor, duas grandes regras devem ser respeitadas: a) a rotulagem deve ser justa e não deve induzir o consumidor a erro (a composição do produto, sua origem, quantidade, durabilidade, fabricação, características); b) a rotulagem deve incluir informações objetivas para o consumidor. Elas devem ser escritas precisamente e serem fáceis de entender. O rótulo, usado pelos fabricantes como uma isca de comercialização, é o cartão de identidade do produto, e, como tal, deve ter dados verdadeiros e verificáveis e, acima de tudo, deve ser acompanhado de imagens correspondentes à realidade do produto. O risco de enganar o consumidor médio pode ser avaliado levando-se em conta a lista de ingredientes, que é obrigatória e representa um parâmetro básico para determinar a escolha do consumidor, mas também devem ser considerados outros elementos que possam contribuir para distorcer a livre escolha com informações enganosas: publicidade ou efeitos emocionais causados por imagens que representam os ingredientes ou a denominação. Vendedores, não de comida, mas de sensações ou emoções, têm lugar cativo nas novelas! Quando você está no supermercado, não precisa ouvir contos de fadas sobre o alimento, mas comprar verdade. Infelizmente, muitas vezes o *marketing* é usado para apresentar um discurso ou fazer uma representação gráfica que possa tornar a informação da realidade mais bonita ou induzir o consumidor ao erro. Um exemplo: o nome e a imagem de um fruto amazônico aparecem em primeiro plano e constituem, inclusive, a marca do produto (que você adivinharia sem dificuldade nenhuma). O produto contém só um extrato de ambos. Numa versão recente “preta”, não somente desapareceu o açaí da imagem e da denominação, mas também dos ingredientes, exceto a menção “sabor açaí”. O fato é que a simples presença do aroma natural

<sup>14</sup> v. Nutriscore na França ou Traffic light system no UK e, ainda, Bianchi, Daniele. Feu rouge pour les informations nutritionnelles complémentaires en étiquette! *Revue de droit rural*, Paris, n. 462, p. 16-21, avril 2018.

de açaí na composição da bebida autoriza o fabricante a se apoderar do nome da fruta, mas não obriga você a comprar a tal bebida. Resumindo: evite todos os produtos que escondem a verdadeira natureza de produtos químicos atrás de sabores, aromas ou simplesmente imagens. Dessa forma, se você quiser experimentar novidades, compre bebidas orgânicas, que são mais gostosas e naturais, apesar de serem mais caras. O que se vê com frequência são embalagens em que se destaca a presença – ou ausência – de componentes que são próprios de alimentos de igual natureza. Ou pior, equiparar alimentos que não são comparáveis: por exemplo, chocolates que demonstram, mediante ilustração, que o consumo de determinada quantidade equivale ao consumo de um copo de leite.

Na selva de puro *marketing*, na floresta de referências e indicações que invadem todos os espaços das embalagens de alimentos, nem sempre é fácil para o consumidor separar o trigo do joio. A lista de ingredientes é uma área protegida nesse pântano do *marketing* desenfreado. Convido o consumidor a lê-la cuidadosamente. Talvez seja preciso andar com uma lupa, porque as letras lembram mais aquelas cláusulas vexatórias escondidas, típicas dos contratos de bancos ou companhias de seguros. Você vai descobrir uma riqueza de informações prestando atenção a três elementos: a ordem, o número e os nomes dos ingredientes. A lista de ingredientes deve estar em ordem decrescente de quantidade utilizada para a fabricação do alimento. Então, o primeiro ingrediente é aquele que está em maior quantidade no produto, e o último, em menor quantidade. Ao saber que os ingredientes são listados em ordem decrescente, você irá descobrir que, em vez de comprar uma sopa de legumes, você está comprando água salgada; em vez de um suco de frutas, água com açúcar aromatizado. Por tudo isso você também paga caro, e por litro. Escolha sempre produtos que tenham a lista de ingredientes mais curta. Em geral, quanto mais curta é a lista, maior é a probabilidade de ser um produto “natural” ou não transformado. No comércio no Brasil, você pode encontrar um produto com mais de 30 ingredientes, dos quais mais da metade são aditivos, para um macarrão instantâneo que é tratado “por processo de irradiação” também!<sup>15</sup> A regra de ouro do Guia Alimentar para a População Brasileira – obra elaborada e disponibilizada gratuitamente pelo Ministério da Saúde – é: “Prefira sempre alimentos in natura ou minimamente processados e preparações culinárias a alimentos ultraprocessados” – a qual também deve inspirar a legislação de todo o mundo e guiar o consumidor na selva das informações do rótulo.

