

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO TURISMO E MUSEOLOGIA

Bruno Garcia Ribeiro

**A ROTULAGEM DE ALIMENTOS E A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR:
uma abordagem a partir do paternalismo libertário**

Ouro Preto

2022

Bruno Garcia Ribeiro

**A ROTULAGEM DE ALIMENTOS E A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR:
uma abordagem a partir do paternalismo libertário**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada na Disciplina “Monografia Jurídica” da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Felipe Comarela Milanez.

Ouro Preto-MG

2022

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

R484r Ribeiro, Bruno Garcia.

A Rotulagem de Alimentos e a Proteção do Consumidor [manuscrito]:
uma abordagem a partir do paternalismo libertário. / Bruno Garcia
Ribeiro. - 2022.

83 f.: il.: color..

Orientador: Prof. Dr. Felipe Comarela Milanez.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola
de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Direito .

1. Defesa do Consumidor-Legislação. 2. Rotulagem nutricional. 3.
Economia-Comportamento. I. Milanez, Felipe Comarela. II. Universidade
Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 347.451.031

Bibliotecário(a) Responsável: Angela Maria Raimundo - SIAPE: 1.644.803



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE DIREITO



FOLHA DE APROVAÇÃO

Bruno Garcia Ribeiro

A rotulagem de alimentos e a proteção do consumidor: uma abordagem a partir do paternalismo libertário

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito

Aprovada em 14 de janeiro de 2022.

Membros da banca

Prof. Dr. Felipe Comarela Milanez - Orientador (Universidade Federal de Ouro Preto)
Profa. Dra. Beatriz Schettini - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Prof. Dr. Fabiano César Rebuszi Guzzo - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Felipe Comarela Milanez, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 14/01/2022



Documento assinado eletronicamente por **Felipe Comarela Milanez, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 31/01/2022, às 11:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0273502** e o código CRC **B874819B**.

“O consumidor geralmente está errado. Mas as estatísticas indicam que não há lucro em lhe dizer isto”

Alistair Crowley

RESUMO

O presente trabalho busca contribuir com os estudos realizados no Direito do Consumidor, sobretudo o direito à informação, a partir de uma perspectiva econômica. Partindo de uma abordagem do paradigma firmado pela economia comportamental, com ênfase nas pesquisas relacionadas com a racionalidade limitada, este estudo pretende problematizar a assimetria informacional fixada na rotulagem nutricional dos alimentos ultraprocessados. Neste sentido, fundamentado predominantemente na revisão da literatura e, contando com a coleta e análise de dados, é proposta uma colaboração na discussão envolvendo novas formas de representar as informações pertinentes, de modo a favorecer a tomada de decisão dos consumidores, a partir de incentivos sutis, sem, contudo, retirar a sua liberdade de escolha, protegendo, portanto, os seus interesses econômicos.

Palavras-chave: Direito do Consumidor; economia comportamental; assimetria informacional; rotulagem nutricional.

ABSTRACT

The present work seeks to contribute to the studies carried out in Consumer Law, especially the right to information, from an economic perspective. Starting from an approach of the paradigm established by behavioral economics, with an emphasis on research related to limited rationality, this study intends to problematize the informational asymmetry fixed in the nutritional labeling of ultra-processed foods. In this sense, a collaboration in the discussion involving new ways of representing relevant information is proposed, in order to favor the decision-making of consumers, based on subtle incentives, without, however, removing their freedom of choice, thus protecting their economic interests.

Keywords: Consumer Law; behavioral economics; informational asymmetry; nutritional labeling.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. O DIREITO DO CONSUMIDOR.....	12
2.1 As origens e as bases do Direito do Consumidor.....	12
2.2 A evolução do Direito do Consumidor na ordem jurídica brasileira	16
2.3 A Política Nacional de Relações de Consumo e a sua inserção na Ordem Econômica constitucional brasileira	19
2.4 O direito à informação clara e acessível como direito fundamental e a sua importância no processo decisório do consumidor.....	25
3. A ECONOMIA	30
3.1 Sistemas econômicos, o mercado e a assimetria informacional como falha mercadológica	30
3.2 Processo decisório e dois enfoques dados pela economia sobre o tema	35
3.3 Vieses e heurísticas	39
3.4 Libertarianismo e paternalismo libertário.....	44
3.4 Arquitetura de escolhas e definição de <i>nudges</i>	49
4. ROTULAGEM NUTRICIONAL	55
4.1 O panorama envolvendo a rotulagem de alimentos ultraprocessados.....	55
4.2 A revisão das normas de rotulagem nutricional dos alimentos no Brasil.....	61
4.3 A informação nos rótulos de alimentos e a sua modificação segundo os preceitos do paternalismo libertário	69
4.4 A rotulagem frontal no modelo de triângulo como um bom <i>nudge</i> a fim de fomentar o acesso à informação	76
5. PONDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS.....	82

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo surgiu da insatisfação pessoal com relação a má rotulagem nutricional envolvendo os alimentos considerados ultraprocessados¹. Apesar desses produtos possuírem majoritariamente em sua composição nutrientes que são considerados pela literatura como críticos, ou seja, podem ocasionar em doenças crônicas e não transmissíveis, como diabetes e pressão alta, as informações que são dispostas em seus rótulos, dada a preocupação para o tema, em última análise, não contempla a entrega das informações que esse meio deveria buscar.

O trabalho, então, pretendendo contribuir com os estudos relacionados ao Direito do Consumidor, tendo como cerne primordial o direito fundamental à informação clara e acessível que os consumidores possuem e, a partir das pesquisas empreendidas no âmbito da economia comportamental, busca fazer uma crítica às normas sanitárias atuais de rotulagem de alimentos, bem como as que vigorarão em breve, dados que elas favorecem a assimetria informacional.

A proteção ao consumidor, parte mais vulnerável na relação de consumo, envolve uma série de direitos que a ele devem ser garantidos. Embora a sua tutela seja posta na Constituição Federal como um direito fundamental, a sua proteção não é, de fato, contemplada. No caso, o Código de Defesa do Consumidor, lei ordinária que veio a regulamentar o que a Constituição estipula, estabelece, dentre outros direitos, o acesso à informação clara, acessível e com qualidade, garantindo ao consumidor que ele tenha pleno conhecimento daquilo que ele pretende contratar.

A imposição de uma norma neste sentido objetiva mitigar, podendo até mesmo eliminar, a assimetria informacional existente na relação entre fornecedor/produtor e consumidor. Neste contexto, esta regulamentação, ao atenuar os efeitos da assimetria informacional, protege os interesses econômicos dos consumidores, ao passo que fomenta o próprio consumo.

No que concerne a rotulagem dos produtos ultraprocessados e, a fim de auxiliar na fixação de normas que possibilitem o acesso à informação de qualidade aos consumidores, estudos empreendidos pela economia comportamental demonstram

¹ Os alimentos ultraprocessados, para além da sua intensa manufatura, recebem em sua produção uma adição de nutrientes críticos, destacando-se o sódio, açúcares e gorduras, principalmente a gordura *trans* e a saturada.

que o raciocínio humano, em certa medida, é tido como falho, fazendo com que os consumidores façam escolhas ruins.

Assim sendo, o “paternalismo libertário” é visto como uma possibilidade de intervenção estatal não invasiva em uma esfera do domínio econômico, considerando que a melhora no bem-estar dos consumidores é valorizada. Dessa forma, aos consumidores é garantido o direito à informação clara e acessível, ao mesmo tempo que a liberdade individual deste grupo se mantém intacta, podendo fazer escolhas diversas.

O segundo capítulo trata de abordar o surgimento e aperfeiçoamento do Direito do Consumidor, a partir de um referencial teórico-histórico. Feitas tais ponderações, busca-se analisar a sua importância para a Ordem Econômica constitucional brasileira e a sua relação com o direito à informação, além de ser uma garantia fundamental, mas como um efetivo componente da Política Nacional de Relação de Consumo.

Em continuidade, o capítulo terceiro se propõe a demonstrar alguns pressupostos teóricos básicos da Economia e só então busca fazer uma introdução aos estudos que contrapõem a economia tradicional e a economia comportamental, notadamente os conceitos de racionalidade limitada, paternalismo libertário e a sua execução mediante o desenvolvimento de *nudges*, traduzindo-se como incentivos.

Por último, com vista a colaborar no aperfeiçoamento das normas relativas à rotulagem nutricional de alimentos ultraprocessados, o quarto capítulo pretende investigar se as lacunas deixadas pelas normas sanitárias atuais, bem como as que entrarão em vigor, acabam favorecendo a assimetria informacional, à medida que uma proposta via *nudge*, nos moldes do paternalismo libertário, possa ser útil.

2. O DIREITO DO CONSUMIDOR

O presente capítulo buscar abordar o surgimento do Direito do Consumidor, contando com o seu posterior aperfeiçoamento, possuindo como pano de fundo um referencial histórico, mas principalmente teórico. Nesta linha, demonstra-se como as normas baseadas no paradigma do Estado Liberal deixaram de ter eficácia perante uma nova ordem de produção surgia, ou seja, a massificação dos mercados.

No Brasil, a industrialização se iniciou tardiamente em comparação com as nações europeizadas. Assim sendo, inserido neste paradigma peculiar, buscou-se demonstrar a forma com que a proteção do consumidor se desenvolveu culminando na promulgação da Constituição da República, oportunidade na qual esta tutela recebe status de garantia fundamental e princípio da ordem econômica vigente.

Diante da perspectiva econômica capitalista adotada pelo Estado Democrático de Direito, visualiza-se como a defesa do consumidor, parte vulnerável na relação de consumo, se posiciona como importante princípio da ordem econômica constitucional. Dessa forma, é esclarecido como o direito à informação, além de ser posto como uma garantia fundamental, protegendo os interesses econômicos dos consumidores, é visto como um efetivo componente da Política Nacional de Relações de Consumos fomentado o próprio consumo.

2.1 As origens e as bases do Direito do Consumidor

É sabido que desde os primórdios da sociedade sempre tenha existido aquilo que modernamente passou a ser identificado como *direitos dos consumidores*². Existem, neste sentido, registros de que a proteção ao consumidor já existia no Código de Hamurábi, bem como no Direito Romano³, contudo é apenas em meados do século XX que a formulação Direito do Consumidor passou a ter maior relação com o que é conhecido como *sociedade de consumo*.

Apesar de os mais variados ordenamentos jurídicos, sejam os de natureza do *civil law*, ou entre aqueles influenciados pelo *common law*, tenham se preocupado, em

² GRINNOVER, Ada Pellegrini. *O Código de Defesa do Consumidor no Sistema Sócio-Econômico Brasileiro*, p.278

³ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses econômicos e as práticas comerciais desleais: uma abordagem a partir do Direito Português e do Direito Europeu*. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2021, pg. 8.

um primeiro momento, a tutelar as relações entre compradores; locatários e segurados, com a grande transformação acarretada pela Revolução Industrial e acelerada pela Segunda Guerra Mundial, que levou à falência do *laissez faire*, passou-se a admitir a intervenção estatal como forma de proteger o consumidor.

A Revolução Industrial, calcada na evolução tecnológica, levou à massificação da produção e do comércio, levando a ampliar os mercados a partir do aumento na oferta e na demanda. Ocorre que, de forma concomitante, não só houve uma revolução industrial, como operou-se uma verdadeira revolução do consumo.

Neste novo contexto, ante a rápida expansão do mercado, em que o consumo foi diretamente influenciado pelas modificações acarretadas dentro da própria relação contratual firmada entre os fornecedores e os próprios consumidores, demonstrou-se que os antigos ordenamentos jurídicos não eram suficientes para tutelar os interesses econômicos desta nova classe.

Embora de um lado a criação de novas tecnologias tenha gerado um aumento na produção e circulação de mercadorias e serviços, levando a um incremento do mercado a partir da massificação do consumo, estes novos recursos aprimoraram as técnicas de publicidade, fazendo com que o consumidor tenha que buscar informações, que nem sempre são rápidas⁴, inseridas em uma sociedade cada vez mais acelerada.

Diante deste novo quadro, passa-se a reconhecer que o grupo caracterizado como consumidor possui vulnerabilidades, não estando em igualdade contratual com os fornecedores, merecendo uma tutela específica por parte do Estado.

Estas vulnerabilidades decorrem do fato de que os consumidores é um grupo homogêneo de indivíduos que, ao não disporem livremente dos bens de produção, devem, por conseguinte, se submeter ao poder dos titulares destes. Ou seja, na lição de Fábio Konder Comparato, em linhas gerais, os consumidores são indivíduos que se sujeitam ao poder de controle dos titulares dos bens produtivos, isto é, os empresários⁵.

Ocorre que, até então, o modelo de Estado Liberal não autorizava intervenções estatais, mesmo que esporádicas, cujo intuito fosse corrigir falhas mercadológicas.

⁴ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses econômicos e as práticas comerciais desleais: uma abordagem a partir do Direito Português e do Direito Europeu* pg 10.

⁵ COMPARATO, Fábio Konder. *A proteção ao consumidor: importante capítulo do Direito Econômico*. In: Revista de Direito Mercantil, n.º 15/16, ano XIII, 1974.

Pelo contrário, a doutrina liberal estabelecia que os contratos eram firmados, respeitando-se a *pacta sunt servanda* e, sobretudo, que tais negócios jurídicos eram estabelecidos em condições de igualdade entre contratante e contratado⁶.

Neste sentido, caberia ao Estado intervir minimamente no mercado de consumo, e não nas relações contratuais propriamente ditas, mesmo que de maneira eminentemente repressiva, aplicando sanções em determinadas hipóteses, quando vinculadas diretamente a abusos de poder econômico que alguns entes produtivos pudessem praticar, como por exemplo a formação de monopólios ou cartéis.

A partir do final da 2ª Guerra Mundial, que alavancou o desenvolvimento econômico, passou-se a haver uma percepção quase que generalizada de que as bases contratuais, calcadas em questões liberais, eram carentes em proteger os interesses dos consumidores.

Com o surgimento de uma realidade econômica completamente distinta daquela predominante no Estado Liberal, as adaptações de soluções do “liberalismo clássico”, passaram a levar em consideração que os fenômenos massificados não comportam soluções de natureza individualista, fundamentados em teorias que não possuem qualquer relação com a novidadeira sociedade de consumo. Princípios que antes eram tidos como inabaláveis, como o da liberdade do comércio, da não intervenção estatal no mercado, da responsabilidade do fornecedor apenas em caso de culpa, foram criados para reger relações sociais de natureza diversa da relação de consumo⁷.

Como o surgimento dessa nova sociedade propiciou o aparecimento de relações jurídicas até então desconhecidas, o legislador passou a se preocupar mais com essas questões. Além do mais, outro fator de suma importância para essa mudança de patamar se deu justamente pelo reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor que se elevou a partir da massificação dos contratos, com consequente fortalecimento da empresa. Inicia-se, então o Estado Social de Direito⁸.

⁶ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses econômicos e as práticas comerciais desleais: uma abordagem a partir do Direito Português e do Direito Europeu* pg. 11.

⁷ BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcelos. *O Direito do Consumidor*. Revista dos Tribunais, vol 670/1991, ago. 1991, pg. 1.

⁸ De acordo com Humberto Theodoro Júnior, “o ponto de partida do novo posicionamento do Estado Social de Direito se localizou no momento em que se verificou a falsidade dos postulados liberais da liberdade e da igualdade dos contratantes”. *Direito do Consumidor: A busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do Código de Defesa do Consumidor e os Princípios Gerais do Direito Civil e do Direito Processual Civil*. Rio de Janeiro: Forense, 2017. p. 7.

O Direito do Consumidor, assim, enquanto uma conquista efetivada através de políticas públicas, é relativamente recente. Traçando-se uma linha do tempo, a doutrina costuma estabelecer o marco histórico do ano de 1962, quando o Presidente Kennedy fez o seu famoso discurso afirmando que “consumidores, por definição, somos todos nós”⁹, e estabeleceu quatro direitos fundamentais: o direito à segurança; o direito à informação; o direito de escolha; e o direito a ser ouvido.

Hodiernamente, a proteção do consumidor via Direito do Consumidor, agora reconhecido como efetiva política pública, abandona o seu caráter eminentemente repressivo (do ponto de vista penal e administrativo), e passa a adotar um traço marcadamente preventiva.

É importante ter em consideração que existe uma construção ideológica entre os termos “Política” e “Direito”, no sentido de que um não é separado do outro. Em resumo, o Direito é uma parte de um sistema político, sendo que o que ocorre na Política acaba refletindo no Direito por meio da instituição de prescrições normativas que formam e reformam a Política¹⁰.

Por seu turno, a Política é aquele conjunto de fatores, sejam eles positivados ou não, que estabelecem uma respectiva prática social. Assim sendo, a atividade política é a promoção de práticas emanadas pelo Estado, partidos políticos, meios de comunicações, decisões sociais de investimento econômico e consumo, bem como a atuação de grupos de interesse e associações civis¹¹.

Políticas públicas podem ser entendidas como proteções que o Estado, mas não apenas ele, busca fixar a fim de defender uma determinada coletividade vista como parte mais frágil em uma relação jurídica. Dessa forma, o Direito do Consumidor é a efetivação da proteção do consumidor quando os seus interesses são colocados em contraponto com os interesses dos fornecedores, já que aquele é a parte mais fragilizada na relação de consumo.

Neste caso, a construção de uma arquitetura jurídica complexa, que temo como ponto central o Código de Defesa do Consumidor (CDC), é produto de uma significativa evolução constitucional e infraconstitucional.

⁹ KENNEDY, John Fitzgerald. *Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest*, 15.3.62. Public Papers of the President of the U.S., J.F.Kennedy, pp. 235-243.

¹⁰ DERANI, Cristiane. *Política Nacional das Relações de Consumo e o Código de Defesa do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 29/1999, jan.-mar., 1999. Pg. 2

¹¹ DERANI, Cristiane. *Política Nacional das Relações de Consumo e o Código de Defesa do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor pg. 2

2.2 A evolução do Direito do Consumidor na ordem jurídica brasileira

Antes de adentrar no tema da tutela do consumidor de acordo com a ordem constitucional vigente, e as suas diversas ramificações, é oportuno, mesmo que brevemente, fazer uma distinção entre a dicotomia – ainda atual -, se estamos diante de um Direito do Consumidor ou se se seria um Direito do Consumo?

De acordo com Antônio Herman Vasconcelos Benjamin¹², não estamos diante de uma pequena disputa jurídico-terminológica, Direito do Consumo coloca em destaque a tutela do mercado de consumo, enquanto que o termo Direito do Consumidor traz à tona a real proteção do consumidor.

Segundo o autor, a expressão “Direito do Consumidor dá a exata perspectiva funcional das normas que integram este ramo jurídico em especial, porquanto elas visam resguardar os interesses dos consumidores. Se fosse utilizado o termo “Direito do Consumo”, haveria o risco de ampliar em demasia o campo de atuação das normas, fazendo com a que tutela do mercado como um todo pudesse prejudicar o próprio consumidor.

Além do mais, Direito do Consumidor, por este prisma não abrange todos os temas, que dizem respeito ao próprio consumo. Embora muitas matérias possuam relação com o bem-estar do consumidor, elas não são objetos deste ramo. O combate aos monopólios, por exemplo, a despeito de interessar diretamente o consumidor-intermediário (distribuidores), e o próprio consumidor-final, não integra o Direito do Consumidor.

Ora, como o princípio da “vulnerabilidade” é o que dá a tônica no Direito do Consumidor, é ele quem regra o mercado ao proteger o próprio consumidor¹³. Como não é o mercado o ente vulnerável na relação, tal disciplina permite mitigar esta vulnerabilidade, atuando em favor do consumidor, até porque o homem vem antes do mercado e é este quem existe para aquele¹⁴.

¹² BENJAMIN, Antônio Herman V. *O Direito do Consumidor*. Revista dos Tribunais, vol. 670/1991, ago. 1991, pg. 2.

¹³ BENJAMIN, Antônio Herman V. *O Direito do Consumidor*. pg. 2.

¹⁴ BENJAMIN, Antônio Herman V. *O Direito do Consumidor*. pg. 2.

Para Felipe Comarela Milanez¹⁵, o Direito do Consumidor engloba normas de proteção ao criar direitos específicos - apesar de isso implicar em uma regulação de comportamentos -, tais circunstâncias acabam por desencadear efeitos sobre outros pontos de interesses. Ou seja, de forma reflexa, as normas que protegem os consumidores, acabam por fortalecer diretamente os próprios mercados¹⁶.

Portanto, como o objeto das normas consumeristas não é proteger apenas o sujeito consumidor, ou apenas regulamentar a relação jurídica de consumo, é a partir da junção destes dois elementos, um subjetivo e outro objetivo, que surge a *ratio* por traz do Direito do Consumidor que protege um sujeito de direitos, contextualizado por um mercado de consumo e inserido nesta relação jurídica de consumo¹⁷.

Não obstante a industrialização no Brasil ter se iniciado tardiamente e, de maneira incipiente, quando comparada com outros países¹⁸, foi em meados da década de 1970, período ápice da ditadura militar, quando ocorreu o chamado “milagre econômico”, caracterizado pela alta urbanização e crescimento econômico, que o país despertou para a problemática do consumidor¹⁹.

Neste período, o consumidor não possuía à sua disposição regramentos normativos aptos a garantir a sua efetiva proteção enquanto sujeito especialmente dotado de vulnerabilidade. A sua proteção se dava, de forma dificultosa, pelas regras do Código Civil de 1916²⁰.

Apesar de existirem normas especiais espalhadas por todo o ordenamento jurídico que tutelavam, mesmo que de maneira incidental, tais regramentos eram

¹⁵ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses econômicos e as práticas comerciais desleais: uma abordagem a partir do Direito Português e do Direito Europeu*. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2021, pg. 18.

¹⁶ Armando Castelar Pinheiro e Jairo Saddi, ao abordarem a confluência entre o direito à concorrência e a tutela do consumidor, a partir da Constituição da República Federativa do Brasil, notadamente o seu art. 170, esclarecem que “se existe a obrigação constitucional de o Estado em promover a tutela do consumidor, qual será a sua relação com a defesa da concorrência? A concorrência, tem o objetivo de dar liberdade de escolha ao consumidor. De nada adiantaria proteger a concorrência se não houvesse mercado; e só há mercado com a existência do consumidor”. *Direito, Economia e Mercado*. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2005, pg. 396.

