



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
FACULDADE DE DIREITO DO RECIFE**

MARIA EDUARDA DIAS

**ALTERAÇÕES NAS MISTURAS LÁCTEAS E OMISSÃO
INFORMACIONAL DAS INDÚSTRIAS ALIMENTÍCIAS: VIOLAÇÕES
AOS PRINCÍPIOS DA BOA-FÉ E DA INFORMAÇÃO NAS RELAÇÕES
DE CONSUMO.**

**RECIFE
2025**

MARIA EDUARDA DIAS

**ALTERAÇÕES NAS MISTURAS LÁCTEAS: IMPACTOS
NUTRICIONAIS, OMISSÕES NA INDÚSTRIA BRASILEIRA,
REFLEXOS AO CONSUMIDOR E VIOLAÇÕES AOS PRINCÍPIOS DA
BOA-FÉ E DA INFORMAÇÃO**

Monografia apresentada como requisito
para obtenção do título de Bacharela em
Direito pelo Centro de Ciências Jurídicas
da Universidade Federal de Pernambuco,
sob a orientação da Professora Cristiniana
Cavalcanti Freire.

RECIFE

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Dias, Maria Eduarda.

Alterações nas Misturas Lácteas e Omissão Informacional das Indústrias Alimentícias: Violações aos Princípios da Boa-fé e da Informação nas Relações de Consumo. / Maria Eduarda Dias. - Recife, 2025.

47p.

Orientador(a): Cristiniana Cavalcanti Freire

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Jurídicas, Direito - Bacharelado, 2025.

1. Direito do consumidor . 2. Direito Constitucional . 3. Direito da saúde . 4. Princípio da informação. 5. Princípio da boa fé. 6. Princípio da Transparência. I. Freire, Cristiniana Cavalcanti . (Orientação). II. Título.

340 CDD (22.ed.)

MARIA EDUARDA DIAS

**“ALTERAÇÕES NAS MISTURAS LÁCTEAS: IMPACTOS
NUTRICIONAIS, OMISSÕES NA INDÚSTRIA BRASILEIRA,
REFLEXOS AO CONSUMIDOR E VIOLAÇÕES AOS PRINCÍPIOS DA
BOA-FÉ E DA INFORMAÇÃO”**

Aprovado em 29 de dezembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Cristiniana Cavalcanti Freire
(Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof(a). Dr(a). Elaine Cristina de Moraes Buarque
(Examinadora Externa)

Prof(a). Dr(a). Cora Cristina Ramos Accioly de Barros Spíndola
(Examinador Interna)

Universidade Federal de Pernambuco

***Dedico este trabalho à minha família,
que sempre acreditou no meu potencial
e me sustentou com amor e apoio
incondicional.***

***Aos meus professores, que
compartilharam conhecimento e
inspiração ao longo da jornada
acadêmica.***

***Aos colegas e amigos, que tornaram o
percurso mais leve e enriquecedor.
E, sobretudo, a Deus, pela força e
sabedoria concedidas em cada etapa
desta caminhada.***

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me conceder força, sabedoria e perseverança ao longo desta caminhada acadêmica.

Expresso minha gratidão à minha família, principalmente por minha mãe, pelo apoio incondicional, paciência e incentivo em todos os momentos desta trajetória, sendo o alicerce fundamental para a realização deste trabalho.

Aos professores e orientadores, pela dedicação, pelas orientações valiosas e pelo conhecimento compartilhado, que contribuíram de forma significativa para a construção desta pesquisa.

Aos colegas de curso e amigos, pela troca de experiências, pela motivação e auxílio nessa longa jornada, me motivando e torcendo pelas minhas conquistas e escolhas.

Por fim, agradeço a todos que, de maneira direta ou indireta, colaboraram para que este trabalho pudesse ser concluído, tornando possível a concretização de mais esta etapa da minha vida acadêmica.

“O direito à informação é, talvez, o mais importante dos direitos básicos do consumidor, porque dele decorre a possibilidade de escolha consciente e, em última análise, a própria dignidade do ser humano.”

— Luiz Antonio Rizzatto Nunes

RESUMO

Este trabalho analisa de forma crítica as alterações em misturas Lácteas alimentícias no Brasil, abordando os impactos nutricionais, as omissões informacionais e as implicações jurídicas para a proteção do consumidor. O estudo evidencia que, apesar da existência de um arcabouço normativo robusto composto pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), pela Lei de Alimentos (Decreto-Lei nº 986/1969), pela Lei nº 8.137/1990 e por normas da ANVISA (RDC 429/2020 e IN 75/2020), a prática revela falhas significativas na efetividade da informação clara e acessível ao consumidor. A análise doutrinária, a partir de autores como Nunes, Marques, reforça que a omissão ou manipulação de dados nutricionais fere os princípios da boa-fé objetiva, da confiança e da dignidade humana, configurando não apenas infrações administrativas, mas também ilícitos civis e, em certos casos, penais. A jurisprudência recente do STJ e de tribunais estaduais aponta avanços no reconhecimento da propaganda enganosa por omissão, mas ainda carece de maior uniformidade e alcance pedagógico. Casos concretos, como a Operação Leite Compensado MP/RS, revelam a fragilidade da cadeia produtiva e a necessidade de fiscalização integrada e preventiva. Os resultados apontam como pontos positivos a consolidação de um marco legal consistente e a evolução jurisprudencial, mas destacam como negativos a persistência de práticas de maquiagem nutricional e a baixa conscientização do consumidor. Como implicações práticas, o estudo defende o fortalecimento da fiscalização, a implementação de programas de compliance informacional nas indústrias e a promoção de campanhas educativas de leitura de rótulos, reforçando a sinergia entre teoria e prática para a efetiva proteção do consumidor.

Palavras-chave: consumidor; rotulagem; lácteos; boa-fé; informação.

ABSTRACT

This study provides a critical analysis of the changes in dairy food mixtures in Brazil, focusing on nutritional impacts, informational omissions, and legal implications for consumer protection. The research shows that, despite the existence of a robust legal framework including the Consumer Protection Code, the Food Law, Law No. 8.137/1990, and ANVISA regulations there remain significant shortcomings in ensuring clear and accessible information to consumers. Through a doctrinal and jurisprudential approach, the study demonstrates that the omission or manipulation of nutritional data violates fundamental principles such as good faith, trust, and human dignity, constituting administrative, civil, and in some cases, criminal offenses. Recent case law highlights progress in recognizing misleading advertising by omission, although it still lacks uniformity and pedagogical impact. Concrete cases, such as the “Leite Compensado” Operation, expose weaknesses in the production chain and underscore the need for more integrated and preventive oversight. The study concludes that, despite legislative and judicial advances, challenges persist regarding nutritional “make-up” practices and low consumer awareness, emphasizing the need to strengthen inspection mechanisms, implement informational compliance programs, and promote educational campaigns on label reading and conscious consumption.

Keywords: consumer; labeling; dairy; good faith; information.

LISTA DE QUADROS

Quadro 143

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. CONJUNTURAS BASILARES DO DIREITO CONSUMERISTA NO ORDENAMENTO BRASILEIRO.....	15
2.1 A CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988	16
2.2 PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO SISTEMA CONSUMERISTA: DA PUBLICIDADE E INFORMAÇÃO.	18
2.3 LEI Nº 8.078/90: O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.	20
3. RESPONSABILIDADE CIVIL E PENAL NA INDÚSTRIA LÁCTEA.....	22
3.1. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR	22
3.1.1 ANÁLISE DO ART. 12 E 14 DO CDC E SUA APLICAÇÃO NAS OMISSÕES DA INDÚSTRIA LÁCTEA.....	22
3.2. PRÁTICAS ABUSIVAS E A VIOLAÇÃO AO DIREITO À INFORMAÇÃO	24
3.2.1. ESTUDO DOS ARTS. 30 A 42 DO CDC E SUA INCIDÊNCIA EM CASOS DE FRAUDE NUTRICIONAL	24
3.3. POSSIBILIDADE DE RESPONSABILIZAÇÃO PENAL.....	27
3.3.1. CRIMES CONTRA AS RELAÇÕES DE CONSUMO (LEI 8.137/90) E IMPLICAÇÕES PARA EMPRESAS E GESTORES	27
4. PERSPECTIVAS DE PROTEÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS.....	29
4.1. ATUAÇÃO DOS ÓRGÃOS DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE.....	29
4.1.1 O PAPEL DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, MAPA, ANVISA E PROCON NA DEFESA DO CONSUMIDOR.....	29
4.2. EDUCAÇÃO NUTRICIONAL E DIREITO À INFORMAÇÃO	30
4.2.1. ESTRATÉGIAS PARA CONSCIENTIZAR CONSUMIDORES SOBRE RÓTULOS, EMBALAGENS E COMPOSIÇÕES LÁCTEAS	30
4.3. TENDÊNCIAS LEGISLATIVAS E JURISPRUDENCIAIS.....	31
5. A LEI DE ALIMENTOS (DECRETO-LEI Nº 986/1969).....	34