## INGREDIENTES ANTI-NATURAIS

Se você tiver tempo, leia os nomes dos ingredientes. Eles aparecem com o nome específico, exceto os aditivos, que podem ser indicados por um número. Se você encontrar um ou dois desses entre os ingredientes do produto, ainda pode ser aceitável. Cinco, seis, dez? Gentilmente, coloque-o de volta na prateleira, sem agité-lo ... Você lidou com um produto químico, e não com um gênero alimentício. Não é normal fazer uma maionese usando ovos, limão, azeite, mostarda, uma pitada de sal e pimenta? Ou uma mousse de chocolate usando apenas ovos frescos e um bom chocolate? Por que, então, os que são vendidos

<sup>15</sup> Bianchi, Daniele. *Guia rápido para não comer m..., ou como reconhecer falsos produtos naturais e verdadeiros produtos químicos!* São Paulo: Matrix, 2019a. p. 36.

no supermercado têm uma longa lista de ingredientes, que nem sempre começa com os naturais, mas com ingredientes que você nunca usaria numa mousse ou numa maionese caseira? Já viu os ingredientes de maionese industrializada? Água, óleo vegetal, amido modificado, açúcar, cloreto de potássio, aromas... antes de encontrar o primeiro ingrediente “normal”, ovos, mas, nesse caso, pasteurizados e seguidos de uma longa e rica ladainha de produtos químicos. Complementada, às vezes, por uma indicação de que “pode conter ovos”. Ressaltar um ingrediente que normalmente faz parte da composição do alimento também é inaceitável. “Maionese preparada com ovo”: toda maionese deve ter ovos em sua composição. Assim, chega a ser um absurdo que o fabricante tenha que afirmar que a sua é a “verdadeira maionese”, que contém mesmo “ovos caipiras”. Lendo a lista dos ingredientes, você descobrirá que são ovos pasteurizados, o que significa que eles são aquecidos a uma temperatura de mais de 60°C durante um tempo, matando todos os micróbios e, ao mesmo tempo, os nutrientes dos caipiras... Mas como descobrir os intrusos? Já foi dito que os aditivos têm um número, e há mais de uma razão para evitá-los. Às vezes os produtos contêm outros aditivos, que não aparecem na lista dos ingredientes. Trata-se de substâncias utilizadas para facilitar uma fase de fabricação do alimento. Seu uso pode deixar a presença não intencional de resíduos inevitáveis. Eles incluem produtos alvejantes (para depenar aves), agentes para clarificação ou filtração, lavagens, biocidas, metais pesados, solventes, resinas, formol, gás, óleo. Desculpe-me por estragar seu apetite.

Outra coisa estranha que você pode encontrar na lista dos ingredientes são os aromas. Os aromas são produtos usados para “melhorar” o sabor dos alimentos. É triste ver como o significado comum da palavra “aroma” (“essência odorífera agradável; perfume; fragrância”) e o seu poder evocativo (o aroma de café, do vinho) são usados, sendo que o alimento passou por processos químicos para restaurar o sabor que perdeu – ou que nunca teve – por causa de seus métodos de fabricação. Eles podem ser artificiais (criados por reações químicas de síntese, em laboratórios) ou naturais (de origem vegetal, animal ou microbiológica). No Brasil existe uma terceira categoria: “aromas (sintéticos) idênticos aos naturais”.<sup>16</sup> Atualmente, a maioria dos aromas usados são “idênticos aos naturais”. A diferença entre um idêntico e um autêntico está no método de obtenção das moléculas. Enquanto nos aromas naturais as moléculas são obtidas a partir de produtos de origem animal ou vegetal, por processos físicos, os demais são criados por reações químicas de síntese em laboratórios. O fato é que os “idênticos” são “aromas sintéticos” que possuem as mesmas moléculas aromáticas dos naturais, e isso não justifica o nome que têm.

Trata-se de outro exemplo de linguagem do *marketing* para permitir à indústria esconder a verdadeira natureza do ingrediente: os “aromas idênticos” são aromas artificiais, sintéticos, químicos, industriais – esses são os sinônimos a usar, não a expressão enganadora “idêntico ao natural”, que só significa que são mais baratos para a indústria. Os aromas não são considerados aditivos, mas ingredientes. Na verdade, eles não são consumidos como tal, mas são incorporados aos alimentos para dar-lhes um cheiro (perfume) ou um gosto particular (sabor). Na prática, são usados para “reconstruir” o sabor de um produto transformado para torná-lo mais parecido com o original. E eles têm a vantagem de ajudar na preservação do

<sup>16</sup> Brasil. Resolução da Diretoria Colegiada RDC nº 725, de 01/07/2022. Dispõe sobre os aditivos alimentares aromatizantes.

produto e no armazenamento, para que permaneça disponível por muito mais tempo, como qualquer produto químico – em contraste com os frutos frescos e maduros cujo aroma eles pleiteiam. Em geral, para os outros intrusos, a escolha é fácil: deixe de lado os produtos cujos ingredientes têm nomes que você não conhece, que parecem saídos de uma receita de feitiçairas ou de um restaurante de Star Trek. Os ingredientes devem ser claramente indicados. Liberdade de expressão é apenas um meio para enganar você.

