CENTRO EDUCACIONAL DE ENSINO SUPERIOR DE PATOS - CEESP
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE PATOS - UNIFIP
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO

IARA LUCENA DE FRANÇA

OS RÓTULOS ENGANOSOS COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL MULTIFOCAL NOCIVA À INTEGRIDADE CONCORRENCIAL NO MERCADO E À LIVRE ESCOLHA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

PATOS
2026

IARA LUCENA DE FRANÇA

OS RÓTULOS ENGANOSOS COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL MULTIFOCAL NOCIVA À INTEGRIDADE CONCORRENCIAL NO MERCADO E À LIVRE ESCOLHA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Direito do Centro Universitário de Patos – UNIFIP, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador(a): Prof. Dr. Matheus Victor Sousa Soares.

PATOS

2026

FICHA CATALOGRÁFICA
Dados de Acordo com AACR2, CDU e CUTTER
Biblioteca Central - UNIFIP

França, Iara Lucena de.
F814r Os Rótulos Enganosos como Estratégia Empresarial Multifocal Nociva à Integridade Concorrencial no Mercado e à Livre Escolha nas Relações de Consumo. / Iara Lucena de França. Patos – PB: UNIFIP, 2026.
72 fls.

Orientador (a): Prof. Dr. Matheus Victor Sousa Soares.
Trabalho de Conclusão de Curso – Graduação, Bacharelado em Direito.

1. Direito do consumidor. 2. Livre concorrência. 3. Rótulos de produtos alimentícios. 4. Vulnerabilidade do consumidor. 5. Direito à informação. I. Título. II. Centro Universitário de Patos – UNIFIP.

UNIFIP/BC CDU: 340
Yasmim Caroline Andrade Nóbrega. CRB 15/1086

IARA LUCENA DE FRANÇA

OS RÓTULOS ENGANOSOS COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL MULTIFOCAL NOCIVA À INTEGRIDADE CONCORRENCIAL NO MERCADO E À LIVRE ESCOLHA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Direito do Centro Universitário de Patos – UNIFIP, como requisito para obtenção do título de Bacharela em Direito.

Orientador: Prof.° Dr. Matheus Victor Sousa Soares.

Aprovada em 08 de maio de 2026

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Matheus Victor Sousa Soares

Orientador(a)

Centro Universitário de Patos – UNIFIP

Prof.ª Dra. Karoline de Lucena Araújo

Examinador(a)

Centro Universitário de Patos – UNIFIP

Prof. Dr. André Gomes de Sousa Alves

Examinador(a)

Centro Universitário de Patos – UNIFIP

Dedico este trabalho aos meus avós, José e Maria, que me ensinaram a rezar e a confiar na justiça de Deus.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por ter revestido o meu caminho de propósito e por ter determinado que todas as minhas falhas pudessem ser convertidas em sabedoria. À Nossa Senhora, minha primeira advogada, que sempre intercedeu por mim em todas as minhas orações.

Agradeço à minha família. Aos meus avós, José e Maria. Que me criaram com tanto amor e durante os cinco anos do curso de direito rezavam para que Deus me protegesse ao sair de casa e, ao retornar de madrugada, agradeciam a Deus por ter ouvido a sua oração. Ensinaram-me a rezar para que sempre seja feita a vontade de Deus e foram os primeiros a investirem na minha educação. Às minhas tias: Eliane, Edjane, Erivania e Ediana. Que são verdadeiras mães para mim e tanto me cercaram de todas as coisas boas, materiais e sentimentais. Aos meus irmãos, Eduardo e Maria Vitória, a quem tento ser exemplo e que amo genuinamente. Aos meus pais, Ivandro e Maria Aparecida, que mesmo distantes sempre se orgulharam de mim. Aos meus primos e irmãos, João Neto e Gabriel, que cresceram junto comigo e nunca me deixaram brincar sozinha.

Agradeço aos meus amigos da faculdade: Cássia Kelly, Rauama, Vitória Cristina, Maria Clara, José Alisson, Eduardo Eric, Maria Daniela, José Hugo, Gabryella e Kaliane. Que tornaram esse processo mais leve e significativo, compartilharam comigo todas as dificuldades e conquistas, oraram por mim e foram presença de Deus. Ser apoiada por vocês, estudar juntos, rezar juntos antes de uma prova difícil, conversar nos banquinhos da faculdade, comemorar as nossas conquistas e sentar ao lado de vocês na sala sempre serão as minhas memórias preferidas, essa trajetória acadêmica é inesquecível porque Deus sabia que eu precisava de amigos como vocês na caminhada dessa trajetória e eu rezei por isso.

Ao meu orientador, Matheus Victor, por todo o apoio, pela dedicação e por ter sido um grande suporte no desenvolvimento da pesquisa.

A publicidade e os demais meios de oferecimento do produto ou serviço estão relacionados a essa vulnerabilidade, eis que deixam o consumidor à mercê das vantagens sedutoras expostas pelos veículos de comunicação e informação. (TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assunção, 2021, p. 49).

RESUMO

A pesquisa aborda a alteração da composição dos produtos alimentícios e a ausência da devida informação nos rótulos como estratégia empresarial e origem de uma prática abusiva nas relações de consumo, associado ao seu impacto na livre escolha do consumidor e na concorrência de mercado entre as empresas. O objetivo é explicitar que a combinação dos fatores: alteração química dos produtos alimentícios – a fórmula –, a manutenção do valor do produto e a mínima exposição da modificação do produto no rótulo, quando combinados entre si configura um ilícito, acarretando uma prática abusiva na relação entre o fornecedor e o consumidor, e paralelamente, distorce a dinâmica de mercado entre o setor econômico das empresas atuantes no mercado. Utilizando o método dedutivo como abordagem, por meio do rendimento dos conceitos e da normatização do Direito do Consumidor, agrupado com o estudo jurídico do contexto normativo da dinâmica da relação comercial, evidenciados pela análise das práticas de modificação dos rótulos e a sua devida manutenção do preço desproporcional que ofende o consumidor. Quanto aos métodos de procedimento, utiliza-se o método comparativo, através da análise das práticas dispostas o mercado de consumo com as divergências concentradas no próprio mercado e as normas estabelecidas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Utiliza-se, também, o método qualitativo na pesquisa, evidenciando a nocividade da prática ao alterar o rótulo e o seu impacto nas práticas comerciais de boa-fé e na relação de consumo. Utiliza-se, também, a técnica de pesquisa, aplicando a pesquisa bibliográfica através da base doutrinária, as teses acadêmicas e a análise das normas jurídicas, como Código de Defesa do Consumidor (CDC), resoluções da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e disposições do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE). Sendo esta pesquisa um estudo aprofundado da relação de consumo, entre o consumidor vulnerável e o fornecedor, por meio da proteção do Código de Defesa do Consumidor (CDC), permeando que a publicidade abusiva e a ausência da padronização obrigatória influenciam na qualidade de vida do consumidor, arriscando a sua saúde. Os rótulos dos produtos alimentícios devem seguir a padronização obrigatória determinada pelas resoluções da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), garantindo que haja a segurança e a qualidade de consumo, além de garantir, também, que as empresas atuantes do setor alimentício não utilizaram de estratégias ilícitas para a obtenção de lucros provenientes de fonte ilícita. Uma vez que a própria Constituição Federal atinge os efeitos da ordem econômica brasileira para o efetivo papel de desenvolvimento das empresas que devem atuar no sistema de forma equilibrada. Observa-se que o estudo determina como resultado que em si, o ato da modificação das receitas dos produtos não é uma prática ilícita, mas quando o aumento ou a constância do valor associado à diminuição dos componentes do produto, e expostos no cenário comercial, faz-se configurada a prática ilícita que afeta a liberdade de escolha do consumidor e a qualidade dos componentes nutritivos, além de afetar diretamente o sistema dinâmico econômico, gerando lucros para as empresas que não seguem a padronização obrigatória.

Palavras-chave: direito do consumidor; livre concorrência; rótulos de produtos alimentícios; vulnerabilidade do consumidor; direito à informação.

ABSTRACT

This research addresses he alteration of the composition of food products and the absence of proper information on labels as a business strategy and the origin of an abusive practice in consumer relations, associated with its impact on consumers' freedom of choice and on market competition among companies. The objective is to demonstrate that the combination of the following factors: chemical alteration of food products — their formula —, maintenance of the product price, and minimal disclosure of product modifications on labels, when combined, constitutes an unlawful act, resulting in an abusive practice in the relationship between supplier and consumer and, simultaneously, distorting market dynamics within the economic sector in which companies operate.The deductive method was used as the research approach, through the development of concepts and the normative framework of Consumer Law, combined with the legal study of the normative context of commercial relations, evidenced by the analysis of label modification practices and the maintenance of disproportionate prices that harm consumers. Regarding procedural methods, the comparative method was employed through the analysis of practices within the consumer market, focusing on the divergences found in the market itself and the standards established by the Brazilian Health Regulatory Agency (ANVISA). A qualitative approach was also adopted, highlighting the harmfulness of label alteration practices and their impact on good-faith commercial practices and consumer relations. Furthermore, bibliographic research techniques were applied through doctrinal sources, academic theses, and the analysis of legal norms, such as the Consumer Defense Code (CDC), resolutions issued by the Brazilian Health Regulatory Agency (ANVISA), and provisions of the Administrative Council for Economic Defense (CADE). This research constitutes an in-depth study of consumer relations between vulnerable consumers and suppliers, under the protection of the Consumer Defense Code (CDC), demonstrating that abusive advertising and the absence of mandatory standardization influence consumers' quality of life and put their health at risk. Food product labels must comply with the mandatory standardization established by the resolutions of the Brazilian Health Regulatory Agency (ANVISA), ensuring consumer safety and product quality, while also guaranteeing that companies operating in the food sector do not employ unlawful strategies to obtain profits derived from illicit sources. This is particularly relevant since the Federal Constitution itself establishes the principles of the Brazilian economic order, ensuring that companies operate within the system in a balanced manner aimed at economic development. The study concludes that, in itself, modifying product formulations is not an unlawful practice. However, when the increase or maintenance of product prices is associated with the reduction of product components and such products are placed on the market, an unlawful practice is characterized, affecting consumers' freedom of choice and the nutritional quality of the components, as well as directly impacting the dynamic economic system by generating profits for companies that fail to comply with mandatory standardization requirements.

Keywords: consumer law; free competition; food product labels; consumer vulnerability; right to information.

LISTA DE SIGLAS

AMBEV	Companhia de Bebidas das Américas
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CADE	Conselho Administrativo de Defesa Econômica
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CEESP	Centro Educacional de Ensino Superior de Patos
CF	Constituição Federal
CONANDA	Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
MAPA	Ministério da Agricultura e Pecuária
OGM	Organismos Geneticamente Modificados
PROCON	Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
RDC	Resolução da Diretoria Colegiada
SBDC	Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência
SNDC	Sistema Nacional de Defesa do Consumidor
SNVS	Sistema Nacional de Vigilância Sanitária
STJ	Superior Tribunal de Justiça
UNIFIP	Centro Universitário de Patos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 13

2 A CORRESPONDÊNCIA ENTRE PRÁTICAS OFENSIVAS À ÉTICA NAS.RELAÇÕES E À LIBERDADE DE MERCADO NO CONTEXTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E LEGISLAÇÃO CORRELATA 17

2.1 SINGULARIDADES DA RELAÇÃO DE CONSUMO: ENTRE A VULNERABILIDADE, A HIPERVULNERABILIDADE E AS RESPONSABILIDADE DO ESTADO DIANTE DA TUTELA DO DA PESSOA FÍSICA CONSUMIDORA 18

2.1.1 Práticas comerciais danosas à relação de consumo e suas consequências 23

2.1.2. Práticas comerciais danosas à saúde do consumidor de produtos alimentícios 24

2.2 SINGULARIDADES DAS RELAÇÕES DE MERCADO: ENTRE A LIBERDADE ECONÔMICA, A CONCORRÊNCIA DESLEAL E A RESPONSABILIDADE DO ESTADO DIANTE DA TUTELA DA PESSOA JURÍDICA EMPRESÁRIA 27

2.2.1 Técnicas de Mercado relacionadas à conduta da prática anticoncorrencial 29

2.2.2 O potencial lesivo das “estratégias de mercado” 31

3 BASE LEGAL SOBRE RÓTULOS E ALTERAÇÕES DE CONTEÚDO NO BRASIL 33

3.1 REGULAMENTAÇÃO DOS RÓTULOS E O PADRÃO DE EMBALAGENS DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS 34

3.1.1 Ecossistema normativo referente à gêneros alimentícios no Brasil 35

3.1.2 A estrutura institucional referente à supervisão da produção alimentícia no Brasil 37

3.2 REGRAS OBRIGATÓRIAS PARA MODIFICAÇÃO DE CONTEÚDO DAS RECEITAS 44

3.2.2 Regras obrigatórias associadas à tutela da alimentação do consumidor 47

4 ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES SOBRE A COMPOSIÇÃO QUÍMICA NOS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS E SUAS IMPLICAÇÕES PARA A ORDEM ECONÔMICA BRASILEIRA 48

4.1 OS FUNDAMENTOS DA ORDEM ECONÔMICA E SUA REALIZAÇÃO NA CONJUNTURA BRASILEIRA: ENTRE AS SENSIBILIDADES DO CONSUMIDOR E A “SOLIDEZ” DO MERCADO AUTORREGULADO 49

4.1.1 O conteúdo do princípio da defesa do consumidor e seus desdobramentos na legislação infralegal 53

4.1.2 O conteúdo do princípio da livre concorrência e seus desdobramentos na legislação infralegal 54

4.1.3 Distorções nas informações de composição química e seus efeitos na lealdade do mercado perante o consumidor 57

4.2 A AUTORREGULAÇÃO E SEUS PERIGOS PARA A CIRCULAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS 58

4.2.1 As substâncias de baixa qualidade na composição de alimentos e o potencial nocivo das substâncias químicas para o organismo humano no direito à saúde 59

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS **64**

REFERÊNCIAS **67**

1 INTRODUÇÃO

O mercado de consumo é cada vez mais intensificado devido ao desenvolvimento da sociedade consumista, sendo o setor alimentício um dos mais evidentes pelo consumo devido à necessidade de subsistência do ser humano e consumidor. Diante disso, faz-se necessário enaltecer que a informação e a propaganda são formas claras que determinam a escolha consciente do consumidor, necessitando da ferramenta informacional, por ser considerado para além de vulnerável na relação de consumo, como também, vulnerável técnico por ter acesso apenas ao que o fornecedor quer expor.

Além disso, tal instrumento informacional é um grande impactante das estratégias empresariais, sendo o atrativo necessário para determinar as vendas dos produtos no mercado de consumo, através da visualização por meio das informações visuais que, ao serem mal utilizadas, podem configurar como uma violação à transparência necessária para a relação de consumo.

Com o desenvolvimento e o crescimento do mercado de consumo e das suas determinadas estratégias empresariais, há uma clara exposição do consumidor aos meios, principalmente em relação aos rótulos dos produtos alimentícios. Sendo cada vez mais crescente no mercado que o fornecedor utilize de uma prática enganosa, utilizando um instrumento de informação como forma de manipulação – o rótulo que apresenta informações sobre o produto – ao produzir.

O problema da pesquisa está fundamentado em que medida a alteração da composição das fórmulas dos produtos alimentícios sem correspondência da alteração das informações na sua embalagem/rótulo pode ser considerada prática abusiva e quais seriam os danos causados à a livre escolha do consumidor e à estrutura do mercado de consumo.

Quanto ao objetivo geral, busca-se explicitar a forma em que a conjunção entre a composição química de produtos alimentícios – a fórmula –, a manutenção de seus preços e a mínima variância do conteúdo dos rótulos e embalagens a eles associados utilizados na sua comercialização resultam, se combinadas, em prática abusiva que lesa diretamente o consumidor em suas vulnerabilidades e que contribuiu para distorções na livre dinâmica de mercado.

O primeiro objetivo específico é estabelecer sobre as condições protetivas estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) e da legislação correlata, em que consiste a conexão entre práticas comerciais ofensivas à eticidade das relações de consumo e os comportamentos anticoncorrenciais das empresas exemplificando como se manifestam como “estratégias de mercado” no âmbito da comercialização de produtos alimentícios para os diferentes públicos. O segundo objetivo especifico diz respeito à avaliação sobre a suficiência normativo no Brasil acerca do conteúdo dos rótulos e dos procedimentos obrigatórios para a alteração de seu conteúdo por parte de empresas que fabricam e comercializam gêneros alimentícios para o agravamento das vulnerabilidades informacionais e técnicas do consumidor, frente os direitos fundamentais à saúde e à alimentação. E o terceiro objetivo especifico busca identificar quais caracteres dos rótulos e da forma como são apresentadas as informações sobre a composição química dos produtos alimentícios podem distorcer a lealdade e a transparência no mercado, com isso violando os mais pronunciados princípios fundamentais da Ordem Econômica Brasileira.