¹⁷ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses Econômicas e as Práticas Comerciais Desleais: uma abordagem a partir do Direito Português e do Direito Europeu*. pg. 19

¹⁸ Antônio Herman Benjamin chama a atenção ao tratar a proteção do consumidor no Brasil, no sentido de que “se por um lado o Brasil está entre as dez maiores economias do mundo ocidental, no seu território convivem indivíduos e regiões extremamente ricos e outros em estado de pobreza absoluta. Estes contrastes regionais dificultam qualquer tentativa de legislar no campo da proteção do consumidor”. *O Código Brasileiro de Proteção do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 7/1993, jul. – set., 1993, pg. 2.

¹⁹ BENJAMIN, Antônio Herman. *O Código Brasileiro de Proteção do Consumidor*, pg. 2.

²⁰ BENJAMIN, Antônio Herman. *O Código Brasileiro de Proteção de Proteção do Consumidor*. pg. 2.

carentes de uniformização, sistematização e, sobretudo, tecnicidade²¹. Neste sentido, pode-se dizer que o consumidor estava desamparado, tendo em vista que o CC de 1916 estava calcado no Estado Liberal, além de existir um descompasso entre o seu conteúdo – desenvolvido para uma sociedade eminentemente agrária – e o estágio de desenvolvimento econômico brasileiro²².

Foi em 1985, diante dos anseios de uma classe que almejava ser melhor reconhecida²³, que houve a criação do Conselho Nacional da Defesa do Consumidor (CNDC), dando uma dimensão nacional à proteção do consumidor. O CNDC ficou responsável por indicar uma “Comissão de Juristas” que ficariam responsáveis pela elaboração do “Anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor”, isto tudo antes da promulgação da Constituição da República de 1988 (CRFB).

Durante a discussão da criação de um CDC, houve o advento da CRFB, que trouxe o reconhecimento de que o consumidor não é adequadamente protegido, a partir de um modelo privado, e muito menos por meio de leis esparsas²⁴. Além disso, a defesa do consumidor foi elevada ao nível de direito fundamental²⁵, bem como foi reconhecido como um princípio da ordem econômica²⁶. Para além desse tratamento, o art. 48 das ADCT fixou ao Congresso Nacional o prazo de 120 dias, a contar da promulgação da Constituição, a elaboração do Código de Defesa do Consumidor.

A despeito de a aprovação do CDC – Lei 8.078/90 -, e a sua consequente vigência ter se dado tão somente em 1991, com a sua promulgação, o Brasil passou a ter uma posição privilegiada sobre o tema, que veio a merecer o advento de uma paradigmática Política Nacional de Relações de Consumo.

²¹ BENJAMIN, Antônio Herman V. *O Código Brasileiro de Proteção do Consumidor*. pg. 2.

²² BENJAMIN, Antônio Herman V. *O Código Brasileiro de Proteção do Consumidor*. pg. 2

²³ Antônio Herman Benjamin ilustra que “as conquistas dispostas na Carta Magna e no próprio CDC, decorreram muito menos de um *lobby* forte, permanente e efetivo por parte de suas organizações”. Como o país estava sob o domínio de militares, qualquer tipo de organização era vista com desconfiança, sendo considerada uma ameaça ao Estado, ou seja, “sob esse clima, era mesmo impossível a formação de associações de consumidores”. *O Código Brasileiro de Proteção do Consumidor*. pg. 2.

²⁴ GRINNOVER, Ada Pellegrini. *O Código de Defesa do Consumidor no Sistema Sôcio-Econômico Brasileiro*. pg. 5.

²⁵ Art. 5º, inciso XXXII. O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. *Constituição da República Federativa do Brasil*.

²⁶ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

V – defesa do consumidor

2.3 A Política Nacional de Relações de Consumo e a sua inserção na Ordem Econômica constitucional brasileira

As normas que visam defender o consumidor, seja de forma direta ou indireta, não se prestam a garantir apenas a defesa do consumidor em um ambiente de consumo massificado, mas visa, igualmente, estimular uma relação sadia de consumo²⁷.

Segundo José Geraldo Brito Filomeno²⁸, o Código de Defesa do Consumidor, ao instituir uma Política Nacional de Relações de Consumo, busca o atendimento das necessidades básicas dos consumidores, e de forma concomitante tenta pacificar esta relação contratual, destacando-se as boas relações comerciais, a proteção da livre concorrência e do livre mercado.

A empresa, na figura dos produtores e fornecedores, tende sempre a aumentar o seu eixo de produção a partir da expansão do seu poderio econômico. O aumento do poder econômico não é um mal em si, trata-se de um imperativo do mercado disposto em livre concorrência, já que uma empresa para poder se manter neste ambiente deve sempre impor uma capitalização constante²⁹. Se bem sucedida, a tendência é que o poder econômico aumente.

A partir disso, o aumento do poder econômico empresarial impõe ao Estado atuações cada vez mais crescentes, sobretudo pela via normativa, buscando reequilibrar as relações entre os sujeitos nas relações mercantis. Assim sendo, a regulamentação fixada pelos entes estatais não visa disciplinar um rol de atividades, mas busca atender elementos estruturados da política econômica que devem ser seguidas por todos os agentes de mercado³⁰.

²⁷ THEODORO JR. Humberto. *Direitos do Consumidor*. 10ª Ed. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2020, pg. 23.

²⁸ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Da Política Nacional de Relações de Consumo*. In: GRINNOVER, Ada Pellegrini, et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor – Volume único*. 12ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019. Pg. 71.

²⁹ DERANI, Cristiane. *Política Nacional de Relações de Consumo*. Pg. 4.

³⁰ Para Cristiane Derani, o Estado Burguês é firmado, sobretudo, em suas estruturas. Ou seja, o desenvolvimento das forças produtivas reclama uma previsibilidade e racionalidade em suas estruturas, de forma a propiciar a própria circulação de riquezas. In. *Direito Ambiental Econômico*. 3ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2008. Pg. 57.

No que tange especificadamente as relações consumeristas, as normas de proteção do consumidor dispõem sobre um conjunto de características cujo objetivo é moldar as relações travadas entre consumidor final e fornecedor, para tanto o empenho estatal se dá em todas as suas formas, seja pela via legislativa, executiva e judiciária. Assim sendo, a norma, a atuação do Estado, em todas as suas frentes, e os agentes econômicos (fornecedor e consumidor) constrói-se uma Política Nacional de Relações de Consumo, com fins de gerar segurança nas relações de consumo.

No Código de Defesa do Consumidor, a Política Nacional de Relações de Consumo (PNRC) está positivada em seu art. 4º sendo que ela, dentre outros objetivos, procura atender as necessidades dos consumidores ao mesmo tempo que respeita a sua dignidade, saúde, segurança e, sobretudo, protege os seus interesses econômicos.

Destarte, o próprio art. 4º estabelece que o Estado deve proteger o consumidor mediante iniciativa direta; incentivo à criação e desenvolvimento de associações representativas; sua atuação direta no mercado de consumo; e garantir produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

De forma mais pormenorizada, a PNRC deve atender aos seguintes princípios: vulnerabilidade do consumidor (que, como regra, é presumida); proteção efetiva do consumidor; harmonização dos interesses dos participantes da relação de consumo; compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico; educação e informação dos sujeitos de relação de consumo; incentivo à criação de meios eficientes de controle de qualidade e segurança dos produtos e serviços; ampliação dos meios de solução de conflitos de consumo; repressão aos abusos praticados no mercado; racionalização e melhoria dos serviços públicos; e, por fim, estudo constante das modificações do mercado de consumo³¹.

Por fim, o art. 5º estabelece algumas ferramentas que o Poder Público poderá se utilizar como forma de executar a Política Nacional de Relações de Consumo, garantindo assim os direitos dos consumidores, mas sem perder de vista a livre competitividade do mercado.

Embora a livre concorrência esteja em primeiro plano, a razão por trás de existir uma Política Nacional garantidora dos direitos dos consumidores é que este grupo

³¹ THEODORO JR. Humberto. *Direitos do Consumidor*. pg. 24.

não dispõe do controle dos meios de produção e, por conseguinte, deve se submeter ao poder dos titulares deste, demonstrando a sua vulnerabilidade tão latente³².

É importante asseverar que a PNRC não é composta apenas pelos consumidores e fornecedores. Muito pelo contrário, a sua composição é mais ampla, sendo integrada também pelo Estado e o mercado produtivo, que é composto de dois elementos: um de ordem objetiva e outro de natureza subjetiva.

O elemento objetivo é a dinâmica de produção capaz de criar meios e definir os instrumentos de acesso dos sujeitos aos objetos de produção. Na lição de Cristiane Derani³³, existem dois instrumentos objetivos, o jurídico e o econômico, que são capazes de viabilizar as trocas no mercado da seguinte forma: do ponto de vista jurídico existe o contrato e a propriedade privada, enquanto que o dinheiro ou a disponibilidade financeira estão dispostos no aspecto econômico. Em linhas gerais, os sujeitos se submetem a regras jurídicas estabelecidas anteriormente e entregam uma quantia para receberem o produto/serviço pretendido, que é oferecido por outrem.

Quanto aos meios subjetivos que a produção se vale como forma de produzir o consumo, estes são os valores individualistas e voluntários aptos em justificar a liberdade de iniciativa econômica, ou seja, é a primazia da vontade do consumidor em escolher aquilo que está sendo ofertado. Trata-se, portanto, da consagração econômica do exercício da liberdade individual.

Com relação ao mercado produtivo, este é o local onde os elementos objetivo e subjetivo se encontram, sendo que deste encontro surge o consumo de fato. Ou seja, o Mercado é o local onde ocorrem as trocas produtivas resultantes dos investimentos privados, com vistas a se obter lucro. Se um indivíduo não é proprietário ou não oferecer valor monetário para adquirir bens, ele não se insere no mercado, portanto não é nem fornecedor ou produtor, nem consumidor.

Antes da implementação de uma política nacional em um ordenamento infraconstitucional, com a finalidade de estabelecer os parâmetros da harmonização das relações de consumo, a Carta Magna, ao positivizar a ordem econômica dentro da

³² GRINOVER, Ada Pellegrini; et. al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 12ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019, pg. 73

³³ DERANI, Cristiane. *Política Nacional de Relações de Consumo*. Pg. 5

sociedade capitalista brasileira, previu como um dos seus princípios a proteção do consumidor.

Neste sentido, o art. 170 da Constituição determina que a ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem como objetivo assegurar a todos os indivíduos existência digna, conforme os ditames da justiça social e deve observar, entre outros princípios, a defesa do consumidor.

É uma política econômica, com a definição de suas bases, que se desenvolverão, de maneira concatenada, as normas relativas à proteção do consumidor. Sendo assim, uma política econômica válida deve possuir obrigatoriamente uma política das relações de consumo.

Não obstante, o Estado desenvolve a sua política de relações de consumo objetivando a harmonização da relação entre consumidor e fornecedor sem, contudo, menoscabar a Ordem Econômica constitucional. Por seu turno, ela impõe a manutenção da liberdade de empreender, já que consagra o capitalismo e, para tanto são definidos elementos estruturantes de políticas econômicas, tornando-se instrumentos aptos à preservação da ordem de mercado brasileiro³⁴.

Na lição de Luís Roberto Barroso, os princípios estabelecidos no art. 170 são setoriais, ou seja, regulam um específico conjunto de normas jurídicas, afetando um determinado tema inserido na Constituição³⁵.

Os princípios setoriais previstos nos incisos do art. 170 se subdividem entre princípios fins, que são realidades materiais que o constituinte originário almejou e devem ser buscadas³⁶, enquanto que os princípios de funcionamento são balizas de convivência básicos que os agentes da ordem econômica deverão observar e eles estão vinculados³⁷.

É sabido que sociedade capitalista possui como valor fundante que a melhor opção para assegurar a satisfação dos interesses dos consumidores é por meio da livre concorrência, contudo, um sistema de auto-regulação do mercado, sem a intervenção estatal nem sempre é eficaz.

³⁴ DERANI, Cristiane. *Política Nacional de Relações de Consumo*. Pg. 6.

³⁵ Sobre a distinção entre princípios fundamentais, gerais e setoriais: BARROSO, Luís Roberto. *Interpretação e aplicação da constituição*, 3ª ed., 1999.

³⁶ BARROSO, Luís Roberto. *A Ordem Econômica Constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços*. Revista dos Tribunais, vol. 795, jan., 2002, pg. 6.

³⁷ BARROSO, Luís Roberto. *A Ordem Econômica Constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços*, pg. 7.

Segundo Luís Roberto Barroso³⁸, como o conhecimento empírico já demonstrou por diversas vezes, o sistema de auto-regulação do mercado nem sempre é eficaz, quando comparado a outros aspectos dos produtos e serviços, como a qualidade e a segurança, ou a veracidade das informações repassadas aos consumidores.

Neste sentido, torna-se necessária uma regulamentação que seja específica para o consumidor, sendo inclusive considerado um direito constitucionalizado. Para o autor, além de ser considerado um princípio de funcionamento da ordem econômica, ao qual a iniciativa privada está vinculada, a norma constitucional estipular um dever de o Estado efetivar esta tutela.

Assim sendo, não basta apenas o Poder Público garantir um mercado que prime pela livre concorrência, ele deve criar condições isonômicas entre partes que são naturalmente desiguais, assegurando um ambiente dotado de boa-fé negocial³⁹.

Em outras palavras, os agentes econômicos não podem criar condições que venham a ferir os interesses econômicos dos consumidores, sob a justificativa de que tais condutas nada mais são do que a sua prática ao direito constitucional da livre iniciativa e, conseqüentemente, de sua atividade econômica.

Posto isso, como forma de manter um ambiente produtivo saudável, é poder-dever do Estado interferir na atuação empresarial, mediante a edição de regulamentos como forma de tutelar os interesses dos consumidores. Para tanto, a ação governamental, para além de fomentar a criação de entidades civis, busca intervir efetivamente no campo mercadológico quando houver distorções, sem prejuízo do zelo com a qualidade; segurança; durabilidade e desempenho dos bens oferecidos aos consumidores⁴⁰.

De forma sucinta, a Política Nacional de Relações de Consumo integra a elaboração da Ordem Econômica constitucional prevista no art. 170 da Constituição. O seu conteúdo revela um campo de atuação do Estado, seja de forma normativa ou ativa, sendo que a decorrência lógica é a construção de Políticas Econômicas, com vistas a dar concretude aos princípios ali elencados.

³⁸ BARROSO, Luís Roberto. *A Ordem Econômica Constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços*. Revista dos Tribunais, vol. 795, jan., 2002, pg. 5

³⁹ BARROSO, Luís Roberto. *A Ordem Econômica Constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços*, pg. 5.

⁴⁰ BARROSO, Luís Roberto. *A Ordem Econômica Constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços*, pg. 6.

Dessarte, como maneira de garantir efetividade ao que o texto normativo estipula, não basta apenas um único ato. Tratam-se de diversas condutas tomadas pelo agente estatal, como forma de atingir os objetivos da norma constitucional. Temos então, que a elaboração do Código de Defesa do Consumidor é consequência da implementação do art. 170⁴¹.

Então, como o art. 170 da CRFB define as balizas que regerão a política econômica e, como o mandamento da defesa do consumidor, consoante o inciso V, do art. 170, é um parâmetro visado pelo Estado, a fim de construir normas e desenvolver aparelhos capazes de lhe dar concretude, a criação de uma estrutura normativa infraconstitucional é a definição de uma parcela da Política Nacional de Relações de Consumo⁴².

Em outros termos, a edição da Lei 8.078/90, o CDC, não se trata de um simples apanhado de normas e regras cujo objetivo é tão somente fornecer ferramentas e instrumentos capazes de proteger o consumidor. Em verdade, é uma política econômica, positivada em um ordenamento legal, portanto uma norma jurídica, capaz de proteger as relações consumeristas.

Disso se infere que a aplicação das normas destinadas a proteger o consumidor não se legitima, necessariamente, a partir de uma lesão ostensiva ao indivíduo consumidor, a norma incide principalmente porque uma determinada prática vem a danificar o desenvolvimento das relações de consumo, atingindo de maneira incidental a própria Ordem Econômica⁴³.

Frisa-se que a boa-fé vigente nas relações consumeristas, inclusive tratada como princípio na lei maior consumerista, possui relação com a ordem econômica constitucional.

A boa-fé, ao se aproximar do termo ordem econômica, não possui apenas um conceito ético, no sentido de uma conduta que deve pautar as relações de consumo, ela vai além disso. No caso, a boa-fé, para além de uma relação proba e leal, busca-

⁴¹ DERANI, Cristiane. *Política Nacional de Relações de Consumo e o Código de Defesa do Consumidor*, pg. 6.

⁴² DERANI, Cristiane. *Política Nacional de Relações de Consumo e o Código de Defesa do Consumidor*, pg. 7.

⁴³ DERANI, Cristiane. *Política Nacional de Relações de Consumo e o Código de Defesa do Consumidor*. pg. 5.

se realçar um conceito econômico, que está ligado com a funcionalidade econômica do contrato⁴⁴.

Com base nisso, o art. 4º do CDC pretende que a intervenção na economia, com vistas a harmonizar os interesses das partes, seja feito sempre com base na boa-fé. Ou seja, devem ser superados os interesses egoísticos dos consumidores e fornecedores, salvaguardando os princípios constitucionais vigentes da ordem econômica, ao mesmo tempo que o comportamento esteja focado em uma conduta leal e confiável, não sendo admitido um “sacrifício apreciável” entre uma das partes, a fim de ser concretizado o contrato⁴⁵.

Neste sentido e, tendo em conta que os consumidores é a parte mais fragilizada dentro das relações de consumo, a Política Nacional das Relações de Consumo estipula que é um direito dos consumidores receberem informações transparentes sobre o produto/serviço que pretendem adquirir, da mesma forma que é um dever do fornecedor informar os consumidores sobre estes dados.

É por tais motivos que o legislador positivou no art. 6º do CDC como sendo um direito básico dos consumidores o recebimento de informações, sendo que esta deve preencher certos requisitos como a sua adequação e clareza.

2.4 O direito à informação clara e acessível como direito fundamental e a sua importância no processo decisório do consumidor.

Com os desdobramentos causados pela acelerada massificação das relações de consumo, sendo um destes desdobramentos o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, fez-se necessária a criação de normas capazes de equilibrar uma relação comercial e jurídica que nasceu em desequilíbrio.

Como forma de gerar um equilíbrio natural entre o consumidor e o fornecedor, foram garantidos alguns direitos aos consumidores, em detrimento de deveres a serem seguidos pelos fornecedores de bens ou serviços. Neste sentido, à inteligência

⁴⁴ AGUIAR JR. Ruy Rosado de. *A boa-fé na relação de consumo*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 14/1995, abr. – jun., 1995. Pg. 2.

⁴⁵ AGUIAR JR. Ruy Rosado de. *A boa-fé na relação de consumo*. Revista de Direito do Consumidor, Pg. 3.

do art. 6º, inciso III, do CDC, destaca-se o direito que o consumidor possui em ter acesso a informação e o dever de o fornecedor dirigir a informação ao consumidor.

Isso se dá pois o fornecedor detém as informações técnicas da mercadoria que ele coloca à disposição no mercado de consumo, enquanto que o consumidor, via de regra, possui um conhecimento superficial, ou nem chega a ter tal conhecimento sobre a mercadoria que ele busca. Efeito que é conhecido como assimetria informativa⁴⁶.

A assimetria informativa resulta naquilo que é conhecido como vulnerabilidade informativa⁴⁷. De acordo com Benjamin, Marques e Miragem⁴⁸, não é apenas o *déficit* informacional que torna o consumidor vulnerável, mas o fornecimento de informações excessivas, controladas ou manipuladas. A entrega de informações com uma destas características causa no consumidor uma compreensão distorcida da realidade fazendo com que ele continue sem ter acesso às informações adequadas, sobre o objeto de consumo pretendido.

Ora, de forma muito simplificada, o direito de ser informado resta completado no momento em que o fornecedor cumpre o seu dever de prestar informações. Nada obstante, não basta apenas a entrega da informação pela informação, de forma inadequada. É necessário que ela, ao chegar até o conhecimento do consumidor, deve preencher os requisitos da adequação, suficiência e veracidade⁴⁹. A ausência de qualquer um destes requisitos significa dizer que há um descumprimento no dever de informar.

Urge ressaltar que o próprio Código de Defesa do Consumidor, ao regular o princípio da proteção do consumidor, estabeleceu, mesmo que de forma abstrata e geral, características típicas da atividade legiferante, que a informação deve ser entregue de maneira adequada e clara.

Ao tratar sobre o tema, Paulo Netto Lôbo esclarece que a adequação é a forma como a informação chega até o conhecimento do consumidor, ou seja, que “os meios

⁴⁶ AYROZA, Igor Feitosa Lacôrte; BORGES, Liliane de Moura. *Exercício do Direito à Informação e Consumo Consciente: contribuições da economia comportamental para o Direito do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, vol 119, Set-Out 2018, pg. 3.

⁴⁷ AYROZA, Igor Feitosa Lacôrte; BORGES, Liliane de Moura. *Exercício do Direito à Informação e Consumo Consciente: contribuições da economia comportamental para o Direito do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, pg. 4.

⁴⁸ *Apud* AYROZA, Igor Feitosa Lacôrte; BORGES, Liliane de Moura. *Exercício do Direito à Informação e Consumo Consciente: contribuições da economia comportamental para o Direito do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, pg. 4.

⁴⁹ LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 37, Jan.-Mar. 2001, pg. 5.

devem ser compatíveis com o produto ou o serviço e com o consumidor destinatário típico. Os signos empregados devem ser claros e precisos, estimulantes do conhecimento e da compreensão⁵⁰.

A suficiência, por sua vez, está relacionada diretamente com a completude e a integralidade da informação⁵¹. Ao usar como forma de esclarecimento um exemplo do rótulo de alimentos, Paulo Netto Lôbo aduz que a simples ausência de informação sobre o prazo de validade de um determinado produto alimentício pode gerar desconfiança no consumidor se ele é apto a ser consumido ou não. Por outro lado, a informação suficiente permite que seja escolhido aquele de fabricação mais recente⁵².