5.1. REGRAS DE ROTULAGEM NO DECRETO-LEI Nº 986/1969	34
5.2. IMPORTÂNCIA DA CLAREZA E LEGIBILIDADE DAS INFORMAÇÕES	35
6. PROPAGANDA ENGANOSA E MAQUIAGEM DE PRODUTOS.....	37
6.1. PROPAGANDA ENGANOSA E MAQUIAGEM DE PRODUTOS	37
6.2. OPERAÇÃO LEITE COMPENSADO E SUAS IMPLICAÇÕES.....	38
7. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	41
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS.....	49

1. INTRODUÇÃO

A epidemia de covid19 trouxe para o cenário social e econômico mundial importantes alterações. Diante das grandes alterações realizadas pós-covid-19, Em nosso País, um desses grandes impactos deu-se na produção, abastecimento e no fornecimento de produtos alimentares inerentes a dieta brasileira, oferecidos no mercado nacional.

Durante esses últimos anos, presenciou-se uma crise econômica com elevada taxa de juros, acarretando importante redução do poder de compra do brasileiro médio, e como uma das consequências observamos a retomada de fenômenos engendrados na época anterior à propositura do Plano Real, quando as prateleiras foram inundadas com “subprodutos” alimentícios.

A cesta básica brasileira passou a compor itens antes não selecionados como soro do leite, feijão com grãos quebrados, pontas de frios, bandejas com restos de queijo e presunto, carcaça e pele de frango, com os quais fornecedores tentam suplementar a dieta majoritariamente realizadas antes do alto índice inflacionário.¹

O leite, alimento chave no dia a dia dos brasileiros, passou a sofrer alta de 37,61%, nos últimos 12 meses, segundo o IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, em dados de 2022).

Segundo dados do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), a cesta básica brasileira passou a incluir produtos de menor valor nutritivo, como soro de leite, feijão com grãos quebrados, pontas de frios e restos de queijos e presuntos, utilizados pelos fornecedores como alternativas para compensar a redução do poder de compra das famílias em razão da inflação. O leite, alimento essencial no cotidiano nacional, registrou alta de 37,61% nos últimos doze meses, refletindo diretamente o encarecimento dos produtos básicos (IBGE, 2022).

Durante crises mundiais, todos os elementos da cadeia produtiva tentem a sofrer alterações e dificuldades na sua logística, e no preço base de insumos básicos na sua produção em larga escala, contudo em termos de indústria alimentícia, em específico o de laticínios, tendem a reutilizar ou readequar novos produtos com

¹ <https://icleconomia.com.br/disparada-da-inflacao-brasileiro-subprodutos/>

líquidos residuais, advindos de etapas preliminares da matéria crua utilizada em produtos de melhor qualidade e com maior valor nutritivo.²

Essa substituição de ingredientes de melhor qualidade para ingredientes de menor qualidade e conseqüentemente a perda do valor nutritivo, seja por menor índice de gorduras de origem animal, e o implemento de gorduras vegetais para um melhor ganho para o capital empresarial, à custa do consumidor, levanta a discussões sobre a própria ética corporativa, e seus limites na maximização do lucro.

Dentro do sistema jurídico brasileiro, o princípio da boa-fé informa que nas relações consumeristas devem prevalecer a transparência e lealdade quanto à vontade e integridade dentro dessas relações, em que deverá o fornecedor frente ao consumidor final prevenir a falta de informações a fim de impedi-lo de agir mediante erro.

Nessa via, as ações e omissões em desacordo ao princípio da informação revelam uma indução ao erro, visto a semelhança entre produtos de mesmo seguimento, mas com valor nutricional divergentes, dessa forma, a omissão de informações relevantes ou a falta de clareza nas mudanças nos produtos lácteos, a partir e durante a pandemia viola esses princípios, criando um cenário em que os direitos dos consumidores são postos em risco. A indústria, ao buscar manter sua lucratividade em um momento de crise, não pode desconsiderar a transparência e a ética que devem reger as relações de consumo.

Além da utilização de subprodutos, utilizada como no termo “fakeflação”, outra prática danosa, que não será tão discutido nesse é a redução do tamanho ou volume das embalagens sem parecer que há alteração no preço, denominada “reduflação”.

De acordo com análises recentes sobre o comportamento do mercado de consumo, além da crescente utilização de subprodutos alimentares prática denominada “fakeflação”, verifica-se também a “reduflação”, caracterizada pela diminuição do volume das embalagens sem redução proporcional de preço, configurando forma de aumento disfarçado que viola o direito à informação e a transparência nas relações de consumo (IPEA, 2023).

² Indústria de laticínios. São Paulo. Disponível em: <https://www.gvinah.com.br/industrialaticinios>. Acesso em: 2024.

2. CONJUNTURAS BASILARES DO DIREITO CONSUMERISTA NO ORDENAMENTO BRASILEIRO.

O Direito Consumerista, também denominado Direito do Consumidor, constitui um ramo autônomo do ordenamento jurídico brasileiro, estruturado a partir da necessidade de equilibrar as relações entre consumidores e fornecedores no mercado de consumo. Sua base fundamental está na proteção da parte mais vulnerável da relação contratual o consumidor, cuja posição de desvantagem econômica, técnica e informacional demanda tutela especial do Estado¹.

A Constituição Federal de 1988 consagrou a proteção ao consumidor como direito fundamental, inserindo-a no artigo 5º, inciso XXXII, e estabelecendo-a como princípio da ordem econômica, no artigo 170, inciso V². Esses dispositivos elevam a defesa do consumidor à categoria de valor constitucional, vinculando tanto o Estado quanto a iniciativa privada à observância de práticas justas e transparentes nas relações de consumo.

A principal norma infraconstitucional que concretiza essa garantia é o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), que representa um marco na consolidação dos direitos consumeristas no Brasil³. O CDC tem como fundamentos a dignidade da pessoa humana, a boa-fé objetiva, a transparência e a equidade contratual, assegurando que o consumidor seja respeitado não apenas como destinatário final de produtos e serviços, mas como sujeito de direitos³.

O ordenamento consumerista brasileiro pauta-se, portanto, em um sistema de proteção integral, que abrange aspectos preventivos, reparatórios e educativos. No campo preventivo, o Código impõe deveres de informação, segurança e qualidade aos fornecedores, visando evitar danos antes que ocorram. No âmbito reparatório, garante ao consumidor instrumentos para a reparação de prejuízos, como a responsabilidade objetiva do fornecedor por vícios e defeitos de produtos e serviços^{3,4}. Já sob a ótica educativa, o sistema incentiva a conscientização dos consumidores e o fortalecimento dos órgãos de defesa, como o PROCON, o Ministério Público e as associações civis de proteção ao consumidor⁵.

Além disso, a estrutura jurídica do Direito do Consumidor no Brasil está em permanente evolução, acompanhando as transformações sociais e econômicas. As novas relações de consumo, impulsionadas pelo comércio eletrônico e pelas

plataformas digitais, têm desafiado a aplicação dos princípios clássicos do CDC, exigindo interpretações atualizadas que garantam a efetividade da proteção mesmo em ambientes virtuais⁶.

Em síntese, as conjunturas basilares do Direito Consumerista no ordenamento brasileiro se assentam na tutela constitucional do consumidor, na autonomia do Código de Defesa do Consumidor como instrumento regulador das relações de consumo e na busca constante pelo equilíbrio e pela justiça nas trocas de mercado. O conjunto normativo e principiológico desse ramo visa não apenas corrigir desigualdades, mas assegurar a efetivação da cidadania e da dignidade humana no contexto das relações de consumo¹⁻³.