A hipótese da presente pesquisa determina que as alterações nas fórmulas dos produtos que não sejam evidenciadas nos respectivos rótulos prejudicam o consumidor, especialmente se considerada a vulnerabilidade técnica que o distingue, haja visto o grau de exposição de sua saúde e o comprometimento até mesmo de sua liberdade de escolha, uma vez que consumidor é direcionado mediante um engano, devido à suficiência de informações no rótulo, gerando uma instabilidade na livre concorrência do mercado e beneficiando as empresas que utilizam a prática abusiva em detrimento das que seguem a padronização correta da rotulagem.

Na metodologia, a pesquisa utiliza o método de abordagem através do método dedutivo, por meio dos conceitos a respeito do Direito do Consumidor e a ética estabelecida pelas relações comerciais com o objetivo de consumo, analisando os casos práticos que evidenciam que utilizam a modificação dos rótulos e a constância do valor discrepante como estratégia ofensiva de comércio. A pesquisa, também utiliza o método comparativo como método de procedimento, por meio da análise das práticas comerciais, com ênfase nas diferenças de mercado e na regulação estabelecida, em sede obrigatória, da ANVISA, em relação aos rótulos e a publicidade dos produtos.

Nas técnicas de pesquisa, aplica-se a pesquisa bibliográfica, com análise da doutrina, teses acadêmicas e artigos científicos sobre o Direito do Consumidor, rótulos

e a concorrência de mercado nas práticas comerciais, tomará como base o Código de Defesa do Consumidor (Lei n° 8078/1990), na Constituição Federal de 1988, as Resoluções e Instruções Normativas da Anvisa, as disposições do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e a atuação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Portanto, sendo uma pesquisa qualitativa, com o objetivo de compreender as consequências jurídicas e sociais, buscando contribuir para um estudo sobre as relações de consumo e a relevância das práticas comerciais de boa-fé no Brasil.

O trabalho está divido em três seções que, em conjunto, evidenciam as práticas abusivas referentes aos danos provenientes da utilização dos rótulos de má forma. A primeira seção estabelece a conexão entre as práticas ofensivas de mercado e a ética relacionada das relações de consumo, e as práticas anticoncorrenciais e na sua efetivação como estratégias de mercado no âmbito da comercialização do gênero alimentício.

A segunda seção traz a necessidade e o norteamento da suficiência do revestimento jurídico para prevenir as práticas que violam os direitos dos consumidores, que devem ter o direito à informação eficaz e da fiscalização dos órgãos administrativos responsáveis, como a atuação conjunta da Agência de Vigilância Sanitária (ANVISA), o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), responsável pela fiscalização e a reprimir abusos econômicos na integração do sistema de empresas atuantes, prevenindo, por exemplo, a criação de cartéis, que prejudicam a sistemática da concorrência leal.

A terceira seção busca identificar como as práticas abusivas de mercado, originadas dos rótulos, podem apresentar riscos à saúde do consumidor e violar os princípios da Ordem Econômica Brasileira, garantidos pela Constituição Federal de 1988, como a distorção de lealdade e transparência de mercado, que comprometem a livre escolha do consumidor e a livre concorrência das empresas atuantes no mercado, sob a percepção da tutela do Estado, que deve garantir a proteção às relações de consumo como garantia, sendo proposta pelas leis do Código de Defesa do Consumidor (CDC), em conjunto com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), o Programa de Proteção e a Defesa do Consumidor (PROCON).

A relevância social e jurídica está pautada na segurança alimentar que deve ser garantida e à saúde em consequência do direito à informação do consumidor, tendo em vista que o consumidor deve ter consciência do que está sendo consumido. Outrora, faz-se necessário, também, prevenir os desgastes gerados por meio dessas práticas desleais às empresas que cumprem com as regras estabelecidas nos padrões legais, garantindo a constância das práticas justas e leais de mercado, de modo que as estratégias empresariais não violem ou comprometam a atuação das empresas para prevenir a concorrência leal de mercado.

2 A CORRESPONDÊNCIA ENTRE PRÁTICAS OFENSIVAS À ÉTICA NAS RELAÇÕES E À LIBERDADE DE MERCADO NO CONTEXTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E LEGISLAÇÃO CORRELATA

A correspondência entre práticas ofensivas à ética nas relações e à liberdade de mercado no contexto do código de defesa do consumidor e legislação correlata, considera-se observada quando as práticas ofensivas à ética nas relações de consumo são decorrentes das ações dos fornecedores ao indicarem atitudes que contrariam a boa-fé na sua relação com o consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) propõe que todas as relações de consumo, mesmo aquelas mais propensas à fragilidade intensificada e intercorrente, seja baseada na boa-fé objetiva, independente dos preceitos ou objetos da relação de consumo, exigindo que os comportamentos originados dessas relações sejam leais e que não resultem em práticas ofensivas, desde o início contratual até o surgimento dos seus efeitos na fase do pós-contrato.

São evidentes e atuais, além de progressivas, os padrões éticos que prejudicam as relações de mercado, tanto do fornecedor com o consumidor, quanto entre o mercado concorrencial dos próprios consumidores, visto que práticas relevantes e atuais, como publicidade enganosa, omissões de informações pressão comercial são exemplos típicos de distorção da percepção do consumidor que viola não somente a transparência com este, mas também, a transparência da relação concorrencial, tratando-se de uma conduta de geração de lucros de forma abusiva.

A liberdade de mercado, mesmo assegurada pela Constituição Federal, sofre com a relativização, uma vez que deve conservar o seu convívio paralelo com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), reconhecendo que o consumidor é o polo vulnerável da relação de consumo, atuando como legislação de equilíbrio, ou seja, uma garante a livre atuação econômica empresarial em constância com os limites propostos para evitar resultados abusivos, prevenindo ou mitigando as possíveis práticas ilícitas.

O Código do Consumidor é uma norma protetiva que reconhece pontuais estratégias de mercado que comprometem a livre escolha do consumidor, tais como cláusulas abusivas de contratos, publicidade de natureza manipuladora e a ocorrência de disposição de produtos alimentícios sem as devidas condições de segurança

alimentar, sendo essas práticas mecanismos que violam a ética de mercado, mas também, instrumentos de atuação que desequilibram a relação de consumo.

A segurança constitui um dos pilares relevantes do sistema de proteção ao consumidor no mercado de alimentos, de acordo com a RDC nº 216/2004 da agência nacional de vigilância sanitária (ANVISA) atua no estabelecimento de regulamento técnico sobre de boas práticas para serviços de alimentação, assegurando que o manuseio dos alimentos seja higiênico com a finalidade de evitar contaminação, como por exemplo a utilização de água potável para a manipulação dos alimentos.

Mas o Estado atua com a sua forma de controle e disposições regulamentares para impedir as práticas ofensivas que atacam, não somente o consumidor de forma individual, mas também, o mercado como um todo. Ocorrendo por meio das táticas de mercado como cartel, dumping, aumento artificial dos preços ou monopólios, prejudicando a liberdade de escolha e a atividade concorrencial no ambiente ético e competitivo que busca o equilíbrio.

Sendo assim, o controle do Estado e a legislação correlata busca equilibrar os polos de mercado e impedir as práticas precatórias que corrompem com os princípios constitucionais que buscam a ética da relação, sendo considerado como princípio principal quanto à proteção do consumidor e da livre iniciativa, de maneira que complementam a proteção das partes da relação de consumo, desenvolvendo um campo de responsabilidade em relação ao desenvolvimento da estrutura econômica.

2.1 SINGULARIDADES DA RELAÇÃO DE CONSUMO: ENTRE A VULNERABILIDADE, A HIPERVULNERABILIDADE E AS RESPONSABILIDADE DO ESTADO DIANTE DA TUTELA DO DA PESSOA FÍSICA CONSUMIDORA

A princípio cabe destacar que a determinação da problemática é originária, em parte, da relação de consumo, sendo esta uma relação jurídica entre o consumidor e o fornecedor com a finalidade do consumidor de adquirir um produto ou serviço exposto no mercado de consumo. Concomitantemente, são relações cotidianas, existentes em nossa sociedade nas mais diversas esferas, sendo necessárias no que diz respeito aos dilemas jurídicos existentes no sistema jurídico.

Na perspectiva de Ada Pellegrini Grinover *et al.* (2017), o Direito do Consumidor estabelece a natureza com base na essência socioeconômica e

preventiva, uma vez que determina uma disciplina jurídica enfocada não somente na reparação dos danos em virtude da vulnerabilidade do bem jurídico do consumidor, como também, encontra-se referida à prevenção de práticas que consequentemente podem lesionar o consumidor, de maneira ativa em sociedade através dos órgãos de fiscalização, como é o caso do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), mas também, através da imperatividade das regras básicas admitidas pela padronização dos bens consumidos em sociedade, denotando um fortalecimento da confiança nas relações de consumo que são determinadas como situações de vulnerabilidade.

Portanto, é uma das formas sociais de relação, diferentemente de outras, trata-se de um indivíduo civil que admite uma relação com um fornecedor, muitas vezes, empresário, sendo assim, determinando uma situação de vulnerabilidade, concretizado inclusive com a participação dos instrumentos legais para configurar uma participação do Estado na tentativa de equilíbrio desta relação, conhecida pelo Código de Defesa do Consumidor, sendo um regulador em virtude de tal vulnerabilidade.

Em necessidade às necessidades sociais, o indivíduo está continuamente necessitando da relação de consumo para suprir as suas necessidades, sendo uma das formas que determinam que seja um foco de repetição, ao adquirir constantemente objetos de consumo, tanto para a sua subsistência, como é o caso dos alimentos e dos medicamentos, como também, objetos de satisfação pessoal e social, como roupas, equipamentos eletrônicos e veículos.

A hierarquia da relação de consumo é uma consequência originária, desde a antiguidade, adquirida por meio da necessidade econômica, uma vez que em troca do determinado valor está o objeto, sendo este produzido e comercializado pelo fornecedor que possui o poder de administrar a exposição das informações, padrões de qualidade e determinação de valor, sendo assim, potenciando a vulnerabilidade do consumidor que embora possua a autonomia de evidenciar todas as características do produto, apenas evidencia se o fornecedor dispor nos objetos.

Sendo dessa forma, a relação de consumo diferenciada da relação civil pela presença de dois polos, sendo um fornecedor ou empresário e o outro seja um consumidor, diferenciando-se por exemplo, da relação civil onde um credor e um devedor possuem a mesma equiparação, haja vista que não há mais conhecimento

técnico em um deles, suportando a ausência de vulnerabilidade em decorrência da relação, mas as consequências da relação.

A vulnerabilidade é o ponto principal que sucede o Direito do Consumidor brasileiro, para que haja uma norma protetiva e específica para este tipo de vínculo, estando expresso no art. 4°, I do Código de Defesa do Consumidor (CDC). De acordo com a análise de reportagens, a vulnerabilidade é amplamente clara no que diz respeito ao âmbito jurídico, mas em outras categorias, como também, presente na vulnerabilidade informacional, sendo que o consumidor possui acesso apenas àquelas informações que o fornecedor dispõe nos produtos ou ofertas de produtos.

Além disso, a vulnerabilidade sanitária, na qual advém os efeitos causadores dos problemas de saúde, sendo consequências para a ausência da responsabilidade do fornecedor que produz sem os devidos cuidados. Além da vulnerabilidade estrutural, decorrente da supremacia do fornecedor sob o consumidor que determina a autonomia de dispor tais responsabilidades, entretanto, restando a normativa da lei para a proteção do consumidor.

A promotora Sandra Lengruber, entrevistada pelo Correio Brasilienze (2019), afirma que "o consumidor está vulnerável", na exposição da complexidade dos rótulos alimentares e das estratégias de mercado com o objetivo de lucrar. Sendo a presença da vulnerabilidade neste ponto uma explicação de que o consumidor não possui condições suficientes para compreender as determinações disponibilizadas pela indústria para compreender os ingredientes, aditivos, quantidades e possíveis riscos das tabelas nutricionais.

A exemplo, quando o indivíduo vai ao supermercado comprar um produto, mesmo que limitado à ingestão de um tipo específico do ingrediente ou aditivo, torna-se difícil a sua compreensão diante da quantidade de informações e da falta de conhecimento técnico sobre os ingredientes que compõe a fórmula, sendo assim, faz-se necessário que haja uma readaptação.

Conforme determina Tartuce (2021, p. 70), “A proteção do consumidor deve ser intensificada quando sua integridade física estiver em risco, notadamente em situações que envolvam crianças, idosos e enfermos. ” A vulnerabilidade em constância da saúde é emergente ao consumidor que possui condições biológicas ou fisiologias, tornando-o suscetível ao dano causado, como por exemplo os diabéticos,

hipertensos ou alérgicos, que possuem uma sensibilidade mais determinante como um fator que influencia o consumo de determinados alimentos ou componentes.

Ademais, a matéria da Agência Brasil (2020), admite que uma quantidade específica de consumidores, não compreendem as informações presentes nos rótulos, mesmo que possuam a capacidade de leitura. Mas isso confirma a vulnerabilidade decorrente da desconformidade de informações fornecidas que impedem que o consumidor possa ter o esclarecimento e assim possa exercer o direito de escolha.

Sendo de forma geral, o conteúdo das reportagens demonstrativas da posição de vulnerabilidade, que necessariamente, na maioria dos casos são resultados do déficit informacional e da ausência de percepção técnica do consumidor, causando uma extrema dificuldade para escolher de forma consciente, livre e saudável.

A vulnerabilidade do poder aquisitivo é um grande denominador da gerência dessas determinações, uma vez que o indivíduo que não posso capital suficiente para adquirir o melhor produto diante da sua participar necessidade adquire o produto mais acessível que, embora esteja dentro dos seus parâmetros financeiros, pode colaborar para o atrito deste, tornando-se vulnerável pela falta de suporte financeiro em relação ao consumo.

Além dos consumidores vulneráveis, sendo àqueles determinados pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), há também os chamados hipervulneráveis, que possuem um estado e vulnerabilidade agravada, sendo mais passível de ser alvo das práticas abusivas devido à sua fragilidade na relação de consumo, como por exemplo, os idosos, crianças, pessoas com deficiência, pessoas hipossuficientes. Os hipervulneráveis, além da produtividade do Código de Defesa do Consumidor (CDC), possuem a proteção legal de forma específica, como é o caso do idoso, sendo protegido, também, pelo Estatuto do Idoso, diante da sua condição de vulnerabilidade especial, sendo suscetível de lesão diante das ofertas de caráter duvidoso no mercado de consumo, principalmente no que diz respeito às práticas no meio digital e fraudes bancárias.

A diferença entre a vulnerabilidade e a hipervulnerabilidade está centralizada na condição da pessoa. A vulnerabilidade do consumidor comum é presumida, decorrente da desvantagem de conhecimento em caráter técnico dos produtos ou serviços, além da desvantagem econômica diante da figura fornecedor que possui um

aparato em virtude do seu comércio e circulação de capital. Por outro lado, a hipervulnerabilidade está determinada para além da figura presumida do consumidor, mas para uma desvantagem de fragilidade intensificada.

Como determina Tartuce (2021, p. 76), explicando que existe consumidor que é extremamente frágil por deter uma situação pessoal específica, sendo exigido que o Estado e o mercado ofereçam condições de proteção específica para o caso. Sendo assim, considera-se como consumidor hipervulnerável aquele que, além da vulnerabilidade como consumidor, também é atingido tem a sua vulnerabilidade agravada por questões pessoais, de saúde ou pela própria condição social, o dano causado ao hipervulnerável é gravemente maior em decorrência da condição pessoal do indivíduo, são exemplos de hipervulneráveis: crianças e adolescentes, idosos, pessoas com deficiência, gestantes, doentes crônicos, consumidores analfabetos ou com baixo letramento, consumidores de baixa renda, consumidores sem conhecimento tecnológico.

O dano causado ao hipervulnerável é considerado de forma mais impactante, devido aos suscetíveis danos distintos gerados por um mesmo ato ilícito, por exemplo, um adulto saudável compra um produto vencido, mesmo que consuma e ofereça um risco iminente, o risco é considerado grave devido à natureza do adulto saudável, mas ao considerarmos que uma gestante compre o mesmo produto vencido, o risco oferecido é gravíssimo diante da intoxicação e o risco à saúde da gestante e ao bebê.

A Constituição Federal, no seu artigo 170, V afirma que ao Estado deve a responsabilidade da defesa do consumidor, como um princípio da ordem econômica. Ademais, Tartuce (2021, p. 80) reafirma que a proteção do consumidor é um dever constitucional do Estado, sendo exercida para prevenir, sancionar e educar. Assim, o Estado, além de possuir a autonomia da criação de diplomas reguladores, deve regular as práticas adquiridas de mercado, deve fiscalizar os alimentos, medicamentos e serviços essenciais, utilizando-se de órgãos públicos para a defesa conjunta dos direitos dos consumidores contra as práticas que visam fraudar a tutela consumerista, como a exemplo, o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon).

A partir da atuação conjunta com tais meios defensivos é possível que o Estado adquira a consciência das práticas comerciais e a partir da criação de normas de

rotulagem e transparência acrescente a segurança. Quando há o descumprimento do alinhamento normativo, deve-se projetar a proteção da vulnerabilidade e da hipervulnerabilidade aplicando a punição às condutas abusivas. Sendo que a vulnerabilidade do consumidor é diretamente infringida quando o Estado não intervém com as suas formas de controle, ampliando a autonomia do poder de mercado para atuar de forma ilimitada.