Com efeito, o direcionamento de uma informação suficientemente capaz de informar, em toda a sua integralidade, o que determinado bem ou serviço confere ao consumidor, gera confiança naquilo que ele pretende adquirir e, sobretudo, potencializa o próprio consumo, gerando um incremento na própria economia.

Por sua vez, a veracidade é a qualidade da informação que transmite as reais características do produto e do serviço, bem como apresenta dados corretos referentes a quantidades, conteúdo, preço, prazos, garantias e riscos⁵³.

Posto isso, a entrega da informação pretende gerar compreensão daquilo que o consumidor típico está pretendo adquirir, seja um produto ou um serviço. Na lição de Paulo Netto Lôbo, busca-se uma cognoscibilidade da informação, ou seja, aquilo que pode ser conhecido e, sobretudo, compreendido pelo consumidor. Para tanto, ainda segundo o autor, é necessário ser desenvolvida uma atividade capaz de facilitar o conhecimento e a compreensão⁵⁴.

Entretanto, é a partir do comportamento econômico do consumidor que a entrega da informação clara e acessível ganha contornos diferenciados.

O comportamento econômico, além do simples ato de escolha, é um agrupamento de etapas integrante de todo um processo de decisão econômica do

⁵⁰ LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, pg. 6

⁵¹ LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, pg. 7.

⁵² LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, pg. 7

⁵³ LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, pg. 10

⁵⁴ LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, pg. 11.

consumidor, sendo elas: o reconhecimento de uma necessidade, a procura de informação, a avaliação de alternativas, a decisão de compra e o comportamento pós-compra⁵⁵.

A primeira etapa é a mais elementar dentre elas. Em suma, com o reconhecimento de uma necessidade, ou a resolução de um problema, o consumidor, por meio de estímulos, sejam eles internos ou externos, busca satisfazer esta necessidade. Portanto, é a partir da percepção do problema ou de uma necessidade que o consumidor irá se lançar ao mercado de consumo, caso contrário, ele não encontrará a motivação necessária e não há em que se falar sobre eventual consumo⁵⁶.

Passado o reconhecimento da necessidade e/ou a busca pela resolução do problema enfrentado, o consumidor começa a angariar informações que servirão de fundamento para a sua futura tomada de decisão. Da mesma forma que ocorre com a primeira etapa, ao buscar informações, o consumidor é influenciado por fatores internos e externos.

De forma simplificada, as influências internas são formadas pelo conjunto de informações que foram previamente assimilados pelo consumidor, sendo uma base de dados particular formada a partir de experiências pretéritas vivenciadas pelo indivíduo⁵⁷. Por outro lado, o elemento externo é representado pela transmissão de estímulos, como conteúdos informativos, ao consumidor com vistas a gerar esclarecimentos e/ou convencimento do consumidor quanto a determinado bem ou serviço⁵⁸.

É aqui que o dever do fornecedor em prestar informações claras e acessíveis ao consumidor recebe tratamento diferenciado. A partir do momento que o consumidor tem um grau de informação tido como suficiente, ele analisará as informações que lhe foram transmitidas, além daquelas preexistentes internamente, e avaliará as

⁵⁵ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses Econômicos e as Práticas Comerciais Desleais: uma abordagem a partir do direito português e do direito europeu*. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2021, pg. 199.

⁵⁶ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses Econômicos e as Práticas Comerciais Desleais: uma abordagem a partir do direito português e do direito europeu* pg. 200.

⁵⁷ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses Econômicos e as Práticas Comerciais Desleais: uma abordagem a partir do direito português e do direito europeu*. pg. 200.

⁵⁸ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses Econômicos e as Práticas Comerciais Desleais: uma abordagem a partir do direito português e do direito europeu*. Pg. 201.

alternativas de consumo existentes, reconhecidas como capazes de sanar a sua demanda⁵⁹.

Portanto, como a qualidade da informação repassada, e posteriormente coletada, influencia o comportamento do consumidor, é a partir destes dados informativos que ele escolherá o bem de consumo que melhor atenda às suas necessidades e capacidade de compra. É por este motivo que a informação suficiente, acessível e, sobretudo, com clareza informacional é de suma relevância.

⁵⁹ MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses Econômicos e as Práticas Comerciais Desleais: uma abordagem a partir do direito português e do direito europeu*. Pg. 202.

3. A ECONOMIA

A ciência econômica se debruça sobre temas envolvendo a produção de riquezas envolvendo uma sociedade hipotética e, em referência. Neste sentido, um dos pressupostos teóricos é a demonstração de como um corpo social é capaz de gerar riqueza a partir de trocas comerciais. Contudo, a equação econômica envolve fatores como a escassez de bens e a ausência de limitação nos desejos produtivos dos agentes econômicos.

Em virtude desta dicotomia envolvendo a escassez natural e o desejo de consumo ilimitado presente no subjetivo dos indivíduos, é função da economia se preocupar com a máxima eficiência envolvendo o uso dos recursos naturais. Em condições perfeitas, seria possível atingir a eficácia máxima do uso dos bens que a natureza dispõe. Entretanto, tal fato pressupõe que os indivíduos sejam decisores perfeitos inseridos em um corpo social perfeito, circunstância distante da realidade.

Neste sentido, a economia comportamental, fazendo um contraponto ao que estabelece os preceitos da economia tradicional, busca explicar as falhas de mercado, notadamente a assimetria informacional, e o próprio comportamento errático dos consumidores, ao mesmo tempo que almeja encontrar soluções que contornem estas problemáticas, conforme se verá a seguir.

3.1 Sistemas econômicos, o mercado e a assimetria informacional como falha mercadológica

Como forma de definir o que vem a ser a expressão “sistema econômico”, há o emprego de duas compreensões que, embora não sejam exatamente diversas, podem ser distinguidas uma da outra de forma simples. Segundo Fábio Nusdeo⁶⁰, a primeira das duas acepções conota, pura e simplesmente, todo o conjunto de atividades econômicas empreendidas pelos indivíduos em uma dada região, seja uma comunidade ou um país.

No entanto, ainda de acordo com o autor⁶¹, agora de forma mais criteriosa e técnica, falar em sistema econômico é o mesmo que fazer referência a um conjunto

⁶⁰ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 79.

⁶¹ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 81.

orgânico de instituições, sendo que através de suas interações a sociedade irá balancear o seu problema econômico, portanto equacionar a escassez. Em outros termos, trata-se de um conjunto de instituições cuja destinação é permitir que qualquer grupo humano possa administrar seus recursos com um certo grau de competência, visando evitar o mal uso dos recursos.

Nesta mesma linha, mas elucidando alguns pontos, César Roberto Leite da Silva e Sinclayr Luiz⁶² explicam que um sistema econômico pode ser definido como o agrupamento de vários elementos que participam da produção e do consumo de bens e serviços, com o intuito de satisfazer as necessidades da sociedade, não estando organizados apenas do ponto de vista econômico, mas social, jurídico e institucional. Além do mais, o sistema econômico não é feito apenas de pessoas, mas engloba todos os elementos de produção: o trabalho, o capital e os recursos naturais.

Com efeito, José D' Assunção Barros⁶³ esclarece que apesar de um sistema econômico possuir como objetivo o contorno da escassez dos bens presentes em um dado contexto fático, ele não é estático. Significa dizer que ele apresenta uma dinamicidade própria e, de outro lado, as transformações que a sociedade passa, podem conduzi-lo a adquirir uma identidade diversa que pouco teria de relação com a situação inicial do sistema.

A despeito de eventuais mudanças ocorridas no espaço tempo, existem três modelos básicos de sistemas econômicos que estão fundados na tradição, na autoridade e, por último, na autonomia. Destarte, além de cada um destes sistemas possuírem como agente impulsionador um destes critérios, há um pressuposto psicológico-comportamental, que é considerado um alicerce institucional que rege toda a vida econômica em sociedade⁶⁴.

Como o enfoque do trabalho não é fazer uma análise pormenorizada de cada um dos modelos, mas tão somente com aquele que tem relação primordial com o livre mercado, passa-se, então, a analisar o sistema ou modelo econômico da autonomia.

O sistema econômico da autonomia possui como característica fundamental a separação total entre os planos decisórios emanados pelos entes políticos e pelos

⁶² LUIZ, Sinclayr; SILVA, César Roberto Leite da. *Economia e mercados: introdução à economia*. 20 ed. ver. E atual. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. Pg. 25

⁶³ BARROS, João D'Assunção. *Os sistemas econômicos e suas formas de racionalidade: a busca das singularidades na moderna história econômica e seus novos desafios*. Revista de Economia, v. 38, n. 1, jan./abr., 2012. Pg. 111.

⁶⁴ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 83.

sujeitos econômicos. Assim sendo, o Estado fica responsável pelas decisões de natureza política, enquanto que as decisões econômicas ficam a cargo dos particulares, que podem agir de maneira individual ou mediante agrupamentos, como famílias, associações, sociedades, cooperativas, sindicatos e entre outros entes coletivos⁶⁵. Por se constituírem em centros de decisão autônomos, essas pessoas ou agrupamentos são chamados de agentes econômicos⁶⁶.

Contudo há um pressuposto psicológico-comportamental que é responsável pela operacionalização do sistema. Ou seja, é a possibilidade que ele possui de funcionar considerando que todos os agentes econômicos decisórios estão dispersos, o que, em primeira análise, tornaria impraticável a coordenação entre eles.

Esse pressuposto que rege um sistema completamente fundado na individualidade dos indivíduos, podendo ser traduzido como a autonomia da vontade é chamado de “espírito hedonista”⁶⁷. Trata-se de um suporte para o processo de tomada de decisão por todos os agentes, que nada mais é do que a maximização dos resultados que todos os homens buscam em suas ações⁶⁸.

Consoante Fábio Nusdeo⁶⁹, há uma lógica envolvida nessa concepção teórica, ou seja, entre a autonomia de vontade que rege os agentes econômicos, esta considerada como infinita, e a existência de bens de consumo, que são escassos. Ora, como os indivíduos vivem em um mundo que é caracterizado predominantemente pela escassez, eles devem buscar, de maneira racional, maximizar a capacidade produtiva, bem como os fatores de produção, como forma de obter deles o mais alto retorno, contornando a questão da limitação de recursos. A isto se dá o nome de hedonismo, ou *Lei da Maximização*.

Outros autores⁷⁰ complementam que a sociedade deve escolher, a partir de uma série de possibilidades quais os produtos serão produzidos e as suas quantidades, sendo que a produção é a combinação dos recursos disponíveis e quais serão utilizados, considerado o nível de produção tecnológico. Ao fim, a própria sociedade é quem irá decidir a forma como os resultados serão distribuídos.

⁶⁵ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 93.

⁶⁶ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 93.

⁶⁷ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 94.

⁶⁸ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 94.

⁶⁹ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 95.

⁷⁰ GREMAUD, Patrick Amaury, et. al. *Introdução à economia*. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Pg. 4.

Nesta continuidade, foi com base na *Lei da Maximização* que os economistas tradicionais entre os séculos XVIII e XIX puderam desenvolver a tese da escolha racional, que será melhor aprofundada na sequência, criando a figura do *homo economicus*, cujo comportamento se pautaria pela referida lei⁷¹.

Este comportamento se dá em um ambiente de relações mercantis no qual as forças econômicas permutam bens, por meio de negociações via preços os quais são decididos pelos próprios agentes econômicos, sem intervenção estatal direta. Essa seara é denominada como mercado, espaço abstrato, mas que propicia a interação concreta entre as forças da oferta e demanda⁷².

Em sua obra clássica “A riqueza das nações”, Adam Smith descreveu um mecanismo internalizado ao mercado que guiaria os indivíduos a fazerem bom uso dos recursos. Segundo ele, existe no mercado o que ele delimita como “mão invisível” e que guiaria os agentes econômicos para as aplicações de recursos mais acertadas, tendo em vista o interesse da coletividade em detrimento dos interesses individuais. Haveria, portanto, uma racionalidade na administração dos recursos, para além do hedonismo individual⁷³.

Diante de tais premissas, poderia concluir-se que o livre mercado é um sistema operacional perfeito e, portanto, livre de imperfeições. Contudo, a aplicação daquele paradigma, tendo como pano de fundo o sistema econômico liberal, gerou um quadro social e político um tanto quanto conturbado, a despeito dos notáveis avanços aplicados nos ramos tecnológicos e da própria ciência econômica.

Em razão desses progressos, os mecanismos que dão sustentação ao mercado passaram a sofrer análises críticas, chegando à conclusão de que o mercado *per se* não é capaz de ser viável e operacional. Neste sentido, o seu funcionamento estaria dependente de alguns pressupostos que o próprio liberalismo ainda não havia sido capaz de fixar. Como consequência, diante dessas ausências, o mercado começou a demonstrar algumas falhas capazes de ocasionar imperfeições. A

⁷¹ O conceito de *homo economicus* não é uma construção de apenas um estudioso, pelo contrário, a sua construção se inicia com os estudos praticados por Adam Smith, passando pelos filósofos utilitaristas, como é o caso de John Rawls. Já com relação ao termo *homo economicus*, ele passou a ser utilizado mais recentemente em pesquisas empreendidas por pesquisadores do ramo da economia comportamental destacando-se Daniel Kahneman e Amos Tversky; Cass R Sustein e Richard Thaler.

⁷² NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 95.

⁷³ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*, pg. 98.

doutrina⁷⁴ costuma enumerar cinco imperfeições, contudo para o trabalho, terá maior destaque a "assimetria informacional".

Essa falha possui relação direta com a desigualdade de acesso que diferentes indivíduos possuem em relação à uma mesma informação.

Historicamente, o paradigma do livre mercado, como regra, pressupõe que todos os agentes econômicos possuem acesso às informações sobre ele mesmo, bem como a respeito das relativas aos produtos que nele são negociados de forma igualitária. Neste sentido, historicamente havia a crença de que somente a informação relativa aos preços eram essenciais, pois, em se tratando do sinal por excelência da escassez, ele seria capaz de diferenciar os produtos de melhor qualidade em detrimento daqueles de qualidade inferior⁷⁵.

Contudo, nos ensinamentos de Otávio Yazbek⁷⁶, o acesso à informação é uma das mais importantes formas de reduzir a insegurança dos agentes, contudo ela não é distribuída uniformemente, sobretudo com relação ao sistema de preços, o que gera discrepâncias na sua disponibilidade.

No campo do consumo, com os avanços tecnológicos a tendência é que os produtos tendem a se multiplicar e a se diversificar de forma exponencial. Assim sendo, esta transformação tende a deixar o consumidor cada vez mais confuso quanto à qualidade ou as propriedades dos artigos ofertados a eles, podendo ser adquiridos aqueles que sejam nocivos à sua saúde.

Com efeito, como forma de mitigar as externalidades negativas geradas pela assimetria de informação, um conjunto de legislações foram introduzidas na regulação das relações econômicas. Embora a finalidade imediata de boa parte destas legislações se aplique a todos os agentes atuantes na cadeia produtiva, tendo como consequência reflexa a proteção dos consumidores, outras, de forma mais explícita e direta, realizam tal regulamentação tendo como objetivo imediato a proteção dos consumidores.

⁷⁴ Além da assimetria informacional, são consideradas falhas de mercado: a competição imperfeita; as externalidades, ou consequências de uma ação sobre um terceiro que dela não participou; os bens públicos; e, por último, os monopólios naturais. GAROUPA, Nuno; MARISTRELLO, Antônio Porto. *Curso de análise econômica do direito*. São Paulo: Atlas, 2020. Pg. 64

⁷⁵ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*, pg.118.

⁷⁶ Otávio. Yazbek. *Regulação do Mercado Financeiro e de Capitais*, Rio de Janeiro: Campus-Jurídico, 2007, p.42.

No Brasil, a principal legislação que objetiva este intuito é o Código de Defesa do Consumidor, cujo conteúdo é formado basicamente por normas que obrigam os fornecedores e produtores a informar, de maneira clara, acessível e adequada, os consumidores a respeito das quantidades, qualidades, propriedades e efeitos dos produtos que são colocados à disposição deles.

Todavia, para além do reconhecimento do impacto gerado pela assimetria informacional, existe um outro componente de grande relevância vinculado ao comportamento econômico dos indivíduos: o processo de tomada de decisão dos consumidores⁷⁷.

3.2 Processo decisório e dois enfoques dados pela economia sobre o tema

No decorrer de todo o seu tempo, as pessoas estão sempre tomando toda e qualquer tipo de decisão. Algumas de forma mais automática e intuitiva, outras de maneira mais reflexiva e sistemática. Elas, por possuírem necessidades humanas, tomam decisões de forma contínua e dos mais variados espectros. Desde decisões aparentemente mais simples, como adquirir um produto alimentício ou contratar algum serviço de *streaming* de televisão, indo até decisões mais complexas, cujo exemplo principal pode ser ilustrado como um plano de aposentadoria complementar.

Neste sentido, é possível afirmar que não é possível estabelecer alguma hipótese de limite ou até mesmo prever algum limite para todas as necessidades humanas. De maneira contrária, pode-se afirmar que as necessidades humanas são tendentes a se multiplicarem de forma exponencial, ou seja, podem ser consideradas como algo ilimitado⁷⁸.

Por outro lado, ao contrário do que ocorre com as necessidades humanas que tendem ao infinito, os recursos dos quais a humanidade conta para satisfazer as suas necessidades são finitos, tratando-se de algo incontornável, não obstante os avanços tecnológicos que tenham determinado a criação da sociedade de consumo.

A moderna sociedade de consumo passou a ofertar cada vez mais bens de consumo, circunstância que, em um primeiro momento poderia atestar o fim da

⁷⁷ Na oportunidade, o termo “consumidor” está sendo utilizado de forma mais ampla em comparação com o conceito finalístico adotado pelo Código de Defesa do Consumidor.

⁷⁸ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. 11 ed. ver., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters, 2020, pg. 22.

escassez. Ocorre que, é da natureza deste corpo social fazer com que os serviços ou produtos colocados à disposição dos consumidores se tornem obsoletos mais rapidamente, devendo ser repostos por outros mais recentes⁷⁹. Neste sentido, o meio ambiente acaba sendo violado e, conseqüentemente, saturado, demonstrando que a escassez ainda se faz presente e a sua superação seja, por ora, ilusório⁸⁰.

A escassez, por sua vez, não é a constatação de que os bens são limitados do ponto de vista apenas quantitativo, pois o seu conceito é relativo⁸¹. Ora, um produto qualquer, mesmo que a sua disponibilidade física não seja modificada, poderá se tornar mais ou menos escasso a depender da necessidade que a ele cabe atender durante um período de tempo.

Para Carlos Roberto Martins e Otto Nogami⁸², a escassez não se confunde com a pobreza. Ao falar em pobreza significa afirmar que poucos bens estão disponíveis, enquanto que escassez é o mesmo que mais desejos em relação aos bens disponíveis, mesmo que existam muitos bens. Para os autores, a escassez também não se mistura com a limitação, já que um bem pode ter a sua oferta limitada, mas, mesmo que esse bem não seja desejado, ou seja, não procura por ele, não haverá escassez.

De forma sucinta, William Nordhaus e Paul Samuelson⁸³ esclarecem que vivemos em um mundo de escassez, mas que é repleto de bens econômicos. Para os autores, como os bens estão limitados pelos desejos então, se fosse possível somar todos os desejos das pessoas, poderia ser constatado que não existem bens suficientes para satisfazer até mesmo uma pequena parcela dos desejos de consumo.

⁷⁹ Para saber mais sobre sociedade de consumo: BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. 1ª ed. São Paulo: Zahar, 2018.

⁸⁰ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 23.

⁸¹ Na literatura há quem entenda que a escassez é, em verdade, subjetiva. Segundo Ejan Mackaay e Stéphane Rousseau a escassez depende do que é possível fazer com uma determinada coisa, com a variação podendo ocorrer de pessoa para pessoa em um mesmo período. Para os autores, o que uma pessoa pode fazer com aquela coisa não é determinada pela sua natureza, de sorte que outros indivíduos possam descobrir usos que outras pessoas não puderam perceber. V.g., as notas colantes inventadas pela 3M tiveram sua origem a partir de colagens imperfeitas, sendo que alguém percebeu que as folhas poderiam aderir, mas ao serem retiradas não danificariam o papel. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. 2. Ed. São Paulo: Atlas. Pg. 28.

⁸² NOGAMI, Otto; PASSOS, Carlos Roberto Martins. *Princípios de economia*. 7ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. Pg. 4

⁸³ NORDHAUS, William D.; SAMUELSON, Paul A. *A economia*. Trad. Elsa Fontainha e Jorge Pires Gomes. 19ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. Pg. 3

A escassez também pode variar não apenas de acordo com os bens colocados à disposição. Nestes termos, um estoque de mil pares de sapatos de uma dada cor e modelo pode, repentinamente, se demonstrar ser insuficiente se, por qualquer motivo, aumentar o desejo da população em tê-los, o que aumenta a sua procura. De modo diverso, o mesmo número de sapatos pode se tornar algo abundante caso ninguém venha a desejá-lo⁸⁴.

Diante de tal problemática, com a existência de desejos de ordem ilimitada, uma economia deve fazer o melhor uso possível de seus recursos limitados. Então, busca-se a eficiência, que nada mais é do que a utilização mais eficaz dos recursos existentes na sociedade, buscando a satisfação dos desejos e das necessidades da população⁸⁵.

A eficiência também pode estar associada com a maximização do bem-estar social. Uma medida poderá ser considerada como eficiente quando ela gerar uma maior satisfação para o maior número de indivíduos dentro de uma sociedade⁸⁶.

De outro modo, Luciana Yeung⁸⁷ afirma que é possível demonstrar a eficiência a partir do teorema fundamental do bem-estar social. Nestes termos, dentro de um mercado competitivo, se o equilíbrio alcançado pela oferta e pela demanda ocorrer de maneira natural, tem-se a eficiência de Pareto, que nada mais é do que a impossibilidade de melhora da situação de alguém se, por outro lado, ocorra a piora da situação de outrem.