## O ENGANO DA NATUREZA NO RÓTULO E NAS IMAGENS

Da mesma forma, é enganoso indicar que “contém fruta”, quando a quantidade dela é mínima e em vez disso há aromas ou corantes – e a maior parte da fruta que há é aquela que aparece na foto da embalagem.

A preocupação, que parece ser compartilhada para toda a doutrina brasileira,<sup>17</sup> que o rótulo atua como um importante influenciador “mudo” na avaliação dos consumidores antes das compras, na ordem jurídica europeia já foi considerada pelo Tribunal de Justiça da União Europeia, a máxima autoridade jurídica. Num primeiro tempo a jurisprudência do Tribunal de Justiça reconheceu que os consumidores, cuja decisão de comprar é, nomeadamente, determinada pela composição do produto que têm a intenção de adquirir, leem em primeiro lugar a lista dos ingredientes cuja menção é obrigatória.<sup>18</sup> Num segundo tempo, o Tribunal reconheceu que a circunstância de a lista dos ingredientes figurar na embalagem do produto em causa no processo principal não permite, por si só, excluir que a rotulagem deste produto e as modalidades em que é realizada possam ser de natureza a induzir ao erro o comprador. Na prática, entre os vários elementos que compõem a rotulagem (menções, indicações, marcas de fabrico ou de comércio, imagens ou símbolos) alguns podem ser falsos, errados, ambíguos, contraditórios ou incompreensíveis. Por isso o Tribunal afirmou que a lista dos ingredientes pode, em determinadas situações, mesmo que seja exata e exhaustiva, ser inapta para corrigir, de maneira satisfatória, a impressão errada ou equívoca do consumidor no que respeita às características de um gênero alimentício que resulta dos outros elementos que compõem a rotulagem deste gênero alimentício.<sup>19</sup>

No caso em apreço, os vendedores de “imagens” usaram no rótulo da infusão de frutos, imagens de framboesa e de flor de baunilha, quando na lista dos ingredientes só constam aromas. O Tribunal considera que um consumidor médio, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado, não pode só confiar na lista dos ingredientes.

Examinamos também um exemplo no Brasil. Quando você vai ao supermercado e compra um suco, sabe dizer se é realmente um suco ou se se trata de um néctar? Sabe a

<sup>17</sup> v. Catalan, Marcos. O novo modelo de rotulagem alimentícia aprovado no Brasil: notas gestadas entremeio à fragmentação do direito e a proteção normativamente prometida aos consumidores. In: Trentini, Flavia; Branco, Patrícia; Catalan, Marcos (coord.). *Direito e comida: do campo à mesa. Cidadania, consumo, saúde e exclusão social*. Belo Horizonte: Fórum, 2023. p. 146 e a doutrina citada em notas 19-25.

<sup>18</sup> v. União Europeia. Tribunal de Justiça. Quinta Seção. *Processo C-51/94*, Rel. Moitinho de Almeida, 26 out. 1995. Disponível em <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:61994CJ0051>. Acesso em 03 jul. 2023 e, ainda, União Europeia. Tribunal de Justiça. Primeira Seção. *Processo C-465/98*, Rel. Wathelet, 4 abr. 2000. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX:61998CJ0465>. Acesso em: 3 jul. 2023.

<sup>19</sup> v. União Europeia. Tribunal de Justiça. Nona Seção. *Processo C-195/14* (Acórdão Teekanne), Rel. Safjan, 4 jun. 2015. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A62014CJ0195>. Acesso em: 3 jul. 2023.