2.1.1 Práticas comerciais danosas à relação de consumo e suas consequências

As práticas comerciais podem ser consideradas como danosas quando decorrentes de ações inadequadas, comprometendo o equilíbrio da relação comercial e a confiança do consumidor nos produtos, os danos são relativos, desde os danos materiais, como o perecimento do produto ou valor investido, até danos psicológicos resultantes da frustração da relação comercial e da expectativa no produto.

Uma das práticas danosas coexistentes à sociedade é a cobrança dos juros abusivos, presente principalmente nas operações de crédito ou financiamento realizadas nos bancos, como por exemplo em contratos bancários de empréstimos, afetando tanto os vulneráveis quanto os hipervulneráveis como os idosos contratantes de empréstimos consignados. Além do consequente endividamento, gerando o inadimplemento do contratante gera, também, o descontrole da saúde financeira do indivíduo, mesmo que as condições de oferta sejam atrativas para as condições financeiras de fragilidade, a desinformação e a ausência de clareza contratual resulta no impacto das taxas reais de juros, consideradas como abusivas.

Outra prática gradativa no mercado de práticas danosas é a falsa promoção (Black Friday), quando o comerciante valida o anúncio do produto através de uma oferta de desconto chamativo, geralmente o valor inicial do produto é inflacionado de forma antecipada com o intuito de aplicar o gerenciamento de um desconto significativo, criando a ilusão de oferta irresistível, configurando uma propaganda enganosa e induz o consumidor ao impulso de compras, causando-lhe o prejuízo financeiro e o arrependimento da compra, que ao manipular o preço altera a credibilidade entre o consumidor e fornecedor.

A publicidade enganosa encontra centralidade em diversas atitudes de mercado e atividade de comércio, sendo apresentada através do anúncio de produtos ou serviços com promessas que corrompem a realidade do produto ou serviço, sendo uma das formas mais prejudiciais, principalmente com referência aos hipervulneráveis, como no caso dos deficientes que adquirem produtos de readaptações para ampliar a sua acessibilidade, gerando para além da frustração danos ainda mais intensos à saúde do consumidor que necessita do produto para criar mobilidade e desempenhar as suas atividades.

2.1.2. Práticas comerciais danosas à saúde do consumidor de produtos alimentícios

O ser humano constata a importância da alimentação através da sua subsistência diária. Considerando os produtos comercializados, denominados como gêneros alimentícios que são os produtos de origem vegetal ou animal, adotando critérios de produção, processamento e composição, em termos de conceituação, o gênero alimentício é determinado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), que institui os padrões de identidade e qualidade para os alimentos, com a finalidade de estabelecer a segurança alimentar para o ser humano.

Além da conceituação, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), na resolução RDC n° 259/2002 indica os requisitos de forma específica para a qualidade e rotulagem dos gêneros alimentícios, assegurando que o consumo humano seja seguro, como por exemplo, o tomate é um produto in natura, sendo consumível de prioridade cru, mas também, pode ser processado como o molho de tomate através de um processamento industrial, além de possivelmente ser ultra processado na utilização de aditivos, conservantes e açúcares para aumentar o seu sabor e conservação.

Há uma classificação de genéricos alimentícios, através das categorias nas quais o alimento pode ser enquadrado, por exemplo os alimentos in natura, tais como as verduras, frutas e carnes frescas. Alimentos processados que utilizam o processamento industrial para melhorar e considerar mais durável, tais como o arroz, feijão e pão. Alimentos ultrapassados que são fabricados por meio da industrialização com o acompanhamento de substâncias como conservantes, aromatizantes ou sintéticos, tais como os refrigerantes, biscoitos e as comidas congeladas. Alimentos

modificados são os que possuem alteração na composição alimentar com o intuito de aprimorar o sabor, a conservação, o valor nutricional, como os alimentos geneticamente modificados (OGM).

Os gêneros alimentícios e a sua devida escolha consciente para o consumo humano sendo de suma importância para a constância da saúde humana, uma vez que os alimentos são fontes essenciais de nutrientes, como as proteínas, carboidratos e vitaminas, bem como, a boa alimentação é considerada como um preventivo de doenças, além da promoção do tratamento do sistema imunológico com dietas que tratam a deficiência dos nutrientes, que podem estar associadas aos fatores de risco de doenças.

Em desacordo com os efeitos admitidos, a ingestão de alimentos sem a devida qualificação ou consciência da fórmula alimentar é considerada como um risco ao bom funcionamento da saúde humana, uma vez que promovem a ingestão de açúcares adicionados, gorduras saturadas, sódio, aditivos químicos, aumento o risco de graves doenças.

Com as devidas providências, a RDC n° 429/2020 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) torna como obrigatoriedade expor a informações – como alto em gordura saturada, alto em sódio e alto em açúcar adicionado – nos rótulos dos alimentos, buscando promover uma ingestão mais saudável, além de comprometer o bom funcionamento da transparência ao consumidor na livre escolha do alimento, ao permitir que o consumidor constitua uma decisão através do acesso às informações. Quando há a comercialização desses gêneros alimentícios, em mínima ou máxima escala, determina diversas práticas e, inclusive, quando são feitas inadequadamente, considera-se que alteram o ambiente e categoricamente apresenta riscos à saúde do consumidor.

Entre as práticas mais conhecidas existe a venda de produtos vencidos ou que apresentam a data de validade próxima, sendo altamente prejudicial à saúde do consumidor que consome, além de alterar a dinâmica de mercado na gestão de lucro por falta de transparência. Quando é considerado o consumo do produto vencido ou prestes a vencer o aumento dos riscos à saúde são, consideravelmente, superiores, uma vez que as condições do produto são favoráveis para a contaminação microbiológica, como por exemplo nos laticínios como os queijos, em que há o

aumento das chances de infecção por contaminação de bactérias, resultando em intoxicações alimentares, como também, alterando a qualidade nutricional.

A alienação de produtos alimentícios advindos de lotes danificados, como de embalagens rasgadas, lacres corrompidos, embalagens amassadas também é considerado como risco à saúde do consumidor, na qual há o comprometimento da segurança alimentar em decorrência da embalagem danificada, alterando a exposição do alimento, sendo danificado pelas temperaturas diferentes das quais o próprio produto determina como seguro para conservar.

Além de aumentar a gradativa exposição à toxicidade do ambiente externo, como a ingestão de substâncias químicas que dependem da própria embalagem para ofertar os devidos parâmetros de segurança ao consumidor, como é o caso dos produtos de limpeza doméstica. Além do perecimento da qualidade e o risco à contaminação com a falta de preservação do produto em relação ao ambiente interno, como a exposição ao risco de proliferação de fungos e bactérias nos alimentos de origem animal.

Tanto a regulamentação quanto a repressão das práticas comerciais que comercializam os produtos vencidos ou danificados é fiscalizada pelos órgãos como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), garantindo que os alimentos fornecidos pelo mercado de consumo seja suficientemente adequado, seguro e de qualidade, impedindo que haja um problema de saúde pública e garantindo a continuidade da confiança do consumidor.

A ausência de informações claras e ostensivas, de natureza evidente, nos rótulos ou na própria publicidade de produtos alimentícios compromete o dever de informação expresso no artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor (CDC). A relação do fornecedor com o consumidor refere-se às informações devidamente claras, sendo um dever, tratando-se do consumidor vulnerável e agravando quando for em referência ao consumidor hipervulnerável, pela sua condição específica e depende das informações para a conservação da sua saúde. No mercado alimentício de produção, as omissões e ausência das informações, dadas de forma incompleta compromete o consumidor ao erro e compromete a livre escolha, como no caso dos alérgicos, diabéticos, hipertensos, idosos limitados da consciência cognitiva, cardíacos, crianças e adolescentes, pessoas em vulnerabilidade financeira,

consumidores deficientes com baixa visão, pessoas com baixa escolaridade. Como por exemplo, um agricultor de 70 anos que não foi alfabetizado, ou seja, não sabe ler e escrever, não possui condições para estabelecer um conhecimento nutricional para determinar os níveis específicos de açúcar e sódio do alimento.

No caso dos consumidores acometidos com a doença celíaca apresenta um risco de grave importância quando não evidenciam informações claras em relação aos componentes nutricionais que podem trazer graves consequências. Tartuce (2021) determina que a Lei 10.674/2003, exige a descrição “contém glúten” ou “não contém glúten” e que não exime o dever de informação ao consumidor. Uma vez que o fornecedor deve utilizar a complementação para advertir a atenção quanto à presença de glúten e como componente prejudicial à saúde dos celíacos, indicando a lei especial tratada no CDC. E com a decorrência das condições necessárias gerando a omissão evidencia a oferta inadequada e violação do princípio da proteção ao consumidor e da transparência.

Tais resultados foram sugeridos de maneira que destacam que a informação não é limitada apenas na presença estabelecida na sua base formal, mas deve obedecer também, ao ser exposta de maneira acessível e inteligível, sob a consequência de inofensiva, determinando assim, que ao não haver o demonstrativo de restrições para determinados consumidores o produto pode ser considerado consumível para todos, tornando-se um perigo para quem possui uma determinada restrição alimentar, com efeitos gravosos e indetermináveis quanto à extensão do dano pelo consumo destes.

2.2 SINGULARIDADES DAS RELAÇÕES DE MERCADO: ENTRE A LIBERDADE ECONÔMICA, A CONCORRÊNCIA DESLEAL E A RESPONSABILIDADE DO ESTADO DIANTE DA TUTELA DA PESSOA JURÍDICA EMPRESÁRIA

Toda relação de consumo é condicionada à relação estabelecida entre as empresas entre si, sendo a dinâmica do mercado dependente de forma direta da confiança e do equilíbrio dos dois polos existentes. Quando as empresas gerenciam produtos e serviços, torna-se responsável pela qualidade do produto ou serviço produzido e a segurança das determinações das instruções adequadas, sendo ao

consumidor ofertado direito de escolher o produto ou serviço que melhor se enquadre nas suas exigências.

No cenário de competitividade empresarial as empresas podem utilizar a estratégia de preços e dispor da qualidade de produto, influenciando a autonomia do poder aquisitivo do consumidor, sendo que as empresas que oferecem o produto por um preço mais acessível ou oferecer uma qualidade que se enquadre nos padrões do consumidor podem garantir a maior lucratividade e ampliar o desempenho empresarial da empresa em proporções significativas.

Conforme pontua Gladston Mamede (2022) a fusão é uma forma pela qual duas ou mais sociedades podem inovar resultando em uma nova sociedade, sucedendo em todos os direitos e obrigações, sendo que as sociedades originais são extintas, havendo a legalidade na união das empresas resultando em uma nova sociedade, a metamorfose societária busca a expansão econômica unindo as tecnologias e determinando uma nova empresa restaurada para o campo competitivo.

Garantindo a redução das despesas duplicadas das duas empresas e compartilhando os recursos de ambas, como o melhoramento de posição em relação aos concorrentes. Mamede (2022) exemplifica o cenário pratico da operação ao citar mencionar a fusão que aconteceu em abril de 2016 entre a Cetip S.A – Mercados Organizados e a BM&F Bovespa S.A – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros, constituindo uma nova sociedade, na qual os acionistas da referida Cetip detendo pouco mais de 10% do capital, sendo um exemplo de reorganização da estrutura empresarial que fortaleceu no mercado.

Além disso, outro instrumento jurídico é determinante no enfrentamento da situação empresarial, especificamente na insolvência, a falência da empresa, conforme Mamede (2022), com a decretação da falência as relações do devedor empresário são resolvidas, evidenciando que a função principal é suportar a crise que permeia, inclusive, a atuação da empresa no mercado que impede o seu crescimento e desenvolvimento. A ocorrência dessas situações é dada à presença de dois fatores: leis de mercado – a existência da liberdade econômica de atuar e da concorrência para limitar, sendo natural – e da intervenção do Estado no domínio econômico – através da garantia da liberdade econômica de agir na Constituição Federal e dever de defesa da concorrência, de estimular a concorrência e de criar normas para a sua ocorrência.

A livre concorrência é um princípio da ordem econômica, responsável por garantir que a liberdade de atuação das empresas do sistema dinâmico de mercado não viole o direito de igualdade entre si, uma vez que garante a liberdade de inovação e desenvolvimento econômico das empresas para disputarem de forma justa e equilibrada, garantindo o desenvolvimento. Os dois fatores relevantes evidenciam a atuação do direito concorrencial, responsável pela livre concorrência e o equilíbrio do mercado a partir da delimitação e impedimento de práticas que prejudiquem a relação entre consumidor, empresas e a ordem econômica, como por exemplo na operação de fusão citada por Mamede, pode alterar a estrutura de mercado, pois ao sair do mercado a oferta é também alterada, gerando assim a concentração dos agentes existentes.

De acordo com a ordem econômica constitucional, o Estado tem o dever de exercer a tutela, simultaneamente, em relação ao consumidor e em relação à empresa, até mesmo nos atos empresariais próprios, assegurando o equilíbrio das relações mercantis, sendo reconhecido como polo vulnerável de acordo com o artigo 5°, XXXII da Constituição Federal. Além disso, a tutela estatal é colaborativa para proteger o consumidor contra as práticas abusivas, e para proteger as empresas das condutas anticoncorrenciais, de forma deve garantir um ambiente de mercado competitivo e estável. O Estado tutela através de uma das formas mais eficientes para efetivar a sua atuação, por meio das leis antitruste, como a Lei nº 12.529/2011, que constitui o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) e determina o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

2.2.1 Técnicas de Mercado relacionadas à conduta da prática anticoncorrencial

No mercado concorrencial são utilizados comportamentos empresariais que visam a redução ou de forma integralizada a eliminação da competição no mercado, danificando a livre concorrência e a liberdade do consumidor de optar pelo melhor produto, os comportamentos empresariais são denominados como práticas anticoncorrenciais, tais como a combinação para posicionar o devido preço comparativamente alto, limitando a oferta dos produtos disponíveis com a ocorrência de cartéis e o abuso de posição onde as empresas de grande porte administram o mercado para reduzir ou excluir a atividade das empresas menores, dificultando o seu

desenvolvimento, com atuação dos preços predatórios. No tocante aos seus efeitos são de caráter categoricamente de natureza negativa, nas quais há o aumento elevado dos preços, a diminuição da qualidade dos produtos e a restrição do desenvolvimento, em decorrência da ausência de competição no mercado empresarial, ou seja, não é necessário melhorar as ofertas pois é o único que controla os preços.

Quando são praticadas lesionam não somente o consumidor, mas também, o bom funcionamento no mercado, uma vez que admite alterações substanciais com efeitos totalmente negativos, sendo responsabilidade da autoridade que visa admitir antitruste, como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), punindo a atuação das práticas negativas e garantindo a realocação do mercado competitivo. Como exemplos de tais práticas: cartel, dumping, publicidade enganosa, pirataria.

O cartel é evidenciado quando as empresas realizando acordos internos para determinar um preço comum de comercialização, geralmente mais elevado, garantindo o lucro e dividindo a produção, garantido que não há a perda da dependência financeira, e embora gere um bom retorno para as empresas inseridas no acordo, gera efeitos negativos no mercado, principalmente se o acordo foi realizado entre empresas de grande porte.

Por outro lado, e diferentemente do cartel, o dumping é a prática comercial na qual as empresas alienam os seus produtos com um preço abaixo do determinado no mercado, enfraquecendo a comercialização com um valor superior por outras empresas, considerada como prática predatória de mercado, tornando-se um relevante ponto, principalmente quando centralizado na questão alimentícia, por exemplo, o dumping de um produto bastante utilizado como o leite, gerando a concorrência desleal.

Em coexistência conjunta e exemplificativa dessas práticas proibidas de mercado está a publicidade enganosa, com disposição e vedação no artigo 37, §1º do Código de Defesa do Consumidor, considerada como enganosa todas as modalidades de informação ou de forma comunicativa que possui o caráter publicitário de forma falsa, tanta de forma parcial quanto total. Em relação à publicidade enganosa, a disseminação exacerbada ou a omissão de informações sobre determinado produto ou serviço, visando o lucro e aplicando a concorrência desleal, é enquadrado no caso descrito, uma vez que transcorrer o consumidor

ao erro ressalta a violação à transparência das informações adequadas. Tartuce exemplifica, de acordo com uma apreciação dada pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) em relação à comercialização de empreendimentos imobiliários em que o anúncio era de uma prestigiada criando uma grande expectativa no adquirente, resultando em um negócio rentável, mas a divulgação foi constatada como enganosa por omissão da informação ao consumidor de que havia a ausência da autorização do Município, restando frustrada a aquisição. (Tartuce; Neves, 2021) Sendo considerada como publicidade enganosa pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), como consequência foi realizado o desfazimento do negócio jurídico, bem como, a restituição total dos valores pagos, além da indenização por lucros cessantes e dano moral aos consumidores.

