

EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA VARA CÍVEL DA COMARCA DE SÃO PAULO

a

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO**, por meio dos Promotores de Justiça do Consumidor da Capital signatários, vem perante Vossa Excelência para, com fundamento no art. 129, inc. III, da Constituição Federal, nos arts. 81, § único, incs. I e III, e 82, inc. I, ambos do Código de Defesa do Consumidor, no art. 5º, *caput*, da Lei Federal nº 7.347/85, e no art. 25, inc. IV, *a*, da Lei Federal nº 8.625/93, propor **AÇÃO CIVIL PÚBLICA**, a ser processada pelo rito ordinário, contra

AMBEV - COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMÉRICAS, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 02.808.708/0001-07, com endereço na Rua Dr. Renato Paes de Barros, 1017, 4º andar, CEP 04530-001 - São Paulo-SP;

CERPA - CERVEJARIA PARAENSE S.A., pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 04.894.085/0001-50, com endereço na Rodovia Arthur Bernardes, 7.699, CEP 66825-000, Tapana, Belém-PA;

CERVEJARIA CINTRA INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA., pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 02.125.403/0001-92, com endereço na Rua Finazzi, 55 - CEP 13800-000 - Mogi Mirim-SP;

CERVEJARIAS KAISER BRASIL S.A., pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 19.900.000/0024-62, com endereço na Av. Maria Coelho de Aguiar, 215 - Bloco A - 1º Andar, Centro, CEP 05804.900 São Paulo/SP;

INAB - INDÚSTRIA NACIONAL DE BEBIDAS LTDA., pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 82.206.004/0001-95, com endereço na Rua Barão do Rio Branco, 4.188 - Vila Industrial, CEP 85905-040 - Toledo – PR; e

PRIMO SCHINCARIOL INDÚSTRIA DE CERVEJAS E REFRIGERANTES S/A, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 50.221.019/0001-36, com endereço na Avenida Primo Schincariol, 2.222/2.300, Itaim, Itu-SP, CEP 13.312-250,

para que sejam acolhidos os pedidos ao final formulados em razão dos fatos e fundamentos jurídicos a seguir aduzidos:

OS FATOS

A Promotoria de Justiça do Consumidor da Capital instaurou Inquéritos Cíveis (autos inclusos) para apurar eventuais violações ao direito de informação dos consumidores de cerveja. A investigação decorreu de representação formulada pela *Associação Brasileira de Defesa do Consumidor – Pro-Teste*, que apontou supostas irregularidades na rotulagem desses produtos, entre elas a omissão na divulgação da tabela nutricional.

Segundo apurou-se, as empresas réas são fabricantes de cerveja e efetivamente deixam de ministrar aos consumidores, nos rótulos do produto, informação sobre seu valor energético.

Valor energético é “*a energia produzida pelo nosso corpo proveniente dos carboidratos, proteínas e gorduras totais. Na rotulagem nutricional, o valor energético é expresso em forma de quilocalorias e quilojoules*”.

No caso da cerveja, **duzentos e quarenta mililitros da bebidas possuem 101 Kcal.**¹

Estudo promovido pelo Centro para o Controle e a Prevenção de Doenças, dos Estados Unidos, constatou que a maioria das pessoas que abusam do consumo de bebidas alcoólicas quando saem dá preferência à cerveja:

O estudo analisou os hábitos alcoólicos de 14 mil adultos que gostam de beber, em 18 estados norte-americanos. Os participantes do estudo bebiam mais de cinco doses em cada saída.

Os pesquisadores descobriram que 67% desse tipo de consumidor bebeu apenas cerveja em sua saída mais recente, e consideraram o grande motivo para isso o fácil acesso à bebida.

"A cerveja é vendida em bem mais lugares, como lojas de conveniência e postos de gasolina, em que as compras por impulso são comuns", disse o pesquisador-chefe, Timothy Naimi, epidemiologista do centro.