2.1 A CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988

A Constituição Federal de 1988 representa o marco jurídico que consolidou o Estado Democrático de Direito no Brasil, introduzindo uma nova perspectiva de proteção aos direitos fundamentais e sociais. Entre os diversos avanços promovidos pelo texto constitucional, destaca-se a inclusão da defesa do consumidor como um direito fundamental e como princípio da ordem econômica, o que estabeleceu a base normativa para o desenvolvimento do Direito do Consumidor e, posteriormente, para a criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

O artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal dispõe expressamente que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, elevando essa proteção à categoria de direito fundamental. Tal previsão reflete o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo e impõe ao Estado o dever de criar mecanismos legais e institucionais que assegurem o equilíbrio entre as partes contratantes.

Essa determinação constitucional encontra correspondência direta no artigo 170, inciso V, que insere a defesa do consumidor como um dos princípios da ordem econômica nacional. Ao fazê-lo, o constituinte de 1988 consagrou a ideia de que o desenvolvimento econômico deve estar subordinado à justiça social e ao respeito à dignidade da pessoa humana. Assim, o consumo passa a ser entendido não apenas como uma atividade de mercado, mas como um espaço que requer ética, transparência e responsabilidade social.

Esses dispositivos constitucionais serviram de fundamento jurídico e político para a elaboração do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), que materializou o comando constitucional de proteção e equilíbrio nas relações de consumo. O CDC surge, portanto, como uma norma de eficácia plena da Constituição, concretizando o direito à informação, à segurança, à saúde e à reparação de danos, todos decorrentes dos princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da cidadania e da igualdade material.

Além disso, o artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) determinou expressamente que o Congresso Nacional elaborasse o Código de Defesa do Consumidor, consolidando a vinculação direta entre a Constituição e o CDC. Essa previsão demonstra que o legislador constituinte não apenas reconheceu a necessidade de proteção ao consumidor, mas também determinou sua regulamentação imediata, conferindo ao tema prioridade legislativa e relevância social.

Portanto, a Constituição de 1988 é o pilar estruturante do Direito Consumerista brasileiro, pois ela define a defesa do consumidor como um valor constitucional, garante a atuação do Estado na regulação do mercado e orienta o comportamento dos fornecedores e das empresas sob o prisma da ética e da boa-fé. O CDC, por sua vez, é a concretização prática e normativa desse mandamento constitucional, transformando princípios em instrumentos de efetivação da cidadania e da dignidade humana nas relações de consumo.

Em síntese, a Constituição Federal de 1988 não apenas reconhece a importância da proteção ao consumidor, mas também institui o arcabouço jurídico que sustenta todo o sistema de defesa consumerista, influenciando a interpretação e a aplicação das normas do CDC e consolidando o compromisso do Estado brasileiro com um modelo econômico e social justo, solidário e equilibrado.

2.2 PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO SISTEMA CONSUMERISTA: DA PUBLICIDADE E INFORMAÇÃO.

O direito a informação está diretamente estabelecido na Carta Magna de 1988, vez que em seu constitucional, mais especificamente sob o art.220, caput ³, acerca da garantia do pensamento, informação, elemento fundamental do cidadão civil atual.

Tal princípio rata-se de pilar do interesse público, uma vez que assegura o direito de se informar e de ser informado. O jurista Rizzatto Nunes comenta sobre o verdadeiro paradoxo deontológico da permissão⁴, uma vez que necessita da dupla permissão construtiva para a fundamentação do direito de informar, sendo necessária prerrogativa do direito de informar para se possuir o direito de ser informado.

A Constituição de 1988 não utilizou de rigor técnico hermenêutico a fim de diferenciar a ideia de publicidade no texto ordenativo com o sentido empregado na esfera comercial. O princípio fundamental da publicidade dos atos públicos/processuais está firmado no art. 37 caput e §1⁵ do texto constitucional. Argui Nunes (2018), que:

“é importante elucidar um problema muito comum do uso da linguagem sobre o assunto. Costuma-se usar o vocábulo ‘publicidade’ algumas vezes como espécie de ‘propaganda’; noutras, a palavra ‘propaganda’ é reservada para a ação política e religiosa, enquanto ‘publicidade’ é utilizada para a atividade comercial etc. Mas não há razões para a distinção. Tomado pela etimologia, vê-se que o termo ‘propaganda’ tem origem no latim ‘propaganda’, do gerundivo de ‘propagare’, ‘coisas que devem ser propagadas’. Donde afirmar-se que a palavra comporta o sentido de propagação de princípios, ideias, conhecimentos ou teorias. O vocábulo ‘publicidade’, por sua vez, aponta para a qualidade daquilo que é público ou do que é feito em público. Ambos os termos, portanto, seriam bastante adequados para expressar o sentido buscado pelo anunciante de produto ou serviço. O mais importante, porém, é o fato de que a própria Constituição Federal não faz a distinção. Assim, por exemplo, ela fala em ‘propaganda’ (art. 220, § 3º, II), ‘propaganda comercial’ (art. 22, XXIX, e § 4º do art. 220), ‘publicidade dos atos processuais’ (art. 5º, LX), ‘publicidade’ (art. 37, caput e § 1º).

³ CF/88: “Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.”

⁴ Nunes, Rizzatto Curso de direito do consumidor / Rizzatto Nunes. – 12. ed., pag. 67, – São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

⁵ CF/88: “ Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: § 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.”

Dessa forma, esclarecido tal conceito, deve-se distinguir o conceito de produção com publicidade, ainda que esta possa ser considerada uma forma de “produção” realizada por publicitários, agências e afins. Sua existência está intrinsecamente vinculada a um produto ou serviço que se pretende expor e comercializar.

Dessa forma, percebe-se que a publicidade não constitui uma produção primária, mas sim um instrumento de divulgação e venda dessa produção.

Já verificamos que a exploração de qualquer atividade econômica encontra fundamento na Constituição Federal, que estabelece limites para conciliá-la com as demais garantias fundamentais. Se até mesmo a exploração e a produção primária estão sujeitas a restrições constitucionais, com maior razão deve haver controle sobre a atividade publicitária, visto que esta possui caráter instrumental, servindo como meio de comunicação e divulgações dos produtos e serviços. A publicidade, afinal, tem a função de anunciar, descrever, oferecer, divulgar e propagar.

Portanto, assim como a atividade econômica voltada à produção está submetida a limites constitucionais, a publicidade, que dela trata e a promove, também deve respeitar essas restrições.

Nesse teor, o objetivo central acerca do princípio da publicidade, está interligado com a verdade, por mais que a propaganda esteja relacionada ao ímpeto de induzir o consumidor ao produto final ofertado deve-se atentar que nenhuma modalidade comercial pode ultrapassar os ditames da carta magna, sendo explicitamente afirmando no art. 220 § 3º, inciso II, trata da publicidade de produtos, práticas e serviços.

Dessa via, a publicidade deve sempre refletir a veracidade do que anuncia, sem recorrer a expressões ou frases enganosas ou omissões que possam induzir o consumidor a erro. Isso inclui não apenas o conteúdo explícito das mensagens, mas também o uso estratégico de frases, sons e imagens que, se manipulados de forma ambígua ou confusa, podem levar o público a uma interpretação equivocada.

Essa preocupação se aplica diretamente às embalagens de alimentos, que funcionam como um meio de publicidade visual e informativa. O design, a disposição dos elementos gráficos e a redação das informações podem ser utilizados para destacar atributos positivos do produto, mas não devem, em hipótese alguma, distorcer sua verdadeira composição ou benefícios. Embalagens que utilizam cores, símbolos ou descrições que sugerem qualidades nutricionais inexistentes ou

diferentes da realidade configuram um caso claro de publicidade enganosa, por se tratarem de informação falsa ou omissão que induz o consumidor a erro (violando o direito do consumidor à informação clara e precisa.)

Dessa forma, assim como qualquer outro anúncio publicitário, a comunicação visual das embalagens de alimentos deve seguir o princípio da transparência, garantindo que o consumidor tome decisões conscientes e bem fundamentadas sobre os produtos que adquirem.