A pirataria – que obteve uma ampliação com o aumento dos empregos informais – além de violar os direitos de propriedade intelectual, induz a alteração da dinâmica concorrencial de mercado, uma vez que os produtos sejam de caráter digital ou físico, seja posto sem o custeamento dos impostos tributários de mercado, constituindo um valor vantajoso em relação ao produto original. Sendo assim, configura um grave risco de saúde pública quando por exemplo há o consumo de materiais e limpeza fabricados com a ausência da padronização de qualidade e segurança determinados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), destacando, também, uma prática desleal de concorrência determinando que o valor final do produto pirateado não baseie o valor real de desenvolvimento e implicando na participação de mercado pelo fácil risco de acessibilidade.

Quando o consumidor se depara com a similaridade, posta de forma proposital, de produtos e rótulos gera tanto a publicidade abusiva quanto a concorrência desleal como prática anticoncorrencial, de modo que a empresa que produz o produto dentro dos padrões de qualidade com o preço original irá obter desvantagem em relação ao produtor que utiliza o objeto abusivo com o preço mais acessível, atraindo o desejo do consumidor vulnerável e alterando a sua autonomia de escolha consciente, além de desequilibrar a transparência e mercado e alterar as disposições concorrenciais de boa-fé das empresas.

2.2.2 O potencial lesivo das “estratégias de mercado”

Os danos provenientes das práticas anticoncorrenciais são concretizados tanto no modo individual quanto no modo coletivo, abrangendo os consumidores vulneráveis e hipervulneráveis com prejuízos de curto e longo prazo, como é o caso de produtos falsificados ou produtos sem as devidas indicações ao público alvo sensível, como no caso dos produtos com componentes alérgicos para pessoas com sensibilidade alimentar. No referencial ao campo empresarial, desequilibra a concorrência justa de mercado tutelada pelo Estado, enaltecendo vantagens indevidamente postas às empresas que não adotam os padrões de regulação, surgindo o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) como instrumento eficaz para o combate de práticas ofensivas contra o bem-estar do consumidor e da livre iniciativa.

Essas práticas anticoncorrenciais corroboram para lesionar o consumidor de forma variada, sendo um ato estratégico das empresas ao relacionar a similaridade proposital de embalagens ou até esmo a omissão de informações básicas como tentativa de induzir o consumidor ao erro, sendo tais produtos de origem de qualidade reduzida e a sua aplicação imprópria às necessidades, restando o risco à saúde do consumidor. Concomitantemente, a falta de transparência das informações dificulta o comparativo de preços e qualidade feito pelo consumidor no ato da compra, por exemplo, expondo ao risco da vulnerabilidade.

Além disso, faz-se necessário considerar que o aumento gradativo dessa prática colabora para o desestímulo da atuação das empresas de menor porte no mercado, diminuindo a inovação na busca pela qualidade e seguimento dos padrões dos órgãos como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), diminuindo a atividade competitiva e impedindo a livre circulação de bens de forma equilibrada, prejudicando a eficácia do mercado e o acesso dos consumidores a diversificação de produtos, garantindo a autonomia de escolha e de qualidade dos produtos no mercado.

A prática que melhor demonstra a repercussão de uma questão de mercado, de concorrência, nas relações de consumo é a alteração dos rótulos dos produtos. A alteração estratégica determinada dos rótulos quando são realizadas de forma inadequada com o objetivo de condicionar o consumidor ao erro, é considerada como prática prejudicial ao direito de informação do consumidor e livre concorrência. Além de informativos, os rótulos são objetos de transparência, fornecendo a composição,

origem e contraindicações dos produtos, essenciais para a constância da saúde e segurança de quem consome, sendo a sua modificação de forma indevida origina o desequilíbrio na decisão do consumidor.

3 BASE LEGAL SOBRE RÓTULOS E ALTERAÇÕES DE CONTEÚDO NO BRASIL

Na conceituação adequada da livre concorrência, há a atuação das empresas de mercado, sendo que os rótulos dos produtos alimentícios são determinados como uma estratégia fortemente atrativa para comprometer a promoção das atividades empresariais. De acordo com Calixto Salomão Filho (2013, p.66-67)

> Dois são os objetivos dessas regras mínimas. Em primeiro lugar, garantir que o sucesso relativo das empresas no mercado dependa exclusivamente de suas virtudes, e não de sua "esperteza negocial", isto é, de sua capacidade de desviar consumidores de seus concorrentes sem que isso decorra de comparações baseadas exclusivamente em dados de mercado.

Através deste, pode-se perceber que as empresas desenvolvem ferramentas de comunicabilidade, como formas convencionais de fortalecer os atributos das suas marcas, determinado valor e singularidades da marca, com o objetivo de atrair a atenção do consumidor e vender, principalmente a sua posição no mercado da livre concorrência. Sendo assim, o rótulo é, além de ferramenta de atributo de informação, responsável pela estratégia no posicionamento das organizações empresariais.

Por outro lado, os rótulos são essenciais no que diz respeito à diferenciação de marcas das diferentes empresas, garantindo a prevenção de possíveis confusões em relação à produtos com similaridade, como uma forma eficiente também para que o consumidor garanta o reconhecimento das marcas, comparando os produtos no ato da compra, garantindo que haja a liberdade de escolha por parte do consumidor, sendo uma identidade empresarial no sistema de concorrência.

Por conseguinte, em conformidade com a instrução do produto, admite também o desenvolvimento de elementos visuais, com caráter informativo, visando a atração de determinados perfis de consumidores através da estética como cores, símbolos, imagens e personagens. Mesmo sendo uma estratégia fortemente utilizada e considerada como justa no mercado atual, pode-se considerar que as influências exercidas nos consumidores comprometem as decisões pessoais, principalmente

quando está relacionada aos públicos mais vulneráveis como crianças, idosos e deficientes, sendo necessário que haja um controle estatal mais específico.

Diante do cenário estabelecido, das funções econômicas e sociais, é fundamental a intervenção por meio da regulação do Estado, estabelecendo requisitos para estabelecer a rotulagem dos produtos. Atualmente, no Brasil, tais medidas de regulamentação são admitidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) e das normas estabelecidas por órgãos de controle público, como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), por meio de uma padronização obrigatória informacional, que busca amenizar ou eliminar práticas abusivas, que desempenha um papel de risco à saúde e a segurança alimentar dos consumidores.

Em contrariedade, ainda que a existência seja correspondida com as normas estatais buscando a padronização dos rótulos e a proteção dos consumidores, é totalmente visível a existência de práticas empresária que subvertem a regulamentação. Uma vez que determinadas empresas utilizam a confirmação do cumprimento formal das exigências da lei como uma forma de divulgar a legitimidade das possíveis condutas abusivas, geralmente verificando pontos específicos na norma ou por meio de falhas de informações, de composição técnica e estética visual mínima, fundamentando assim, a conformidade da legislação e do seu conteúdo inadequado que induz o consumidor ao erro, comprometendo o direito à transparência de informações adequadas.

3.1 REGULAMENTAÇÃO DOS RÓTULOS E O PADRÃO DE EMBALAGENS DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS

Os produtos alimentícios são considerados como bens de consumo de relevância sensível, sendo que estão interligados, diretamente, à saúde do consumidor, principalmente quando há o consumo, mesmo que não seja frequente, de produtos que podem causar danos à saúde. Por conseguinte, diferencia-se de outras mercadorias postas no mercado de consumo, uma vez que a exemplo, o consumo de um determinado alimentos com a ausência de informações sobre componentes alérgicos podem causar danos mais gravosos do que danos a um relógio comprado por um consumidor.

Dessa forma, os alimentos podem causar danos de forma imediata ou a longo prazo quando são consumidos de forma inadequada, por origem de contaminação, falta de conservação adequada ou insuficiência de informações nas fórmulas, sendo necessária a imposição diária de legislação, determinando rigor quanto à produção, embalagem, rotulagem e conservação, com o objetivo de dispor a segurança alimentar do consumidor e a saúde pública.

Por isso, a comercialização de alimentos pode ser considerada como fator de risco em caráter elevado quando comparado com bens de consumo duráveis, como aparelhos eletrônicos ou equipamentos domésticos. Além dos defeitos dos fatores que geralmente prejuízos materiais, as falhas em relação aos produtos alimentícios podem originar intoxicações alimentares, doenças consideradas como graves e até mesmo o óbito do consumidor.

Sendo assim, o produtor, geralmente o empresário, é considerado como responsável desde a fase de produção até o destinatário final, com fundamento no princípio da precaução e na responsabilidade objetivo, conforme o Código de Defesa do Consumidor (CDC), baseando na ausência de comprovação da culpa para determinar a responsabilidade do responsável pela produção dos alimentos.

Portanto, cabendo ao fornecedor do produto considerar a segurança para o consumo adequado, esclarecendo as informações necessárias nos rótulos dos produtos, caso haja o descumprimento das obrigações impostas em lei, são desempenhadas as sanções administrativas, civis e penais, especificamente no que diz respeito à relevância do cumprimento das normas sobre o setor alimentício.

Em conformidade, o consumidor dos alimentos atende aos direitos específicos em relação à sua situação de vulnerabilidade, principalmente quando referente à saúde ou ao risco causado à saúde. A legislação é evidente quando se trata da correspondência do direito à informação adequada e clara nos produtos, sendo necessário que haja menção à sua composição, data de validade, forma de conservação, presença de componentes que podem ser alérgicos e informações nutricionais. As informações buscam que o consumidor consiga desenvolver escolhas eficientes e seguras, de maneira que reduza o nível de risco em relação ao consumo dos alimentos, atendendo às suas necessidades.

3.1.1 Ecossistema normativo referente à gêneros alimentícios no Brasil

Buscando a efetividade das nas normas disponíveis de proteção há um conjunto de normas para colaborar para a disposição da segurança dos produtos alimentícios no Brasil. Com ênfase no Código de Defesa do Consumidor (CDC), as resoluções da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e normas técnicas que especificamente sobre a rotulagem e do padrão estabelecido para embalagens de produtos. Conforme a Tabela apresenta de forma simples e abrangente das principais normas que se aplicam aos produtos alimentícios, com destaque para os seus objetivos e quanto à sua incidência.

Tabela 1 – Principais Normas Aplicáveis aos Produtos Alimentícios no Brasil:

NORMA	ÓRGÃO REGULADOR	OBJETO	FINALIDADE
Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor)	Congresso Nacional	Relações de consumo	Proteger a saúde, segurança e o direito à informação do consumidor
RDC nº 259/2002	ANVISA	Rotulagem em geral de alimentos	Garantir informações claras, corretas de alimentos e adequadas ao consumidor
RDC nº 360/2003	ANVISA	Rotulagem nutricional	Informar valores nutricionais obrigatórios
RDC nº 429/2020	ANVISA	Rotulagem nutricional frontal	Alertar sobre alto teor de nutrientes nutricional frontal críticos
Lei nº 6.437/1977	Ministério da Saúde	Infrações sanitárias	Estabelecer sanções pelo descumprimento das normas sanitárias

As normas demonstram um alcance sobre os produtos alimentícios, abrangendo as etapas do sistema de produção, iniciando na origem do produto até determinar o alimento para o destinatário final. Sendo assim, tais medidas assecuratórias são objetivas para promover uma segurança alimentar, por meio da qualidade identificada dos produtos e da proteção da saúde dos indivíduos consumidores. Portanto, a ferramenta de controle não está evidente apenas no produto, mas desde os processos de composição, até mesmo os ambientes que conservam o alimento, o transporte, o armazenamento e as informações disponíveis para o consumidor.

Conforme a seguir, a tabela que identifica o alcance das normas aos respectivos tipos de etapas da cadeia produtiva:

Tabela 2 – Procedimento de práticas para serviços de alimentação

PROCEDIMENTO	LIMITAÇÃO DAS NORMAS
Produção	Higiene, controle sanitário e qualidade da matéria-prima
Processamento	Boas práticas de fabricação e controle de contaminação
Transporte	Condições adequadas de higiene e temperatura
Armazenamento	Conservação correta e prevenção de deterioração
Comercialização	Exposição adequada e informações corretas ao consumidor

Fonte: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/res0216_15_09_2004.html

3.1.2 A estrutura institucional referente à supervisão da produção alimentícia no Brasil

As normas estabelecidas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) estão em amplo alcance sobre os produtos alimentícios. O controle pode ser identificado por meio da RDC n° 275/2002, por meio dos procedimentos operacionais com padronização e identificação de práticas benéficas. Como também, na RDC n° 216/2004, determinando as boas práticas para serviços da alimentação, sendo que a vigilância sanitária não é claramente preocupada apenas com o produto final, mas em todo o processo de produtividade. Buscando minimizar os riscos e os danos à saúde do consumidor, atua com a padronização dos processos, com a sua fiscalização e o cumprimento da exigência de determinação das informações evidentes, garantindo a segurança.

No Brasil, a produção de alimentos está regulada por meio da RDC n° 331/2019 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), que determina os padrões microbiológicos aplicados aos alimentos, admitindo os critérios suficientes para o controle da presença de microrganismos, atuando como preventivo dos riscos à saúde do consumidor. Conforme a RDC n° 331/2019 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), existe uma abordagem que possui o risco como base e os produtores devem adotar medidas de prevenção para a continuidade do processo de

produção, dessa forma, com a segurança do atendimento dos padrões sanitários exigidos.

De acordo com a RDC n° 216/2004, o transporte e a conservação de alimentos devem possuir armazenamento em condições de higiene adequada, com sistemas de organização e controle da temperatura conforme as características do alimento produzido. Com ênfase na estabilidade da temperada correta desde o transporte até o armazenamento, sendo necessário para evitar resultados de ampliação de microrganismos que podem prejudicar a saúde, garantindo a conservação por meio da qualidade e da segurança dos produtos alimentícios

O sistema de integração das normas compostas pelas resoluções da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) são padrões que buscam um controle, atuando de forma complementar, desde a produção até a informação disponível para o consumidor, garantindo a segurança do alimento, a saúde pública e as disposições das informações necessárias e adequadas, demonstrando que o sistema da Anvisa é um controle sanitário que garante o consumo dos produtos alimentícios do mercado, desde que garantidos pelo órgão por meio das suas normas de regulamentação.

3.1.2.1 A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) foi criada a partir da Lei n° 9.782/1999, sendo uma autarquia sob regime especial, presente através de coordenações, instituída com o objetivo de promover a proteção da saúde dos cidadãos, atuando com o controle sanitário da produção e consumo de produtos e serviços sob a tutela da vigilância sanitária, além da sua atuação no controle. Conforme a sua instituição, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) é uma base na regulamentação dos setores responsáveis pelos alimentos, cosméticos e produtos farmacêuticos, estando sob a fiscalização da vigilância sanitária. A sua atuação ocorre principalmente por meio de padrões técnicos e científicos com o objetivo de prevenir riscos e danos à saúde pública.

As funções da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) estão presentes na competência de regular, controlar e fiscalizar os produtos que possam originar possíveis riscos à saúde do consumidor. Especificamente nos alimentos, estabelece os padrões de qualidade sanitária por meio da atuação na fiscalização das

normas de regulamentação. Sendo ainda, responsável pelos registros e monitoramentos dos riscos do consumo alimentício. Atuando no desenvolvimento dos processos científicos que colaboram com o progresso da qualidade de hábitos alimentares, promovendo uma eficiente proteção do consumidor.

Pode-se considerar que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) é responsável por conter um acervo normativo relacionado ao setor alimentício, as resoluções são determinantes para o tipo de alimento, o processo de produção e a análise do risco sanitária desenvolvido. Além disso, a regulamentação para cada categoria é identificada por meio das suas características, como por exemplo, os alimentos de origem animal como carnes. Sendo restrito só controle microbiológico da temperatura e higiene adequada, conforme a RDC n° 331/2019. Por outro lado, os alimentos de origem vegetal possuem outro tipo de regulamentação, voltadas ao controle de contaminação, regras de armazenamento específico e práticas agrícolas mais eficientes.

3.1.2.2 O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC)

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) foi instituído através da Decreto n° 2.181/1997, de forma orgânica integrando as ações de proteção e defesa do consumidor, sendo eficiente para integrar a efetividade dos direitos estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor (CDC), em atuação conjunta com os órgãos federais, estaduais, distritais e municipais. Em específico, no setor alimentício, a sistemática é aproximada quando evidencia um risco ligado à dignidade do consumidor.

As funções do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) estão fundamentadas na coordenação, prática da execução e fiscalização, conforme pontuado no artigo 4° do Código de Defesa do Consumidor (CDC), com o intuito de proteger o consumidor das práticas abusivas e garantir o equilíbrio das relações de consumo. Principalmente, quando referente à fiscalização dos fornecedores, ao aplicar as sanções administrativas necessárias e na adequação das resoluções dos conflitos decorrentes do consumidor e fornecedor. No que diz respeito ao setor alimentício, as atribuições estão pautadas no controle da qualidade dos produtos, na transparência das informações rotuladas e na adequação dos padrões sanitários

normativos, complementando a atuação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

O acervo normativo do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) no setor alimentício é determinado pelas normas instituídas no Código de Defesa do Consumidor (CDC), aplicável a todos os produtos alimentícios de maneira geral. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) propõe princípios, a exemplo o direito à informação adequada, proteção da saúde e segurança alimentar e a reparação dos danos decorrentes dos produtos danosos. A aplicação das normas compostas pelo Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) é dependente do tipo específico do alimento e da forma como foi comercializado. A exemplo, os alimentos decorrentes da industrialização devem conter as informações sobre validade e composição nos rótulos, por outro lado, os produtos in natura devem obedecer ao fornecer da origem do alimento, condicionando a sua oferta.