Posto isso, é possível identificar um trinômio elementar dentro do mercado e, portanto, dentro da própria Economia: de um lado, a necessidade humana, que é infinita, com os meios de produção não sendo capazes de acompanhar este movimento; de outro, a própria escassez de recursos e a sua relação entre a forma mais racional e eficiente possível; e, por fim, a questão da eficiência que leva as pessoas a tomarem as melhores decisões possíveis.

Partindo disto, conclui-se que alguns pressupostos básicos compõem a Economia a partir da conjugação entre: a) as necessidades humanas, que aliás se expandem indefinidamente; b) os recursos querem, seja em menor ou maior grau, são

⁸⁴ NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. Pg. 24.

⁸⁵ NORDHAUS, William D.; SAMUELSON, Paul A. *A economia*. Pg 4.

⁸⁶ GAROUPA, Nuno; MARISTRELLO, Antônio Porto. *Curso de análise econômica do direito*. Pg 57.

⁸⁷ YEUNG, Luciana. *Empresas, consumidores e mercados: fundamentos microeconômicos*. In: PINHEIRO, Castelar Armando; PORTO, Antônio José Maristrello; e, SAMPAIO, Patrícia Pinheiro (coord.). *Direito e economia: diálogos*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019. Pg. 144.

limitados, portanto, escassos; e c) a eficiência envolvida na utilização mais eficaz dos recursos, com vistas a satisfazer os desejos e necessidades da população.

A par disto, surgiram algumas teorias a fim de explicar a atividade econômica e, conseqüentemente, o processo decisório dos seres humanos, até porque a própria escassez impõe que o ser humano faça escolhas. A partir disto surgiram teorias com o fito de explicar o processo de tomada de decisões pelos indivíduos⁸⁸.

Para o presente estudo terá maior ênfase a “teoria econômica tradicional” e a “teoria econômica comportamental”, que fixaram modelos distintos de tomadas de decisão, compartilhando o mesmo pressuposto, no qual os indivíduos tomam decisões mediante estímulos, podendo advirem, inclusive, das normas jurídicas⁸⁹.

No campo da teoria econômica tradicional foi adotado um padrão de análise que ficou conhecido como modelo da decisão racional. A partir desse padrão de análise a pessoa que se vê diante de um caso que precisa ser resolvido segue todo um procedimento considerado racional.

Em um primeiro momento, o agente econômico faz um levantamento de todos os resultados que lhes são desejados; em seguida, identifica todas as opções que podem ser escolhidas ao final de sua busca; logo após, determina a medida que cada opção contribui para o resultado almejado, bem como o seu respectivo custo; e, por fim, adota a opção que melhor lhe contribui⁹⁰.

Como são atribuídos aos humanos uma linha de conduta previsível, ao supor que eles sempre escolherão, dentre uma gama diversificada de opções, aquela que lhes sempre ofereça a maior satisfação, é por este motivo que o modelo da escolha racional foi tão importante para a microeconomia, através da “lei da oferta e demanda”, pois a implicação lógica disto é que se o custo de uma opção aumenta, logo os indivíduos afetados escolherão cada vez menos frequentemente esta opção.

Dessarte, para o modelo da escolha racional a informação possui papel central na tomada de decisão do indivíduo. Neste sentido, a pessoa poderá escolher a melhor

⁸⁸ De acordo com Fábio Nusdeo, em qualquer sociedade são estabelecidas relações e instituições que são destinadas a enfrentar a questão da escassez. Em suma, que sejam estabelecidos padrões decisórios coerentes cujo intuito seja a destinação destes recursos. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico* pg 25

⁸⁹ MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, Stéphane. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. Pg. 31.

⁹⁰ MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, Stéphane. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. Pg. 31

opção dentre aquelas que ela conhecer, tanto que, no futuro, esta escolha poderá não parecer ótima se a informação recebida for melhor⁹¹.

A despeito dos avanços proporcionados pela economia tradicional, a teoria da escolha racional não passou despercebida pelas críticas. Um dos primeiros críticos da escolha racional foi Herbert Simon⁹². Para ele, o modelo da escolha racional é irrealista como forma de descrever as decisões humanas justamente por se apoiar demais nas informações que são relatadas.

À vista disso, mesmo que o tomador de decisão tenha contato com todas as informações pertinentes, ele não seria capaz de tomar a melhor decisão, porquanto o cérebro humano não consegue fazer além de um determinado número de atividades ao mesmo tempo e, para tanto, se utiliza de esquemas simplificados como forma de delimitar as informações que devem ser ponderadas na decisão⁹³. A sua concepção recebeu o nome de “escolha limitada”.

Conforme se verá mais adiante, a teoria desenvolvida por Simon foi suportada por outros estudiosos da psicologia cognitiva, destacando-se os estudos empreendidos por Amos Tversky e Daniel Kahneman, bem como Cass R. Sustein e Richard Thaler.

3.3 Vieses e heurísticas

A tese cunhada por Simon recebeu o amparo de diversos estudiosos e pesquisas realizadas no campo das ciências cognitivas, notadamente os estudos desenvolvidos por Amos Tversky e Daniel Kahneman. Para eles, a teoria da escolha racional seria melhor empregada em sua função normativa, ou seja, apenas como uma lógica de escolha, e não como uma descrição factual daquilo que as pessoas realmente fazem⁹⁴.

⁹¹ MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, Stéphane. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. Pg. 32

⁹² Apud. MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, Stéphane. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. Pg. 33.

⁹³ MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, Stéphane. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. Pg. 33

⁹⁴ Apud. MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, Stéphane. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. Pg. 34

De acordo com as pesquisas empíricas empregadas por Kahneman e Tversky⁹⁵ os seres humanos não conseguem fazer previsões consistentes seguindo as regras fixadas pelo modelo da escolha racional. A proposta dos autores é a de que as pessoas fazem escolhas diferentes a depender do enquadramento que elas dão ao problema que lhe é apresentado. Ou seja, a forma como o problema é apresentado aos indivíduos influencia mais do que as normas, os cuidados e os hábitos que elas tomam⁹⁶.

O fato de a apresentação do problema influenciar de forma providencial na tomada de decisão dos indivíduos tem relação direta com os processos desencadeados no cérebro humano que, a despeito de funcionar extraordinariamente bem em uma forma mais geral, possui uma estrutura operacional um tanto quanto confusa e até mesmo contraditória⁹⁷.

A partir deste enfoque, estudos da economia comportamental, notadamente a neuroeconomia, vêm demonstrando cada vez mais que o pensamento humano é composto por dois sistemas: um sistema intuitivo e automático e um outro sistema reflexivo e racional⁹⁸. O primeiro sistema, conforme adotado por Kahneman e Tversky podem ser denominados como de sistema automático e o segundo de sistema reflexivo.

De forma simplificada, o Sistema automático é rápido, dá a sensação de ser mais instintivo, é mais prático, descontrolado e, por último, é inconsciente; por outro lado, o Sistema Reflexivo é mais premeditado, autoconsciente, obedece a regras, é controlado e, por fim, é mais devagar⁹⁹. Grosso modo, o Sistema Automático está relacionado a ações instintivas e o Sistema Reflexivo ao pensamento consciente.

Os adeptos da teoria da escolha racional afirmariam que, via de regra, o Sistema Reflexivo seria o dominante e, portanto, os agentes decisores seriam

⁹⁵ Apud. MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, Stéphane. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. Pg. 35.

⁹⁶ Apud. MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, Stéphane. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. Pg. 35.

⁹⁷ Cass R. Sunstein e Richard H. Thaler ilustram que Beethoven compôs a Nona Sinfonia durante a sua surdez, entretanto ele vivia se esquecendo dos locais onde ele deixava a chave de sua casa. In. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019. pg. 29.

⁹⁸ CHAIKEN e TROPE (1999). Apud. SUNSTEIN, Cass R; THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg. 29.

⁹⁹ SUNSTEIN, Cass R; THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg. 30.

capazes de tomar sempre as melhores decisões. Ocorre que a vida da maioria das pessoas é complicada, fazendo com que elas estejam quase sempre ocupadas e, conseqüentemente, inviabilizando a possibilidade de elas passarem o seu tempo analisando e ponderando sobre todas as opções que são postas à sua frente.

Daniel Kahneman afirma que os dois sistemas responsáveis pelos processos de tomada de decisão dos indivíduos envolvem uma ideia de “energia mental”. Como o Sistema Automático está mais relacionado com a tomada de decisão mais intuitiva, envolvendo habilidades compartilhadas com outros animais, ele gasta menos energia¹⁰⁰. Todavia, segundo o autor o Sistema Reflexivo acaba consumindo mais glicose quando ele está em uso, podendo gastar mais energia do que outras partes do corpo, fazendo com que este sistema seja levado ao esgotamento e, em determinadas situações, o Sistema Automático é ativado quando, em tese, não deveria ser usado¹⁰¹.

Karmiloff Smith¹⁰² enfatiza que existem “programas pré-concebidos”, ou módulos, inseridos em nossa mente. Estes módulos são concebidos a partir da experiência pessoal do indivíduo, o qual, após interagir no ambiente acabam detectando determinadas regularidades e criam teorias próprias de funcionamento do mundo que as cerca. Dessa maneira, a partir do momento em que estas teorias são satisfatórias para explicar acontecimentos da vida do indivíduo, elas se isolam e se automatizam a fim de serem aplicadas no domínio particular em que foram formadas.

No mesmo sentido, Kahneman e Tversky¹⁰³, partindo do pressuposto da racionalidade limitada, desenvolveram a ideia de que os indivíduos, a depender das informações que eles têm conhecimento, usam regras gerais (heurísticas), ou seja, mecanismos destinados a uma tomada de decisão mais célere, a partir da utilização de atalhos mentais. Porém, estas heurísticas acabam gerando “anomalias” decisórias, fazendo com que ocorram erros de forma sistemática (vieses).

¹⁰⁰ KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e devagar: duas formas de pensar*. Tradução Cássio de Arantes Leite. 1ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012. Pg. 30

¹⁰¹ KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e devagar: duas formas de pensar*.Pg. 57

¹⁰² SMITH, Karmiloff. Apud. TETAZ, Martín. *Psychonomics: como o funcionamento da mente ajuda a definir nosso comportamento consumidor*. Tradução Carolina Caires e Olga Cafalcchio. 1ª ed. São Paulo: Planeta, 2018. Pg. 38.

¹⁰³ KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. *Judgement under Uncertainty: heuristics and biases*. Science, New Serie, Vol. 185, n.º 4157, set., 1974.

Esta abordagem recebeu o nome de “heurísticas e vieses”, sendo que posteriormente ambos os psicólogos chegaram à conclusão de que o nascimento das heurísticas e vieses se dão a partir da interação entre o Sistema Automático e o Sistema Reflexivo¹⁰⁴.

Em continuação aos seus estudos, os autores¹⁰⁵ demonstraram algumas regras gerais que, embora em um primeiro momento possam parecer úteis, pois elas reduzem o tempo gasto em tarefas consideradas complicadas, acabam causando erros sistemáticos. Originalmente, a dupla descobriu três regras gerais para a análise do comportamento de tomada de decisão: ancoragem; disponibilidade; e representatividade.

No presente trabalho serão examinadas duas particularidades dessas heurísticas, quais sejam, da disponibilidade e da ancoragem.

A heurística da “disponibilidade”¹⁰⁶ é caracterizada por determinadas situações em que se estima o risco ou a frequência de algo acontecer de acordo com a facilidade com que os casos ou ocorrências podem ser trazidos à mente. Ou seja, as pessoas avaliam o risco de algo que pode vir a acontecer conforme a facilidade com que elas conseguem pensar na problemática. Por exemplo, avaliar o risco de ataques cardíacos pela lembrança da ocorrência com algum familiar.

Trata-se de uma pista útil, a fim de estimar frequências ou probabilidades, visto que as ocorrências de classe ampla são majoritariamente recordadas melhor e mais rapidamente do que as ocorrências de classes menos frequentes. Contudo, a “disponibilidade” é influenciada por outros fatores, para além da frequência ou da probabilidade.

Um dos críticos mais contundentes desta heurística é o psicólogo Gerd Gigerenzer¹⁰⁷. Em uma de suas pesquisas, a conclusão que ele chegou é de que os algoritmos precisam de informação, enquanto que a informação precisa ser bem representada. Dessa maneira, o problema reside não nos dados repassados, mas na forma como a informação do problema é entregue.

¹⁰⁴ KAHNEMAN e TVERSKY (2000). Apud. SUSTEIN, Cass R; THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg. 33.

¹⁰⁵ KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. *Judgement under Uncertainty: heuristics and biases*.

¹⁰⁶ KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. *Judgement under Uncertainty: heuristics and biases*. Pg. 1127.

¹⁰⁷ GIGERENZER, Gerd. *Why the distinction between single-event probabilities and frequencies is important for psychology (and vice versa)*. Wright; Ayton (Eds.). 1994

Nestes termos, a acessibilidade e a visibilidade das informações estão intrinsecamente relacionadas com a própria disponibilidade. Ou seja, é possível que uma pessoa considere um evento mais provável caso ela, ou alguma pessoa próxima, tenha o vivenciado, quando em comparação com outra pessoa que tenha lido sobre os dados em uma revista. É como se o Sistema Automático tivesse consciência aos exemplos mais disponíveis e, portanto, o indivíduo não precisasse fazer a análise de diversos dados quantitativos.

Por seu turno, a heurística da “ancoragem” pode ser considerada como uma espécie de “ajuste”¹⁰⁸. No caso, a partir de uma situação cuja resposta é difícil de ser mensurada, a fixação de uma informação pode ser utilizada como forma de estimar quantidades ou qualidades consideradas incertas. Neste caso, um número, ao servir como âncora, pode levar a resposta do decisor a um padrão mais alto ou mais baixo, dependendo do valor desta âncora. Por se tratar de algo que envolve uma análise mais demorada da situação, a sua interação se dá no Sistema reflexivo.

Contudo, a própria heurística da ancoragem possui um efeito diverso. Sem a fixação de algum número servindo como referencial para a ancoragem, a partir de situações vivenciadas preteritamente, uma informação considerada como despreziosa pode acabar se tornando uma espécie de “sugestão”, que acaba por evocar evidências compatíveis. Na visão do autor, é como se o Sistema automático compreende-se certas sentenças e, ao tentar torná-las verdadeiras, acaba fazendo com que as pessoas acreditem naquilo que elas queiram efetivamente acreditar¹⁰⁹.

Diante destas confirmações, não é possível afirmar com toda certeza de que entre um grupo de produtos ou serviços um indivíduo que prefere A de B e B de C, ele então ao comparar A e C, seguindo essa lógica acabe preferindo A. Pelo contrário, com base na disponibilidade e na ancoragem, dependendo de como determinada informação é repassada, ela faz escolhas que violam a regra considerada racional.

Neste cenário, é admitido uma dose de intervenção estatal cujo intuito seja a correção desses vieses cognitivos. Entretanto, a matéria é conturbada, há quem entenda que a intervenção estatal em qualquer forma viola a liberdade individual das pessoas, mesmo que sejam ações objetivando a melhora do bem-estar delas,

¹⁰⁸ KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e devagar: duas formas de pensar*. Tradução. Cássio de Arantes Leite. Pgs. 153-155.

¹⁰⁹ KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e devagar: duas formas de pensar*. Tradução. Cássio de Arantes Leite. Pg. 156-157.

devendo ser evitada ao máximo. Só que existe um outro cenário, uma corrente teórica recente possibilita uma ingerência do Estado na vida privada das pessoas sem, contudo, retirar a liberdade delas.

3.4 Libertarianismo e paternalismo libertário

Dentre inúmeros debates existentes no campo econômico – e que reflete no âmbito do Direito – um de caráter mais filosófico chama bastante a atenção. Trata-se do embate travado entre os defensores da teoria do libertarianismo puro e os estudiosos que propõem a tese do paternalismo libertário.

O libertarianismo, cujo maior expoente é o estudioso Robert Nozick, pode ser considerado uma vertente do liberalismo político contemporâneo, possuindo certa relação, portanto, com a economia tradicional, bem como o modelo de escolha racional.

As ideias do libertarianismo advém da perspectiva contratualista desenvolvida por John Locke. Ou seja, o contrato social inicial não cria novos direitos aos sujeitos, pelo contrário, ele reafirma direitos já existentes quando do estado de natureza. Nestes termos, segundo Nozick¹¹⁰, tais direitos surgem da condição de liberdade que as pessoas possuem quando no estado de natureza, fato que lhes permite organizar a sua vida, direcionando as suas atividades, bens e tempo da maneira como bem entenderem.

Partindo deste pressuposto, o libertarianismo prega a ideia de que a liberdade é o direito individual em sua sofisticação máxima, pois, por se tratar de uma prerrogativa que acompanha a todo e qualquer ser humano de viver a sua vida da maneira que lhe for mais conveniente, então, por consequência, é a única garantia fundamental capaz de garantir plenitude à sua existência¹¹¹.

Desta afirmação, para os libertários decorre uma conclusão lógica. Como a liberdade é o direito individual por excelência, então, a liberdade só pode ser limitada

¹¹⁰ NOZICK (2011). Apud. GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anuniação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*. Revista de Informação Legislativa, Brasília, a. 53, n.º 210, abr./jun., 2016, pg. 138.

¹¹¹ NOZICK (2011). Apud. GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anuniação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*, pg. 138.

a partir da liberdade dos demais indivíduos na sociedade¹¹². Ou seja, a única fundamentação legítima para que a liberdade de alguém possa ser sopesada é a partir do momento que a liberdade de uma outra pessoa é violada, porquanto não existem liberdades individuais maiores do que as outras. Isto significa que ela deve ser usada como “conteúdo moral dos limites”¹¹³.

Como forma de delimitar quais seriam estes limites, Nozick inicia o seu estudo a partir da perspectiva utilitarista, colocando a liberdade como uma consequência da ação, sendo que essa estaria almejando um objetivo pré-determinado. Como limites seriam postos em uma situação posterior à ação, portanto uma violação aos direitos dos indivíduos é admitida, desde que seja capaz de produzir uma maximização da felicidade da maioria e, além do mais, como forma de dissuadir outras pessoas de praticarem violações mais gravosas, independentemente de consentimento.

Contudo, por entender que a liberdade individual é igual para todos e não comporta cálculos morais, Nozick se fundamenta no imperativo categórico kantiano e sugere que a liberdade não seja diretamente limitada, mas que sejam criadas restrições indiretas às ações praticadas. Em outros termos, os direitos, oriundos do exercício da liberdade individual, não seriam restringidos, mas tão somente os meios disponíveis para que os objetivos sejam alcançados.

Segundo o autor, a inviolabilidade dos sujeitos, reflexo das restrições indiretas, sempre deve ser observada, ainda que se almeje uma restrição dos seus direitos com vistas a buscar um bem-estar social maior.

Conclui-se, então, que o principal valor político libertário é a noção de liberdade negativa, cujo foco é a não interferência estatal em direitos individuais. Nesta concepção, a intervenção estatal só seria justificada para proteger as pessoas do roubo, da fraude, da coerção contratual, entre outras violências¹¹⁴.

Nesta mesma contextualização, os libertários buscam se opor às condutas paternalistas, que, por seu turno, pretendem proteger as pessoas das escolhas que

¹¹² NOZICK (2011). Apud. GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anuniação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*, pg. 138.

¹¹³ Para Bruno Anuniação Rocha e Marcelo Campos e Galupo e, conforme será melhor desenvolvido, Robert Nozick se afasta dos ideais utilitaristas, tão caros ao libertarianismo, e demonstra simpatia pelas ideias desenvolvidas por Kant, ao adotar um conteúdo para especificar os limites morais da liberdade.

¹¹⁴ GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anuniação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*, pg.139.

elas mesmas fazem. De acordo com seu entendimento, os paternalistas desprezam o direito que os indivíduos possuem em decidirem os riscos que pretendem assumir¹¹⁵.

De maneira antagônica aos libertários, situam-se defensores da doutrina filosófica conhecida como paternalismo, conhecidos como paternalistas. Por este paradigma, os paternalistas defendem uma intervenção estatal nas liberdades individuais, cerceando alguns de seus direitos e, em alguns casos, contra a sua vontade, como forma de proteger outros integrantes da sociedade de danos físicos e morais que as suas condutas possam produzir¹¹⁶. Outrossim, admite-se a intervenção do Estado como forma de evitar que os indivíduos ocasionem danos físicos ou emocionais a si mesmos, e não apenas para defender terceiros de malefícios causados pela sua atuação¹¹⁷.

De outro lado, foi desenvolvido um modelo de interferência estatal na liberdade individual que se adequa ao libertarianismo sem excluir totalmente o paternalismo. Segundo este conceito, é legítimo que o Estado possa intervir nas liberdades individuais, desde que ele busque promover ou evitar determinados comportamentos, e sem se utilizar da coação para tanto¹¹⁸. Esta espécie de atuação estatal, desenvolvida por Cass R. Sustein e Richard H. Thaler é denominada “paternalismo libertário”.

Partindo de uma abordagem dos estudos produzidos pela análise econômica comportamental, ambos os autores entendem ser plenamente possível aplicar uma espécie de paternalismo que seja coerente com o libertarianismo. Em sua concepção, a despeito de ambas as definições serem *a priori* contraditórias¹¹⁹, é possível que as

¹¹⁵ SANDEL, Michael J. *Justiça: o que é fazer a coisa certa*. 3 Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011. Pg. 57.

¹¹⁶ John Stuart Mill, embora não seja um filósofo paternalista, muito pelo contrário, ele durante toda a sua obra *Sobre a Liberdade*, defende a tese de que uma das justificativas para o intervencionismo estatal em assuntos que, em um primeiro momento, só dizem respeito ao próprio indivíduo e, sem a sua concordância expressa, na hipótese de ser necessária a imposição de algum dever social ou caso o indivíduo não saiba que a sua conduta pode levar a algum fato que, caso o conhecesse, provavelmente o levaria a tomar outra decisão. MILL, John Stuart. *Sobre a Liberdade*. Tradução Pedro Madeira. Ed. Especial. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011. Pgs. 01-109.

¹¹⁷ SANDEL, Michael J. *Justiça: o que é fazer a coisa certa*. 3 Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011. Pg. 57.