2.3 LEI Nº 8.078/90: O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

A promulgação da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, conhecida como Código de Defesa do Consumidor (CDC), representou um marco histórico no ordenamento jurídico brasileiro. Essa legislação surgiu em cumprimento ao que foi determinado pela Constituição Federal de 1988, no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), que impôs ao Congresso Nacional a elaboração de um código destinado à proteção do consumidor². Assim, o CDC consolidou os princípios constitucionais voltados à promoção da cidadania e à garantia de equilíbrio nas relações de consumo, criando um verdadeiro sistema de defesa e proteção ao consumidor no país³.

O Código de Defesa do Consumidor tem como finalidade assegurar a harmonização das relações de consumo e corrigir a desigualdade existente entre as partes, considerando a vulnerabilidade do consumidor frente ao fornecedor. Para tanto, baseia-se em princípios como a boa-fé objetiva, a transparência, a função social das relações de consumo e a responsabilidade objetiva do fornecedor⁹. Esses fundamentos conferem ao CDC um caráter protetivo e humanista, em consonância com os valores constitucionais da dignidade da pessoa humana e da justiça social.

No que tange aos sujeitos da relação de consumo, o artigo 2º do CDC define o consumidor como toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final ³. Essa definição abrange tanto indivíduos quanto empresas, desde que o bem ou serviço não seja utilizado em processo produtivo, mas para uso próprio. O parágrafo único do mesmo artigo amplia essa proteção ao prever que também são considerados consumidores equiparados “a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo” ³. Assim, o Código reconhece como consumidores também os grupos afetados indiretamente por

práticas de mercado, como vítimas de publicidade enganosa ou de produtos defeituosos, ainda que não tenham participado diretamente da compra¹⁰.

O artigo 3º do CDC define o fornecedor como “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”³. O conceito é propositalmente abrangente, de modo a incluir todos os agentes da cadeia produtiva e de consumo. Além disso, o sistema consumerista também reconhece a figura dos fornecedores equiparados, ou seja, aqueles que, mesmo não tendo contato direto com o consumidor final, participam da cadeia de fornecimento e podem ser responsabilizados solidariamente por vícios ou defeitos no produto ou serviço¹¹.

O CDC também introduziu a responsabilidade objetiva do fornecedor, prevista no artigo 12, segundo o qual o fornecedor responde, independentemente de culpa, pela reparação dos danos causados por defeitos de produtos ou serviços³. Essa previsão jurídica reflete a necessidade de equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores, desonerando o consumidor do ônus de comprovar a culpa e reforçando o dever de segurança nas relações de consumo¹².

Outro aspecto fundamental da Lei nº 8.078/90 é a criação de mecanismos de defesa coletiva, como a ação civil pública, o inquérito civil e a atuação de entidades como os PROCONs, o Ministério Público e as associações civis de defesa do consumidor¹³. Essas ferramentas asseguram que a proteção do consumidor vá além da esfera individual, alcançando também os interesses difusos e coletivos.

Dessa forma, o Código de Defesa do Consumidor constitui o principal instrumento normativo de tutela das relações de consumo no Brasil. Ao definir com clareza os conceitos de consumidor, fornecedor e seus equiparados, o CDC reafirma o compromisso do Estado brasileiro com a defesa da parte vulnerável e com o equilíbrio das relações econômicas. Sua aplicação prática concretiza os valores constitucionais da dignidade da pessoa humana e da cidadania, garantindo ao consumidor proteção integral e efetiva em um mercado cada vez mais dinâmico e complexo³⁻¹⁰.

3. RESPONSABILIDADE CIVIL E PENAL NA INDÚSTRIA LÁCTEA

A vertente, pois, protetiva do agente vulnerável na relação de consumo introduzida pelo CDC em nosso ordenamento, como visto acima, traz reforços a partir da identificação do sujeito consumidor pessoa física como vulnerável por presunção absoluta. Neste mister, também vai estabelecer outros instrumentos que tendem a tornar mais efetiva e célere essa proteção dirigida ao equilíbrio do contrato realizado nesse mercado de massa. A exemplo da atribuição da responsabilidade objetiva do fornecedor pelo vício do produto/serviço, bem como pelo fato do produto ou serviço. Vejamos, aqui, em especial, a questão da responsabilidade nas omissões das indústrias lácteas.

A responsabilidade civil e penal no contexto da indústria láctea constitui uma temática de grande relevância para o Direito do Consumidor e para o próprio sistema de segurança alimentar. Após a consolidação dos princípios e fundamentos do Direito Consumerista, torna-se essencial compreender como esses preceitos se aplicam de forma prática às atividades econômicas que lidam diretamente com produtos de consumo humano, especialmente os de origem animal¹. A indústria de laticínios, por envolver a manipulação, o processamento e a distribuição de alimentos perecíveis, exige rigorosos padrões de qualidade e controle sanitário. Qualquer falha nesse processo pode gerar danos à saúde do consumidor, ensejando responsabilidades de ordem civil e até penal para os agentes envolvidos².

3.1. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR

3.1.1 ANÁLISE DO ART. 12 E 14 DO CDC E SUA APLICAÇÃO NAS OMISSÕES DA INDÚSTRIA LÁCTEA.

A responsabilidade civil do fornecedor nas relações de consumo, especialmente quando se trata de produtos alimentícios, é objetiva, nos termos dos arts. 12, 14 e 31 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), bastando ao consumidor demonstrar o defeito do produto ou do serviço, o dano e o nexo causal, uma vez que oferecer e apresentar produtos deve ser um ato de honestidade, onde todas as informações ali estejam claras e concisas, e obviamente, corretas quanto composição, preço, garantia, prazos de validade e origem (Miragem, 2024).

Tal estrutura visa reequilibrar a assimetria técnica e informacional que marca a cadeia de consumo, transferindo ao fornecedor, que detém o controle sobre o projeto, a fabricação e a rotulagem, o ônus de responder pelos riscos criados pela atividade econômica (Marques, 2023). Ao lidar com misturas lácteas e alterações de composição nutricional, esse regime adquire centralidade, porque a opacidade na informação, a ambiguidade de rotulagem ou a omissão de mudanças relevantes podem configurar defeito de informação, apto a acionar a responsabilidade objetiva⁶.

No campo dos produtos (art. 12), o defeito transcende a noção de “vício” para alcançar qualquer inadequação que frustre legítimas expectativas de segurança do consumidor, inclusive sob a perspectiva informacional, isto é, quando as advertências e especificações são insuficientes para uma decisão de compra livre e consciente (Miragem, 2024; Nunes, 2022). A indústria láctea, ao reprocessar subprodutos ou alterar perfis de macronutrientes (gorduras, proteínas, carboidratos) sem evidenciação clara e ostensiva, pode incorrer em defeito por informação (Marques, 2023). Em razão da natureza altamente técnica das formulações, a informação adequada deve ser completa, clara, precisa e ostensiva, conforme também reforçam as normas sanitárias de rotulagem nutricional aplicáveis (ANVISA, 2020; 2023)⁷.

Já o art. 14 do CDC, que trata de serviço, tem incidência quando práticas de comercialização, distribuição, fracionamento ou armazenamento comprometem a segurança alimentar ou induzem a leituras enganosas da rotulagem. A falha do serviço informacional como a manutenção indevida de layout de embalagem que sugere padrão nutricional anterior, apesar de alteração de receita pode ser suficiente para configurar o defeito do serviço (Nunes, 2022; Miragem, 2024). Em tais hipóteses, a discussão probatória desloca-se para a adequação da informação e para o dever de advertência, examinando-se a compatibilidade entre a materialidade do produto e as mensagens veiculadas ao consumidor (Marques, 2023).

A objetivação da responsabilidade não exclui a análise de excludentes (por exemplo, inexistência do defeito, culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro), mas, na prática, tais excludentes exigem prova robusta do fornecedor em padrões técnicos

⁶ A **informação** integra a **segurança** do produto: defeito por informação é espécie de defeito do produto ou serviço reconhecida pela doutrina consumerista contemporânea (Miragem, 2024; Marques, 2023).

⁷ A **RDC 429/2020** e a **IN 75/2020** estabeleceram **padrões de rotulagem nutricional** (quadro, rotulagem frontal, alegações), reforçando a transparência informacional ao consumidor.

e regulatórios elevados, sobretudo quando se apuram omissões informacionais. Em alimentos, a doutrina tem destacado que a conformidade regulatória (p. ex., RDC 429/2020 e IN 75/2020) é piso mínimo, e não teto: o cumprimento formal de rotinas de rotulagem não afasta a incidência do CDC quando a comunicação, apesar de formalmente correta, é capaz de induzir a erro (Marques, 2023; Miragem, 2024)⁸.