Portanto, Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) determina as informações administrativas e as suas respectivas sanções aos fornecedores que transgredem as normas defensivas dos consumidores, abrangendo as irregularidades da comercialização de alimentos. Por outro lado, o Decreto n° 7.962/2013 é responsável pelo comércio eletrônico, na atuação da venda dos alimentos através do meio digital, como plataformas de comércio, devendo haver a transparência nas informações em condomínio com a exigência dos direitos do consumidor.

3.1.2.3 O Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON)

O Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) é um órgão que complementa o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), que possui o objetivo de proporcionar a proteção e a defesa dos direitos do consumidor, atuando como objeto de equilíbrio das relações de consumo, além da atuação prática de fiscalizações em ambientes de comércio, atuando na função administrativa e na função educativa.

O Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) é destaque na área de atendimento ao consumidor, principalmente na resolução de conflitos originados das relações de consumo, atuando como membro conciliador. A sua atuação é dinâmica, principalmente quando referente à competência de fiscalização

nos estabelecimentos dos fornecedores e prestadores de serviços. Sendo visualizado quando, por exemplo, em um supermercado, o consumidor identifica que o preço do produto presente na prateleira é diferente do valor cobrado no caixa, denunciando ao PROCON, o órgão realiza a fiscalização fazendo a conferência da correspondência do valor do produto na prateleira e o valor corado no caixa conforme a exigência do Código de Defesa do Consumidor (CDC), havendo a diferença o supermercado poderá ser multado.

Quando há o descumprimento dos direitos básicos do consumidor, como forma educativa efetiva por meio das sanções administrativas presentes na lei, a exemplo as multas como forma de conscientizar os consumidores e os fornecedores. O órgão também atua de forma preventiva, a partir da vigilância das práticas de comercia conhecidas como abusivas, além disso, as suas atuações são complementares aos demais órgãos integrados do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) para executar a política nacional de proteção aos consumidores.

Um exemplo concreto e atual da atuação do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) na fiscalização do setor alimentício pode ser considerado na operação realizada pelo órgão do município de Campina Grande-PB, na qual foram realizadas vistorias nas padarias da referida cidade buscando a prevenção de abusos ao consumidor, com o objetivo de prestar segurança alimentar da população munícipe. No decorrer da ação, ao inspecionar um número total de 47 estabelecimentos comerciais, foram conhecidas as irregularidades de quatro padarias, havendo a apreensão de produtos que estavam fora do prazo de validade e imediatamente retirados da circulação comercial para promover a proteção da saúde pública. Resultando assim, na lavratura de autos e termos de apreensão, além de orientação aos fornecedores responsáveis, a respeito das sanções.

Referente ao setor alimentício, o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) é responsável pela fiscalização do cumprimento das normas protetivas ao consumidor, principalmente sobre segurança, qualidade, informações suficientes e claras, em relação aos produtos ofertados no mercado. O acervo normativo é um conjunto de leis vigentes variáveis conforme as características especiais do alimento. De forma geral, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária (SNVS) instituído pela Lei n° 9.782/1999, definem as competências da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) sobre

as resoluções do órgão em relação à qualidade do processo do alimento, portanto, o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) atua em conjunto com estes órgãos, como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e o Ministério da Agricultura e Pecuária, assegurando a cadeia alimentar.

3.1.2.4 O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE)

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) é uma autarquia federal vinculada só Ministério da Justiça e Segurança Pública, com a função de zelar pela livre concorrência no mercado. Instituída pela Lei n° 4.137/1962, mas ampliada por meio da Lei n° 12.529/2011, determinada como Lei de Defesa da Concorrência. Atuando como principal responsável antitruste no Brasil, com competência administrativa e de decisão.

As atribuições do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) são específicas na prevenção e repreensão das infrações que ferem a ordem econômica, garantindo um ambiente de concorrência favorável para o mercado equilibrado e favorável. Ocorrendo por meio da análise dos atos de concentração econômica das fusões, incorporações e aquisição de empresas no mercado, havendo sanções para as práticas anticoncorrenciais, como a ocorrência de cartéis e posições empresariais dominantes de mercado que impedem que empresas menores se desenvolvam por meio da livre concorrência.

Conforme pontua Calixto Salomão Filho (2013, p. 62) “A garantia da concorrência vem antes da confirmação do mercado, exatamente porque se crê – e se demonstra empiricamente - que só aquela, e não este, é capaz de garantir o equilíbrio das relações econômicas”. Sendo responsável pela promoção de orientações e políticas públicas relacionadas à defesa da concorrência, uma vez que o desenvolvimento comum é o objetivo principal, sendo concomitante com a atuação de órgãos públicos administrativos e entidades internacionais, como forma de fortalecer o combate das práticas violadores da livre concorrência e garantir a proteção do consumidor na relação de consumo.

Outro aspecto relevante a ser considerado é que a atividade desenvolvida pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) é assegurar a livre concorrência e repreende as práticas denominadas como práticas empresariais de

natureza abusiva, tal objetivo é garantidor do equilíbrio da relação das empresas no mercado concorrencial e admitem que a competição seja uma primazia do ponto de constância do mercado empresarial.

Conforme pontua o artigo 36 da Lei nº 12.529/2011, a especificação da infração contra a ordem econômica:

> Os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados: I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa; II - dominar mercado relevante de bens ou serviços; III - aumentar arbitrariamente os lucros; e IV - exercer de forma abusiva posição dominante. (BRASIL, 2011, art.36)

Reiterando que a responsabilidade é objetiva, uma vez que independe de culpa para que seja auferida.

Com base nas evidências admitidas em relação às questões anteriores, é necessário exteriorizar que os rótulos enganosos são mecanismos utilizados como práticas de mercado validadas como práticas anticoncorrência, uma vez que ao demandar o exercício e o estímulo sucessivo, acarreta na criação da vantagem indevida, principalmente se considerarmos o porte das empresas, sendo assim, as empresas de maior porte podem sobressair proporcionalmente de forma assimétrica em comparação com as empresas que atuam com a padronização dos rótulos conforme os ditames dos órgãos reguladores.

O fato exemplificado acima não viola apenas o Código de Defesa do Consumidor, limitando a autonomia do consumidor em relação à transparência das informações dos rótulos, gerando um risco à segurança alimentar deste, mas também, prejudica igualdade de oportunidades previstas no mercado de concorrência das empresas, devendo prestar o esclarecimento adequado através da informação oportunizada na embalagem do produto alimentício, sendo considerado um direito relevante previsto no artigo 6º, III do Código de Defesa do Consumidor.

Outrora, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) atua em consonância com os órgãos públicos referentes à estruturação do sistema econômico brasileiro, como o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), visando principalmente que haja o comprometimento de forma conjunta da normatização, fiscalização e atuação em mercado, principalmente em referência ao recebimento das reclamações, que

desempenham um papel de aproveitamento das perspectivas das figuras envolvidas, administrando as demandas que são originárias das práticas enganosas dos rótulos.

Considerando os determinados estudos da lei que padronizam a adequação das fórmulas e o alimento, é possível perceber que o ato de alterar a composição da receita do produto não é considerado uma prática ilícita, e menos ainda o devido aumento do seu valor para assimilar na prática de comércio, mas no referente à modificação da receita na rotulagem do produto, diminuindo a quantidade de componentes necessários para a sua fabricação conjuntamente com a constância do mesmo valor de repasse ao consumidor (sem aumento ou redução), há a presença de uma prática ilícita que condiciona o aumento de lucro da empresa à falta de adequação do produto, quanto ao preço e a sua respectiva qualidade nutricional.

3.2 REGRAS OBRIGATÓRIAS PARA MODIFICAÇÃO DE CONTEÚDO DAS RECEITAS

A alteração das receitas dos alimentos é uma prática permitida, mas devem ser respeitadas as existências específicas que são estabelecidas pela lei de competência do consumidor e sanitária. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) destacam a exigência da informação ao consumidor de forma ostensiva e clara quando houver a alteração da composição do produto, mesmo que de forma mínima. O demonstrativo e a ocorrência dessas normas evidência que a liberdade empresarial para atualizar as fórmulas dos produtos é relativa, estando vinculada à proteção da saúde, da segurança e do direito à informação.

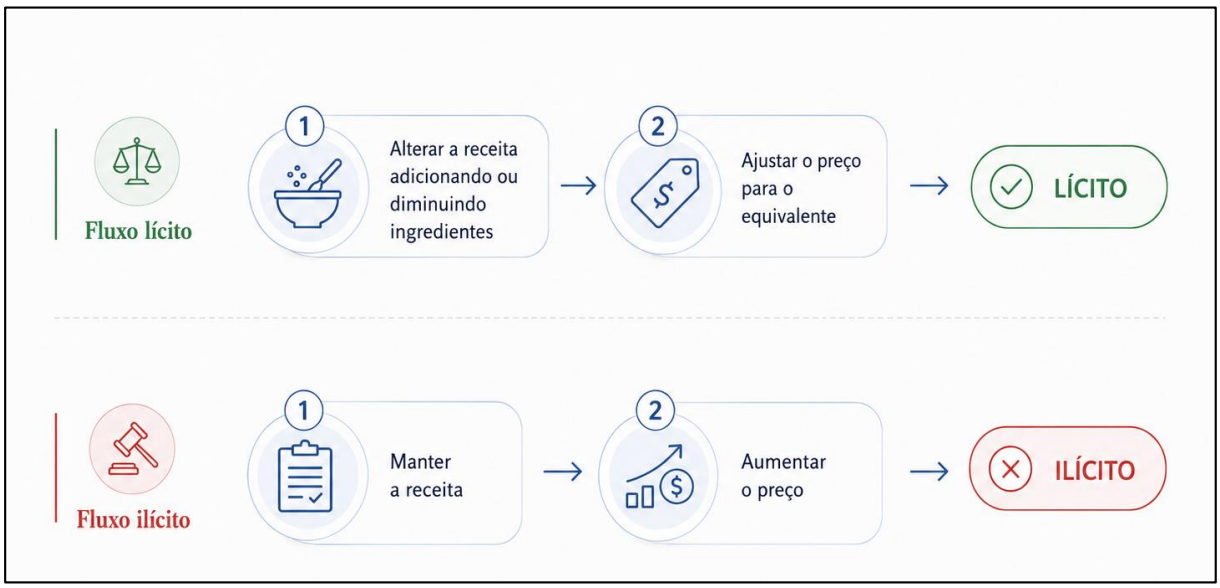
Por isso, as alterações das receitas devem priorizar, de forma obrigatória, o princípio da boa-fé objetiva, identificada nas relações de consumo, na qual os fornecedores devem ter lealdade na atuação do dever de transparência, evitando o erro de práticas que induzem o consumidor. As alterações na fórmula que não cumprem com o dever de comunicação devida, ou seja, mantendo a mesma estética, o nome do produto e a identidade conhecida, sem as devidas modificações necessárias configuram práticas abusivas, violando a expetativa do consumidor ao obter o produto.

Mas também, a atualização das receitas é considerada como estratégia de mercado utilizada pelas empresas como atrativo para os consumidores, atendendo às expectativas vigentes de mercado e tendências de consumo, reduzindo os custos de produção e apelos afetivos. Como por exemplo, é o caso da bolacha Passatempo referente à notícia da Revista Exame, a qual buscou readquirir correlacionando a ideia de "sabor da infância" com as memórias afetivas dos consumidores em relação ao produto, originando debates do público a respeito da composição da bolacha que pode influenciar na interpretação do consumidor no mercado.

Entretanto, a estratégia de mercado é limitada por questões que podem influenciar na saúde do consumidor, pois as alterações devem considerar os padrões sanitários e nutricionais, conforme a redução e o controle de aditivos e ingredientes. Sendo assim, mesmo que a modificado das receitas sejam consideradas como um objeto legítimo da atividade empresarial, deve ser considerada de acordo com as normas de saúde pública e proteção ao consumidor, buscando que os resultados econômicos estejam conforme a segurança alimentar do consumidor e da relação de consumo.

Considerando os determinados estudos da lei que padronizam a adequação das fórmulas e o alimento, é possível perceber que o ato de alterar a composição da receita do produto não é considerado uma prática ilícita, e menos ainda o devido aumento do seu valor para assimilar na prática de comércio, mas no referente à modificação da receita na rotulagem do produto, diminuindo a quantidade de componentes necessários para a sua fabricação conjuntamente com a constância do mesmo valor de repasse ao consumidor (sem aumento ou redução), há a presença de uma prática ilícita que condiciona o aumento de lucro da empresa à falta de adequação do produto, quanto ao preço e a sua respectiva qualidade nutricional.

Figura 1 – Descrição da prática abusiva da alteração da receita e o aumento do valor do produto



Fonte: Elaborado pelo autor (2026)

3.2.1 Regras obrigatórias associadas à tutela da saúde do consumidor

A tutela da saúde do indivíduo consumidor é um dos princípios basilares instituídos pelos direitos básicos do direito do consumidor, sendo necessário para a continuidade da proteção à vida e à dignidade. Conforme exposto no artigo 6°, inciso I do Código de Defesa do Consumidor (CDC), o direito básico do consumidor é a proteção da vida, da saúde e da segurança contra os riscos provenientes das atitudes do fornecimento dos produtos e serviços nocivos. Além disso, os fornecedores, ao comercializar, devem assegurar que os produtos disponíveis não apresentam riscos à saúde dos consumidores, caso apresentem risco são responsáveis pelos danos sofridos.

De acordo com a legislação geral da regulamentação estabelecida pela Agência Nacional da Vigilância Sanitária (ANVISA), há a imposição da obrigação de apresentar as informações acessíveis e claras sobre os riscos à saúde, principalmente nos produtos alimentícios, medicamentos e comestíveis, que resultem em danos ao consumidor. Ao considerar a insuficiência ou omissão de informações, considera

como prática abusiva e há a responsabilização do fornecedor. O atendimento dos requisitos deve ser fiscalizado para alcançar a segurança da normatização e dos padrões dos produtos do comércio, adequando à segurança e à qualidade, reforçando a tutela da saúde do ser humano.

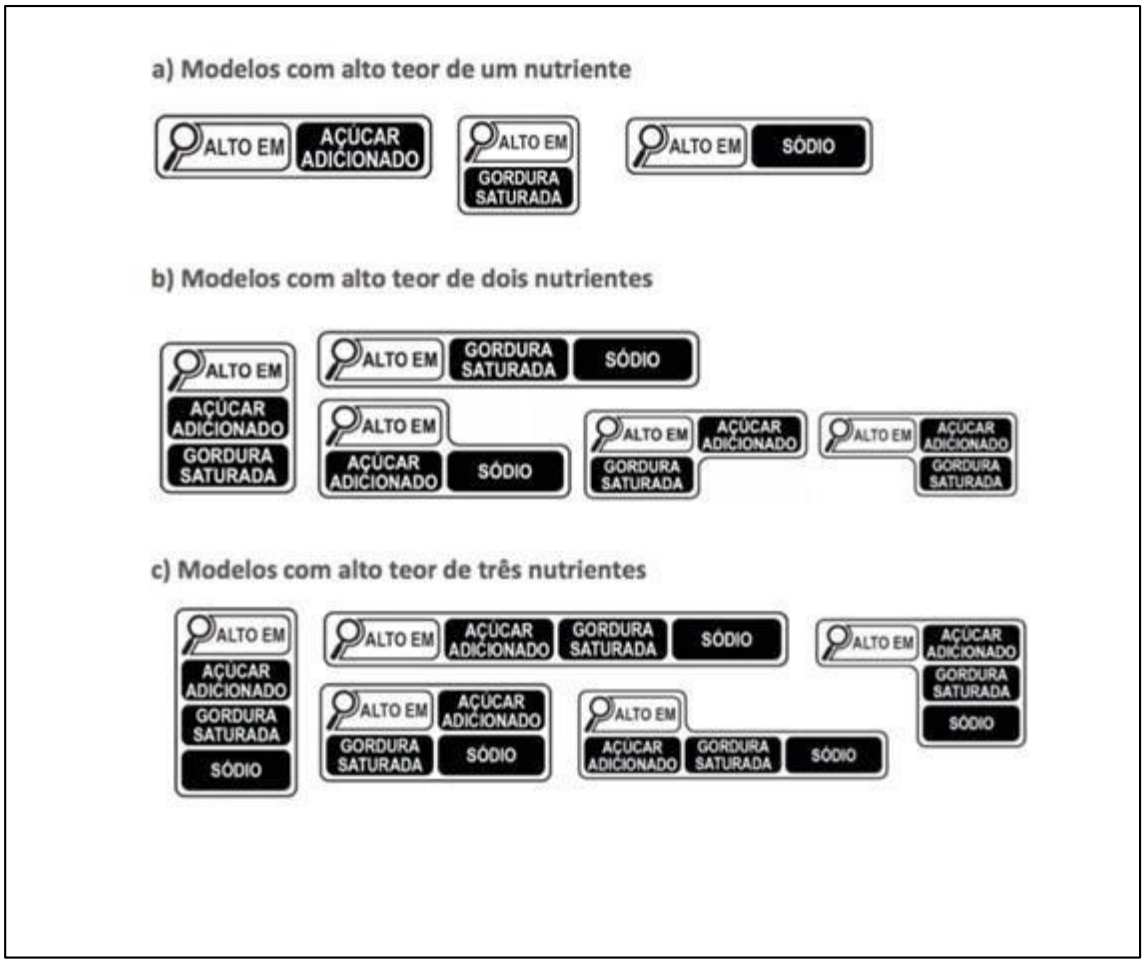
3.2.2 Regras obrigatórias associadas à tutela da alimentação do consumidor

As informações adequadas e obrigatórias que devem constar nos rótulos dos produtos alimentícios são especificados através da RDC n° 429/2020, dispondo da rotulagem nutricional do alimento, esta resolução foi necessária para que na rotulagem nutricional frontal do alimento existam possíveis alertas a respeito do produto que apresenta altos níveis de açúcar adicionado, gordura saturada e sódio. Facilitando o entendimento do consumidor ao identificar as informações do alimento, de acordo com a consciência das suas escolhas, tornando a comunicação mais eficiente quanto aos riscos do consumo exagerado desses componentes nutricionais.