¹¹⁸ SUSTEIN, Cass R; THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 13.

¹¹⁹ Em verdade, segundo os estudiosos, a contrariedade existente entre o paternalismo e o libertarianismo reside em aspectos que mais se residem a dogmas, e que são intangíveis. SUSTEIN, Cass R; THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 13.

os dois termos sejam aglutinados em um denominador comum, a fim de melhorar o bem-estar dos indivíduos.

O lado libertário da teoria desenvolvida por eles se fundamenta no fato de que as pessoas devem possuir a liberdade necessária para fazer o que quiserem, incluindo a possibilidade de rejeitarem acordos que sejam desvantajosos a eles. Para os autores, o sentido da palavra “libertário” é o de se buscar a preservação da liberdade ou até mesmo a sua ampliação¹²⁰. Em suma, o que se pretende é que as pessoas estejam sempre estimuladas a tomarem as suas próprias escolhas, sem que sejam impostos obstáculos ao livre exercício de suas liberdades.

Já o lado paternalista se justifica na ideia de que os entes estatais ou privados estão conferidos por legitimidade para tentarem influenciar o comportamento das pessoas, desde que seja para tornar a vida delas melhor, mais longa e saudável¹²¹. Em outros termos, uma postura paternalista seria que os setores público e privado direcionassem as pessoas, ainda que em boa parte de modo inconsciente, a tomarem as melhores decisões impactando positivamente a sua vida¹²².

Os críticos ao paternalismo libertário costumam argumentar que os seres humanos são extremamente sencientes e quase sempre tomam as melhores decisões em vista da maximização dos resultados, ou, mesmo que na hipótese de não fazerem as decisões consideradas excelentes, optam pela escolha muito melhor quando comparada com aquela feita por um terceiro, principalmente se estiverem diante de um agente decisor que trabalha para o próprio governo¹²³.

Tal contextualização afirma que cada um dos indivíduos sempre pensa e faz decisões de forma correta, se enquadrando, portanto, na imagem teórica de ser humano que os economistas clássicos desenvolveram¹²⁴. Contudo, conforme explicitado anteriormente, estudos comprovaram que como a capacidade humana em tomar decisões não é das melhores, na maioria das vezes as previsões humanas são

¹²⁰ SUSTEIN, Cass R; THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 13.

¹²¹ SUSTEIN, Cass R; THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 13.

¹²² THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 14.

¹²³ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 15.

¹²⁴ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 15.

falhas e tendenciosas, fazendo com que as pessoas tomem atitudes deliberadamente equivocadas.

Nesse sentido, nas mais variadas hipóteses, pelo fato de as pessoas não possuem preferências claras, estáveis ou até mesmo ordenadas, elas tendem a escolher a partir do impacto gerado pelas influências recebidas. Por exemplo, a forma como o problema e os seus respectivos efeitos é repassado aos indivíduos tendem a influenciá-los; as regras padronizadas; e pontos de partida (âncoras) como forma de dar interpretação aos fatos¹²⁵.

Com o intuito de regular as relações sociais e ter um ambiente de interação social harmônico, toda sociedade minimamente organizada necessita de um conjunto de normas destinadas à regular comportamentos¹²⁶. Assim sendo, o ordenamento jurídico, levando em consideração os fatos juridicamente mais relevantes para a sociedade, não pode abrir mão de estabelecer normas-padrão e âncoras, devendo formulá-las de alguma forma.

Ou seja, os indivíduos usam as próprias leis e regulamentos emanados pelo Poder Estatal como base para a sua tomada de decisões, pois afetam as suas preferências e comportamentos, podendo ser na maioria das vezes inevitável e significativo. Contudo, a legislação deve possibilitar que as pessoas possam contratar de forma diversa, protegendo a sua liberdade de escolha, estando de acordo com as metas libertárias.

Aliados a tais fatores, conclui-se que algum tipo de interferência no comportamento das pessoas é necessário. Partindo desse pressuposto, Sustain e Thaler sugerem que esta intervenção ocorra de forma branda e não intrusiva, porquanto ela não busca criar impedimentos ou objeções às escolhas¹²⁷. Pelo contrário, o que é proposto é a busca por estratégias capazes de mover pessoas a fazerem escolhas com consciência e que melhorem o seu bem-estar, ao mesmo tempo que em nada influencia na liberdade delas¹²⁸.

¹²⁵ SUSTEIN, Cass R.; THALER, Richard H. *O paternalismo libertário não é uma contradição em termos*. Tradução Fernanda Cohen, pgs. 18-23

¹²⁶ GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anuniação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*, pg. 140.

¹²⁷ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa, pg. 14

¹²⁸ SUSTEIN, Cass R.; THALER, Richard H. *O paternalismo libertário não é uma contradição em termos*. Tradução Fernanda Cohen, pg. 13.

Para tanto, visando a efetiva concretude do paternalismo libertário, bem como as suas respectivas estratégias voltadas para políticas públicas, que podem ser realizadas tanto pelo Estado quanto pela iniciativa privada, os estudiosos adaptaram o modelo de arquitetura de escolhas e criaram os *nudges*¹²⁹.

3.4 Arquitetura de escolhas e definição de *nudges*

Os paternalistas libertários possuem como escopo fundamental a melhoria de vida das pessoas, maximizando o seu bem-estar, por meio do direcionamento delas a boas escolhas, sem perder de vista o fato de que a liberdade de escolhas delas não pode ser cerceada. Ou seja, o paternalismo libertário é uma forma de intervenção na maneira como as pessoas se comportaram, não havendo intrusão ou manipulação.

Voltando aos conceitos da economia tradicional, notadamente as pesquisas feitas sobre o processo de tomada de decisão dos indivíduos, aqueles que criam objeções ao paternalismo libertário costumam argumentar que os seres humanos sempre pensam e tomam decisões de maneira correta, enquanto *econos*¹³⁰. Entretanto, na vida real e, longe dos livros teóricos de economia, as pessoas cometem erros tanto previsíveis, confirmando que as suas previsões são falhas e tendenciosas¹³¹.

Neste sentido, os *econos* costumam reagir, sobremaneira, aos incentivos. Por exemplo, se um governo decidir optar por tributar alguma mercadoria, estes indivíduos deixarão de adquirir este produto, contudo não sofrem influência de fatores tidos como irrelevantes, como a ordem em que as opções são colocadas à vista¹³².

Por outro lado, estudos demonstram que os seres humanos também sofrem influência dos incentivos, mas são instigados por outros fatores mais sutis, que ensejam algum ônus para elas, mas tais custos não podem ser muito dispendiosos. A

¹²⁹ Os *nudges* não se confundem com o Poder de Polícia, que proíbem ou condicionam uma atividade. De forma diversa, os eles podem ser considerados como pequenos incentivos que, sem cercear a liberdade dos optantes, os direcionam gentilmente para melhores decisões e, em consequência, para a sociedade como um todo. THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg. 6.

¹³⁰ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa, pg. 15

¹³¹ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa, pg. 16.

¹³² THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa, pg. 17.

fim de ilustrar o raciocínio, medidas que aumentem o esforço cognitivo dos decisores – como colocar frutas na parte mais visível de uma vitrine enquanto que os doces nas partes mais escondidas – são aceitas, pois o aumento dos custos neste caso é baixo¹³³.

Portanto, *nudge* pode ser considerado uma espécie de estímulo brando, quase imperceptível, que é capaz de gerar nas pessoas uma mudança de comportamento, sem vetar qualquer opção e sem gerar nenhuma mudança significativa em seus incentivos econômicos¹³⁴. Ocorre que um *nudge*, por si só, não é capaz de provocar uma mudança de comportamento nas pessoas, para isto, é necessária a aplicação da arquitetura de escolhas, mediante a atuação de um planejador/arquiteto de escolhas.

Dado que os seres humanos tendem a responder por meio de incentivos e estímulos sutis, segundo os preceitos estabelecidos pela economia comportamental e, com o intuito de efetivamente garantir eficácia ao paternalismo libertário, por meio da criação de políticas públicas, por exemplo, desenvolveu-se o ramo da arquitetura de escolhas.

De acordo com Sustain e Thaler¹³⁵, o arquiteto de escolhas possui o papel primordial de mapear o ambiente de escolhas e posicionar as opções de maneira que induza o optante a fazer as melhores decisões, com vistas a melhorar o seu bem-estar, sem, contudo, cercear o seu direito de liberdade.

O trabalho desenvolvido pelo arquiteto de escolhas pode ser considerado um “mapeamento” que se inicia na escolha e finda no bem-estar¹³⁶. Um bom sistema de arquitetura de escolhas é capaz de ajudar as pessoas a melhorar a sua capacidade de analisar as opções que estão diante delas e, desta forma, possibilita que elas escolham as alternativas mais benéficas¹³⁷. Um bom exemplo de arquitetura de escolhas é a substituição de valores numéricos em outras unidades de medida, ou imagens que remetam o consumidor a uma visão idealizada de um determinado

¹³³ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa, pg. 17.

¹³⁴ SUSTEIN, Cass R.; THALER, Richard H. *O paternalismo libertário não é uma contradição em termos*. Tradução Fernanda Cohen, pg. 29.

¹³⁵ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 10.

¹³⁶ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 108.

¹³⁷ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 109.

produto. Assim, em uma receita, dizer que 1 colher de sopa de algum ingrediente é melhor do que 15 mililitros daquela mesma substância, ou, ainda, a utilização da expressão gourmet.

A arquitetura de escolhas é preferível de ser utilizada em tomadas de decisão mais complicadas. Como algumas tarefas são mais simplificadas, como por exemplo a escolha dos sabores de sorvete, levando em consideração como fator de diferenciação o sabor dos sorvetes e eles são todos conhecidos, então a escolha se torna mais fácil, já que os optantes são capazes de adivinhar com alta precisão qual a melhor escolha a partir da sua experiência real de consumo, logo o fator “mapeamento” pouco importa¹³⁸.

Em contrapartida, a partir do momento em que a quantidade e/ou a complexidade das opções disponíveis aumentam, as pessoas tendem a adotar estratégias diferentes para tomar as suas decisões¹³⁹. Tal como o exemplo dos sorvetes, quando as pessoas estão em uma posição de escolher, mas com um pequeno número de alternativas e que já são notórias, elas podem avaliar cada um dos atributos, fazendo as ponderações necessárias. Entretanto, a partir do momento que a complexidade e/ou a quantidade aumenta, são lançadas estratégias alternativas, que geram erros ou vieses¹⁴⁰.

Conforme as alternativas vão aumentando e se tornando mais complexas, os planejadores devem levar mais aspectos em consideração, o que impactará diretamente na arquitetura de escolhas e, em última análise, possuirão mais chance de influenciar nas decisões que as pessoas tomarão¹⁴¹.

Ocorre que a diminuição das possibilidades não é uma hipótese, pois viola a liberdade de escolha. De maneira concomitante, o aumento de informações, dado o tempo relativamente escasso que elas possuem em processá-las, pode ser considerado algo anti-paternalista, razão pela qual deve ser criar estratégias

¹³⁸ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 108.

¹³⁹ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 111.

¹⁴⁰ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 111.

¹⁴¹ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 112.

informativas direcionadas aos indivíduos, fazendo uso de incentivos e, sobretudo, dos *nudges*¹⁴².

Os incentivos estão intrinsecamente ligados com os ganhos e perdas de um determinado produto/serviço, e as pessoas tendem a responder pelas mudanças nos incentivos. Entretanto, o papel do planejador é dar visibilidade aos incentivos, pois em alguns casos eles estão posicionados, mas os tomadores de decisão não o percebem¹⁴³.

Sustein e Thaler¹⁴⁴, por exemplo, afirmam que se um governo espera uma redução no consumo de energia elétrica ele tende a aumentar o preço da tarifa, contudo o seu efeito é apenas momentâneo, já que ele é sentido apenas quando a conta de energia chega. Para eles, uma abordagem interessante seria o uso de termostatos instalados de fábrica nos eletrodomésticos, pois o preço da energia gasta daria maior visibilidade ao incentivo.

Outra abordagem feita pelos autores está desvincilhada de valores monetários, como ocorre em relação às esteiras alocadas nas academias de ginástica. Como as pessoas tendem a achar preferível que a visibilidade dos dados relativos a ganhos e perdas seja irregular¹⁴⁵, então é por este motivo que as esteiras ergométricas possuem visores mostrando o número de calorias gastas, ao invés de exporem a quantidade de passos dados¹⁴⁶.

Outrossim, como forma de complementar o sistema de incentivos, os arquitetos de escolha podem estimular mudanças de comportamentos a partir de estratégias desenvolvidas com *nudges*. Entre outras táticas que podem ser usadas, destaca-se a ideia de dar uma resposta a um comportamento (*feedback*) de forma leve.

¹⁴² SUSTEIN, Cass R.; THALER, Richard H. *O paternalismo libertário não é uma contradição em termos*. Tradução Fernanda Cohen. Pg. 27.

¹⁴³ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 115.

¹⁴⁴ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 116.

¹⁴⁵ Embora o termo possa ter um sentido contraproducente com tudo aquilo trabalhado no texto até então, a questão envolvendo a irregularidade, tem a ver com a ação que os indivíduos estão tomando. No caso das esteiras, a aversão a perda é menor do que em outras situações.

¹⁴⁶ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg 116.

De acordo com trabalhos diretamente relacionados com o Sistema Automático do cérebro humano¹⁴⁷, existe uma área no cérebro identificada como zona *priming*, ou de pré-ativação. Segundo Sustein e Thaler, influências sutis são capazes de facilitar a forma com que determinada informação chega à mente do indivíduo.

Isto é, pequenas influências que, em um primeiro momento podem parecer insignificantes, podem criar estímulos ou inibições fortes os suficientes para “direcionar” o comportamento das pessoas¹⁴⁸.

Neste sentido, como forma de ilustrar a ideia, Leventhal, Singer e Jones¹⁴⁹ fizeram um experimento no campus da universidade de Yale. Foi realizada uma palestra em que os voluntários, no caso estudantes do último ano da universidade, receberam explicações sobre os riscos do tétano, bem como sobre importância da vacinação. Os estudantes se sentiram convencidos com a palestra e demonstraram o interesse na vacinação. Entretanto, não houve muito resultado prático, apenas 3% dos estudantes, de fato, se vacinaram.

Por outro lado, outros voluntários assistiram à mesma exposição, mas, além disso, receberam um mapa do campus indicando os locais dos postos de saúde onde poderiam receber a vacina. Em sequência, os pesquisadores solicitaram que eles olhassem a agenda e marcassem uma data. Com estes *nudges*, 28% dos estudantes se vacinaram. A informação repassada foi bastante sutil, e mesmo assim mais estudantes se vacinaram.

É possível chegar à conclusão de que as pessoas podem ser estimuladas a apresentar determinados comportamentos, ao oferecer dicas simples e aparentemente irrelevantes. Ao que indica, objetos situados de forma visível e proeminente podem afetar o comportamento dos indivíduos¹⁵⁰. É por isto que o *feedback* é um importante incentivador/inibidor de comportamentos.

¹⁴⁷ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg. 84.

¹⁴⁸ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg. 85.

¹⁴⁹ JONES, Susan; LEVENTHAL, Howard; SINGER, Robert. *Effects of fear and specificity of recommendation upon attitudes and behavior*. Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 2, n.º 1, 1965

¹⁵⁰ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg. 86.

Para entender como um *feedback* visual funciona, Sustain e Thaler¹⁵¹ lançam mão de um estudo conduzido na Califórnia, contando com o envolvimento de trezentos famílias. O experimento tinha como escopo principal a redução do consumo de energia elétrica pelos residentes dos domicílios. Neste contexto, os moradores receberam a informação de quanta energia haviam consumido nos últimos meses, bem como dados relacionados ao consumo médio das casas nos arredores. Com efeito, os consumidores que consumiam abaixo da média passaram a consumir mais energia nas semanas subsequentes, enquanto que os consumidores que estavam acima da média diminuíram o seu consumo, fato que não gerou uma mudança significativa nos comportamentos. A este efeito foi dado o nome de bumerangue.

No entanto, no mesmo experimento, aproximadamente metade das casas, além das informações descritivas, receberam um sinal visual aprovando ou desaprovando o consumo das pessoas. Em suma, as contas de luz que consumiam mais energia elétrica contavam com a figura de um rosto triste, enquanto as que consumiam menos chegava com a figura de um rosto feliz.

O resultado foi que os consumidores que consumiam mais energia reduziram ainda mais o seu consumo de energia elétrica a partir do momento em que passaram a receber rostos tristes em suas contas de energia, porém não houve efeito bumerangue nas residências em que a conta chegou com os rostos sorridentes.

Sendo assim, como os processos que envolvem longo prazo na maioria das vezes não oferecem uma boa arquitetura de escolhas, as pessoas tendem a cometer atitudes equivocadas. Desta forma, uma pessoa, por exemplo, mesmo com as informações detalhadas apresentadas a ela, pode ingerir por anos alimentos ricos em gorduras e sódio, sem ter um aviso claro e suficiente dando conta de que a dieta consumida por ela faz mal e pode levá-la a doenças coronárias. Portanto, um *nudge* pode ser eficaz.

¹⁵¹ THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução. Ângelo Lessa. Pg. 82.

4. ROTULAGEM NUTRICIONAL

No que concerne ao rótulo de alimentos ultraprocessados, o seu consumo em excesso está diretamente ligado com os péssimos índices envolvendo Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DNCT)¹⁵², já que o consumo em excesso de nutrientes críticos, como gorduras, açúcares e sódio levam a uma piora na saúde dos consumidores, fazendo com que este assunto seja tratado como questão de saúde pública.

Evidências apontam que uma das causas¹⁵³ para este quadro de saúde preocupante é a assimetria informacional que gira em torno da rotulagem nutricional dos ultraprocessados industrializados. Trata-se de um problema presente nos mais diversos países, inclusive o Brasil.

No caso brasileiro, de há muito se tem a percepção de que a simples indicação da tabela nutricional nas embalagens por si só não é capaz de garantir ao consumidor o acesso adequado à informação de qualidade. Nesta contextualização uma modificação na forma de dispor sobre os dados dos nutrientes críticos nos rótulos passou a ser empreendida, a fim de facilitar o processo de escolha dos consumidores, sem, contudo, retirar a sua liberdade, tal qual o paradigma proposto pelo paternalismo libertário.

Inserido neste paradigma em específico e, tal qual será melhor aprofundado, destaca-se a experiência internacional chilena, podendo ser representada como uma intervenção não invasiva no processo de tomada de decisão dos consumidores e, possuindo o potencial de ser transportado para a realidade brasileira, a partir da configuração de um rótulo considerado original.

4.1 O panorama envolvendo a rotulagem de alimentos ultraprocessados

¹⁵² Segundo a OMS as DNCT são um problema de saúde que possuem fatores de riscos em comum e que podem ser modificados, como o tabagismo, a ausência ou insuficiência de atividades físicas e, principalmente, a alimentação inadequada. WHO, 2001. Apud BRASIL. Pesquisa Nacional de Saúde (2019): percepção do estado de saúde, estilos de vida, doenças crônicas e saúde bucal: Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

¹⁵³ FILHO, Edgar Gastón Jacobs Flores; RIBEIRO, Rita de Cássia. *Racionalidade Limitada do Consumidor e Assimetria de Informação*. EALR, vol. 3, n.º 1. jan./jun., 2012. Pgs. 116-117.

A problematização com a forma como o rótulo dos alimentos ultraprocessados é apresentada aos consumidores não é algo existente apenas no Brasil, trata-se de uma situação fática que ocorre em praticamente todo o mundo. Existe um consenso internacional de que as regras de rotulagem nutricional devem ser aprimoradas, considerando a necessidade de facilitar a visualização e, sobretudo, a compreensão das informações nutricionais dos alimentos pelo consumidor¹⁵⁴.

A razão envolvida nisso é garantir ao consumidor o acesso a um conteúdo informativo, à medida que se preocupa em garantir o *conhecimento daquilo que está sendo*, de fato, consumido. Sendo assim, com um rótulo de fácil interpretação e visualização, o consumidor passa a ter melhores condições de identificar, de maneira rápida e fácil, os componentes integrantes do alimento, bem como o excesso de nutrientes considerados críticos, tais como açúcares, sódio e gorduras, possibilitando a escolha consciente de alimentos saudáveis.

De acordo com a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS)¹⁵⁵, órgão ligado à Organização Mundial de Saúde (OMS), os alimentos ultraprocessados possuem grande quantidade de sódio, açúcares livres, gorduras saturadas, gorduras totais e ácidos graxos trans, tendo como exemplos proeminentes os salgadinhos de pacote; refrigerantes; macarrões instantâneos; biscoitos recheados; salsichas; e, tantos outros produtos encontrados com bastante facilidade nos supermercados.

A industrialização empreendida no livre mercado aumentou a oferta de alimentos industrializados, gerando impactos nas dietas brasileiras e mundiais. Dados levantados pela OMS¹⁵⁶ atestam que a obesidade mundial duplicou entre os anos de 1980 e 2008, se apresentando com índices mais alarmantes nos países americanos, com números de 62% de sobrepeso e 26% de obesidade em adultos que estão acima dos 20 anos de idade. A situação mais alarmante encontra-se no México, Chile e Estados Unidos, onde a obesidade e o sobrepeso atingem 7 em cada 10 adultos.

¹⁵⁴ Desde a criação do *Codex Alimentarius* em 1985, a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) vem fomentando o aprimoramento dos rótulos nutricionais de alimentos, tanto que entre os anos de 2006 a 2018, o número de países que abordavam a rotulagem nutricional obrigatória era 10 e saltou para 60. The European Food Information Council, 2018. Apud BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Brasília, set., 2019. Pg. 15

¹⁵⁵ ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Modelo de Perfil Nutricional da Organização Pan-Americana da Saúde. Washington, DC, USA: 2016, pág. 14

¹⁵⁶ ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Plano de Ação para Prevenção da Obesidade em Crianças e Adolescentes, págs. 13 e 14.

No tocante aos hábitos alimentares brasileiros, os indicadores são igualmente preocupantes. Eles demonstram que houve uma diminuição no consumo de alimentos considerados *in natura* e minimamente processados, enquanto que, de forma concomitante, houve um aumento no consumo de ultraprocessados, que não são recomendados para uma alimentação adequada e saudável, segundo o Guia Alimentar para a População Brasileira do Ministério da Saúde (MS)¹⁵⁷.