Importa notar que, em contexto de substituições de ingredientes (p. ex., inclusão de gorduras vegetais em lugar de frações lácteas, ou emprego de soro), a avaliação do “defeito” exige cotejo técnico entre a composição efetiva e a expectativa legítima criada por marca, apresentação e histórico de consumo. Alterações relevantes que reduzam o valor nutricional sem a devida visibilidade na embalagem, incluindo destaques frontais e quadro de informação nutricional, tendem a caracterizar o dever de indenizar, na forma objetiva, pelos danos materiais (sobretudo, preço injusto por qualidade inferior) e morais (frustração de legítima confiança), quando presentes (Miragem, 2024; Nunes, 2022; Marques, 2023)⁹.

Por fim, a responsabilização solidária na cadeia fabricante, importador, distribuidor e comerciante, visa assegurar proteção efetiva, permitindo ao consumidor demandar quaisquer coobrigados (CDC, arts. 7º, par. único; 18; 25). Em mercados alimentares altamente verticalizados, essa técnica amplia o acesso à reparação, além de incentivar o *compliance* de fornecedores em toda a cadeia: contratos de fornecimento, auditorias de rotulagem, controle de qualidade e validação de *claims* nutricionais passam a ser mecanismos internos de prevenção do risco (Marques, 2023; Miragem, 2024; Nunes, 2022).

3.2. PRÁTICAS ABUSIVAS E A VIOLAÇÃO AO DIREITO À INFORMAÇÃO

3.2.1. ESTUDO DOS ARTS. 30 A 42 DO CDC E SUA INCIDÊNCIA EM CASOS DE FRAUDE NUTRICIONAL

O direito à informação é vértice do sistema consumerista, disciplinado no art. 6º, III, do CDC e concretizado pelos arts. 30 a 42 do mesmo diploma (oferta,

⁸ **Conformidade regulatória mínima** não exclui a incidência do **CDC** quando a comunicação global do rótulo é **capaz de induzir erro**, inclusive por design persuasivo.

⁹ **Alterações de fórmula** com **rebaixamento nutricional** exigem **destaques ostensivos**; a ausência pode configurar **defeito por informação** e gerar **responsabilidade objetiva**.

publicidade, práticas abusivas, cobrança, entre outros). Em alimentos, a informação adequada conecta-se também a regras sanitárias de rotulagem nutricional (RDC 429/2020 e IN 75/2020), que padronizam quadro nutricional, rotulagem frontal e alegações (ANVISA, 2020; 2022; 2023)¹⁰. Na indústria láctea, a fraude nutricional por omissão ocorre quando mudanças de formulação ou de perfil nutricional não são ostensivamente comunicadas, mantendo-se símbolos, cores e *claims* que sugerem continuidade qualitativa (Marques, 2023; Miragem, 2024).

Pelo art. 30, *toda informação ou publicidade suficientemente precisa integra a oferta*, vinculando o fornecedor. Assim, rótulos, *websites* e peças de (PDV) que anunciam determinada composição láctea ou teor de proteína integram o conteúdo contratual, tornando exigível a entrega do que foi prometido (Miragem, 2024). O art. 31 reforça que a informação deve ser correta, clara, precisa e ostensiva, inclusive quanto a características, composição, qualidade e riscos. Quando a rotulagem privilegia atributos “positivos” e relega, em tipografia diminuta ou local de difícil visualização, mudanças relevantes, há violação ao direito de informação e à boa-fé objetiva (Marques, 2023).

O art. 37 veda publicidade enganosa e abusiva. Em lácteos, a enganosidade por omissão é paradigmática: o produto “parece o mesmo”, mas a matéria-prima foi alterada de modo a rebaixar o valor nutricional, sem destaque frontal claro. Essa prática, mesmo se formalmente compatível com alguns requisitos mínimos, pode ser enquadrada como publicidade enganosa, pois induz a erro quanto à natureza, qualidade e composição (Nunes, 2022; Miragem, 2024). As notas técnicas da ANVISA sobre rotulagem ressaltam a necessidade de clareza e comparabilidade das informações para decisão de consumo, inclusive padronizando dimensões e contraste da rotulagem¹¹.

Pelos arts. 39 e 40, do CDC, práticas abusivas incluem prevalecer-se da fraqueza do consumidor e recusar informação sobre composição e características núcleo que se conectam à vulnerabilidade técnica típica de alimentos processados (Marques, 2023). Em “misturas lácteas”, a prática abusiva surge quando a

¹⁰ Os arts. 30 a 42 do CDC dialogam com a **regulação sanitária**; a padronização da **rotulagem frontal** e do **quadro nutricional** melhora a **legibilidade** e **comparabilidade**

¹¹ Rotulagem é publicidade: deve ser clara e verdadeira; retificações oficiais destacam critérios tipográficos e de contraste que impactam a compreensão do consumidor.

apresentação visual (marca, cores, iconografia) gera percepção de equivalência com o lácteo “padrão”, apesar de composição inferior. Esse *trade dress* confusório converte-se em meio para transferir valor de marca sem contrapartida nutricional, afetando legítimas expectativas (Miragem, 2024).

Os arts. 41 e 42 da norma consumerista cuidam da informação em cobrança e sanções por descumprimento, relevantes quando o preço se mantém estável apesar do rebaixamento qualitativo (*shrinkflation* nutricional). O preço é também informação essencial (art. 6º, III); se o fornecedor cria a impressão de isonomia de qualidade, preservando preço-prêmio para produto nutricionalmente rebaixado, há distorção informacional e vantagem manifestamente excessiva (Nunes, 2022; Miragem, 2024). Em tais cenários, medidas de tutela coletiva, inversão do ônus da prova, obrigação de fazer (rotulagem corretiva) e indenização por danos individuais homogêneos são adequadas (Marques, 2023).

A coordenação entre o CDC e a regulação sanitária reforça que rótulo é publicidade e, portanto, deve dizer a verdade. As regras da RDC 429/2020 e IN 75/2020 sobre rotulagem frontal e tabela nutricional foram concebidas para aumentar a legibilidade e reduzir assimetria informacional, sobretudo quando há reformulações (ANVISA, 2020; 2022; 2023). O descumprimento material, inclusive, via *design* persuasivo, que ofusca informações relevantes, pode caracterizar prática abusiva e publicidade enganosa, sem prejuízo da responsabilização civil objetiva (Marques, 2023; Miragem, 2024)¹².

Código de Defesa do Consumidor diferencia a publicidade enganosa da abusiva. A primeira é aquela que contém informação falsa ou omite dados capazes de induzir o consumidor em erro sobre o produto ou serviço (art. 37, §1º), enquanto a segunda, embora possa ser verdadeira, utiliza recursos que violam valores éticos, exploram a vulnerabilidade ou afetam a dignidade do consumidor (art. 37, §2º)^{1,2}. Assim, a enganosa envolve distorção de informação, e a abusiva, excesso ou manipulação na comunicação comercial.

Em síntese, os arts. 30 a 42 do CDC formam um circuito normativo que conecta oferta, publicidade, informação e sanções. Em mercados lácteos, onde substituições de ingredientes e ajustes nutricionais são recorrentes, a transparência ampliada é

¹² O descumprimento material das regras de rotulagem, somado a design enganoso, pode configurar publicidade enganosa e prática abusiva, além de responsabilização civil.

critério decisivo para conformidade. A indústria deve operar com compliance publicitário-regulatório (pré-teste de rótulos, validação de claims, auditorias com fornecedores) para internalizar o custo do risco informacional e proteger a confiança do consumidor (Marques, 2023; Miragem, 2024; Nunes, 2022).

3.3. POSSIBILIDADE DE RESPONSABILIZAÇÃO PENAL

3.3.1. CRIMES CONTRA AS RELAÇÕES DE CONSUMO (LEI 8.137/90) E IMPLICAÇÕES PARA EMPRESAS E GESTORES

A Lei nº 8.137/1990 tipifica crimes contra a ordem tributária, econômica e as relações de consumo, oferecendo uma camada penal de tutela complementar ao Código de Defesa do Consumidor (CDC). Em hipóteses de fraude informacional grave, por exemplo, quando o fornecedor omite ou distorce dados relevantes sobre a composição, qualidade ou segurança do produto, podem configurar-se ilícitos penais que se somam à responsabilização civil prevista na legislação consumerista¹, omitir informação relevante sobre composição de “misturas lácteas”, falsear qualidade ou induzir o consumidor a erro mediante apresentação, pode haver subsunção a tipos penais correlatos, a depender da materialidade e do dolo (Brasil, 1990; Lima, 2024). A intervenção penal é subsidiária, mas não descartável quando a conduta transcende a esfera civil e revela ofensividade relevante à fé pública e à confiança no mercado¹³.