A tutela da alimentação do consumidor está, de forma direta, interligada à informação da composição da fórmula e da promoção das escolhas alimentares de forma consciente, ou seja, a partir da livre escolha do consumidor, devendo levar em consideração que o produto é saudável. As regras obrigatórias de rotulagem nutricional exercem um papel importante, principalmente ao adotar TAGS nutricionais, a exemplo – “alto em gordura saturada”, “alto em sódio” e “alto em açúcar adicionado”.

As advertências frontais, que possuem o objetivo de prestar atenção ao consumidor no ato da compra, foram determinadas pela Resolução RDC n° 429/2020 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), desempenhando a função de proporcionar a visibilidade necessária para que o consumidor compreenda as informações nutricionais e como um alerta ao consumo exagerado dos componentes, que futuramente podem desencadear graves riscos de doenças decorrentes desse consumo excessivo.

Figura - TAGS obrigatórias dos rótulos dos produtos alimentícios



Fonte: CNN (2025)

As TAGS nutricionais demonstram um progresso na proteção do consumidor, sendo que as informações se tornam mais acessíveis e visíveis. Ao indicar os altos níveis de componentes que podem apresentar riscos à saúde na rotulagem nutricional frontal, proporciona condições preventivas de doenças como a obesidade, quadros de alergias, diabetes, hipertensão, além de associar a gerenciar a reformulação dos produtos das empresas do setor alimentício, buscando o desenvolvimento das empresas.

4 ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES SOBRE A COMPOSIÇÃO QUÍMICA NOS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS E SUAS IMPLICAÇÕES PARA A ORDEM ECONÔMICA BRASILEIRA

A compreensão analisada dos rótulos através das informações que constam nos produtos alimentícios é apresentada por meio das condições que o fornecedor determina quando comercializado. Com a adequação das informações claras, pode-

se considerar que são suficientes em relação ao produto para que o consumidor saiba escolher e compreender as suas características, bem como, identificar se há algum risco eventual no consumo do produto. Outrora, a rotulagem é um instrumento essencial de marketing, sendo imprescindível na ocorrência da transparência da relação entre o consumidor e o fornecedor, ou seja, o consumidor tem acesso às informações de forma clara e adequada para determinar as suas escolhas eficientes.

Além disso, nas informações devem constar a composição química dos alimentos, com proeminência na identificação efetiva de ingredientes que possam prejudicar ou apresentar riscos ao consumidor, devendo estar claramente identificado, como os conservantes, corantes alimentícios, substâncias aromatizantes, sendo informações importantes para a segurança de adquirir o produto alimentício, em decorrência do desenvolvimento crescente do impacto consumerista de produtos industrializados e ultra processados, devendo ser classificado quanto à sua qualidade do valor nutricional e segurança pelo consumidor.

Conforme os impactos gerados por meio das práticas de rotulagem sobre o desenvolvimento do mercado, a ausência de informações completas são de forma exaustivamente enganosas, uma vez que norteia um cenário de assimetria em relação às informações, favorecendo assim a igualdade e prejudicando a livre escolha do consumidor, além de favorecer também as práticas comerciais de forma desleal, sendo que os fornecedores obtém vantagens quando desempenham a falta de manutenção no produto, influenciando a atratividade do produto, sem as informações que permitam que o consumidor reflita a respeito da composição adequada.

4.1 OS FUNDAMENTOS DA ORDEM ECONÔMICA E SUA REALIZAÇÃO NA CONJUNTURA BRASILEIRA: ENTRE AS SENSIBILIDADES DO CONSUMIDOR E A “SOLIDEZ” DO MERCADO AUTORREGULADO

A fundamentação protetiva da ordem econômica brasileira encontra base normativa no artigo 170 da Constituição Federal de 1988, conforme pontuado, admitindo que é uma norma de caráter supremo em relação às normas infraconstitucionais, sendo necessária à sua observância, conforme as determinações da hierarquia do ordenamento jurisdicional brasileiro. Em destaque, a ordem econômica é identificada como baseada no valor do trabalho humano e da livre iniciativa, de um ponto de vista tanto pessoal quanto empresarial, com o objetivo de

perpetuar a dignidade das atividades correlacionadas ao seu exercício em conformidade com a justiça social.

> 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:

Para que seja dada a observância em caráter normativo, a Constituição Federal estabelece os parâmetros dos princípios da ordem econômica, conforme o próprio artigo 170 da Constituição Federal de 1988, como exemplo a soberania nacional que busca a proteção da autonomia econômica interna do país preliminarmente às questões externas que podem impactar diretamente a autonomia econômica do brasil. Tais princípios são determinantes e importantes, deste modo, a sua sistemática pode ser de forma isolada e em conjunto de maneira integrativa, como forma de orientar as políticas e atividades do mercado econômico.

Pode-se considerar que as visibilidades da atuação de dois princípios são relevantes para as questões sobre rótulos de alimentos: defesa do consumidor e livre concorrência. Como forma de determinar bases que compõem estratégias de mercado da dinâmica da livre iniciativa, configura a garantia de um cenário de concorrência positivo, uma vez que deve determinar estratégias que complementam o funcionamento no mercado. Configurando que a ordem econômica brasileira, conforma a Constituição Federal, valoriza a livre iniciativa e a livre concorrência, em conjunto, como princípios fundamentais que compreendem o bom funcionamento das demandas econômicas, através do seu estímulo no desenvolvimento da eficiência e da inovação, desenvolvendo um equilíbrio social.

A importância dos princípios da ordem econômica é cada vez mais evidente, por meio dos quais o Estado atua como agente normativo, tano da conservação das normas já existentes, como na fiscalização e imposição de sanções administrativas que podem resultar decorrentes dos danos provenientes à ordem econômica garantida pelo Estado Democrático de Direito na Constituição Federal, garantindo que a ordem econômica cumpra, também, a finalidade social.

Por sua vez, o Conselho Administrativo de Ordem Econômica (CADE), de acordo com o art. 4º da Lei nº 12.529/2011 define como uma autarquia federal, vinculada ao Ministério da Justiça e Segurança Pública, garante a livre concorrência

impedindo práticas anticompetitivas, como a criação de carteis, assegurando de forma básica as infrações que violenta livre concorrência, a livre iniciativa e a proteção aos consumidores, sendo assim, com um funcionamento adequado no mercado.

Conforme pontua, Cavalieri Filho (2022, p. 399), as responsabilidades dos danos decorrentes do vício dos produtos são, de forma evidente, determinantes independente da presença de culpa, uma vez que o artigo 23 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) afirma essa responsabilidade objetiva, considerando que o consumidor é ignorante nos aspectos de avaliar a qualidade da inadequação dos produtos e serviços, capazes de considerar a responsabilidade, portanto não pode ser desconsiderada.

Em relação às aplicações das seções, o art. 45 da Lei n° 12.529/2011, determina que os requisitos devem ser considerados na aplicação das doações, como a gravidade da infração, as vantagens obtidas pelo infrator, o grau de lesão à livre concorrência e os devidos prejuízos causados aos consumidores. Referente às infrações resultantes dos atos praticados contra a ordem econômica, o art. 36 da Lei n° 12.529/2011 constitui os ilícitos concorrenciais aqueles que produzam efeitos como a limitação, falsear, aumentar os lucros de forma arbitrária ou estabelecer posição dominantes de forma abusiva, além disso, a infração é posta independente de culpa, configurando com a lesividade da conduta para a ordem econômica.

> Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados: I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa; II - dominar mercado relevante de bens ou serviços; III - aumentar arbitrariamente os lucros; e IV - exercer de forma abusiva posição dominante.

Conforme a sua atuação, tal cenário é capaz impactar diretamente o consumidor, sendo parte que evidencia a sua posição de vulnerabilidade nas relações de mercado. Através da dimensão da responsabilidade do fornecedor, desde a produção até o estabelecimento de preços, com a determinação de influenciar no bem-estar do consumidor. Sendo esta vulnerabilidade que não configura limite à própria esfera econômica, podendo atingir outros meios produtivos e setores da comercialização, além das próprias essencialidade, como a saúde e a segurança,

principalmente quando há a disponibilidade de produtos ou serviços com alto índice de risco.

Ainda em relação ao direito do consumidor, Cavalieri Filho (2022, p. 130) esclarece que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) gerente a incolumidade física do consumidor, garantindo que o consumidor não seja fisicamente ofendido, e que ainda a mesma norma garante o dever de segurança o dever de segurança, uma vez que o seguimento das obrigatoriedade de segurança não servem apenas para o consumidor, mas também, para o fornecedor, com o fornecimento de produtos e serviços seguros para o consumo do consumidor e para não resultar em consequências negativas na sua comercialização, surgindo assim, a necessidade de advertir por meio da explicitação nas informações nos rótulos.

Sendo obstante, a necessidade de prevenir a proteção do consumidor, revelando-se de uma matriz jurídica, mas também de preservar a dignidade humana diante dos meios econômicos. Portanto, diante dos princípios compreendidos como principais nas condições econômicas, necessitando das condições econômicas para harmonizar a liberdade de comércio, bem como, a viabilização do mercado justo e compreendido pelos valores determinantes da Constituição Federal de 1988.

Dessa forma, o consumidor não pode ser desconsiderado quando observado os fluxos econômicos. Sendo considerado como destinatário das cadeiras produtivas e da massa comercial, razão pela qual o mercado é considerado relação de polos. Portanto, Cavalieri Filho (2022, p. 51) diz que toda a circulação de tais bens e serviços disponíveis são planejados para suprir as necessidades do consumidor, sendo assim, a alça jurídica confere uma centralidade da relação no próprio consumidor e demonstra uma proteção através da norma especializada, evidenciando que o consumidor é um ponto central no desenvolvimento das atividades econômicas, buscando assim, condições e práticas justas de mercado, buscando a transparência para efetivar a proteção ao consumidor.

Sendo considerado como prioridade do fornecedor e dever do Estado, por meio da entrega de produtos e serviços e da disponibilidade de segurança quando envolve o bem-estar da pessoa consumidora, bem como, a segurança e a própria saúde, com o desempenho da privacidade. Outrora, os fornecedores devem tutelar a preservação humana quanto à uma vida digna através das condutas de responsabilidade e transparência com o consumidor.

4.1.1 O conteúdo do princípio da defesa do consumidor e seus desdobramentos na legislação infralegal

O princípio da defesa do consumidor é um ponto de embasamento da sistemática jurídica, determinando a proteção do consumidor. Partindo do pressuposto que o consumidor não é dispensável nos fluxos de mercado, ao contrário, deve ser compreendido como parte vulnerável e que necessita de amparo legislativo, uma vez que a sua normalidade é ter a deficiência de compreensão técnica para as informações dadas pelos fornecedores. Por isso, o amparo da lei é permanentemente fundamental na busca por estabilidade e desenvolvimento das relativas relações econômicas que envolvem as figuras de consumidor e fornecedor, por meio das necessidades do próprio consumidor vulnerável, que devem ser priorizadas.

Compreendendo que as demandas decorrentes das necessidades advindas do consumidor são administradas pelos agentes econômicos e instituições públicas. Portanto, o consumidor deve sempre ser protegido e as suas necessidades devem ser atendidas – desde as mais básicas até as mais complexas – o Estado desenvolveu uma função essencial – considerar que a prioridade é a segurança jurídica, ao mesmo tempo que mantém os mecanismos normativos para garantir o equilíbrio e justa relação.

Sendo assim, a proteção ao consumidor atua em um conjunto abrangendo o seu caráter de sujeito de direitos sendo a proteção à saúde, ao bem-estar, direito à informação clara e evidente, presença ao da privacidade e da dignidade da relação de consumo. Ao analisar de forma coerente, os resultados destes princípios concluem posições para o consumidor, na garantia dos seus direitos e da segurança do que se consome e, também, para o fornecedor, através do dever de prestação de transparência e respeito ao respaldo normativo, ainda adentrando o Estado, com o seu dever de regulamentar e tutelar as relações de consumo.

O principal desdobramento desse princípio é a necessidade de criar um microssistema, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), relacionado à proteção ao consumidor, cuja maior particularidade é o dinamismo, ou seja, as normas de direito do consumidor devem sempre estar em processo de reinvenção em decorrência das transformações constantes das variáveis econômicas estabelecidas pelo mercado. Conforme pontua Grinover *et al.* (2022, p. 54) que justifica a intervenção do Estado pelo tipo sistemático adotado por meio do regramento por um código específico ao

contrário de outros países, ainda de forma majoritária, que regram o mercado de consumo através de leis esparsas, especificamente para os tipos de atividade econômica, como a publicidade, crédito responsabilidade civil pelos acidentes de consumo, garantias.

Essa dinâmica pode ser observada, a exemplo na readaptação das normas aos cenários voltados ao consumo no ambiente digital, que embora seja bastante utilizado, possui uma carga de problemas de consumo, bem como, o surgimento de consumidores cada vez mais informados pelo próprio desenvolvimento tecnológico que busca evidenciar o acesso fácil e rápido de dados de pesquisas científicas e informação nutricional dos produtos adquiridos, sendo necessário que o aumento da segurança em decorrência das transparência e responsabilidade dos fornecedores.

4.1.2 O conteúdo do princípio da livre concorrência e seus desdobramentos na legislação infralegal

A estrutura da ordem econômica apresentada pela Constituição Federal de 1988 é considerada a partir da condição da busca por equilibrar a liberdade da dinâmica de mercado com a intervenção do Estado na proposta de resguardar o interesse coletivo e o bem-estar social de todos. De acordo com José Afonso da Silva (2024), a ordem econômica constitucional é proposta de forma orgânica por meio dos princípios que corrigem a atividade econômica, possuindo como objetivo primordial a garantia de liberdade para as partes, tanto da inciativa quanto na exploração das atividades lucrativas, desde que os limites jurídicos propostas sejam observados. Nesse interim, um dos princípios mais importantes para ser estudado é o princípio da livre concorrência, tendo a sua centralidade centrado nos critérios da sistemática mercantil e nas ações dos seus agentes econômicos

O espaço ao qual é conhecido para o desenvolvimento da vinculação das partes da relação econômica – consumidores e fornecedores – pode ser admitido pelas próprias demandas e ofertas que aproximam as partes. Entretanto, esse espaço não é absolutamente regrado ou livre, desde que a incidência das normas dispostas para perpetuar a ausência ou amenizar a imoderação, garantindo o mínimo de estabilidade. Sendo assim, a Constituição Federal de 1988 compreende a inserção de instrumentos necessários para controlar o desempenho da atuação das empresas no sistema concorrencial, como forma de evitar o abuso de poder de caráter econômico.

Uma vez que, conforme Calixto Salomão Filho (2013, p. 67) “Quando o agente econômico se aproveita de uma posição de poder já existente para aumentar seu poder ao mercado, dificultando ou impossibilitando a atuação dos concorrentes. ”

A livre concorrência como um princípio não pode ser considerada como absoluto, uma vez que a sua relativização está no controle da liberdade de ação dos agentes econômicos. Por outro lado, os agentes econômicos estão livres para atuar na limitação proposta pela norma, averiguando a certeza de preservação da integralidade de igualdade entre os demais agentes econômicos que atuam no sistema, além de garantir que os interesses dos consumidores sejam supridos de forma benéfica.

As aplicações da manipulação dos valores dos preços, bem como, composição de cartéis, e até mesmo a normalização de imposição abusiva como forma de garantir a justificativa de continuidade da pratica ilícita é incompatível com a normatização constitucional que garante o mercado de competição. Nessa perspectiva, Júlio Moraes Oliveira (2024) diz que a sociedade de consumo desenvolve instrumentos tecnológicos suficientes para proteger o consumidor da pratica abusiva, por meio da propaganda enganosa e produtos que possuem a destreza de violar a saúde e a segurança do consumidor, como os rótulos enganosos.