Informações preliminares levantadas pelo Sistema Nacional de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas Não Transmissíveis (VIGITEL) do MS indicam que, no ano de 2020, a frequência de consumo recomendado de frutas e hortaliças foi de 22,5%¹⁵⁸. Por outro lado, o consumo de refrigerantes em pelo menos cinco dias da semana foi de 15,2%¹⁵⁹.

Contudo, estes dados quando confrontados com o levantamento feito em 2019 se mostram ainda mais inquietantes. De acordo este relatório, o consumo regular de frutas e hortaliças foi de 34,3%¹⁶⁰, enquanto que o consumo de refrigerantes em cinco ou mais dias da semana foi de 15%¹⁶¹.

Na lição de Adalberto Pasqualotto¹⁶², para que os consumidores possam realizar uma alimentação saudável, é de suma importância que eles tenham contemplado o seu direito à informação clara, adequada e acessível, pois só assim eles terão conhecimento sobre o que realmente estão comendo.

A informação adequada e clara sobre produtos e serviços, trazendo a composição correta de características, composição e a qualidade é um direito básico dos consumidores, elencado no art. 6º, inciso III, do CDC, e que incide diretamente na questão alimentar.

¹⁵⁷ BRASIL. Ministério da Saúde. *Guia Alimentar para a População Brasileira*. 2. ed. Brasília, DF, 2014, pg. 39.

¹⁵⁸ BRASIL. Ministério da Saúde. *VIGITEL 2020: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico*. Brasília, DF, 2021, pg 33.

¹⁵⁹ BRASIL. Ministério da Saúde. *VIGITEL 2020: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico*, pg. 37.

¹⁶⁰ BRASIL. Ministério da Saúde. *VIGITEL 2019: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico*. Brasília, DF, 2020, pg. 48.

¹⁶¹ BRASIL. Ministério da Saúde. *VIGITEL 2019: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico*, pg. 54

¹⁶² PASQUALOTTO, Adalberto. *Rótulo deve garantir informação necessária a uma alimentação adequada e saudável*. Conjur – Consultor Jurídico, 03 de outubro de 2018. Disponível em <https://www.conjur.com.br/2018-out-03/garantias-consumo-rotulo-garantir-informacoes-alimentacao-adequada>. Data de acesso em: 14.11.2021.

Segundo Britto et. al.¹⁶³, a procura pela informação clara e adequada nos rótulos de alimentos e bebidas fortalece a autonomia dos indivíduos, possibilitando o consumo racional e, conseqüentemente, a adoção de hábitos de vida mais saudáveis.

No mesmo sentido, Simone Magalhães¹⁶⁴ prescreve que é a partir do direito à informação que as pessoas, caso tenham interesse, podem excluir de suas dietas alimentos com baixo valor nutritivo, garantindo uma alimentação mais saudável, resultando, portanto, em uma melhor qualidade de vida. Dessa maneira, com uma rotulagem mais intuitiva, os consumidores poderão decidir, de forma fácil e fundamentada, sobre a conveniência de adquirir determinados produtos, de acordo com suas convicções e objetivos.

Além do mais, frisa-se que o modelo de rotulagem dos alimentos deve estar em adequação com as informações relativas à saúde e nutrição do país.

No caso do Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹⁶⁵, 60,3% e 22,8% dos adultos brasileiros estão com excesso de peso e com obesidade, respectivamente. Outrossim, entre as crianças de cinco a dez anos, 16,33% estão em situação de sobrepeso e 9,38% já podem ser consideradas obesas¹⁶⁶.

Existe uma relação entres os dados levantados pela VIGITEL de consumo de alimentos ultraprocessados, sobretudo os refrigerantes, com os péssimos índices de qualidade de vida das pessoas. Entre as causas de aumento de peso, obesidade e Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT), como a diabetes e a hipertensão, se encontram os hábitos inadequados de vida, incluindo-se a ingestão de alimentos não saudáveis, especialmente os ultraprocessados.

No combate aos índices de obesidade e DNCT, é imprescindível que sejam adotadas medidas capazes de mitigar ou até mesmo reverter esse cenário complexo,

¹⁶³ BRITTO, Igor Rodrigues et. al. *Judicialização do Processo de Revisão do Modelo de Rotulagem Nutricional Brasileiro*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 125, set./out, 2019, pg. 03.

¹⁶⁴ MAGALHÃES, Simone. *A adequação de informações nas embalagens de produtos industrializados*. Conjur – Consultor jurídico, 14 de fevereiro de 2018. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-fev-14/garantias-consumo-adequacao-informacoes-produtos-industrializados>. Data de acesso em 14.11.2021

¹⁶⁵ BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Nacional de Saúde 2019*. Brasília, out., 2019. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/10/pesquisa-do-ibge-mostra-aumento-da-obesidade-entre-adultos>>. Data de acesso em: 14.11.2021.

¹⁶⁶ BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional, 2019*. Brasília, out. 2019. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/noticias/81-obesidade-infantil-desafia-pais-e-gestores>>. Data de acesso em: 14.11.2021.

como por exemplo o uso de ferramentas que valorizam e que são capazes de garantir o direito à informação¹⁶⁷. Nestes termos, é imprescindível que seja adotado um modelo de rotulagem capaz de propiciar ao consumidor a melhor compreensão sobre a composição do produto que ele está adquirindo, incluindo-se a informação clara e acessível sobre a quantidade de nutrientes críticos, como açúcares, sais e gorduras.

Nesta contextualização a OMS e a OPAS reconhecem a rotulagem nutricional como uma ferramenta indispensável, pois ela é capaz de orientar os consumidores a tomarem boas escolhas alimentares. Para ambas as organizações, a promoção de ambientes que favoreçam melhores escolhas pode ser atingida a partir de padrões de rotulagem que contemplem informações relativas à nutrientes críticos.

No mesmo sentido, o *Codex Alimentarius*, programa desenvolvido pela OMS em conjunto com a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO) e, com vistas a fixar normas internacionais na área de alimentos, defende modelos de rotulagem que utilizam representações gráficas aptas em auxiliar na compreensão das informações pelos consumidores.

A despeito de a iniciativa em se aplicar rótulos nutricionais frontais ter se iniciado em meados da década de 80, foi apenas a partir dos anos mais recentes que a sua aplicação passou a ser efetivamente empreendida, tanto que mais de quarenta países já possuem algum modelo de rotulagem nutricional frontal¹⁶⁸.

De acordo com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), os modelos de rotulagem nutricional frontal podem ser classificados em 1) interpretativos; 2) semi-interpretativos; 3) não-interpretativos; e, por fim, 4) modelos híbridos.

Segundo Silva et. al.¹⁶⁹, os modelos interpretativos são aqueles que combinam critérios que informam sobre a saudabilidade de um respectivo alimento, através de uma nota, contudo não trazem informações sobre quantidades de nutrientes específicos. Incluem os modelos de ranqueamento de alimentos, como por exemplo o *Nutri Score* adotado na França, e os selos de saúde que trazem informações v.g. sobre a presença ou não de conservantes.

¹⁶⁷ BRITTO, Igor Rodrigues et. al. *Judicialização do Processo de Revisão do Modelo de Rotulagem Nutricional Brasileiro*. pg. 04.

¹⁶⁸ KANTER, Rebecca; VANDERLEE, Lana; VANDEVIJVERE, Stefanie, 2018. Apud ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*

¹⁶⁹ SILVA, Thales et. al. *Modelos de Rotulagem Nutricional Frontal de Alto Conteúdo de Nutrientes Críticos Comparado a Outros Modelos de Rotulagem Frontal Nutricional: uma revisão sistemática*. Brasília, 2019, pg. 08.

FIGURA – Modelos de rotulagem interpretativa. Acima “Selos de Saúde” e abaixo “Sistema de Ranqueamento”



Fonte: Compilação do autor¹⁷⁰

Os modelos semi-interpretativos trazem informações relativas a nutrientes devidamente individualizados, seja por meio de símbolos, descritores qualitativos, ou até mesmo cores, que servem para facilitar a compreensão do nível dos nutrientes no alimento. Os exemplos mais proeminentes são os rótulos do tipo de advertência/alto conteúdo e aviso semafórico.

FIGURA – Modelos de rotulagem semi-interpretativo. Acima “advertência/alto conteúdo”; abaixo “aviso semafórico”



Fonte: compilação do autor¹⁷¹

¹⁷⁰ Montagem a partir de imagens coletadas no Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional.

¹⁷¹ Montagem a partir de imagens coletadas no Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional.

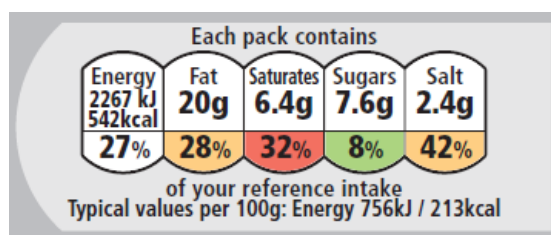
Por seu turno, no modelo não interpretativo, as informações sobre um determinado conjunto de nutrientes são apresentadas sem qualquer tipo de classificação, orientação ou julgamento, podendo ser observado no *Guideline Daily Amount* (GDA).



Fonte: ANVISA, 2020.

Por último, de acordo com os autores, o modelo híbrido decorre da possibilidade de serem combinados as características dos modelos semi-interpretativos ou interpretativos com os de matriz não interpretativa, como, por exemplo o GDA preenchido por cores.

FIGURA – Padrão de GDA preenchido por cores



Fonte: ANVISA, 2020.

Com base em todo esse cenário, a ANVISA, identificando a necessidade de ser adotado um modelo de rotulagem nutricional que contemplasse a facilidade de compreensão das informações dispostas nos rótulos brasileiros, passou, a partir de uma longa discussão, com ampla participação da sociedade civil e do setor produtivo, a definir uma nova regulamentação, com vistas a adequá-lo às necessidades informativas e de saúde da população.

4.2 A revisão das normas de rotulagem nutricional dos alimentos no Brasil

A norma mais atual de rotulagem nutricional adotada no Brasil, a Resolução RDC n.º 259 apresenta uma série de elementos, destacando-se a informação nutricional complementar (INC), a lista de ingredientes apresentada na parte frontal

da embalagem, e a tabela nutricional disposta, em regra, no seu verso. Tratam-se de disposições que podem influenciar a tomada de decisão do consumidor, contudo não prestigiam o direito à informação que rege as relações de consumo, tendo em vista que existem dificuldades dos consumidores em identificar a composição dos alimentos ultraprocessados¹⁷².

Como forma de corroborar a má qualidade do modelo de rotulagem nutricional vigente no país, no sentido de que ele não cumpre os requisitos mínimos para o efetivo dever de informação, uma pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) nomeada “A mesa dos brasileiros”¹⁷³, constatou que 84% dos consumidores entrevistados querem rótulos mais fáceis de serem compreendidos.

Neste sentido, de acordo com o entendimento firmado pela OPAS¹⁷⁴, o modelo de rotulagem nutricional considerado ideal advém da aplicação de ícones frontais de advertências, porquanto transmitem a informação nutricional de forma direta e que seja compreensível ao consumidor.

A organização internacional, a fim de embasar o seu posicionamento, implicitamente acaba por se fundamentar nos estudos empreendidos pela economia comportamental, sobretudo as pesquisas feitas por Amos Tversky e Daniel Kahneman, bem como Cass R. Sustein e Richard H. Thaler¹⁷⁵.

Com base em tais informações e dados relativos à saúde da população brasileira, notadamente a sua má alimentação, a ANVISA se atentou à necessidade de aprimoramento de suas regras de rotulagem nutricional obrigatória, já defasadas da realidade do Brasil. Sendo assim, o órgão solicitou, perante o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), o início de um processo de revisão das normas nutricionais.

¹⁷² PASQUALOTTO, Alberto. *Rótulo deve garantir informação necessária a uma alimentação adequada e saudável*. Disponível em: [www.conjur.com.br/2018-out-03/garantias-consumo-rotulo-garantirinformacoes-alimentacao-adequada]. Acesso em: 11.11.2021.

¹⁷³ FIESP. *A mesa dos brasileiros: transformações, confirmações e contradições*. São Paulo, 2018, pg.86

¹⁷⁴ ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE (OPAS). *Modelo de Perfil Nutricional da Organização Pan-Americana de Saúde*. Washington, DC, 2016. Disponível em: <iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/18623/9789275718735_por.pdf?sequence=9&isAllowed=y]>. Data de acesso em: 19.11.2021

¹⁷⁵ Embora a FAO em momento algum expresse categoricamente que se utilizou dos resultados apresentados pelos autores, o presente estudo entendeu fazer uma analogia, dada as semelhanças envolvidas.

Foi dada tamanha importância ao tema que no ano de 2012 o Brasil ganhou uma posição destaque, ficando responsável por demonstrar uma proposta oficial aos demais países-membros.

Diante de tal cenário e, objetivando maiores subsídios para orientar a intervenção a ser adotada, a ANVISA instituiu um Grupo de Trabalho cuja função seria auxiliar na identificação dos problemas na transmissão de informações nutricionais e de alternativas que pudessem melhorar a efetividade da rotulagem nutricional¹⁷⁶.

Dessa maneira, o Grupo de Trabalho instituído, a partir das evidências científicas avaliadas, somadas aos insumos recebidos no decorrer do processo regulatório e das competências legais garantidas à ANVISA, redefiniu o problema regulatório como sendo a dificuldade de compreensão da rotulagem nutricional pelos consumidores brasileiros¹⁷⁷.

No decorrer do procedimento administrativo, a ANVISA recebeu de diferentes atores e organizações propostas com vistas a aprimorar a rotulagem nutricional, além de pesquisas capazes de embasar as propostas.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), realizou uma pesquisa¹⁷⁸ demonstrando que, não apenas no Brasil, mas em toda a América, os consumidores possuem dificuldades em compreender o que está disposto nos rótulos dos alimentos quando não há alguma advertência frontal, isso quando eles, tendo conhecimento das dificuldades que irão enfrentar, deixam de ler. Por seu turno, o quadro se inverte quando há a existência de rótulos frontais, tendo em vista que eles identificam mais facilmente alimentos ricos em nutrientes críticos, sem precisar de conhecimentos técnicos difíceis e, até então, inacessíveis.

Assim sendo, o IDEC, a partir do seu estudo e, em parceria com estudiosos do ramo de *design* da informação da Universidade Federal do Paraná (UFPR) apresentou

¹⁷⁶ BRASIL. Anvisa. *Portaria n.º 949 de 4 de junho de 2014. Institui Grupo de Trabalho na Anvisa para auxiliar na elaboração de propostas regulatórias relacionadas à rotulagem nutricional*. Brasília: Diário Oficial da União, 5 de junho de 2014.

¹⁷⁷ Buscando uma intervenção efetiva, mas ao mesmo tempo proporcional aos interesses econômicos de cada uma das partes nesta relação, a ANVISA buscou a participação tanto do setor produtivo quanto da sociedade civil no deslinde da demanda.

¹⁷⁸ O estudo também contou com a participação de autores da Universidade Federal do Paraná, bem como da Universidade de São Paulo. SATO, Priscila de Moraes, et. al. *Consumer's opinions on warning labels on food packages: a qualitative study in Brazil*. Disponível em: <<https://journals.plos.org/plosone/article/authors?id=10.1371/journal.pone.0218813>>.

um formato de rótulo frontal inspirado no modelo implementado pelo governo chileno no ano de 2017¹⁷⁹.

Diante de tais evidências, a agência reguladora, em seu Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre a Rotulagem Nutricional¹⁸⁰, identificou a dificuldade de uso da rotulagem nutricional pelos consumidores brasileiros, tendo sido considerado como um típico problema de regulamentação a ser enfrentado. Essa dificuldade, de acordo com o órgão técnico, teria diversas causas, envolvendo a natureza regulatória, mas, sobretudo, de natureza não-normativa.

Os problemas de natureza não regulatória vislumbrados foram: a) Dificuldade de visualização e de leitura da tabela nutricional; b) Compreensão da tabela nutricional exige conhecimento e tempo; c) Dificuldade para comparação do valor nutricional dos alimentos; d) Modelo gera confusão sobre a qualidade nutricional do alimento; e) Baixo nível de educação alimentar e nutricional.¹⁸¹

Logo, a principal inovação normativa sugerida como forma de enfrentar tais problemas foi adoção de um modelo de rotulagem nutricional frontal, cujo intuito seria informar as principais propriedades de alimentos, de maneira simplificada, que seja facilmente visível e compreensível aos consumidores¹⁸². Esta alternativa seria capaz de auxiliar os consumidores com dificuldades para compreender o elevado número de informações técnicas e quantitativas dos rótulos, notadamente as dispostas na tabela nutricional, que requer um maior nível de conhecimento e tempo, fator este na maioria das vezes escasso.

¹⁷⁹ A proposta apresentada pelo instituto acrescia ao rótulo de alimentos processados e ultraprocessados um selo de advertência, na forma de um triângulo, na parte frontal da embalagem, indicando quando houve o excesso de nutrientes críticos como o açúcar, sódio, gorduras totais e saturadas, além da presença de eventuais adoçantes e gorduras trans em qualquer quantidade.

¹⁸⁰ BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Brasília. Pgs. 36-46.

¹⁸¹ BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Pg.16.

¹⁸² BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Pg. 58.

FIGURA – Tabela nutricional de biscoito recheado colocado no mercado de consumo

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL / INFORMACIÓN NUTRICIONAL / Porção de / Porción 30 g (3 Biscoitos/Galletas)	Quantidade por porção/Cantidad por porción		%VD (*)	Quantidade por porção/Cantidad por porción		%VD (*)
	Valor energético	137 kcal = 575 kJ		7%	Gorduras saturadas / Grasas saturadas	1,2 g
Carboidratos / Carbohidratos	22 g, dos quais / de los cuales:		7%	Gorduras trans / Grasas trans	0 g	**
Açúcares / Azúcares	10 g		**	Fibra alimentar / Fibra alimentaria	0,7 g	3%
Proteínas/Proteínas	1,8 g		2%	Sódio / Sodio	37 mg	2%
Gorduras totais / Grasas totales	4,8 g		9%	Cálcio / Calcio	325 mg	33%
				Zinco / Zinc	2,1 mg	30%

*% Valores Diários de referência com base em uma dieta de 2.000 kcal ou 8.400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas. ** VD não estabelecido. *% Valores Diarios de referencia con base a una dieta de 2.000 kcal o 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas. ** VD no establecido.

Fonte: Anúncio publicado no site da Amazon¹⁸³

Assim sendo, o rótulo frontal seria uma medida complementar à tabela nutricional¹⁸⁴ e, apesar de existir um primado voltado ao acesso à informação e a sua compreensão, a manutenção apenas do rótulo frontal poderia ensejar uma simplificação demasiada das informações, podendo acarretar em prejuízos aos consumidores que possuem maior conhecimento nutricional e que necessitam de um maior detalhamento da composição dos alimentos para realizar suas escolhas, como é o caso dos consumidores portadores de enfermidades e necessidades alimentares específicas.

A partir dessas informações técnicas, e de tantas outras recebidas, a ANVISA concluiu que, no que concerne aos hábitos alimentares adotados pelas famílias brasileiras na atualidade, uma grande parcela de culpa pelas péssimas estatísticas envolvendo estes números decorre da má aplicação das normas sanitárias atuais, por serem, em certa medida, vagas, o que acaba acarretando em uma assimetria

¹⁸³ Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Biscoito-Recheado-Chocolate-Passatempo-130g/dp/B07G2SN4YW/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=5W35WSEEL9XP&keywords=passatempo&qid=1641497171&prefix=passatempo%2Caps%2C293&sr=8-1>.

¹⁸⁴ A despeito de a previsão nos rótulos de alimentos de tabelas nutricionais ser alvo de críticas, ficou acordado em um encontro do Mercosul no ano de 1994 que, *a priori*, o modelo de informação nutricional no formato tabular, seria voluntário para os países-membros, devendo conter as quantidades de energia, carboidratos, gorduras, proteínas, fibras alimentares e nutrientes. Contudo, no ano de 1998 as regras acordadas anteriormente foram incorporadas no arcabouço normativo nacional e, nesse mesmo ano, atendendo a evolução do conhecimento científico sobre o impacto de determinados nutrientes na saúde, entendeu-se a rotulagem nutricional como sendo importante instrumento de saúde pública para promoção de alimentação saudável e combate ao excesso de peso. Sendo assim, tal modo de dispor as informações passou a ser obrigatório e, não apenas isso, as autoridades notaram que esse formato poderia atender as necessidades de indivíduos com condições metabólicas ou fisiológicas específicas. BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Pgs 20-21.

informativa, porque os rótulos, em última análise, são desarmônicos não havendo uniformidade entre eles.

Diante dessa conclusão atingida e, a partir da experiência internacional naquilo que está relacionado com o uso de modelos de rótulos nutricionais frontais, a agência reguladora passou a empreender diversos estudos envolvendo os modelos semi-interpretativos, sendo os mais recorrentes os semáforos nutricionais e os de alto conteúdo, especialmente os octógonos da cor preta, e interpretativos¹⁸⁵, bastando os do tipo HSR e *Nutri-score*.

Com base em todas as evidências coletadas, o Grupo de Trabalho¹⁸⁶ chegou à conclusão de que o modelo de alto conteúdo, quando em comparação com o formato de semáforo tradicional teve um melhor resultado, porquanto foi melhor avaliado nas seguintes características: a) captura de atenção; b) compreensão da informação sobre o alto conteúdo de nutrientes, c) redução da percepção de saudabilidade de produtos com alto teor de nutriente crítico; d) redução da percepção de frequência de consumo de alimentos com alto teor de nutrientes críticos; e, e) diminuição da intenção de compra, quando auferida mediante escalas.

Assim sendo, no Relatório Preliminar sobre a Rotulagem Nutricional, o Grupo de Trabalho instituído pela ANVISA recomendou a adoção de um modelo semi-interpretativo de alto conteúdo¹⁸⁷. Contudo, diversos críticos ao modelo e, favoráveis a adoção do padrão interpretativo, solicitaram uma nova revisão sistemática.