A doutrina penal especial salienta que, nos crimes contra as relações de consumo, o bem jurídico não é apenas o patrimônio individual, mas a ordem econômica de consumo e a confiança coletiva na veracidade das ofertas (Lima, 2024). Em mercados alimentícios, há o risco de lesão difusa, pois muitos consumidores expostos à informação deficiente é elemento político-criminal que justifica a resposta mais enérgica quando a prática empresarial é sistemática e orientada a ganho ilícito por redução qualitativa (Lima, 2024). A análise casuística considera a intensidade do engano, abrangência e dolo de lucro.

A tipicidade pode emergir, por exemplo, de condutas que enganem o consumidor quanto à natureza, qualidade, quantidade ou propriedades do produto, núcleo compatível com rotulagem enganosa ou omissão dolosa de dados nutricionais

¹³ A Lei 8.137/90 tipifica delitos que podem alcançar enganos relevantes nas relações de consumo; a resposta penal é subsidiária, mas possível em fraudes graves.

que alteram substancialmente a decisão de compra (Brasil, 1990). A depender da engenharia da fraude (p. ex., camuflagem visual do rebaixamento nutricional), cogita-se a incidência do art. artigo 7º, incisos II e VII, da Lei nº 8.137/1990, sem prejuízo de concurso com delitos de falsidade documental, se presentes (Lima, 2024). A imputação penal supõe prova de dolo ainda que eventual, diferentemente da objetivação civil do CDC.

Sob o prisma organizacional, a responsabilidade pode atingir dirigentes que detêm o domínio do fato ou decidem políticas de rotulagem e *marketing*, quando demonstrada participação consciente na prática delituosa. A governança penal preventiva recomenda programas de *compliance* com mapeamento de riscos regulatórios e penais, pareceres técnicos sobre rotulagem, controles de aprovação e canais de denúncia, reduzindo a exposição de administradores (Lima, 2024). A atuação coordenada de MAPA/ANVISA/PROCON/MP fortalece a produção probatória e a tutela penal mínima¹⁴.

O diálogo entre CDC e Lei 8.137/90 deve observar o princípio da intervenção mínima: nem toda infração civil ou administrativa enseja persecução penal. Contudo, quando a fraude nutricional é reiterada, massiva e estrutural, atingindo a saúde e a confiança pública, a via penal pode ser proporcional, inclusive com medidas cautelares para cessar a prática e garantir a rastreabilidade (Lima, 2024; Brasil, 1990). A dosimetria deve considerar cooperação, programas de integridade e reparação de danos.

Em suma, a possibilidade de responsabilização penal funciona como incentivo para que empresas adotem padrões elevados de transparência na rotulagem e comunicação de alterações em misturas lácteas. A sinergia entre esferas civil, administrativa e penal promove ambiente concorrencial leal e proteção efetiva ao consumidor, especialmente quando o risco de dano difuso potencializa a gravidade da conduta (Lima, 2024; Brasil, 1990).

¹⁴ **Cooperação regulatória** (ANVISA/MAPA/PROCON/MP) e **compliance** corporativo reduzem risco penal e **qualificam a prova** em ilícitos de **rotulagem enganosa**.

4. PERSPECTIVAS DE PROTEÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS

4.1. ATUAÇÃO DOS ÓRGÃOS DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

4.1.1 O PAPEL DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, MAPA, ANVISA E PROCON NA DEFESA DO CONSUMIDOR

A atuação dos órgãos de fiscalização e controle é central para assegurar a efetividade do direito à informação e a proteção da saúde do consumidor. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) exerce papel fundamental no registro, inspeção e fiscalização dos produtos de origem animal, inclusive lácteos, garantindo conformidade com padrões de qualidade e segurança alimentar (MAPA, 2023). Ao lado do MAPA, a ANVISA é responsável por normatizar e supervisionar a rotulagem nutricional, disciplinando elementos obrigatórios e o destaque de informações críticas, como teores de açúcar, gordura e sódio (ANVISA, 2020; 2022)¹⁵.

O PROCON, em sua atuação descentralizada, complementa a atuação dos órgãos técnicos, voltando-se à tutela imediata do consumidor frente a práticas comerciais enganosas ou abusivas. Sua competência inclui fiscalizações locais, aplicação de sanções administrativas e mediação de conflitos individuais e coletivos, reforçando a função pedagógica do Código de Defesa do Consumidor (Nunes, 2022). Ao lado desses órgãos, o Ministério Público também atua na proteção difusa e coletiva, podendo instaurar inquéritos civis e ajuizar ações civis públicas (Miragem, 2024).

A sinergia entre MAPA, ANVISA e PROCON é indispensável para lidar com casos de fraude nutricional em misturas lácteas, pois cada instituição detém competências complementares. O MAPA foca na produção e origem animal; a ANVISA regula rotulagem e composição nutricional; o PROCON atua na relação de consumo e publicidade. Essa coordenação interinstitucional potencializa a efetividade das sanções e amplia a capacidade preventiva das políticas públicas (Marques, 2023)¹⁶.

¹⁵ A atuação do **MAPA** e da **ANVISA** é complementar, combinando fiscalização de produção animal e regulação de rotulagem nutricional (MAPA, 2023; ANVISA, 2020; 2022).

¹⁶ A sinergia entre **órgãos de fiscalização** é essencial para enfrentar práticas de fraude nutricional (Marques, 2023; Miragem, 2024).

No entanto, a literatura aponta limitações. A fragmentação institucional pode gerar sobreposição de competências ou lacunas de fiscalização, reduzindo a efetividade na proteção do consumidor (Miragem, 2024). Por isso, discute-se a necessidade de mecanismos integrados de cooperação, como sistemas de informação compartilhados e protocolos unificados de atuação.

O modelo ideal de fiscalização deve ser preventivo e pedagógico, indo além da simples aplicação de sanções. A implementação de programas de *compliance* regulatório pelas empresas, acompanhados por auditorias externas validadas pelo MAPA e ANVISA, pode fortalecer a confiabilidade do mercado e reduzir o espaço para práticas enganosas (Marques, 2023).

Por fim, cabe destacar que os órgãos de fiscalização e controle não atuam apenas na repressão de ilícitos, mas também na educação para o consumo responsável, promovendo campanhas de conscientização e fortalecendo a cultura da transparência informacional como pilar das relações de consumo (Nunes, 2022)¹⁷.

4.2. EDUCAÇÃO NUTRICIONAL E DIREITO À INFORMAÇÃO

4.2.1. ESTRATÉGIAS PARA CONSCIENTIZAR CONSUMIDORES SOBRE RÓTULOS, EMBALAGENS E COMPOSIÇÕES LÁCTEAS

O direito à informação somente se concretiza de forma plena quando o consumidor é capaz de compreender e utilizar os dados fornecidos nas embalagens. A educação nutricional é, portanto, elemento essencial para tornar a rotulagem uma ferramenta efetiva de escolha consciente (ANVISA, 2023). Sem esse suporte, a complexidade das tabelas nutricionais e das alegações de *marketing* pode manter o consumidor em condição de vulnerabilidade técnica (Marques, 2023).

As estratégias de conscientização devem envolver programas educacionais nas escolas, campanhas públicas e o uso de meios digitais para ampliar o alcance das informações. Iniciativas como o “Guia Alimentar para a População Brasileira”

¹⁷ A função **pedagógica** dos órgãos de defesa do consumidor complementa sua função **sancionatória** (Nunes, 2022).

(Ministério da Saúde, 2020) representam marcos de orientação que precisam dialogar com as práticas da indústria e da regulação sanitária (Miragem, 2024)¹⁸.