O estudo, publicado na edição de setembro do "American Journal of Preventive Medicine", mostrou que cerca de dois terços de todos os bebedores, independente de idade, raça ou nível de instrução, prefere a cerveja a outro tipo de bebida alcoólica, como vinho ou uísque.²

O Brasil registra consumo médio de cerveja correspondente a 47,6 litros/ano por habitante,³ sendo essa a bebida alcoólica mais consumida, sobretudo pelos jovens, segundo estudo da Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD) e da Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP:

A cerveja ou chope é a bebida mais consumida pelos brasileiros quando se comparam bebidas pelo número de doses consumidas

¹ <http://www.cdof.com.br/nutri4.htm> Acesso aos 25.09.07. Conforme a Resolução RDC nº 360/03 da ANVISA, o álcool (etanol) possui 7 kcal/g.

² *Cerveja é bebida favorita de quem abusa* - Reuters 07/08/2007 - 14h13 - Atualizado em 07/08/2007 - 15h36 (<http://g1.globo.com/Noticias/Ciencia/0,,MUL84196-5603,00.html> Acesso aos 25.09.07)

³ <http://www.sindicerv.com.br/mercado.php> Acesso aos 25.09.07.

anualmente. De todas as doses anuais consumidas por brasileiros adultos dos dois gêneros, de qualquer idade e região do País, em torno de 61% são de cerveja ou chope, 25% de vinho, 12% destilados e 2% as bebidas “ice”. (...)

Os brasileiros mais jovens bebem geralmente em quantidades maiores do que aqueles com 60 anos ou mais. Essa diferença chega a ser 89% maior quando são comparados aqueles com os jovens de 18-24 anos. Até os 44 anos, mais de 30% dos brasileiros que bebem consumiram geralmente 5 doses ou mais nas ocasiões em que beberam.

(...) daqueles homens que bebem álcool, um número expressivo bebe usualmente quantidades potencialmente prejudiciais. (...) Grande parte dos que bebem já se excederam uma ou várias vezes, criando situações de alto risco. Segundo o estudo 28% dos brasileiros já beberam em “binge”, o que significa beber de forma abusiva em um curto espaço de tempo até ficar embriagado. O termo “*binge drinking*”, é estipulado internacionalmente em 5 doses para homens e 4 para mulheres.

Chamou a atenção o fato de que os que beberam na forma de “binge” foram mais freqüentes do que aqueles que não consumiram álcool nessa forma. 28% dos pesquisados beberam na forma de “binge” no último ano, contra 24% que não. A freqüência pela qual esse fenômeno ocorre é comum: mais de 50% os que bebem em “binge” o fazem pelo menos 1 vez por semana. A cerveja é responsável por 70% do beber em “binge”. Do ponto de vista da saúde pública, é importante notar que esse tipo de beber ocorre com mais freqüência entre os jovens. Cerca de 40% da faixa etária de 18 a 34 anos bebeu na forma de “binge” e somente 22% não consumiu dessa forma.⁴

Conforme ficará demonstrado a seguir, as empresas têm a obrigação de ministrar ao consumidor informações sobre o valor energético das cervejas, uma vez que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) garante o direito à informação adequada e clara sobre as características dos produtos (art. 6º, inc. III), além de determinar que a oferta e a apresentação

⁴ http://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/resultado_pesquisa_senad_2007.pdf Acesso aos 25.09.07.

dos produtos devem assegurar informações corretas, precisas, claras e ostensivas sobre suas características, qualidades e composição, entre outros dados (art. 31).

O DIREITO

Direito do consumidor à informação sobre os produtos

No Brasil os produtores de cerveja não ministram informação nutricional no rótulo da bebida porque o Regulamento Técnico sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, aprovado pela Resolução RDC nº 360/03 da ANVISA, que exige exibição de tabela nutricional, não se aplica a bebidas alcoólicas, segundo prevê o respectivo Regulamento Técnico em seu Anexo (Item 1, nº 1 - Âmbito de aplicação).