diferença entre eles?<sup>20</sup> Qual contém mais polpa de fruta? Quando se trata de escolher um verdadeiro suco e não água açucarada e aromatizada, evite os refrescos, sobretudo o pó para refresco. O suco de fruta em pó para misturar com água tecnicamente não é uma bebida, porque não está pronto para beber. Também não é suco, porque a quantidade de suco ou polpa de fruta é de aproximadamente 1% antes de ser misturado com água. O custo é acessível porque você está comprando açúcar, e não fruta! O açúcar é mais de 70% do produto, 1% é a polpa e o resto são aditivos! Então por que comprar os sucos de caixa se, de maneira geral, apresentam muito pouca quantidade de suco de fruta e muitos aditivos e corantes? Os fabricantes chegam a calcular a porcentagem de polpa após a diluição em até dois décimos depois da vírgula! Os brasileiros parecem esquecer da boa sorte que têm. Não me refiro o feito que no Brasil, pela legislação, há mais de dez categorias de bebidas que o consumidor pode reconhecer como “suco”. O Brasil é o país da fruta! Apesar de ser um dos maiores países exportadores de fruta fresca do mundo, a população consome pouco esse alimento. Sabendo que mesmo o suco integral ou a polpa extraída, congelada e bem armazenada, não garantem os nutrientes de uma boa fruta fresca ou sem agrotóxicos, efetivamente, qual é a vantagem de comprar um suco de fruta aromatizado? Se há aromas artificiais ou sintéticos, isso só significa que as frutas usadas foram tão processadas que o produto final perdeu todo o seu aroma ou a fruta já era de péssima qualidade desde o início. A mesma coisa vale para sucos que são resultado da reconstituição em laboratório de todos os componentes que naturalmente deveriam estar presentes. Até as células de laranja! Infelizmente, há outras indicações que não aparecem na embalagem. Por exemplo, não há nenhuma exigência para indicar a adição de vitaminas ou minerais que muitas vezes são perdidos durante o processamento do produto. Vale o mesmo para as vitaminas sintéticas que substituíram as naturais. Qual é o interesse de comprar uma água de coco em caixinha quando você se arrisca a comprar “água de coco concentrada reconstituída”? “Reconstituída” a partir do quê? Melhor não saber. Melhor não comprar! Se o critério da utilidade para o consumidor fosse aplicado estritamente, isso se traduziria na proibição do uso dessas técnicas nos produtos. Não são saudáveis? Ninguém pode dizer com certeza. A questão é outra: quem precisa disso? A indústria. Em pequenas quantidades, provavelmente eles são inofensivos, mas, adicionados ao coquetel resultante de todos os alimentos que ingerimos, ninguém pode saber. A necessidade para o consumidor é muito questionável.

## EDUCAR A RECONHECER A NATUREZA DOS ALIMENTOS

Deixar o papel de informar o consumidor nas mãos da indústria não seria somente contrário à Constituição brasileira ou aos Tratados europeus, mas também seria como deixar a gestão do armazenamento do queijo aos ratos. Só o legislador pode intervir! De duas maneiras complementares: por meio de uma política de educação ou da imposição de modelos de hábito alimentar. É falso dizer que todas as medidas a serem adotadas trariam custos insuportáveis e que, no final, o custo seria transferido ao consumidor. Há uma falsa ideia de que investir em informação para os consumidores, fornecendo alimentos naturais

<sup>20</sup> Brasil. *Lei nº 8.918, de 14 julho 1994*. Dispõe sobre a obrigatoriedade de registro, padronização, classificação, inspeção e fiscalização da produção e do comércio de bebidas.