Além disso, a literatura destaca a importância de rotulagem frontal simplificada, adotada a partir da RDC 429/2020, como instrumento de democratização da informação. Sinais visuais, como alertas de alto teor de açúcar ou gordura, funcionam como mecanismos de alfabetização nutricional imediata, auxiliando o consumidor em decisões rápidas no ponto de venda (ANVISA, 2022; 2023)¹⁹.

A educação nutricional também deve envolver a formação continuada de profissionais de saúde, como médicos, nutricionistas e professores, que atuam como multiplicadores de informação. O envolvimento da sociedade civil organizada, por meio de ONGs e associações de consumidores, também amplia o impacto das campanhas educativas (Nunes, 2022).

Por outro lado, estudos recentes apontam desafios. Muitos consumidores ainda não compreendem a diferença entre produto lácteo, mistura láctea e bebida láctea, o que facilita práticas enganosas de mercado (Marques, 2023). Essa confusão demonstra que a alfabetização nutricional precisa ser contínua e adaptada a diferentes públicos.

Em síntese, o direito à informação não se esgota na mera obrigação de rotular; ele requer políticas públicas de educação nutricional que capacitem o consumidor a interpretar criticamente as mensagens contidas nas embalagens, equilibrando a assimetria informacional característica do mercado de alimentos (Miragem, 2024)²⁰.

4.3. TENDÊNCIAS LEGISLATIVAS E JURISPRUDENCIAIS

4.3.1 ANÁLISE DE DECISÕES JUDICIAIS RECENTES E POSSÍVEIS AVANÇOS NA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA

¹⁸ O Guia Alimentar para a População Brasileira atua como marco normativo-educativo (Ministério da Saúde, 2020; Miragem, 2024).

¹⁹ A rotulagem frontal simplificada reforça a democratização da informação nutricional (ANVISA, 2022; 2023).

²⁰ O direito à informação exige **educação nutricional contínua** para efetiva proteção (Miragem, 2024).

A jurisprudência brasileira tem desempenhado papel relevante na consolidação do direito à informação e na repressão de práticas abusivas relacionadas a produtos alimentícios. Em decisões recentes, tribunais têm reconhecido que a omissão de informações nutricionais relevantes em rótulos configura violação ao dever de transparência e pode ensejar indenização por danos materiais e morais (STJ, 2022). Esse movimento revela uma tendência de expansão interpretativa do CDC, reforçando a proteção ao consumidor vulnerável (Miragem, 2024)²¹.

Além disso, observa-se o crescimento de ações coletivas propostas pelo Ministério Público e associações de consumidores, voltadas contra indústrias alimentícias que utilizam embalagens confusas ou omissas. Nesses casos, os tribunais têm aplicado os princípios da boa-fé objetiva e da função social do contrato, impondo obrigações de fazer, como a correção da rotulagem, além de indenizações coletivas (Marques, 2023).

No campo legislativo, existem debates sobre a atualização do CDC para incluir regras mais rígidas sobre sustentabilidade e transparência informacional. Projetos de lei recentes discutem a ampliação da rotulagem ambiental e nutricional integrada, de modo a reforçar a clareza e combater a prática da “reduflação” ou da substituição nutricional disfarçada (Cavaliere Filho, 2021; Lima, 2024)²².

Outro avanço está na aplicação da teoria do risco do empreendimento, cada vez mais consolidada pela jurisprudência, como fundamento para responsabilizar empresas que colocam no mercado produtos com informação insuficiente ou enganosa. Tal tendência amplia a esfera de responsabilização para além do fornecedor imediato, atingindo toda a cadeia de produção (Nunes, 2022).

Ademais, a jurisprudência tem reforçado a ideia de que o direito à informação é também direito fundamental, vinculado ao art. 5º, XXXII, da Constituição Federal, o que eleva seu patamar protetivo e justifica decisões mais rigorosas em casos de omissão (Miragem, 2024; Marques, 2023).

²¹ Decisões recentes do **STJ** reconhecem o direito à informação como elemento essencial da tutela consumerista (STJ, 2022; Miragem, 2024).

²² Projetos de lei discutem **rotulagem ambiental e nutricional integrada**, buscando reforçar transparência e sustentabilidade (Cavaliere Filho, 2021; Lima, 2024).

Diante disso, percebe-se que a tutela judicial e as propostas legislativas recentes caminham no sentido de intensificar a proteção do consumidor frente às transformações do mercado alimentício, especialmente no setor de lácteos, onde as alterações de composição impactam diretamente a confiança e a saúde do consumidor (Lima, 2024)²³.

²³ A jurisprudência eleva o **direito à informação** à condição de **direito fundamental**, vinculando-o à Constituição (Miragem, 2024; Marques, 2023).

5. A LEI DE ALIMENTOS (DECRETO-LEI Nº 986/1969)

5.1. REGRAS DE ROTULAGEM NO DECRETO-LEI Nº 986/1969

O Decreto-Lei nº 986/1969, conhecido como Lei de Alimentos, estabelece normas gerais sobre alimentos no Brasil e foi pioneiro ao introduzir disposições sobre rotulagem e informação ao consumidor. Apesar de anterior ao Código de Defesa do Consumidor (1990), o decreto permanece vigente e serve de base complementar para a regulação sanitária moderna, especialmente no tocante à legibilidade e clareza das informações (ANVISA, 2020; Miragem, 2024)²⁴.

A lei já previa que nenhum alimento poderia ser comercializado sem rótulo contendo informações sobre sua composição, peso líquido, prazo de validade e origem, antecipando princípios que mais tarde seriam consolidados no CDC. Assim, pode-se afirmar que o Decreto-Lei nº 986/69 representou uma etapa inicial da evolução legislativa de proteção ao consumidor no Brasil (Nunes, 2022; Marques, 2023)²⁵.

Do ponto de vista jurídico, a norma vinculava a rotulagem ao dever de não induzir o consumidor a erro, ainda que em termos menos sistematizados que os arts. 30 a 42 do CDC. A falta de clareza ou a omissão de elementos essenciais já era tratada como infração, sujeita a sanções administrativas, o que mostra uma linha de continuidade entre a lei de 1969 e as normas atuais da ANVISA (ANVISA, 2022; MAPA, 2023).

A lei de alimentos também atribuiu à autoridade sanitária o poder de estabelecer padrões de identidade e qualidade dos alimentos, abrindo espaço para regulamentos técnicos posteriores. É nesse sentido que a legislação sanitária moderna, como a RDC/ANVISA 429/2020, pode ser interpretada como desdobramento evolutivo do Decreto-Lei nº 986/69 (Miragem, 2024).

Apesar de suas limitações históricas, o Decreto-Lei nº 986/69 permanece relevante, pois sustenta a ideia de que a rotulagem é uma extensão da segurança

²⁴ Decreto-Lei nº 986/69 já exigia rotulagem mínima, antecipando princípios depois consolidados no CDC (ANVISA, 2020; Miragem, 2024).

²⁵ A lei representou uma etapa inicial da proteção ao consumidor no Brasil (Nunes, 2022; Marques, 2023).

alimentar, e não apenas uma formalidade comercial. Esse entendimento ecoa na doutrina contemporânea, que vê a informação clara e legível como parte da qualidade intrínseca do produto (Marques, 2023).

Por fim, pode-se dizer que a lei pavimentou o caminho para a construção de um microssistema normativo de proteção ao consumidor, reforçando a importância da transparência e da legibilidade como princípios estruturantes da relação entre indústria e consumidor no setor de alimentos (Nunes, 2022)²⁶.

5.2. IMPORTÂNCIA DA CLAREZA E LEGIBILIDADE DAS INFORMAÇÕES

A clareza e legibilidade da informação alimentar sempre foram fatores decisivos para a tutela da saúde e dos direitos do consumidor. O Decreto-Lei nº 986/69, embora datado, já expressava a exigência de que os rótulos fossem compreensíveis e completos, sem induzir o consumidor ao erro. Essa exigência foi posteriormente ampliada pelo CDC, que passou a exigir que as informações fossem também ostensivas (Miragem, 2024; Marques, 2023)²⁷.

As normas mais recentes da ANVISA reforçam essa lógica ao estabelecer critérios de contraste, tipografia e padronização de rotulagem frontal, visando justamente a legibilidade (ANVISA, 2020; ANVISA, 2023). Assim, a evolução normativa mostra um percurso contínuo: do Decreto-Lei nº 986/69 à regulação sanitária moderna, com crescente foco no *design* informacional como instrumento de proteção.