A par desta nova situação, foi feita mais uma revisão sistemática, a fim de verificar se os modelos semi-interpretativos de alto conteúdo possuíam maior potencial em auxiliar os consumidores na compreensão da rotulagem nutricional em comparação com outras alternativas disponíveis, principalmente aquelas de matriz interpretativa.

Os resultados¹⁸⁸, então, demonstraram que os rótulos que adotaram o modelo semi-interpretativo de alto conteúdo tiveram um resultado significativamente mais

¹⁸⁵ Os estudos que visavam comparar e comprovar os efeitos dos mais diversos modelos de rótulo frontal foram realizados a partir de uma ampla revisão da literatura sobre o tema tendo ocorrido no decorrer dos anos de 2015 e 2018. BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Pg. 78.

¹⁸⁶ BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Pg. 79.

¹⁸⁷ BRASIL. ANVISA. Gerência-Geral de Alimentos. *Relatório Preliminar de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Maio de 2018.

¹⁸⁸ BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Pg. 80.

eficaz em comparação com os outros modelos em, pelo menos, oito parâmetros: a) captura de atenção ou tempo de processamento; b) percepção de saudabilidade; c) frequência de consumo; d) identificação da opção mais saudável; e) compreensão do teor de nutrientes; f) intenção de compra; g) emoções; e, h) opinião.

Além do mais, outro fator positivo que os modelos semi-interpretativos de alto conteúdo possuem em comparação com os de matriz interpretativa é que eles garantem uma maior autonomia aos consumidores quando a intenção deles é julgar a qualidade nutricional geral do alimento, visto que informam se determinado nutriente está em quantidade elevada ao invés de apenas fornecer uma avaliação geral de saudabilidade¹⁸⁹.

Partindo deste pressuposto, no entendimento da ANVISA¹⁹⁰, os modelos interpretativos poderiam contribuir no aumento da assimetria informacional, já que não esclarecem ao consumidor o motivo de o alimento ser considerado uma alternativa mais/menos saudável, ou por possuir determinada posição em um sistema de ranqueamento.

Ou seja, do ponto de vista técnico, os modelos de advertência semi-interpretativos em formatos geométricos, tais como o octógono que vigoram no Chile desde o ano de 2017 e o modelo triangular proposto pelo IDEC, são considerados os mais efetivos no que concerne a compreensão e a tomada de decisão dos consumidores.

A ANVISA, então, após a publicação da Resolução RDC n.º 429 e da IN n.º 75, ambas de 8 de outubro de 2020, anunciou e fixou a mais nova norma que regulamenta a rotulagem nutricional frontal de alimentos ultraprocessados, optou por um modelo tido como “original”, o modelo intitulado como o da “lupa”. Este formato seria utilizado para indicar os alimentos com quantidades excessivas de açúcares adicionados, gorduras ou sódio. Além do mais, as regras só teriam vigência válida após 42 meses da sua publicação.

¹⁸⁹ BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Pg. 81.

¹⁹⁰ BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Pg. 81.

Figura – O modelo de “lupa” aprovado pela ANVISA

a) Modelos com alto teor de um nutriente



b) Modelos com alto teor de dois nutrientes



c) Modelos com alto teor de três nutrientes



Fonte: ANVISA. Apresentação de rotulagem nutricional, 2020.

Ocorre que, mesmo diante das mais diversificadas evidências científicas e, de forma diametralmente oposta, a agência reguladora decidiu por um modelo que não propicia efetivamente uma melhor entrega e, conseqüentemente, compreensão das informações ali elencadas. Neste ponto, na visão do Laboratório de Design de Sistemas de Informação da Universidade Federal do Paraná (LabDSI/UFPR)¹⁹¹, embora o modelo de lupa já tenha sido apresentado anteriormente pela própria ANVISA¹⁹² e, naquela época já havia sido alvo de críticas, houve uma piora na apresentação do conteúdo.

No caso, de acordo com o LabDSI/UFPR, houve a aprovação de um formato que não é símbolo de advertência e que, além do mais, acaba comprometendo a clareza e a legibilidade da informação, já que houve uma diminuição na fonte utilizada,

¹⁹¹ UFPR. *Nova rotulagem aprovada pela ANVISA é avaliada por pesquisadores de design da UFPR*. Disponível em: <<https://www.ufpr.br/portalfpr/noticias/nova-rotulagem-aprovada-pela-anvisa-e-avaliada-por-pesquisadores-de-design-da-ufpr/>>. Data de acesso em: 11.12.21

¹⁹² O modelo de lupa definido pela ANVISA foi proposto anteriormente nas Consultas Públicas de números 707 e 708, ambas de 2019.

bem como no espaço reservado para os rótulos ocuparem na embalagem, fatos que acabam por dificultar que o consumidor possa fazer escolhas alimentares mais conscientes.

Dessarte, para o IDEC, o modelo selecionado pelo Estado não possui a sua efetividade fundamentada em evidências científicas robustas, haja vista que não é utilizado em nenhum outro país e não foi testado e avaliado na prática, tanto que a sua superioridade em relação aos demais concorrentes não foi comprovada quando realizada a Análise de Impacto Regulatório.

Ou seja, no que cabe aos rótulos alimentares, o direito fundamental de ter acesso às informações que são nesse meio representados, em última análise acaba sendo violado pelo próprio órgão estatal cuja função seria melhorar a maneira como tais informações devem estar dispostas.

Neste contexto, uma melhor intervenção estatal nesta esfera do domínio econômico, com vistas a facilitar a compreensão e a disposição das informações nutricionais nos rótulos, pode ser tratada como uma atuação interventiva e não invasiva, nos moldes propostos pelo paternalismo libertário.

4.3 A informação nos rótulos de alimentos e a sua modificação segundo os preceitos do paternalismo libertário

É notório que o direito do consumidor objetiva equilibrar as relações consumeristas, tendo em vista as mais variadas vulnerabilidades que os consumidores, individualmente ou coletivamente, podem estar expostos nas relações de consumo. Sendo assim, é importante que, desde o momento pré-contratual, o direito à informação clara, adequada e acessível, mas sem perder de vista o dever de informar que os fornecedores/produtores possuem, é uma das melhores formas de garantir aos consumidores a efetivação dos seus direitos básicos.

Segundo Fernanda Nunes Barbosa¹⁹³, na atual sociedade capitalista o critério por excelência utilizado pelos consumidores para aquisição de produtos é a livre escolha. Neste sentido, é oportuno entender os direitos básicos e princípios

¹⁹³ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008. Pg. 22.

norteadores que tendem a limitar o que dispõe o art. 220 da Constituição Federal, segundo o qual a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição.

Dentro das relações de consumo, tanto a transparência quanto a informação são instrumentos que objetivam proteger a confiança do consumidor frente ao fornecedor, é por tal motivo que o CDC pretende regulamentar a informação a partir da transparência, que pode ser considerada como a apresentação correta do objeto, bem como de dados claros e exatos sobre os produtos a serem adquiridos¹⁹⁴.

Conforme observa Marcelo Lima Buhatem¹⁹⁵, o direito à informação adequada, suficiente e veraz é um dos pilares do direito do consumidor, possuindo caráter individual e coletivo, abrigando interesses tanto de ordem privada quanto de natureza social. Segundo o autor, significa dizer que é um direito oponível não apenas em face do Estado, mas perante particulares, tratando-se de direito subjetivo, público e privado, essencial à pessoa humana, configurando um dos pilares do Estado Democrático de Direito.

É por este motivo que o direito básico à informação sobre produtos colocados à disposição do consumidor é um dos fundamentos do sistema jurídico de defesa do consumidor. O dever de os fornecedores prestarem um comportamento transparente, como sendo uma consequência da boa-fé, possui relação, no texto do CDC, com a proteção da autonomia da vontade dos indivíduos, com consequências na proteção da saúde deles¹⁹⁶.

No entendimento de Claudia Lima Marques¹⁹⁷, o novel princípio básico que norteia as relações de consumo é aquele instituído pelo art. 4º, *caput*, do CDC, ou seja, o princípio da transparência, cujo cerne é permitir uma aproximação entre consumidor e fornecedor, garantindo, então, uma relação contratual mais sincera e menos danosa entre os agentes contratuais.

¹⁹⁴ BAGGIO, Andreza Cristina. *O direito do consumidor brasileiro e a teoria da confiança*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012. Pg. 128.

¹⁹⁵ BUHATEM, Marcelo Lima. *Consumidor: direito à informação específica, destacada e pessoal sobre onerosidade*. Revista de Direito do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, n.º 86, jan.-mar., 2011. Pg. 13.

¹⁹⁶ BRITTO, Igor Rodrigues et. al. *Judicialização do Processo de Revisão do Modelo de Rotulagem Nutricional Brasileiro*. pg. 04.

¹⁹⁷ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4º ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002. Pgs. 594-595.

Segundo a autora, tratar sobre a transparência é o mesmo que afirmar em informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, ou seja, sobre o contrato a ser firmado, apoiando, por outro lado, lealdade e respeito nas relações de consumo, ao mesmo tempo que elas são harmonizadas.

O contorno diferenciado que a informação possui no sistema protetivo do consumidor é justificado pelo pressuposto básico de aplicação do CDC. O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no texto da lei decorre da assimetria informacional sobre os produtos e serviços que são colocados à disposição no mercado, fazendo com que o consumidor, sem saber ao certo quais as composições daquilo, permaneça em uma desvantagem técnica em comparação com os fornecedores¹⁹⁸.

Com efeito, o direito de ser adequadamente informado é um fundamento que justifica a intervenção estatal no domínio econômico, com vistas a equilibrar as relações econômicas, em especial as de consumo. Outrossim, trata-se de um instrumento de defesa e promoção da liberdade, segurança e saúde do consumidor contra abusos de poder econômico e violações à boa-fé por parte dos fornecedores, tal como prevê o art. 6º, inciso III, do CDC¹⁹⁹.

Nesta linha, o Direito do Consumidor não se preocupa com a entrega da informação de qualquer maneira. Pelo contrário, consoante o CDC, a informação deve ser adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, contando com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, bem como os riscos que aquele bem oferece.

Ou seja, a informação adequada é aquela capaz de permitir o conhecimento e, sobretudo, o entendimento dos atributos do produto, incluindo-se a sua composição e potenciais riscos à saúde do consumidor. Dessa maneira, a indicação do conteúdo deve ocorrer pelas vias mais eficientes, levando sempre em consideração o público-alvo dos bens e serviços a serem comercializados²⁰⁰.

Em outro prisma, do direito à informação eleva-se o dever de informar que recai sobre o fornecedor. Como o consumidor não precisa solicitar as informações sobre

¹⁹⁸ BRITTO, Igor Rodrigues et. al. *Judicialização do Processo de Revisão do Modelo de Rotulagem Nutricional Brasileiro*. pg. 06.

¹⁹⁹ BRITTO, Igor Rodrigues et. al. *Judicialização do Processo de Revisão do Modelo de Rotulagem Nutricional Brasileiro*. pg. 07.

²⁰⁰ HARTMAN, Ivar Alberto Martins. *O princípio da precaução e sua aplicação no direito do consumidor: dever de informação*. Revista Direito e Justiça, v. 38, n.2, 2012. Pg. 160.

um determinado produto ou serviço, é papel do fornecedor repassar, de forma clara e precisa, sobre a quantidade, características, composição, qualidade de preço e eventuais riscos que o produto e/ou serviço pode oferecer²⁰¹.

Nota-se, assim, que o dever informação é um dever de prestar esclarecimento, mediante a apresentação de uma informação qualificada, estando integrada por todos os dados úteis e necessários à compressão do consumidor acerca do produto ou serviço²⁰².

Não obstante, na lição de Bruno Miragem²⁰³, esse dever está relacionado com a escolha do modo, a quantidade de informação e a sua velocidade de repasse, tendo em vista que a moderna sociedade de consumo, ou de informação é caracterizada, principalmente, pela alta velocidade e quantidade de informações, sem que os consumidores, necessariamente, estejam aptos em receber, identificar e compreender tais informações com a agilidade e a técnica necessária.

Em matéria de informações sobre gêneros alimentícios, como forma de garantir escolhas alimentares mais saudáveis, o nível de regulação e o padrão de informação que deve ser imposto aos fornecedores deve possuir um rigor maior.

Com vistas a efetivar o direito à informação entregue por meio de rótulos de alimentos são necessárias, para além da legislação ordinária, regulamentações infralegais que vinculem os dados disponibilizados para precaver a segurança alimentar. Segundo Caroline Vaz²⁰⁴, o rótulo deve possuir as informações suficientemente claras como forma de esclarecer o consumidor sobre um determinado produto que ele pretende consumir.

Ocorre que no Brasil, no que concerne aos rótulos alimentares, o direito à informação não é plenamente atendido. Acerca desse fato, o IDEC²⁰⁵, no ano de 2016,

²⁰¹ VELOSO, Zilda Januzzi. *Direitos Básicos do Consumidor*. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010. Pg 480.

²⁰² MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 4ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. Pg. 265.

²⁰³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 4ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. Pg. 265.

²⁰⁴ VAZ, Caroline, 2015. Apud. BAHIA, Carolina Medeiros; TUMELERO, Naína Ariana Souza. *As doenças crônicas relacionadas à alimentação e as relações de consumo alimentar: a rotulagem nutricional frontal e o modelo chileno em foco*. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 126, nov.-dez., 2019, pg. 10.

²⁰⁵ Nesta pesquisa, dos participantes, 61% alegaram que as letras utilizadas eram muito pequenas; 51% reclamaram da presença de muitos termos técnicos e números; 46,4% indicaram a poluição visual como um empecilho; e 41,6% relataram a necessidade de fazer cálculos de caloria por porção. INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (Idec). *O rótulo pode ser melhor*. Disponível

realizou uma consulta com pelo menos dois mil entrevistados, onde ficou constatado que a dificuldade em compreender o modelo atual adotado ocorre por quatro motivos: letras muito pequenas; uso de muitos termos técnicos e números; poluição visual e necessidade de cálculos de calorias por porção. Dessarte, 93% dos participantes afirmaram que um sistema de rótulo nutricional frontal poderia ajudar a compreender as informações nutricionais, auxiliando na escolha de melhores opções saudáveis.

Em paralelo a isto, consoante o art. 170 da Constituição Federal, um dos princípios da ordem econômica brasileira é a devida proteção do consumidor. Assim sendo, é dever do Estado intervir na esfera econômica a fim de garantir os devidos direitos à parte mais vulnerável da relação de consumo. Essa interferência pode se dar a partir de uma ação normativa, ou mediante uma ação participativa.

De acordo com Bruno Anunciação Rocha e Marcelo Campos Galuppo²⁰⁶, o Estado, ao agir de maneira participativa, acaba por intervir de maneira direta, atuando como um efetivo agente econômico, de forma concomitante com o setor privado. Neste caso, a ação estatal está diretamente inserida na atividade econômica, seja produzindo bens ou prestando serviços.

De outro modo, ainda segundo os autores, se o Estado²⁰⁷ opta por atuar de forma normativa, a sua ingerência no domínio econômico é tida como indireta, já que se procede mediante a edição de regulamentos jurídicos que afetam o processo produtivo.

No mesmo sentido, Fernando Facury Scaff²⁰⁸ observa que quando o Estado está efetivamente atuando como agente econômico, seja assumindo ou participando no controle de capital de uma unidade econômica, ele está interferindo “no” domínio econômico. Logo, ele é participativo, mas não absorve para si toda aquela atividade, permitindo que demais agentes de natureza privada atuem sobre aquela fatia do mercado. Caso contrário, na hipótese de o Estado não permitir a atuação de outros agentes, notadamente de ordem privada, ele absorve todo o mercado, monopolizando-o.

em: < <https://idec.org.br/em-acao/revista/rotulo-mais-facil/materia/o-rotulo-pode-ser-melhor>>. Data de acesso em: 2.12.2021.

²⁰⁶ GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anunciação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*. Pg. 143.

²⁰⁷ Oportuno ressaltar que a Constituição ao usar o termo “Estado”, ela não se refere apenas à União, mas tem relação com todos os entes estatais (União, Estados, Distrito Federal e Município).

²⁰⁸ SCAFF, Fernando Facury. *Responsabilidade do Estado intervencionista*. São Paulo: Saraiva, 1990. Pg. 47.

Com relação a atuação indireta, o autor aduz que a intervenção, neste caso, é “sobre” o domínio econômico, no sentido de que o Estado atua como um emanador de normas, com vistas a ordenar o processo produtivo, sem, contudo, participar dele. Esta atuação, por sinal, ocorre no âmbito dos três poderes, mediante a edição de leis, decretos, portarias, ou qualquer outra expressão de poder normativo.

A intervenção indireta no domínio econômico é caracterizada pela ação normativa do Estado cujo intuito é ordenar a atividade econômica segundo os ditames elencados na Constituição²⁰⁹.

No que concerne a edição de atos interventivos indiretos, Eros Grau²¹⁰ traz um ponto de vista interessante sobre o tema. Na sua concepção, o Estado pode adotar uma postura interventiva focada na indução ou na direção. A intervenção centrada na direção possui como característica principal o uso significativo do Poder de Polícia, com o Estado adotando normas que procuram proibir ou estimular condutas, mediante a aplicação de sanções punitivas.

De outro lado, a intervenção focada na indução é efetivada por meio da fixação de normas ausentes de cogência, deixando aberta a possibilidade de o comando normativo não ser seguido. Tal postura voltada para a indução deixa muito clara a preferência de que boas condutas sejam fomentadas, em vez de centralizar na punição daquelas ilícitas.

Com efeito, como o Estado nem sempre precisa lançar mão do seu poder de coação, a fim de que sejam cumpridas determinadas funções, a intervenção por indução, tal como proposto por Eros Grau, vai de encontro ao que estabelece o paternalismo libertário, na medida em que se pretende alcançar os objetivos pontuados pela política econômica e promover o desenvolvimento socioeconômico, afetos aos bem estar individual e social, sem, contudo, impor restrições à liberdade das pessoas²¹¹.

²⁰⁹ FERREIRA NETTO, Adyr Garcia; OLIVEIRA, Lourival José de. *Intervenção do Estado no domínio econômico: síntese econômica, filosófica e jurídica e perspectivas para a economia globalizada*. Scientia Iuris, Londrina, v. 12, 2008. Pg. 18.

²¹⁰ GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988: interpretação e crítica*. 15 ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2012. Pg. 142.

²¹¹ GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anunciação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*. Pg. 144.

Neste ponto, Norberto Bobbio²¹² frisa que o Direito passou a ser definido mais pela sua função promocional do que por uma estrutura normativa mais tradicional. Ou seja, na sua acepção, o Direito não deve focar mais em apenas punir os indivíduos que transgredirem os comandos legais, pelo contrário, ele deve agir a partir de “sanções positivas”, compreendidos como incentivos, os quais não se pretendem apenas a impedir condutas sociais indesejáveis, mas busca promover a realização de atos sociais desejáveis. A esta construção dogmática, ele deu o nome de Direito Promocional.

Ora, não há incompatibilidade entre o paternalismo libertário e a intervenção por indução, moderada pela imagem de Direito Promocional. A ideia por trás de *nudge* pode ser demonstrada a partir do verbo incitar/promover, por estar ligada com conduções comportamentais não coercitivas, ao mesmo tempo que a intervenção por indução inclui fontes de estímulos, a fim de conduzir o comportamento das pessoas, sem, contudo, tirar a liberdade delas, assim como proposto por Eros Grau²¹³.

Neste caso, é possível equilibrar a assimetria informacional existente entre os agentes econômicos com a promoção da divulgação de informações relevantes sobre os bens que estão sendo ofertados no mercado. Com mais informações à disposição dos agentes econômicos, sobretudo os consumidores, o mercado funciona de forma mais transparente, garantindo melhores condições para os indivíduos fazerem boas escolhas²¹⁴.

Do ponto de vista da rotulagem de alimentos ultraprocessados, a instituição de sinais interpretativos mais favoráveis aos agentes econômicos vulneráveis na relação de consumo pode ser capaz de corrigir a assimetria informacional, favorecendo a escolha de produtos mais nutritivos e, conseqüentemente, saudáveis.

Ante a evidente incapacidade que o atual modelo de rotulagem nutricional, bem como o estipulado pelos órgãos estatais possuem em demonstrar informações claras e adequadas para o consumidor, ambos são incompatíveis com o direito à informação e ao dever de prestar informações. Assim sendo, a partir do modelo de rotulagem

²¹² BOBBIO, Norberto. *Da estrutura à função: novos estudos de teoria do direito*. Trad. Daniela Beccaccia Versiani. Barueri: Manole, 2007. Pgs. 14-15.

²¹³ GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988: interpretação e crítica*. 15 ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2012. Pg. 144.

²¹⁴ GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anunciação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*. Pg. 145.

nutricional adotado no Chile, o uso de um bom *nudge* aliado a uma arquitetura de escolhas funcional pode vir a ajudar na entrega da informação de qualidade.

4.4 A rotulagem frontal no modelo de triângulo como um bom *nudge* a fim de fomentar o acesso à informação

A Constituição da República Federativa do Brasil impõe ao Estado o dever fundamental de garantir a proteção do consumidor. É dada tamanha importância ao tema que a essa proteção é considerado pressuposto básico da ordem econômica brasileira, sendo exercida, em suma, pela intervenção estatal nas relações de consumo, a fim de garantir os princípios e direitos básicos elencados nos arts. 4º, 5º e 6º, todos do CDC. O que se espera do Estado, através de uma imposição da ordem jurídica e econômica, é que ele esteja em constante aperfeiçoamento das normas e padrões de informações que serão apresentadas aos consumidores.

Tendo em consideração tais informações, a ANVISA estabeleceu modificações para o padrão de rotulagem nutricional. A tabela que informa dados quantitativos sobre a presenças de nutrientes permanece, mas com uma melhora sensível em comparação ao modelo ainda adotado.

No caso, o modelo tabular será efetivamente regulamentado²¹⁵, já que será obrigatória a presença de letras pretas dispostas em fundo branco, afastando a possibilidade de que sejam utilizados outros padrões de cores, o que, em tese, poderia possibilitar uma diminuição na leitura, afetando a compreensão²¹⁶.