Dessa forma, não há nenhum ato normativo específico que estabeleça a obrigação de informar o valor energético desses produtos.

No entanto, o CDC considera direito básico dos consumidores

a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem. (art. 6º, III)

Ao tratar da oferta, o Código exige ainda que o fornecedor assegure

informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os

riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. (art. 31)

As exigências legais são de grande importância. Por ser o contrato elemento básico das relações econômicas, a forma de contratar precisa estar condicionada à cooperação com a promoção do bem-estar social. RONALDO PORTO MACEDO JR. lembra que “*os indivíduos simplesmente não têm tempo ou recursos para adquirir todas as informações e planejar todos os aspectos de todas as transações a cada vez que elas se fazem necessárias*”.⁵

Segundo entendimento do Superior Tribunal de Justiça,

(...) na sociedade de consumo, o consumidor, muitas vezes, propositalmente, é mal informado. E, sem informação completa, pode ficar privado de fazer uma escolha livre e de sua maior conveniência.

Em consequência, **faz-se necessária a intervenção do Estado para assegurar, face ao mau funcionamento do mercado, que as informações imprescindíveis sejam prestadas aos consumidores.** (Resp 81269 – Segunda Turma – Rel. Min. Castro Filho – 08/05/2001 – RSTJ 145/197 – destaque não originais)

Certamente uma relação pautada pela lealdade e pela boa-fé pressupõe que toda informação relevante seja devidamente propiciada, pois somente dispondo de informações completas sobre cada aspecto dos bens ofertados, o consumidor torna-se apto a exercer seu direito de escolha. Como explica PAULO LUIZ NETTO LOBO:

a concepção, a fabricação, a composição, o uso e a utilização dos produtos e serviços atingiram, em nossa era, elevados níveis de complexidade, especialidade e desenvolvimento

⁵ *Contratos Relacionais e Defesa do Consumidor*. São Paulo: Max Limonad. 1998, p. 60.

científico e tecnológico cujo conhecimento é difícil ou impossível de domínio pelo consumidor típico, ao qual eles se destinam. A massificação do consumo, por outro lado, agravou o distanciamento da informação suficiente. Nesse quadro, é compreensível que o direito avance para tornar o dever de informar um dos esteios eficazes do sistema de proteção (ao consumidor).⁶

O direito do consumidor de ser informado é ainda mais relevante no que diz respeito aos valores nutricionais dos alimentos e bebidas. Somente munido dessas informações é que o consumidor poderá conhecer as propriedades dos produtos, possibilitando uma alimentação adequada.

A função estatal de proteger o consumidor, prevista na Constituição (arts. 5º, inc. XXXII, e 170, V), concretiza-se através de leis que criam direitos para a população e deveres para os agentes econômicos. O CDC é seguramente a lei que mais determina a interferência estatal no mercado de consumo, e existe em função do reconhecimento de que nele o consumidor é vulnerável⁷ e precisa ser adequadamente informado para tomar suas decisões. Assim, justamente para dar transparência às relações de consumo⁸, vários dispositivos do CDC criam para o fornecedor um *dever de informar o consumidor*.

Relevância da informação sobre o valor energético dos alimentos

Com o intuito de instruir o inquérito civil instaurado para apurar eventuais prejuízos aos consumidores decorrentes da omissão da informação sobre o valor energético da cerveja, a Promotoria de Justiça do Consumidor solicitou

⁶ *A informação como direito fundamental do consumidor*. Revista do Direito do Consumidor. 37/67-68

⁷ CDC, art. 4º, inc. I.

⁸ CDC, art. 4º, *caput*.

manifestações de duas entidades sem fins lucrativos: a SOCIEDADE BRASILEIRA DE ENDOCRINOLOGIA E METABOLOGIA – SBEM e o CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS – CFN.