e de qualidade, aumenta os custos e que nem todos os consumidores estariam preparados para pagar por isso. Você pode imaginar os interesses que estão por trás dessas ideias. A ideia de que a comida deve ser sempre mais barata precisa levar o consumidor a refletir. Há um provérbio popular que diz: “Há queijo de graça só em uma ratoeira” É claro que tudo tem um custo. “Exceto os valores”, como dizia o filósofo Nietzsche. O que é importante é a conscientização do consumidor e do seu poder. Para isso, não há coisa melhor que uma boa educação alimentar. Os esforços feitos pelo governo brasileiro que resultaram no Guia Alimentar para a População Brasileira<sup>21</sup> renderam elogios do mundo inteiro. Esse documento apresenta um conjunto de informações e recomendações sobre alimentação que objetivam promover a saúde de pessoas, famílias e comunidades e da sociedade brasileira como um todo. O Guia ousa colocar no topo da lista das recomendações os princípios de que a alimentação é mais do que ingestão de nutrientes e atrai a atenção do consumidor para um consumo alimentar social e ambientalmente sustentável de alimentos *in natura* ou minimamente processados, entretanto as recomendações desse Guia não são mais suficientes. Por um lado, obter “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com a quantidade, características, composição, qualidade, preço e riscos que apresentam”, tal como previsto no Código de Defesa do Consumidor (CDC), é um direito básico dos consumidores. Por outro lado, pesquisas feitas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) ou por associações de consumidores mostram que as regras existentes de informação nutricional nos rótulos dos alimentos no Brasil não garantem o direito à informação sobre sua composição e qualidade nutricional, devido a vários problemas de compreensão do conteúdo e exibição de mensagens contraditórias na frente da embalagem. Não fazer nada é negligência diante da situação grave da saúde da população brasileira. As mesmas razões dramáticas levaram o Chile a adotar novas regras radicais. A lei do Chile<sup>22</sup> pode ser considerada de vanguarda sob diferentes aspectos. Ela decreta a interdição de venda e de publicidade de alimentos muito calóricos ou com excesso de alguns nutrientes (gordura saturada, sal e açúcar) nas escolas de Ensino Fundamental. A interdição aplica-se também à publicidade (em particular com uso de gadgets, jogos, adesivos de personagens animados da televisão) e à distribuição gratuita desses alimentos a crianças menores de 14 anos. As escolas têm a obrigação de organizar cursos de educação alimentar e esportiva. No rótulo dos alimentos a lei impõe que se indique, dentro de um octógono escuro com letras brancas, colocado na frente do pacote, o conteúdo em excesso de calorias, gordura saturada, açúcares e sal. É como a placa de trânsito de “Pare”. O uso dessas regras e cores têm como resultado estigmatizar certos produtos. Essa marcação ajuda os consumidores a identificar imediatamente o produto cujo conteúdo seja rico em gordura, açúcar ou sal. Nenhum refrigerante (com exceção de *light* ou zero) e nenhum cereal de café da manhã (exceto os não processados) no momento da adoção da lei no Chile fugiu ao octógono preto. A informação nutricional na forma de uma tabela é obrigatória no Brasil. A sua leitura é importante porque, a partir das informações nutricionais, você pode fazer escolhas mais saudáveis para você e sua família. O problema é que a tabela é tão complicada que é preciso um diploma de nutricionista para ler e compreender as informações, sabendo que

<sup>21</sup> Organização Pan-Americana da Saúde. *Guia Alimentar para a População Brasileira*. Disponível em: <https://www.ibes.med.br/guia-alimentar-para-a-populacao-brasileira/>. Acesso em: 27 jun. 2023.

<sup>22</sup> Chile. *Ley 20.606, de 06 junio 2012*. Sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad.

ela também é enganadora, porque só fornece o conteúdo de 4 ou 5 nutrientes, comparados aos mais de 40 de que o organismo precisa por dia. Você também precisa de cálculos para compreender o percentual de valores diários (% VD). Esse é um número em percentual que indica quanto o produto em questão apresenta de energia e nutrientes em relação a uma dieta de 2.000 calorias.

Entre o modelo europeu e o modelo chileno,<sup>23</sup> o Brasil adotou um modelo adaptado<sup>24</sup> do modelo chileno, não sem dificuldades. Podemos discutir sobre o efeito da lupa, que aparece no modelo brasileiro, comparado ao modelo octogonal chileno ou ao triangular inicialmente examinado.<sup>25</sup> O que é claro é que o modelo brasileiro não encontra a mesma crítica do modelo europeu, onde, atrás das cores, esconde-se um algoritmo que pode ser alterado para dar uma avaliação melhor ou pior para uma categoria de produtos. O modelo brasileiro, como o modelo chileno, indica diretamente ao consumidor o “problema” no produto (só para três nutrientes). Infelizmente o legislador brasileiro não teve a coragem, apesar de ter a competência,<sup>26</sup> do legislador chileno de acompanhar o modelo com medidas de interdição de publicidade ou venda nas escolas para menores dos produtos com valores excessivos nos nutrientes que fazem objeto da informação.<sup>27</sup>

O modelo europeu, na realidade, é a melhor maneira de promover produtos industriais e ultraprocessados, em que, ao contrário de produtos compostos de um único ou poucos ingredientes, os muitos componentes da formulação podem ser diferentemente trabalhados em suas porções ou substituídos por produtos químicos. Um sistema eficaz, transparente e educacional deve permitir o reconhecimento dos produtos que não usam nenhum ingrediente químico (aditivos e aromas artificiais em primeiro lugar) e que não tenham sido objeto de processos altamente industriais. A marcação em cores, não importa o que dizem os seus defensores, não permite identificar os alimentos “bons” ou “ruins”. Os produtos ultraprocessados são caracterizados por uma longa lista de ingredientes que inclui elementos que normalmente você não pode obter com facilidade, a menos que seja um empresário ou um químico (por exemplo, óleo hidrogenado, proteínas hidrolisadas, maltodextrina, açúcares invertidos, amidos e xaropes para usos variados). Ou, ainda, produtos que foram submetidos a processos altamente tecnológicos que não estão disponíveis em sua cozinha,

<sup>23</sup> v. Bianchi Daniele. Current experience with nutritional information in the EU and Chile: how Brazil could benefit. In: Flores, Renato; Martin, Francine (ed.). *Trade and commercial interactions in the Atlantic Basin: present and future issues*. [S. l.]: Jean Monnet Network on Atlantic Studies, 2019b.