Outra determinação que envolve o consumidor é a combinação do efeito decorrente das ações que desvinculam a função primordial do mercado, uma vez que a limitação da liberdade econômica ocorre por meio dessas práticas desleais de mercado, ou seja, condutas como fraudulentas para o consumidor violam não somente a relação de consumo, mas também, viola gravemente a ordem econômica. Conforme as consequências, a configuração dos ilícitos, podem regular desde o caráter administrativo até o caráter penal, a depender da investigação dos órgãos específicos de defesa do consumidor, surgindo o Direito Penal Econômico, que é responsável por punir as práticas que transgredem a ordem econômica no âmbito da relação de consumo.

A regulação dos aspectos econômicos como na atuação do controle de publicidade e demais propagandas dos produtos é um dos efeitos em que as sociedades que possuem uma grande população, e consequentemente, um exorbitante consumo excessivo, atendendo ao forte potencial de influência de consumo, uma vez que a publicidade desencadeia um atrativo. Os instrumentos

jurídicos precisam constituir um pilar de impedimento para casos de abusos e manipulação, atendendo à proteção do consumidor

Apesar de considerar um ambiente livre para a atuação das empresas, alguns tipos de publicidade são consideravelmente, proibidas ou restringidas, tais como aquelas que estimulam as ações que prejudicam a saúde ou o desenvolvimento progressivo, podendo atingir os indivíduos que detém a vulnerabilidade, como as crianças, idosos ou pessoas com baixa escolaridade. Como por exemplo, a Resolução nº 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) que em 2014 proibiu as propagandas de brinquedos na TV brasileira, destinada ao público infantil, como os brinquedos, considerando como prática abusiva quando referente ao público infantil de até 12 anos de idade, com a justificativa de que as crianças não possuem o discernimento adequado para o conteúdo proveniente das propagandas, evitando a exposição da vulnerabilidade das crianças como agente consumidor do mercado.

Por fim, outro relevante desdobramento foi a criação e estruturação de órgãos administrativos do Estado responsáveis pelo sistema relacionado à proteção da concorrência e dos consumidores. Destacando-se o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) que possui como função prevenir e repreender as práticas que possam prejudicar a livre concorrência, como atividade de centralização econômica, evitando estratégias desleais como os carteis.

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) desempenha uma função de forma competência diante da necessidade de concretizar o princípio constitucional da livre concorrência no ambiente do direito econômico, atuando no controle da distorção de mercado. Como no caso disposto sobre a AMBEV e o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), na qual o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) acionou uma investigação administrativa para constar a presença de contratos que determinavam exclusividade entre a empresa com os seus respectivos estabelecimentos de comercialização a qual fornecia os produtos.

Dessa forma, havia uma limitação na qual demais empresas concorrentes tiveram o acesso restrito dentro do próprio mercado de circulação livre. O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) foi responsável por averiguar e desmontar um efeito de regulação para readequar as práticas comerciais leais, preservando o sistema concorrencial de mercado. Explicitamente, as empresas que

denotam um grande poder de aquisitivo no mercado, como tais empresas de grande porte, praticamente o abuso através da dinâmica de competitividade, na qual deve ser não repreendido, mas evitado e controlado pelos órgãos regulamentadores, como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

De acordo com o estudo das modalidades econômicas no artigo da revista Scielo sobre cartel nos contratos da Petrobras, evidencia que mesmo sendo considerado como uma prática tradicionalmente compreendida no meio econômico, havendo uma direta e concreta, pagando valores acima da normalidade e atuando de forma estruturada na divisão de obras entre os participantes do cartel, admitindo apenas a concentração das determinadas empresas como licitantes e ganhadoras, sendo considerada como prática anticoncorrencial e distorcendo o mercado, de modo que especialmente o princípio constitucional da livre concorrência é um dos violados.

4.1.3 Distorções nas informações de composição química e seus efeitos na lealdade do mercado perante o consumidor

Conforme a desenfreada apreensão do consumidor em relação à composição química dos produtos alimentícios, o “medo e consumir” torna-se crescente e causando grande repercussão em relação aos componentes presentes nos alimentos e se há algum risco proveniente do consumo à sua saúde, decorrente das informações evidentes nas pesquisas científicas, além disso, em decorrência do alto uso dos meios digitais que informam, tornando-se cada vez mais disponível o teor dos alimentos, não apenas as informações verdadeiras, mas também, as inexatas e que contrariam o teor original, causando uma alarmante questão que prejudica a autonomia da escolha do consumidor na relação de consumo.

Em relação aos termos de alta complexidade, dificultam a compreensão do consumidor, que deve considerar a relevância nutricional do alimento, por meio do acesso digital, por exemplo, que mesmo sendo uma ferramenta disponível, pode-se resultar em erro em relação à informação sobre a composição do produto alimentício e gerar um pânico no consumidor sobre o que está sendo consumido. Por outro lado, mesmo havendo a presença das substâncias disponíveis na fórmula, ainda é dificultoso, uma vez que a presença de termos técnicos e nomenclaturas

incompreensíveis para o indivíduo que não possui compreensão sobre o processo de produção.

Conforme Rizzato Nunes (2025, p. 130), o consumidor é evidentemente um vulnerável técnico, sendo predisposto às práticas enganosas, impedindo a compra, e até mesmo, arriscando o consumo por meio das interpretações erradas. De acordo com o cenário, as informações nos rótulos dos produtos são consideradas importantes para a dinâmica da lealdade de mercado concorrencial. Sendo que o ambiente é estabelecido pela inconstância de confiabilidade das fontes de informação, da ausência de clareza e alto teor informacional que dificulta a análise do consumidor vulnerável. Por fim, deve-se considerar que de acordo com os casos apresentados da inconsistência de informações, o consumidor deve considerar um comportamento ao condensar a ideia de que não entender sobre a composição do produto alimentício e sinônimo de não ser consumido.

4.2 A AUTORREGULAÇÃO E SEUS PERIGOS PARA A CIRCULAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS

Os agentes econômicos podem determinar uma autorregulação ao estabelecerem parâmetros para limitar a atuação do sistema do mercado, entretanto, é compreendida como insuficiente na adequação de manter os produtos para o consumo. Apesar de ser uma representação relativa, as empresas podem considerar essa limitação própria quando o Estado não determinar um parâmetro de atuação, ou seja, na ausência da determinação da lei, as empresas podem determinar como apresentar os informes nos rótulos dos produtos alimentícios, com a consequência de arriscar a transparência do consumidor, e resultando em um decorrente dano à sua saúde. Conforme aponta Barcellos (2025, p. 309) sobre a atuação dos agentes econômicos:

> O Poder Público interfere com a atividade econômica, em primeiro lugar, por meio da disciplina ou da regulação imposta às atividades sob diversas perspectivas. Assim, há normas trabalhistas, sanitárias, ambientais, tributárias, contábeis, societárias, entre muitas outras que terão de ser observadas pelos agentes econômicos. De forma geral, a disciplina ou regulação envolve a edição de normas – legais e infralegais – que estabeleçam as condutas obrigatórias ou vedadas nos vários temas relevantes, bem como a existência de sistemas de monitoramento e de garantia de execução dessas normas (por meio de fiscalização, aplicação de sanções ou prêmios, exigência de relatórios,

> entre outros mecanismos), além, é claro, do exercício do poder de polícia. (Barcellos, 2025, p. 309)

Portanto, os fornecedores não podem atuar livremente para adotar os padrões de informações dos rótulos dos produtos alimentícios, principalmente, pelo risco da vulnerabilidade do conteúdo da composição química dos gêneros alimentícios dos produtos. Dessa forma, o Estado regulamenta as limitações e as interações que devem constar nos rótulos dos produtos alimentícios, através das resoluções da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), considerando a qualidade do produto que deve ser disponibilizado no mercado e a segurança para o consumo, uma vez que ao declarar a liberdade das empresas para determinar o que deve constar nos rótulos seria incentivado a considerar apenas o lucro.

Por outro lado, a dinâmica do mercado é a potencialização dos lucros e o desenvolvimento do aumento das ofertas prejudiciais é um fator que influencia na redução do valor nutritivo dos produtos alimentícios, afetando diretamente a qualidade de vida e a dignidade da pessoa humana, considerando que o Estado é responsável pela preservação da saúde pública. Dessa forma, as empresas devem seguir os padrões estabelecidos pelo Estado para cumprir e garantir que os alimentos disponíveis no mercado de consumo correspondem na qualidade e na segurança de modo que tutela a vulnerabilidade do consumidor.

4.2.1 As substâncias de baixa qualidade na composição de alimentos e o potencial nocivo das substâncias químicas para o organismo humano no direito à saúde

Conforme Calixto Salomão Filho (2013, p. 67)

> O segundo objetivo advém exatamente dessa tentativa de preservar o mercado como agente de transmissão das informações. O controle da lealdade da concorrência serve, então, para garantir o fluxo de informações para o consumidor (imaginem-se, por exemplo, as regras contra a criação de confusão com produtos do concorrente). O bem jurídico protegido aí, através da garantia da lealdade da concorrência, é a informação do consumidor.

Em decorrência da necessidade do Estado de tutelar a saúde pública, surgiu a obrigatoriedade da disposição das informações nos rótulos dos produtos alimentícios, e ainda de conduzir a equiparação ao corrigir as discrepâncias nas informações

dispostas, com o objetivo de minimizar os riscos. Com isso, a Constituição Federal de 1988 dispõe da observância do direito à informação e da sua influência na saúde que pode ser colocada em risco quando não ocorre o seguimento obrigatório, garantindo que o consumidor tenha decisões eficientes e seguras para a sua saúde, sendo este garantido pelo Estado no artigo 196 da Constituição Federal de 1988, sabendo que cabe unicamente ao próprio consumidor decidir se consome ou não, baseado no preço e na necessidade.

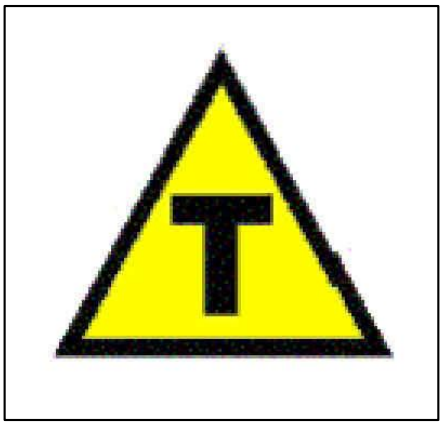
> Art. 196. A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação.

Através do desenvolvimento no campo da biologia, especificamente da engenharia genética, surgem os alimentos transgênicos, sendo caracterizados por serem geneticamente modificados para o melhoramento da cadeia produtiva, e assim, aumentando as vantagens da sua produção através de genes híbridos, por exemplo.

> ‘ Decifram-se genomas; a engenharia genética torna possível a modificação do código genético de plantas, animais e micro-organismos, do que resultam produtos geneticamente manipulados (conhecidos pelo vocábulo transgênicos), supostamente mais resistentes e adaptados às necessidades humanas, como vem acontecendo com a soja, o milho, o algodão e, mais recentemente, com o trigo. (Cavalieri, 2022, p. 17)

De acordo com Varella *et al*. (2005, p. 50-51), quanto à sua comercialização, devem ser considerados condições obrigatórias, como as embalagens e os rótulos obrigatórios para identificar os alimentos conhecidos como transgênicos, informando que o produto é geneticamente modificado, mesmo que este produto tenha a mesma igualdade química que o produto não transgênico, devendo o consumidor ter o direito de escolha, sendo considerado como ícone identificador o ”T”, através do decreto nº 4.680/2003, devendo utilizar o padrão de porcentagem mínima – 1% (um por cento) – como forma da população adquirir um hábito em relação ao consumo dos organismos geneticamente modificados (OGM).

Imagem 1 Símbolo presente nos rótulos que identifica os organismos geneticamente modificados (OGM).



Fonte: GOV (2023)

Sendo assim, algumas substâncias quando entram em contato com alguns organismos podem desencadear reações alérgicas, a exemplo o glúten, a lactose e o açúcar, os produtos que contem esses componentes que podem desencadear quadros alérgicos devem conter no rótulo do produto, como um sinal de alerta, a expressão “contém glúten”. Aumentando o risco à saúde quando não há a observância de tais substâncias nos rótulos dos produtos, e até mesmo quando a sua disposição não é específica, quanto à sua descrição que deve estar associada à elementos obrigatórios que alertem a sua presença e consequentemente a sua ingestão para que o consumidor possa escolher se deve ou não consumir, ao estar ciente do risco demonstrado.

Como também, tem o potencial de causar alterações no organismo de modo que podem estimular o surgimento ou agravamento de doenças, como a hipertensão, uma vez que o sódio é considerado como um componente muito utilizado na produção dos alimentos industrializados disponíveis mercado, sendo m risco para os consumidores com hipertensão, devendo constar a TAG no rótulo do produto determinando que contem sódio, deixando a decisão sobre comprar ou não para o consumidor a partir da sua preocupação com a própria saúde, e consequentemente sobre proporcionando lucro ou não à empresa, pois os rótulos dos produtos alimentícios são a forma mais clara para haver o esclarecimento da nocividade das substâncias presentes nos alimentos industrializados, compreendendo os seus riscos para decidir se irá comprar, através do direito à saúde e à informação do consumidor.

Os alimentos que possuem substâncias de baixa qualidade na sua composição são industrializados utilizados como estratégia para reduzir os custos decorrentes da sua produção. Geralmente, com o objetivo de baratear o custo do da fabricação, com

a ausência desse barateamento para o destinatário final – o consumidor – mantendo assim, a mesma lucratividade e a minimização dos gastos, embora considere um risco à qualidade e à saúde do ser humano consumidor.

Conforme Pedro Lenza *et al*. (2026, p. 292), a teoria do risco da atividade pode até ser considerada, se caso o fornecimento do produto disponibilizado no mercado criar um risco proveniente do dano, ou seja, o fornecedor tem o conhecimento de que o produto pode considerar um dano, devendo assim reparar os danos, mas também, considera-se que até mesmo aqueles produtos que não apresentam este dano proveniente devem ser responsabilizados, uma vez que se houver consequências o consumidor deve ser reparado.

Dessa forma, pode-se observar que haja a manutenção do valor, e até mesmo o aumento do valor do produto final, comprometendo a concorrência leal e atingindo a boa-fé na relação do fornecedor e o consumidor, uma vez que há a sua responsabilização, de forma objetiva, sendo muito recorrente que os consumidores iletrados sejam lesionados pela prática, pois são orientados pelo preço e pela sua necessidade.

A prática bastante adaptada para o mercado de comercialização é a alteração dos componentes do produto, principalmente para reduzir a lista de ingredientes que compõe e consequentemente diminuir o seu custo, uma vez que esta prática pode lesionar o consumidor quanto à sua condição nutricional e, também, quando a embalagem da "nova fórmula" e agora com ingredientes a menos e a constância valor, pode trazer ao consumidor uma dificuldade de saber escolher o produto, considerando que a ferramenta informacional pode não ser suficiente, apenas visualmente, já que as empresas podem apresentar uma grande similaridade nos produtos, mesmo com a composição diferente.

Embora possa ocorrer casos de produtos de diferentes origens serem vislumbrados com um valor nutritivo inferior como uma estratégia para reduzir os custos, tais casos com as misturas lácteos podem ser as práticas mais encontradas, como disposta na reportagem do G1 onde o Procon do estado de São Paulo notificou a empresa Nestlé em relação à comercialização das misturas lácteas que possuem um valor nutricional inferior, em que o consumidor estava comprando e consumindo uma mistura à base do soro do leite, sendo facilmente confundido com o produto do leite condensado, ainda que a empresa estivesse expondo como um novo produto, a diferença visual entre os produtos era de forma mínima, enganando nos rótulos a

baixa qualidade das substância empregadas na produção, mantendo o preço leite e mistura láctea induzindo o consumidor ao erro pela similaridade entre o produto original e a mistura láctea, sendo violado o direito à informação clara exposta no Código de Defesa do Consumidor (CDC) e ainda, causando uma distorção na concorrência leal entre das empresas.

Imagem 2 – Diferença dos rótulos dos produtos alimentícios leite condensado e mistura láctea.



Fonte: https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/09/21/procon-sp-notifica-nestle-por-venda-de-misturas-lacteas-a-base-de-soro-de-leite-com-embalagens-semelhantes-a-produtos-originais.ghtml

Cabe explicitar que geralmente e é cada vez mais recorrente que as misturas lácteas, que possuem um valor nutritivo inferior, especificamente são à base do soro de leite, são acometidos pelas embalagens parecidas, como o caso do leite em pó integral e da mistura láctea, do creme de leite com a mistura láctea e o leite condensado com a mistura láctea. Nesse sentido, é importante explicitar que mesmo apresentando um mínimo indício visual da diferença entre os produtos, em relação as suas embalagens, não é suficiente para que o consumidor possa distinguir a diferença da composição e a inferioridade da sua composição, sendo o consumidor motivado

pela necessidade e pelo próprio valor do produto, quando se tratam da diminuição do valor, mas pode ocorrer de haver a constância e até mesmo o aumento do valor sem acompanhar a sua qualidade como produto alimentício, sendo considerada como uma forma de mascarado as informações dos rótulos, diminuindo a capacidade de identificação direta por parte do consumidor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em decorrência das demandas do mercado, uma prática cada vez mais recorrente é a alteração da composição química dos produtos, com a mínima alteração no rótulo e a constância do seu valor, e até mesmo o aumento do valor, que quando combinados e expostos no mercado de consumo é considerado como uma prática ilícita. Por isso, tornou-se necessária a discussão em relação aos rótulos enganosos dos produtos alimentícios, atingindo de forma dobrada, paralelamente, tanto o consumidor quanto à dinâmica de mercado concorrencial.