Outra mudança envolve as informações disponibilizadas na tabela. Neste sentido, a presença da quantidade envolvendo açúcares totais e adicionados será obrigatória, enquanto que a declaração do valor energético e nutricional, como forma de ajudar na comparação, será padronizado em 100g ou 100mL.

Ciente de que a simples modificação na tabela nutricional não seria o suficiente para garantir o acesso às informações com qualidade, já que os números podem ser

²¹⁵ Não obstante a Resolução RDC n.º 259 ainda em vigor disciplinar sobre a presença da tabela nutricional nos alimentos embalados, não somente nos ultraprocessados, ela é omissa quanto à estrutura formal delas, deixando o formato dessas informações à critério dos produtores e fornecedores, que acabam optando por padrões distintos sem um critério de uniformidade.

²¹⁶ BRASIL. ANVISA. *Anvisa aprova norma sobre rotulagem* nutricional. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2020/aprovada-norma-sobre-rotulagem-nutricional>>. Data de acesso em: 13.12.2021.

usados como “âncoras” negativas, o padrão de advertência referente a rotulagem nutricional frontal foi adotado, passando a complementar os dados quantitativos dispostos no esquema tabular.

Embora a forma escolhida pela ANVISA prime pela liberdade de escolha dos indivíduos, porquanto o seu objetivo não é impor nenhuma opção, mas possibilitar a compreensão das informações dispostas, o formato retangular com uma lupa, adotado pela agência sanitária não prima pela efetiva entrega de informações aos consumidores com a qualidade necessária, dada a relevância do tema.

As evidências levadas em consideração pela ANVISA e que culminaram na aprovação da norma técnica, em certa medida acabam sendo ao menos questionáveis, pois técnicos na área de alimentos afirmam que a lupa não adverte, apenas sinaliza os componentes críticos previstos naquele alimento²¹⁷.

Um contraponto ao formato de “lupa” preferido pelo Estado é o desenvolvido pelo IDEC. Este, baseando-se na experiência chilena, que adotou um padrão de rotulagem nutricional frontal com a utilização de uma linguagem de texto simples e direta, bem como a alusão gráfica a um “octógono” na cor preta para cada um dos nutrientes isolados.

Um estudo realizado pela Universidade do Chile em parceria com a Universidade Diego Portales e a Universidade da Carolina do Norte²¹⁸ revelou mudanças nos hábitos alimentares da população chilena após a implementação do rótulo frontal de advertência. Segundo os autores, os participantes compreenderam que a regulação foi implementada visando o combate à obesidade infantil e que os produtos com mais advertências são escolhas mais saudáveis.

Do ponto de vista da arquitetura de escolhas o modelo de triângulo é uma ótima escolha por diversos fatores: o seu formato, além de ser simplificado, é familiar perante a população brasileira considerando que é uma convenção adotada no país para as mais variadas advertências; a cor preta lançada mão pode indicar alto risco e observação de obediência; a fonte “Arial” utilizada no texto, bem como o seu tamanho

²¹⁷ CARNEIRO, Angélica Cotta Lobo Leite; DA SILVA, Clarice Lima Alvares; PROCÓPIO, Susana Pereira Antunes. *Compreensão de consumidores sobre a rotulagem nutricional: o modelo de alerta em triângulos*. Revista vigilância sanitária em debate, vol. 9, n.4, nov. 2021. Pg. 54.

²¹⁸ CORVALAN, Camile; et. al. *Responses to the Chilean law of food labeling and advertisign: exploring knowledge, perceptions and behaviors of mothers of young children*. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity 16, 21, 2019. Disponível em: <<https://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12966-019-0781-x>>. Data de acesso em 13.12.2021.

facilita a compreensão; o termo “Muito” empregado é mais fácil de ser assimilado; o fato de o triângulo estar inserido em um fundo branco garante um maior contraste com as demais informações previstas no rótulo, possibilitando maior atenção ao mesmo.

Com o intuito de constatar estas alegações, uma pesquisa realizada pelo instituto Datafolha²¹⁹ envolvendo pessoas de quase todas as idades e, pertencentes a todas as classes socioeconômicas e regiões do Brasil, demonstraram que 82% dos participantes foram capazes de identificar corretamente qual era o alimento mais saudável, após observarem o rótulo em formato de triângulo na frente da embalagem dos produtos. Dessarte, com relação à preferência da população brasileira, 76% dos participantes preferem o modelo triangular quando comparado com o padrão de lupa.

Por seu turno, ainda segundo a mesma pesquisa, o modelo de lupa apresentado pela ANVISA fez com que apenas 64% dos indivíduos pudessem responder de maneira acertada.

Além do mais, de acordo com Ferreira et. al.,²²⁰ a rotulagem triangular sugere um possível benefício à população brasileira, “porque aumenta a capacidade de captura atencional e a percepção da segurança das informações nutricionais”. Estudos empreendidos por Griffith LJ e Leonard D²²¹ associaram o formato do triângulo e a cor preta a estímulos de perigo, pois são comumente utilizados nas embalagens de produtos potencialmente nocivos à saúde.

Fato é que, a utilização de etiquetas de advertência tem o potencial de alertar os consumidores sobre nutrientes críticos que excedem os níveis toleráveis e recomendáveis de ingestão fixados pelas organizações de saúde. Logo, para além da arquitetura de escolha otimizada para o fim ao qual ela se propõe, a própria advertência inserida na figura acaba por atuar como um *nudge*, ao se valer das heurísticas da disponibilidade e da ancoragem, cujo intuito é orientar um comportamento pré-definido.

²¹⁹ Com os triângulos, 82% dos brasileiros conseguem saber qual produto é o mais saudável, afirma pesquisa Datafolha. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), 2019. Disponível em: <<https://idec.org.br/release/com-os-triangulos-82-dos-brasileiros-conseguem-saber-qual-produto-e-o-mais-saudavel-afirma>>.

²²⁰ FERREIRA, Jéssica Soares Geraldo; et. al. *Marketing de alimentos industrializados destinados ao público infantil na perspectiva da rotulagem*. Revista Vigilância Sanitária em Debate, vol. 3, n. 2, maio 2015

²²¹ GRIFFITH, L. J; LEONARD, D (1997) *Apud* CARNEIRO, Angélica Cotta Lobo Leite; DA SILVA, Clarice Lima Alvares; PROCÓPIO, Susana Pereira Antunes. *Compreensão de consumidores sobre a rotulagem nutricional: o modelo de alerta em triângulos*.

Deste modo, em razão de a forma geométrica de um triângulo estar presente em embalagens é um sinal indicativo de que um determinado produto pode vir a ser nocivo e, aliado a experiências pretéritas vivenciadas pelo consumidor, levam ele, por seu próprio esforço, a se afastar do gênero alimentício que ele, pelo menos em um primeiro momento, tinha o interesse em adquirir. Portanto, o modelo pretendido serve como um incentivo para que os consumidores se valham de boas escolhas, mantendo-se afastados de opções mais danosas ao seu bem-estar, sem que, contudo, seja retirada alguma parcela de sua liberdade individual.

5. PONDERAÇÕES FINAIS

Em vista dos argumentos apresentados, o presente estudo buscou problematizar e, até certo ponto, defender o uso de um modelo de rótulo como sendo uma abordagem paternalista libertária envolvendo a rotulagem nutricional dos alimentos ultraprocessados.

Existe a obrigação de o fornecedor/produzidor, diante do reconhecimento da vulnerabilidade dos consumidores e, com base nos comandos normativos positivados na Constituição Federal e no Código de Defesa do Consumidor, apresentar informações referentes aos nutrientes dos gêneros alimentícios a serem postos à venda. Não basta que a informação seja arranjada de qualquer maneira, ela deve ser clara, simplificada e, sobretudo, ordenada com qualidade, pois ela deve ser compreendida pelos consumidores.

Por seu turno, a despeito de a demonstração das informações ser uma imposição dada pelo Estado direcionada ao agente econômico mais forte da relação de consumo, no caso dos consumidores a escolha por um determinado produto não pode ser estipulada compulsoriamente por um órgão estatal, já que a escolha por eles deve ser completamente livre, mesmo que essa determinação possa levar a um quadro de bem-estar qualificado.

Entretanto, é papel do Estado regulamentar regras que garantam aos consumidores uma maneira melhorada de visualizar as informações nutricionais dos gêneros alimentícios, notadamente os ultraprocessados, dado o seu contexto de saúde pública e, considerando a ideia de “racionalidade limitada” inerente ao ser humano.

Sabendo que os rótulos de advertência frontais favorecem uma entrega de informações mais qualificada, ao mesmo tempo que facilita a compreensão delas, o rótulo triangular, baseado no modelo de sucesso chileno, tem um padrão que favorece a tomada de decisão sem precisar de impor aos consumidores uma única linha de conduta. A sua modelagem simplificada favorece uma arquitetura de escolha capaz de incentivar o consumidor a ficar distante dos alimentos considerados mais nocivos à sua saúde, enquanto que ele mantém o seu direito de escolher estes mesmos alimentos caso pretenda.

A partir da experiência internacional, existem sólidas evidências científicas de que um formato em advertência, ao contrário do que propôs a agência sanitária brasileira, possui sérias condições de reverter um quadro grave envolvendo a alta prevalência de doenças crônicas não transmissíveis.

Os debates e os trabalhos envolvendo este tema, que ainda pode ser considerado como algo novidadeiro, continuarão. Dessa forma a rotulagem nutricional triangular não pode ser considerada a única abordagem capaz de garantir aos consumidores o acesso às informações de qualidade. Neste caso, é oportuno que os estudos continuem a discutir o tema com o rigor necessário, para que seja possível pensar e determinar outras formas de arquiteturas de escolhas a fim de facilitar a compreensão dos consumidores não apenas em matéria de alimentos, mas em outras questões também.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR JR. Ruy Rosado de. *A boa-fé na relação de consumo*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 14/1995, abr. – jun., 1995, p. 20-27.
- AYROZA, Igor Feitosa Lacôrte; BORGES, Liliâne de Moura. *Exercício do Direito à Informação e Consumo Consciente: contribuições da economia comportamental para o Direito do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, vol 119, Set-Out 2018, p. 385-407.
- BAGGIO, Andreza Cristina. *O direito do consumidor brasileiro e a teoria da confiança*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012, 221 p.
- BAHIA, Carolina Medeiros; TUMELERO, Naína Ariana Souza. *As doenças crônicas relacionadas à alimentação e as relações de consumo alimentar: a rotulagem nutricional frontal e o modelo chileno em foco*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 126, nov.-dez., 2019, p. 51-77.
- BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008, 175 p.
- BARROS, João D'Assunção. *Os sistemas econômicos e suas formas de racionalidade: a busca das singularidades na moderna história econômica e seus novos desafios*. Revista de Economia, v. 38, n. 1, jan./abr., 2012, p. 109-131.
- BARROSO, Luís Roberto. *A Ordem Econômica Constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços*. Revista dos Tribunais, vol. 795/2002, jan., 2002, p. 55-76.
- BARROSO, Luís Roberto. *Princípios de interpretação especificamente constitucional*. In: *Interpretação e aplicação da Constituição*. 4ª ed., São Paulo: Saraiva, 2001, p. 149-159.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. 1ª ed. São Paulo: Zahar, 2018, 200 p.
- BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcelos. *O Direito do Consumidor*. Revista dos Tribunais, vol 670/1991, ago. 1991, pg. 49-61.
- BENJAMIN, Antônio Herman. *O Código Brasileiro de Proteção do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 7/1993, jul. – set., 1993, p. 269-292.
- BOBBIO, Norberto. *Da estrutura à função: novos estudos de teoria do direito*. Trad. Daniela Beccaccia Versiani. Barueri: Manole, 2007, 285 p.
- BRASIL. ANVISA. *Anvisa aprova norma sobre rotulagem nutricional*. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2020/aprovada-norma-sobre-rotulagem-nutricional>>. Data de acesso em: 13.12.2021.
- BRASIL. ANVISA. *Portaria n.º 949 de 4 de junho de 2014. Institui Grupo de Trabalho na Anvisa para auxiliar na elaboração de propostas regulatórias relacionadas à rotulagem nutricional*. Brasília: Diário Oficial da União, 5 de junho de 2014.
- BRASIL. ANVISA. *Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Brasília, set., 2019, 167 p.
- BRASIL. ANVISA. *Relatório Preliminar de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional*. Brasília, maio de 2018, 249 p.
- BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Nacional de Saúde 2019*. Brasília, out., 2019. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia>>

sanitaria/2020/10/pesquisa-do-ibge-mostra-aumento-da-obesidade-entre-adultos>. Data de acesso em: 14.11.2021.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional, 2019*. Brasília, out. 2019. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/noticias/81-obesidade-infantil-desafia-pais-e-gestores>>. Data de acesso em: 14, nov de 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Guia Alimentar para a População Brasileira*. 2ª ed. Brasília, DF, 2014, 154 p.

BRASIL. Ministério da Saúde. *VIGITEL 2019: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico*. Brasília, DF, 2020, 137 p.

BRASIL. Ministério da Saúde. *VIGITEL 2020: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Relatório Preliminar)*. Brasília, DF, 2021, 116 p.

BRASIL. Presidência da República. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Data de acesso em: 14 de dez. de 2021.

BRASIL. Presidência da República. Lei 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Data de acesso em: 14 de dez. de 2021.

BRITTO, Igor Rodrigues et. al. *Judicialização do Processo de Revisão do Modelo de Rotulagem Nutricional Brasileiro*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 125/2019, set./out, 2019, p. 215-239.

BUHATEM, Marcelo Lima. *Consumidor: direito à informação específica, destacada e pessoal sobre onerosidade*. Revista de Direito do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, n.º 86, jan.-mar., 2011. p 13-16.

CARNEIRO, Angélica Cotta Lobo Leite; DA SILVA, Clarice Lima Alvares; PROCÓPIO, Susana Pereira Antunes. *Compreensão de consumidores sobre a rotulagem nutricional: o modelo de alerta em triângulos*. Revista vigilância sanitária em debate, vol. 9, n.4, nov. 2021, p. 46-56.

COMPARATO, Fábio Konder. *A proteção ao consumidor: importante capítulo do Direito Econômico*. In: Revista de Direito Mercantil, n.º 15/16, ano XIII, 1974, pg. 89-105

CORVALAN, Camile; et. al. *Responses to the Chilean law of food labeling and advertisign: exploring knowledge, perceptions and behaviors of mothers of young children*. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity 16, 21, 2019. Disponível em: <<https://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12966-019-0781-x>>. Data de acesso em 13, dez. de 2021.

DERANI, Cristiane. *Direito Ambiental Econômico*. 3ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2008, 290 p.

DERANI, Cristiane. *Política Nacional das Relações de Consumo e o Código de Defesa do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 29/1999, jan. - mar., 1999, p. 29-39.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO, FIESP. *A mesa dos brasileiros: transformações, confirmações e contradições*. São Paulo, 2018, 99 p.

FERREIRA NETTO, Adyr Garcia; OLIVEIRA, Lourival José de. *Intervenção do Estado no domínio econômico: síntese econômica, filosófica e jurídica e perspectivas para a economia globalizada*. Scientia Iuris, Londrina, v. 12, 2008, p. 9-22.

FILHO, Edgar Gastón Jacobs Flores; RIBEIRO, Rita de Cássia. *Racionalidade Limitada do Consumidor e a Assimetria de Informação*. Economic Analysis of Law Review, v. 3, n.º 1, jan. - jun., 2012, p. 109-121.

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Da Política Nacional de Relações de Consumo*. In: GRINNOVER, Ada Pellegrini, et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do Anteprojeto – Volume único*. 12ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019, 1.408 p.

GALUPPO, Marcelo Campos; ROCHA, Bruno Anunciação. *Paternalismo libertário no Estado Democrático de Direito*. Revista de Informação Legislativa, Brasília, a. 53, n.º 210, abr./jun., 2016, p. 135-148.

GAROUPA, Nuno; MARISTRELLO, Antônio Porto. *Curso de análise econômica do direito*. São Paulo: Atlas, 2020, 480 p.

GIGERENZER, Gerd. *Why the distinction between single-event probabilities and frequencies is important for psychology (and vice versa)*. Wright; Ayton (Eds.). 1994, p. 129-161.

GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988: interpretação e crítica*. 15 ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2012, 384 p.

GREMAUD, Patrick Amaury, PINHO, Diva Benevides; VASCONCELOS, Marcon Antônio Sandoval de. *Introdução à economia*. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011, 392 p.

GRINNOVER, Ada Pellegrini. *O Código de Defesa do Consumidor no Sistema Sócio-Econômico Brasileiro*. São Paulo, 1996. pg.278-287.

HARTMAN, Ivar Alberto Martins. *O princípio da precaução e sua aplicação no direito do consumidor: dever de informação*. Revista Direito e Justiça, v. 38, n.2, 2012, p. 156-182.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (Idec). *O rótulo pode ser melhor*. Disponível em: < <https://idec.org.br/em-acao/revista/rotulo-mais-facil/materia/o-rotulo-pode-ser-melhor>>. Data de acesso em: 2.12.2021.

JONES, Susan; LEVENTHAL, Howard; SINGER, Robert. *Effects of fear and specificity of recommendation upon attitudes and behavior*. Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 2, n.º 1, 1965, p. 20-29.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. *Judgement under Uncertainty: heuristics and biases*. Science, New Serie, Vol. 185, n.º 4157, set., 1974, p. 1124-1131.

KENNEDY, John Fitzgerald. *Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest*, 15.3.62. Public Papers of the President of the U.S., J.F.Kennedy, p. 235-243.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. *A Informação como Direito Fundamental do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 37/2001, Jan.-Mar., 2001, p. 59-76.

LUIZ, Sinclayr; SILVA, César Roberto Leite da. *Economia e mercados: introdução à economia*. 20 ed. ver. e atual. São Paulo: Saraiva Educação, 2020, 256 p.

MACKAAY, Ejan; ROUSSEAU, STÉPHANE. *Análise econômica do direito*. Tradução Rachel Sztajn. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2020, 720 p.

MAGALHÃES, Simone. *A adequação de informações nas embalagens de produtos industrializados*. Conjur – Consultor jurídico, 14 de fevereiro de 2018. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-fev-14/garantias-consumo-adequacao-informacoes-produtos-industrializados>. Data de acesso em 14.11.2021.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4º ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002, 1600 p.

MILANEZ, Felipe Comarela. *Interesses econômicos e as práticas comerciais desleais: uma abordagem a partir do Direito Português e do Direito Europeu*. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2021, 422 p.

- MILL, John Stuart. *Sobre a Liberdade*. Tradução Pedro Madeira. Ed. Especial. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011, p. 01-109.
- MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 4ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, 830 p.
- NOGAMI, Otto; PASSOS, Carlos Roberto Martins. *Princípios de economia*. 7ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016, 664 p.
- NORDHAUS, William D.; SAMUELSON, Paul A. (A) *economia*. Trad. Elsa Fontainha e Jorge Pires Gomes. 19ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2012, 672 p.
- NUSDEO, Fábio. *Curso de Economia: introdução ao direito econômico*. 11ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020, 352 p.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. *Plano de Ação para Prevenção da Obesidade em Crianças e Adolescentes*, 2014, 34 p.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. *Modelo de Perfil Nutricional da Organização Pan-Americana da Saúde*. Washington, DC, USA: 2016, 35 p.
- PASQUALOTTO, Adalberto. *Rótulo deve garantir informação necessária a uma alimentação adequada e saudável*. Conjur – Consultor Jurídico, 03 de outubro de 2018. Disponível em <https://www.conjur.com.br/2018-out-03/garantias-consumo-rotulo-garantir-informacoes-alimentacao-adequada>. Data de acesso em: 14.11.2021.
- PINHEIRO, Armando Castelar. SADDI, Jairo. *Direito, Economia e Mercado*. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2005, 554 p.
- SANDEL, Michael J. *Justiça: o que é fazer a coisa certa*. 3 Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011, 350 p.
- SCAFF, Fernando Facury. *Responsabilidade Civil do Estado intervencionista*. São Paulo: Saraiva, 1990, 292 p.
- SILVA, Thales et. al. *Modelos de Rotulagem Nutricional Frontal de Alto Conteúdo de Nutrientes Críticos Comparado a Outros Modelos de Rotulagem Frontal Nutricional: uma revisão sistemática*. Brasília, 2019, 57 p.
- SUSTEIN, Cass R.; THALER, Richard H. *O paternalismo libertário não é uma contradição em termos*. Tradução Fernanda Cohen. Revista eletrônica de direito civil, a. 4, n. 2, 2015, p. 1-47.
- SUSTEIN, Cass R; THALER, Richard H. *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Tradução Ângelo Lessa. 1ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019, 327 p.
- TETAZ, Martín. *Psychonomics: como o funcionamento da mente ajuda a definir nosso comportamento consumidor*. Tradução Carolina Caires e Olga Cafalcchio. 1ª ed. São Paulo: Planeta, 2018, 256 p.
- THEODORO JR. Humberto. *Direito do Consumidor: A busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do Código de Defesa do Consumidor e os Princípios Gerais do Direito Civil e do Direito Processual Civil*. Rio de Janeiro: Forense, 2017, 583 p.
- THEODORO JR. Humberto. *Direitos do Consumidor*. 10ª Ed. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2020, 640 p.
- UFPR. *Nova rotulagem aprovada pela ANVISA é avaliada por pesquisadores de design da UFPR*. Disponível em: < <https://www.ufpr.br/portalufpr/noticias/nova-rotulagem-aprovada-pela-anvisa-e-avaliada-por-pesquisadores-de-design-da-ufpr/>>. Data de acesso em: 11, nov de 2021.
- VELOSO, Zilda Januzzi. *Direitos Básicos do Consumidor*. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

YAZBEK, Otávio. *Regulação do Mercado Financeiro e de Capitais*, Rio de Janeiro: Campus-Jurídico, 2007, 352 p.

YEUNG, Luciana. *Empresas, consumidores e mercados: fundamentos microeconômicos*. In: PINHEIRO, Castelar Armando; PORTO, Antônio José Maristrello; e, SAMPAIO, Patrícia Pinheiro (coord.). *Direito e economia: diálogos*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019, p. 115-146.