<sup>24</sup> v. Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *RDC 429/2020*. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados e, ainda, Teixeira, Lucas de Vasconcelos; Hoff, Tânia Márcia Cesar. Novo padrão brasileiro de rotulagem de alimentos embalados: modelos, discursos e controvérsias. *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, São Paulo, v. 18, n. 36, p. 212-224, maio/ago. 2021.

<sup>25</sup> v. Catalan, Marcos. O novo modelo de rotulagem alimentícia aprovado no Brasil: notas gestadas entremédio à fragmentação do direito e a proteção normativamente prometida aos consumidores. In: Trentini, Flavia; Branco, Patrícia; Catalan, Marcos (coord.). *Direito e comida: do campo à mesa*. Cidadania, consumo, saúde e exclusão social. Belo Horizonte: Fórum, 2023. p. 150 et seq.

<sup>26</sup> v. Chaddad, Maria Cecília Cury. Competência da Agência Nacional de Vigilância Sanitária para regular a publicidade de alimentos na visão dos tribunais superiores: uma análise da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça e do Supremo Tribunal Federal. In: Trentini, Flavia; Branco, Patrícia; Catalan, Marcos (coord.). *Direito e comida: do campo à mesa: cidadania, consumo, saúde e exclusão social*. Belo Horizonte: Fórum, 2023. p. 259-280.

<sup>27</sup> v. Girardi, Guido. La Ley chilena de etiquetado nutricional: un primer paso contra una pandemia silenciada. In: FAO. *Sistemas alimentarios en América Latina y el Caribe: desafíos en un escenario pospandemia*. Panamá: FAO; Cides, 2021. p. 95-120.



mas sim em um laboratório (por exemplo, irradiação, recombinação, adição ou subtração de componentes). A indústria será capaz de manipular as fórmulas de um produto ao subtrair calorias, gordura e açúcar, enquanto adiciona aromas e conservantes e envia o produto para tratamentos a fim de imitar o alimento representado na foto da embalagem. Esses produtos são relativamente baratos e especialmente preparados para consumo imediato ou para serem aquecidos no micro-ondas, dando-lhe a ilusão de que o tempo ganho contribuiria para o seu bem-estar. Tudo é apresentado em embalagens atraentes, cobertas com imagens atrativas e, provavelmente, alegações de saúde e um código de cor. Tais produtos geralmente pertencem àquela dúzia de multinacionais que controlam a produção de alimentos do planeta. Em vez de referir os perfis nutricionais que podem ser manipulados ou criados artificialmente por processos industriais e não têm nada a ver com a qualidade de um produto, seria muito mais fácil distinguir, no rótulo, a comida em três categorias e cores, em um processo baseado na versão simplificada do modelo desenvolvido no Brasil pelo professor Monteiro,<sup>28</sup> que sugere quatro grupos de alimentos, com base no seu grau de transformação: alimentos frescos, ingredientes de cozimento, alimentos processados e ultraprocessados:

- Tradicional ou natural: cor verde (sem nenhum conservante ou aditivo ou transgênicos, açúcares ou vitaminas adicionados e nenhum tratamento – tais como a substituição de componentes de um ingrediente, injeção de água, irradiação – para além da simples mistura de ingredientes ou de cozimento ou congelamento).
- Processado: cor amarela (com incorporação de aditivos, aromas ou corantes ou que tenha passado por algum processo industrial).
- Ultraprocessado: cor vermelha (incorpora mais de cinco aditivos, conservantes, incluindo todo o processo industrial). Essa proposta tem a vantagem de ser simples e útil, porque pretende incentivar os consumidores a usar ingredientes básicos e, portanto, a redescobrir a boa comida e princípios alimentares saudáveis.<sup>29</sup>

## CONCLUSÕES

A indústria de alimentos, na sua corrida ao lucro, perde de vista esses princípios: a boa comida está agora confinada a programas televisivos, o comer “saudável” é o resultado de manipulação de laboratório e rotulagem alusiva (“light”, “zero” e hoje o “verde” dos códigos). A solução está no cerne do problema: promover uma dieta equilibrada com uma educação alimentar.