Havendo a análise da situação limítrofe entre a alteração da composição dos produtos e o seu impacto ao gerar uma prática abusiva, resultando em impactos expostos tanto ao consumidor, em relação ao seu direito de livre escolha, quanto às demais empresas concorrentes do mercado dinâmico.

De modo que o estudo buscou reproduzir as implicações dispostas pelas práticas enganosas empresariais que buscam lucrar através de formas ilícitas, arriscando a saúde do consumidor vulnerável e o hipervulnerável, por não terem conhecimento técnico sobre o que está consumindo e comprometendo a dinâmica de mercado, atingindo principalmente as empresas de menor porte econômico.

A pesquisa analisou que os rótulos dos produtos são instrumentos para exercer o direito à informação, de modo que proporcionava segurança à saúde em relação às informações admitidas na transparência de mercado e vulnerabilidade do consumidor. Portanto, reconheceu-se que os rótulos enganosos foram utilizados como prática abusiva na estratégia multifocal nociva à integridade concorrencial de mercado e da livre escolha do consumidor, no âmbito do setor alimentício.

O problema da pesquisa versou sobre a averiguação da medida em que a alteração da composição dos produtos alimentícios sem a devida correspondência da modificação clara e ostensiva das informações referentes nos rótulos poderia ser

considerada prática abusiva e quais os danos provenientes da conduta em relação à livre escolha do consumidor e à estrutura concorrencial do mercado de consumo.

Assim, sustentou-se como hipótese que as faltas de transparência nas alterações das fórmulas dos alimentos afetavam o direito à informação clara e adequada, fazendo com que o consumidor fosse induzido ao erro, mas também, beneficiava as empresas que não seguiam a devida padronização adequada estabelecida pelos órgãos regulamentadores e adotavam as práticas desleais de mercado, gerando lucros provenientes do induzimento ao erro.

No decorrer da pesquisa, a hipótese proposta foi constatada, visto que a alteração da composição química dos produtos alimentícios – a fórmula – quando não evidencia as suas informações nutricionais nos rótulos expôs a violação dos princípios previstos na Constituição Federal de 1988 e do Código de Defesa do Consumidor (CDC), como a boa-fé, a transparência, a proteção e a segurança à saúde do consumidor.

Verificou-se que as práticas que foram objeto da pesquisa, além de violarem a relação de consumo, violam também, a ordem econômica brasileira e a livre concorrência, distorcendo o equilíbrio do mercado concorrencial da circulação das empresas, admitindo vantagem lucrativa às empresas que restringiam os custos da produção dos produtos, sem proporcionar as devidas informações sobre as modificações os produtos.

E relação aos resultados, constatou-se eu a ausência das informações adequadas nos rótulos dos alimentos progridem a vulnerabilidade do consumidor, principalmente os consumidores vulneráveis e os hipervulneráveis, a exemplo os hipertensos, idosos, gestantes, indivíduos com restrições alimentares, diabéticos, alérgicos alimentares e crianças, aos quais podem ser afetados de forma direta, ainda mais, pela ausência de informações nutricionais claras, afetando a sua saúde. Portanto, constatou-se que a ausência das informações nos rótulos nutricionais dos produtos alimentícios danificou o princípio da livre escolha, e a falta de forma consciente nas suas escolhas tornou o consumidor destinado ao erro das estratégias empresariais ligadas ao comprometimento o suporte visual dos produtos alimentícios disponíveis no mercado de consumo.

Constatou-se, da mesma forma, que as normas reguladoras da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), através das Resoluções da Diretoria Colegiada (RDC), como a RDC nº 429/2020 e a RDC nº 727/2022, foram consideradas

como tentativas eficientes para dispor da segurança da transparência informacional, uma vez que os produtos devem conter as disposições auferidas pela normatização do órgão, mesmo que ainda apresente lacunas em relação à efetividade da fiscalização das práticas e das devidas informações que devem ser apresentadas ao consumidor. Constatou-se, também, que a atuação conjunta dos órgãos como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) – Na dinâmica de mercado das empresas –, do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), na atuação prática da defesa do consumidor na relação de consumo – e do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor foi considerado como fundamental para prevenir e repreender as práticas consideradas como anticoncorrenciais e abusivas no mercado dos produtos alimentícios.

Portanto, deduz-se que os rótulos enganosos configuram como prática ofensiva aos direitos do consumidor e aos princípios constitucionais referentes à liberdade de concorrência empresarial. Sendo assim, restou-se necessário estabelecer mecanismos eficientes, quanto ao desenvolvimento de políticas públicas e a efetivação da continuidade da fiscalização conjunta dos órgãos administrativos regulamentadores, referentes à conscientização da educação alimentar, da proteção ao consumidor e o aprimoramento das normas regulamentadoras, buscando relações de consumo que buscam as práticas éticas, relações de consumo transparentes, o equilíbrio do princípios empresariais, efetividade dos princípios constitucionais em relação as disposições do consumidor e do equilíbrio econômico brasileiro.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Consumidor desconhece informações de rótulos de produtos alimentícios**. 2020. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020- 11/consumidor-desconhece-informacoes-de-rotulos-de-produtos-alimenticios. Acesso em: 22 nov. 2025.

ALMEIDA, Fabrício Bolzan de; LENZA, Pedro. **Direito do Consumidor - Coleção Esquematizado - 14ª Edição 2026**. 14. ed. Rio de Janeiro: SRV, 2026. E-book. p. capa. ISBN 9786551771408. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786551771408/. Acesso em: 11 mar. 2026.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BARCELLOS, Ana Paula de. **Curso de Direito Constitucional - 6ª Edição 2025**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024. *E-book.* p.509. ISBN 9788530995683. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788530995683/. Acesso em: 11 abr. 2026.

BENJAMIN, Antônio Herman V. et al. **Manual de direito do consumidor**. 9. ed. revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2021.

BENTO, Cléa Mara Coutinho. **Direito do consumidor celíaco: hipervulnerabilidade, dever do Estado e responsabilidade social da empresa**. São Paulo: Dialética, 2022.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Conheça os alimentos registrados pela ANVISA**. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt- br/assuntos/noticias-anvisa/2020/conheca-os-alimentos-registrados-pela-anvisa. Acesso em: 24 nov. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Instrução Normativa nº 60, de 23 de dezembro de 2019**. Define critérios microbiológicos para alimentos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 2019. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/legislacao. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Instrução Normativa nº 75, de 08 de outubro de 2020**. Regulamenta rotulagem nutricional. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 08 out. 2020. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/ptbr/assuntos/legislacao. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. **Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa**. Página oficial da Anvisa. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.html. Acesso em: 24 nov. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC n° 359, de 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a porção de alimentos embalados para fins de rotulagem nutricional. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 26 dez. 2003.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC n° 360, de 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre rotulagem nutricional de alimentos embalados. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 26 dez. 2003.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC n° 429, de 8 de outubro de 2020**. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 9 out. 2020.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC n° 727, de 1º de julho de 2022**. Dispõe sobre a rotulagem geral de alimentos embalados. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 4 jul. 2022.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004**. Dispõe sobre boas práticas para serviços de alimentação. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 set. 2004. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/legislacao. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC nº 275, de 21 de outubro de 2002**. Estabelece procedimentos operacionais padronizados para alimentos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 21 out. 2002. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/legislacao. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC nº 331, de 23 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre padrões microbiológicos para alimentos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 2019. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/legislacao. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Resolução RDC nº 429, de 8 de outubro de 2020**. Dispõe sobre rotulagem nutricional e alertas sobre açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 08 out. 2020. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/legislacao. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Rotulagem de alimentos**. Disponível em: https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem. Acesso em: 24 nov. 2025.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. **Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE)**. Página inicial. Disponível em: https://www.gov.br/cade/pt-br/pagina-inicial. Acesso em: 22 dez. 2025.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 11 abr. 2026.

BRASIL. Consumidor.gov.br. **Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC: órgãos que atuam articulados e integrados na proteção ao consumidor**. Disponível em: https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/6. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. **Decreto nº 2.181, de 3 de março de 1997**. Regulamenta o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 04 mar. 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2181.htm. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. **Decreto nº 4.680, de 24 de abril de 2003**. Regulamenta o direito à informação quanto aos alimentos e ingredientes alimentares que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados. Brasília, DF, 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4680.htm. Acesso em: 10 abr. 2026.

BRASIL. **Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013**. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 mar. 2013. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 12 set. 1990.

BRASIL. **Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977**. Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1977. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6437.htm. Acesso em: 5 mar. 2026.

BRASIL. **Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999**. Cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 27 jan. 1999. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9782.htm. Acesso em: 21 dez. 2025.

BRASIL. **Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011**. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 1 dez. 2011.

BRASIL. Ministério da Justiça. **Portaria nº 2.658, de 22 de dezembro de 2003**. Define o símbolo a ser utilizado na rotulagem de produtos que contenham organismos geneticamente modificados. Brasília, DF, 2003. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/portaria-no-2-658-de-22-de-dezembro-de-2003.pdf. Acesso em: 10 abr. 2026.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Defesa do Consumidor no Brasil: sistema nacional de defesa do consumidor, competências e atuação integrada dos órgãos**. Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seusdireitos/consumidor/defesadoconsumidor. Acesso em: 21 dez. 2025.

BUZZO, Márcia Liane; CARVALHO, Maria de Fátima Henriques; ARAKAKI, Edna Emy Kumagai; MATSUZAKI, Richard; GRANATO, Daniel; KIRA, Carmen Silvia. Elevados teores de sódio em alimentos industrializados consumidos pela população brasileira. **Revista do Instituto Adolfo Lutz**, São Paulo, v. 73, n. 1, p. 32-39, 2014. Disponível em: https://www.ial.sp.gov.br/resources/insituto-adolfo-lutz/publicacoes/rial/10/rial73_1_completa/artigos-separados/1587.pdf. Acesso em: 11 abr. 2026.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022. E-book. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559772766/. Acesso em: 11 mar. 2026.

CNN BRASIL. **Nova rotulagem de alimentos é excelente para o consumidor, avalia nutricionista**. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/saude/nova-rotulagem-de- alimentos-e-excelente-para-o-consumidor-avalia-nutricionista/. Acesso em: 22 nov. 2025.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). **Cade celebra acordo com Ambev em investigação de abuso de posição dominante no mercado de cervejas**. Disponível em: https://www.gov.br/cade/pt-br/assuntos/noticias/cade-celebra-acordo-com-ambev-em-investigacao-de-abuso-de-posicao-dominante-no-mercado-de-cervejas. Acesso em: 11 abr. 2026.

CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE (CONANDA). **Resolução nº 163, de 13 de março de 2014**. Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Disponível em: https://www.gov.br/mdh/pt-br/acesso-a-informacao/participacao-social/conselho-nacional-dos-direitos-da-crianca-e-do-adolescente-conanda/resolucoes/resolucao-163-_publicidade-infantil.pdf. Acesso em: 11 abr. 2026.

CORREIO BRAZILIENSE. **Consumidor está vulnerável, explica promotora sobre rótulos**. 27 ago. 2019. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/ciencia-e-saude/2019/08/27/interna_ciencia_saude,779384/consumidor-esta-vulneravel-explica- promotora-sobre-rotulos.shtml. Acesso em: 22 nov. 2025.

EXAME. **Passatempo vai voltar à receita original? Entenda o que está por trás de novo sabor**. São Paulo: Exame, 2025. Disponível em: https://exame.com/negocios/passatempo-nova-receita-sabor-original-anos-2000/. Acesso em: 22 dez. 2025.

FILHO, Calixto Salomão. **Direito Concorrencial**. São Paulo: Malheiros, 2013. Disponível em: https://pt.scribd.com/document/545131787/Calixto-Salomao-Filho-Direito-Concorrencial-Malheiros-2013. Acesso em: 10 abr. 2026.

G1. Comprou um produto vencido? Advogado explica como trocar ou receber o dinheiro para não ficar no prejuízo. **G1 – Tocantins**, 03 ago. 2023. Disponível em: https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2023/08/03/comprou-um-produto-vencido- advogado-explica-como-trocar-ou-receber-o-dinheiro-para-nao-ficar-no-prejuizo.ghtml. Acesso em: 24 nov. 2025.

G1. Contrabando, falsificações e pirataria produzem prejuízo de R$ 500 bilhões para a economia brasileira em 2024. **G1 – Jornal Nacional**, 12 fev. 2025. Disponível em: https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2025/02/12/contrabando-falsificacoes-e-pirataria- produzem-prejuizo-de-r-500-bilhoes-para-a-economia-brasileira-em-2024.ghtml. Acesso em: 24 nov. 2025.

G1. Procon-SP notifica Nestlé por venda de misturas lácteas à base de soro de leite com embalagens semelhantes a produtos originais. Disponível em: https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/09/21/procon-sp-notifica-nestle-por-venda-de-misturas-lacteas-a-base-de-soro-de-leite-com-embalagens-semelhantes-a-produtos-originais.ghtml. Acesso em: 11 abr. 2026.

G1. Propaganda enganosa é maior queixa de consumidores na Black Friday. **G1 – Economia**, 21 nov. 2018. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/11/21/propaganda-enganosa-e-maior-queixa-de- consumidores-na-black-friday-veja-empresas-mais-reclamadas.ghtml. Acesso em: 24 nov.2025.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia Lima; et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor - 13ª Edição 2022**. 13. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022. E-book. p. 4. ISBN 9786559645527. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559645527/. Acesso em: 11 abr. 2026.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; WATANABE, Kazuo; NERY JUNIOR, Nelson; DENARI, Zelmo. **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto: direito material e processo coletivo**. 11. ed. revista. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

JUSBRASIL. **Vulnerabilidade e Hipervulnerabilidade em Relações de Consumo**. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/artigos/vulnerabilidade-e-hipervulnerabilidade- em-relacoes-de-consumo/862953393. Acesso em: 22 nov. 2025.

MAMEDE, Gladston. **Manual de Direito Empresarial**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MARACCINI, Gabriela. Como a Anvisa determina se um alimento é considerado alto em sódio?. **CNN Brasil**, 22 abr. 2024. Disponível em:

https://www.cnnbrasil.com.br/saude/como-a-anvisa-determina-se-um-alimento-econsiderado-alto-em-sodio/. Acesso em: 5 mar. 2026.

MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor - 16ª Edição 2025**. 16. ed. Rio de Janeiro: SRV, 2024. E-book. p. capa. ISBN 9788553625987. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553625987/. Acesso em: 11 abr. 2026.

OLIVEIRA, Júlio Moraes. **Curso de Direito do Consumidor Completo**. 10. ed. Belo Horizonte: D'Plácido, 2024.

PEREIRA, J. R. Danos de cartel em contratos com a Petrobras. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 17, n. 3, 2021. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rdgv/a/HMbtJ8bvbrxyRk5Yh6gXG5D/?lang=pt. Acesso em: 12 abr. 2026.

PROCON-CG **fiscaliza padarias e apreende produtos vencidos em nova operação**. Prefeitura Municipal de Campina Grande. Disponível em: https://campinagrande.pb.gov.br/procon-cg-fiscaliza-padarias-e-apreendeprodutos-vencidos-em-nova-operacao/. Acesso em: 22 dez. 2025.

PROCON PR. **Cuidado na compra de alimentos**. Disponível em: https://www.procon.pr.gov.br/sites/procon-pr/arquivos_restritos/files/documento/2024- 07/livro_-_cuidado_na_compra_de_alimentos_-_aprovado.pdf. Acesso em: 24 nov. 2025. SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Infraestrutura e Meio Ambiente. Alimentos transgênicos. Disponível em: https://semil.sp.gov.br/educacaoambiental/prateleira-ambiental/alimentos-transgenicos/. Acesso em: 15 abr. 2026.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 45. ed. São Paulo: JusPodivm; Malheiros, 2024.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

UFRJ **Segurança da Informação. Pirataria na Internet. Você sabe o que é e como funciona?**. 2022. Disponível em: https://seguranca.tic.ufrj.br/artigos/pirataria-na-internet- voce-sabe-o-que-e-e-como-funciona/. Acesso em: 24 nov. 2025.

VARELLA, Marcelo Dias; BARROS-PLATIAU, Ana Flávia (org.); BROSSET, Estelle; LAPEÑA, Isabel; GODARD, Olivier; MACKENZIE, Ruth; MALJEAN-DUBOIS, Sandrine; BONNY, Sylvie; HOMMEL, Thierry; KOESTER, Veit; MAGALHÃES, Vladimir Garcia. **Organismos geneticamente modificados**. Belo Horizonte: Del Rey, 2005.