Segundo sua manifestação, a SBEM é **“favorável à divulgação dos componentes dos alimentos sólidos e líquidos informando o conteúdo e o valor energético correspondente”**. O CFN concluiu seu parecer afirmando que **“as cervejarias que não informam aos consumidores os efeitos deletérios à saúde da substância contida na cerveja (etanol) deixam de cumprir o CDC e não existem motivos técnicos para que sejam excluídos desta obrigação. Ao deixar de informar adequadamente o consumidor, não veiculando as calorias nos rótulos das embalagens das cervejas bem como não alertando que são calorias vazias e que em excesso fazem mal à saúde, pois são provenientes do etanol, não prestam o devido serviço de cidadania à população brasileira”** (fls. 140).

Portanto, conclui-se que apesar da ausência de regulamentação específica por parte da ANVISA, as regras do CDC não deixam dúvidas acerca da obrigação das rés em ministrar devidamente aos consumidores as informações relativas aos valores energéticos das cervejas que produzem. O consumidor não pode ser privado de informações essenciais sobre os produtos que consome. No preâmbulo da Resolução - RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003 da ANVISA encontram-se os seguintes considerandos para a rotulagem nutricional:

- **a necessidade do constante aperfeiçoamento das ações de controle sanitário na área de alimentos visando a proteção à saúde da população;**

- **a rotulagem nutricional facilita ao consumidor conhecer as propriedades nutricionais dos alimentos, contribuindo para um consumo adequado dos mesmos;**
- **a informação que se declara na rotulagem nutricional complementa as estratégias e políticas de saúde dos países em benefício da saúde do consumidor.**

Os PEDIDOS

Pelo exposto, requer o Autor a prolação de sentença, com o acolhimento dos seguintes pedidos:

- 1- Condenação das Rés a obrigação de fazer, consistente em inserir, nos rótulos das cervejas que produzem, declaração visível sobre seu valor energético, expresso em quilocalorias (kcal);**
- 2- Fixação do prazo de 60 (sessenta) dias para cumprimento da obrigação, sujeitando cada uma das Rés a multa cominatória diária fixada em R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), corrigida monetariamente, a ser recolhida ao Fundo de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no art. 13 da Lei nº 7.347/85, em cada caso comprovado de violação, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.**

O Autor requer ainda:

- a) seja determinada a citação e intimação postal das Rés nos endereços acima fornecidos, a fim de que, advertidas da sujeição aos efeitos da revelia, a teor do art. 285, última parte, do Código de Processo Civil, apresentem, querendo, respostas aos pedidos ora deduzidos, no prazo de 15 (quinze) dias;
- b) a condenação das Requeridas ao pagamento das custas processuais, com as devidas atualizações monetárias;
- c) a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, desde logo, em face do previsto no artigo 18 da Lei nº 7.347/85 e do art. 87 da Lei nº 8.078/90;

d) sejam as intimações do Autor feitas pessoalmente, mediante entrega dos autos com vista na Promotoria de Justiça do Consumidor, situada na Rua Riachuelo, 115, 1º andar, Sala 130, Centro, nesta Capital, em razão do disposto no art. 236, § 2º, do Código de Processo Civil e no art. 224, inc. XI, da Lei Complementar Estadual nº 734, de 26.11.93 (Lei Orgânica do Ministério Público de São Paulo).

Protesta provar o alegado por todos os meios de prova admitidos em direito, especialmente pela produção de prova testemunhal e pericial, e, caso necessário, pela juntada de documentos, e por tudo o mais que se fizer indispensável à cabal demonstração dos fatos articulados na presente inicial, bem ainda pelo benefício previsto no art. 6º, inc. VIII, do Código de Defesa do Consumidor, no que tange à inversão do ônus da prova, em favor da coletividade de consumidores substituída pelo Autor.

Atribui à causa, para fins de alçada, o valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

Termos em que,

P. Deferimento.

São Paulo, 15 de janeiro de 2008

João Lopes Guimarães Júnior
1º Promotor de Justiça do Consumidor

Angelo Patricio Stacchini
5º Promotor de Justiça do Consumidor

Miriam Menasce
Estagiária do Ministério Público