O legislador brasileiro ou europeu, porém, não é uma entidade abstrata que impõe regras a partir das míticas cidades de Brasília ou Bruxelas. Sem a contribuição do “cidadão consumidor”, nenhuma dessas regras faria sentido. O consumidor deve estar ciente do seu poder. Ele não tem de se contentar com um alimento reconhecido como bom em virtude da ausência de componentes ou resíduos nocivos (pesticidas, antibióticos). Em vez disso,

<sup>28</sup> Monteiro, Carlos Augusto *et al.* Dietary guidelines to nourish humanity and the planet in the twenty-first century. A blueprint from Brazil. *Public Health Nutr*, Cambridge, n. 18, p. 2.311-2.322, 2015. Monteiro, Carlos Augusto; Levy, Renata Bertazzi (ed.). *Velhos e novos males da saúde no Brasil*: de Geisel a Dilma. São Paulo: Hucitec; Nupens-USP, 2015. v. 1.

<sup>29</sup> Bianchi, Daniele. *Comment lire l'étiquette d'un aliment et reconnaître faux produits naturels et vrais produits chimiques!* Paris: Les points sur les i, 2017. p. 15. Bianchi, Daniele. Feu rouge pour les informations nutritionnelles complémentaires en étiquette! *Revue de droit rural*, Paris, n. 462, p. 16-21, avril 2018. p. 20.

deve exigir que cada alimento tenha o sabor e os nutrientes que deve ter naturalmente, no entanto a maioria dos produtos transformados são a reconstituição do produto natural com a adição de aromas e aditivos, graças ao emprego de técnicas e procedimentos de manuseio de ingredientes que são subtraídos para serem repostos, desidratados para serem reidratados, tratados termicamente por perder suas vitaminas para serem revitaminados, acidificados, adoçados... Todas essas incríveis misturas químicas podem, por um lado, respeitar o perfil nutricional dos alimentos ditos em conformidade com as regras e, por outro lado, perfeitamente imitar a aparência, o sabor e o aroma dos pratos mais típicos, sem conter os ingredientes mais típicos! Uma dieta equilibrada baseia-se em comer alimentos variados e quantidades razoáveis de cada um deles. O equilíbrio é adquirido com a educação. A educação requer boas informações. Essa é a verdadeira batalha para os consumidores e o ponto de referência para qualquer sistema de informação. É por isso que a legislação deve permitir que os consumidores sejam capazes de distinguir os ingredientes “naturais” (que se espera sejam encontrados em alimentos básicos por tradição ou simples lógica) dos ingredientes “industriais” ou “artificiais”. A proteção da saúde pública e dos consumidores é um princípio universal. As soluções já encontradas em um país podem ser compartilhadas para orientar as escolhas razoáveis dos legisladores nacionais, porém de interesse do consumidor.

Na alimentação diária não faz sentido a proibição de um ou outro alimento. Como mencionado, o segredo é o equilíbrio: só comer produtos com um logotipo verde baseado em critérios aproximados não garantirá nunca uma dieta equilibrada. O equilíbrio vem por meio da educação. Por que não dar uma última dica, tão velha quanto o mundo? Variar as marcas e os locais de compra, comer um pouco de tudo, com ênfase em frutas e vegetais frescos, sem esquecer a proteína animal. Assim você pode minimizar o risco, como ensinado pelo intrépido Mitrídates, que tomava pequenas doses de veneno a cada dia, para imunizar-se. Nada diferente de uma aplicação antecipada do princípio de precaução, enquanto se aguarda a legislação introduzir um princípio que deveria inspirar a defesa do consumidor: não permitir nenhum método de tratamento ou ingrediente ou componente que não tenha utilidade direta e imediata para o consumidor e a sua saúde. Assim a verdadeira natureza pode triunfar.

## REFERÊNCIAS

BIANCHI, Daniele. *Comment lire l'étiquette d'un aliment et reconnaître faux produits naturels et vrais produits chimiques!* Paris: Les Points Sur Les I, 2017.

BIANCHI, Daniele. Feu rouge pour les informations nutritionnelles complémentaires en étiquette! *Revue de droit rural*, Paris, n. 462, p. 16-21, avril 2018.

BIANCHI, Daniele. *Guia rápido para não comer m..., ou como reconhecer falsos produtos naturais e verdadeiros produtos químicos!* São Paulo: Matrix, 2019a.

BIANCHI Daniele. Current experience with nutritional information in the EU and Chile: how Brazil could benefit. In: FLORES, Renato; MARTIN, Francine (ed.). *Trade and commercial interactions in the Atlantic Basin: present and future issues*. [S. l.]: Jean Monnet Network on Atlantic Studies, 2019b.

CATALAN, Marcos. O novo modelo de rotulagem alimentícia aprovado no Brasil: notas gestadas entremeio à fragmentação do direito e a proteção normativamente prometida aos consumidores. In: TRENTINI, Flavia; BRANCO, Patrícia; CATALAN, Marcos (coord.). *Direito e comida: do campo à mesa*. Cidadania, consumo, saúde e exclusão social. Belo Horizonte: Fórum, 2023.

CHADDAD, Maria Cecília Cury. Competência da Agência Nacional de Vigilância Sanitária para regular a publicidade de alimentos na visão dos tribunais superiores: uma análise da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça e do Supremo Tribunal Federal. In: TRENTINI, Flavia; BRANCO, Patrícia; CATALAN, Marcos (coord.). *Direito e comida: do campo à mesa*. Cidadania, consumo, saúde e exclusão social. Belo Horizonte: Fórum, 2023.

- GOMES RIBEIRO, Cilene da Silva; AMORIM PILLA, Maria Cecília Barreto; SOARES, Carmen (org.). *Mesas luso-brasileiras: patrimônio alimentar, turismo sustentável e saúde*. Curitiba: PUCPRESS, 2021.
- GOMES RIBEIRO, Cilene da Silva; SOARES, Carmen (coord.). *Mesas luso-brasileiras: alimentação, saúde & cultura*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2018. v. 1.
- FIGUEIRA DA COSTA, Carolina. Uma historia do gosto em perspectiva comparada: o artesanal e o gourmet. In: GOMES RIBEIRO, Cilene da Silva; AMORIM PILLA, Maria Cecília Barreto; SOARES, Carmen (Org.). *Mesas luso-brasileiras: patrimônio alimentar, turismo sustentável e saúde*. Curitiba: PUCPRESS, 2021.
- GIRARDI, Guido. La Ley chilena de etiquetado nutricional: un primer paso contra una pandemia silenciada. In: FAO. *Sistemas alimentarios en América Latina y el Caribe: desafíos en un escenario pospandemia*. Panamá: FAO; Cides, 2021. p. 95-120.
- GRASSI NETO, Roberto. *Segurança alimentar*. São Paulo: Saraiva, 2013.
- MONTEIRO, Carlos Augusto *et al.* Dietary guidelines to nourish humanity and the planet in the twenty-first century. A blueprint from Brazil. *Public Health Nutr*, Cambridge, n. 18, p. 2.311-2.322, 2015.
- MONTEIRO, Carlos Augusto; LEVY, Renata Bertazzi (eds.). *Velhos e novos males da saúde no Brasil: de Geisel a Dilma*. São Paulo: Hucitec; Nupens-USP, 2015. v. 1.
- TEIXEIRA, Lucas de Vasconcelos; HOFF, Tânia Márcia Cesar. Novo padrão brasileiro de rotulagem de alimentos embalados: modelos, discursos e controvérsias. *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. São Paulo, v. 18, n. 36, p. 212-224, maio/ago. 2021.
- TRENTINI, Flavia; CAFOLLA, Teresa Gomes. Certificação de alimentos orgânicos brasileiros e o modelo da agricultura sustentável. In: TRENTINI, Flavia; BRANCO, Patrícia; CATALAN, Marcos (coord.). *Direito e comida: do campo à mesa. Cidadania, consumo, saúde e exclusão social*. Belo Horizonte: Fórum, 2023.
- UNIÃO EUROPEIA. Tribunal de Justiça. Quinta Seção. *Processo C-51/94*, Rel. Moitinho de Almeida, 26 out. 1995. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:61994CJ0051>. Acesso em: 3 jul. 2023.
- UNIÃO EUROPEIA. Tribunal de Justiça. Primeira Seção. *Processo C-465/98*, Rel. Wathelet, 4 abr. 2000. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX:61998CJ0465>. Acesso em: 3 jul. 2023.
- UNIÃO EUROPEIA. Tribunal de Justiça. Nona Seção. *Processo C-195/14 (Acórdão Teekanne)*, Rel. Safjan, 4 jun. 2015. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A62014CJ0195>. Acesso em: 3 jul. 2023.
- VIEIRA, Luciane Klein; FRAINER, Victória Maria. A rotulagem dos alimentos na União Europeia e a proteção do consumidor: um caminho para a sustentabilidade? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 141, p. 359-382, maio/jun. 2022.

Todo conteúdo da Revista Direitos Humanos e Democracia  
está sob Licença Creative Commons CC – By 4.0.