A legibilidade das informações não é apenas um aspecto estético, mas um requisito de efetividade do direito à informação. Rótulos extensos, técnicos ou com letras diminutas podem neutralizar o conteúdo jurídico da obrigação, esvaziando a proteção legal. Por isso, a doutrina contemporânea insiste que a informação deve ser útil, compreensível e comparável, o que implica uma abordagem multidisciplinar entre direito, comunicação e saúde pública (Nunes, 2022).

²⁶ A legislação sanitária atual é desdobramento evolutivo da Lei de Alimentos (ANVISA, 2022; MAPA, 2023).

²⁷ A clareza e legibilidade da informação foram reforçadas pela RDC 429/2020 (ANVISA, 2020; Marques, 2023).

Ao aplicar essas exigências ao setor lácteo, verifica-se que muitas misturas lácteas ou subprodutos utilizam *design* persuasivo para destacar qualidades positivas, relegando informações relevantes a partes menos visíveis da embalagem. Essa prática fere diretamente o espírito do Decreto-Lei nº 986/69, que já exigia informação clara e completa, mesmo antes do CDC.

A clareza da informação, portanto, deve ser compreendida como elemento central da boa-fé objetiva nas relações de consumo. O fornecedor tem o dever não apenas de cumprir formalmente a lei, mas de garantir que o consumidor possa compreender de maneira efetiva os dados essenciais para sua decisão de compra (Marques, 2023).

Esse diálogo entre a lei normativa-de 1969, o CDC e a regulação atual reforça a continuidade de um sistema jurídico que coloca a transparência informacional como eixo estruturante da proteção alimentar (Miragem, 2024).

6. PROPAGANDA ENGANOSA E MAQUIAGEM DE PRODUTOS

6.1. PROPAGANDA ENGANOSA E MAQUIAGEM DE PRODUTOS

A jurisprudência brasileira tem afirmado de forma consistente que a propaganda enganosa por omissão é ilícita, sobretudo no setor de alimentos. O Superior Tribunal de Justiça (STJ) já reconheceu que rótulos que ocultam alterações relevantes de composição configuram violação ao direito à informação e ao princípio da boa-fé objetiva, elementos que sustentam a proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro (STJ, 2022). Essa construção jurisprudencial é central para coibir a chamada “maquiagem publicitária”, que muitas vezes se verifica em produtos lácteos e misturas alimentícias²⁸.

O termo “propaganda maquiagem publicitária” refere-se a práticas em que a aparência visual do produto é mantida, conservando logotipos, cores e formatos de embalagem, enquanto sua qualidade nutricional é reduzida. Trata-se de conduta que não apenas frustra a legítima expectativa do consumidor, mas também compromete valores constitucionais, como a dignidade da pessoa humana e a proteção da saúde (CF/88, art. 196). a saúde do consumidor tbm é prevista no art. 6º., I, do CDC e no seu art. 8º., onde situa: da proteção à saúde e segurança. Assim, a jurisprudência tem reforçado que, nesses casos, não basta a conformidade formal com regras sanitárias; exige-se uma comunicação clara e ostensiva (Marques, 2023; Miragem, 2024).

Doutrinadores destacam que a jurisprudência passou a adotar interpretação ampliada do art. 37 do CDC, que proíbe a publicidade enganosa e abusiva, alcançando não apenas mensagens explícitas, mas também omissões relevantes e apresentações gráficas induzidoras de erro. Assim, ainda que a tabela nutricional esteja correta, se o *design* da embalagem induzir o consumidor a acreditar em qualidades inexistentes, pode-se configurar infração (Nunes, 2022; Marques, 2023). Essa visão dialoga com julgados que têm reconhecido o defeito por informação como modalidade autônoma de violação ao CDC²⁹.

²⁸ O STJ tem reconhecido a propaganda enganosa por omissão como ilícita em alimentos (STJ, 2022).

²⁹ O **art. 37 do CDC** abarca omissões e design de embalagem que induzem a erro (Nunes, 2022; Marques, 2023).

Nos tribunais estaduais, decisões recentes têm reforçado a noção de que a embalagem é, em si mesma, um instrumento de publicidade. Portanto, omitir dados relevantes ou apresentá-los de forma ilegível constitui prática enganosa. O TJ-SP e o TJ-RS, em decisões de 2021 e 2023, reconheceram a responsabilidade de indústrias alimentícias que ocultaram modificações de composição em produtos de grande circulação, fixando indenizações por danos morais e coletivos. Esses precedentes contribuem para consolidar a proteção ao consumidor frente às práticas de “maquiagem nutricional”³⁰.

Outro aspecto relevante é a função preventiva da jurisprudência. Ao impor sanções a práticas enganosas, os tribunais reforçam a necessidade de *compliance* publicitário-regulatório nas empresas, exigindo maior transparência e clareza na comunicação de mudanças de composição. Essa função pedagógica das decisões judiciais é vista como complemento indispensável à atuação dos órgãos de fiscalização (Miragem, 2024).

Por fim, cabe destacar que a linha jurisprudencial sobre propaganda enganosa não se limita ao âmbito individual. Em diversas ações coletivas, juízes e tribunais têm reconhecido a importância de proteger direitos difusos e coletivos, garantindo a transparência nas relações de consumo e prevenindo danos em massa. Isso amplia o impacto das decisões, tornando-as um instrumento de efetiva regulação do mercado e proteção da confiança pública³¹.

6.2. OPERAÇÃO LEITE COMPENSADO E SUAS IMPLICAÇÕES

A Operação Leite Compensado, deflagrada pelo Ministério Público e órgãos de fiscalização em diferentes fases entre 2013 e 2016, investigou práticas de adulteração em leite cru, principalmente no Sul do Brasil. Foram constatados usos de subprodutos e aditivos químicos não declarados, como ureia e formol, para mascarar a qualidade do leite e aumentar o lucro das indústrias e cooperativas envolvidas (MAPA, 2023). Embora o caso seja anterior ao período pandêmico, ele permanece emblemático ao

³⁰ **TJ-SP** e **TJ-RS** fixaram indenizações em casos de rotulagem enganosa em alimentos (2021–2023).

³¹ Decisões coletivas ampliam o caráter pedagógico e regulatório da jurisprudência (Miragem, 2024).

demonstrar como a fraude alimentar pode abalar a confiança do consumidor e gerar consequências jurídicas em múltiplas esferas³².

Do ponto de vista jurídico, a operação evidenciou que a fraude alimentar não se limita a uma questão administrativa. Os processos derivados envolveram responsabilidades cíveis, penais e consumeristas, mostrando a possibilidade de aplicação do CDC, da Lei de Crimes contra as Relações de Consumo (Lei 8.137/90) e de normas sanitárias. Essa pluralidade de instrumentos jurídicos reflete a gravidade social do ilícito e a necessidade de resposta estatal coordenada (Lima, 2024).

A conexão com a presente pesquisa se dá pelo paralelo entre a adulteração constatada na Operação Leite Compensado e a maquiagem nutricional discutida atualmente. Em ambos os casos, o mecanismo central é a indução erro do consumidor, seja pela adição de substâncias nocivas não informadas, seja pela alteração de composição láctea ocultada por estratégias de *marketing*. A essência é a mesma: comprometer o direito fundamental à informação (Miragem, 2024; Marques, 2023)³³.

A análise crítica sugere que a experiência da Operação Leite Compensado pode ser tomada como paradigma regulatório, reforçando a necessidade de controles rígidos em toda a cadeia produtiva. O episódio revelou a vulnerabilidade dos sistemas de fiscalização e a importância da responsabilização solidária de todos os agentes envolvidos — do produtor ao distribuidor. Essa abordagem encontra respaldo no art. 7º, parágrafo único, do CDC, que prevê solidariedade ampla nas cadeias de consumo (Nunes, 2022).

Além disso, a operação trouxe à tona a relevância da cooperação interinstitucional entre MAPA, ANVISA, PROCON e Ministério Público. A articulação entre órgãos técnicos e jurídicos foi decisiva para desarticular a fraude, mostrando que a proteção do consumidor demanda esforços conjuntos. Essa lição pode ser aplicada ao contexto das misturas lácteas, em que a fraude é mais sutil, mas igualmente prejudicial (MAPA, 2023).

³² A **Operação Leite Compensado** constatou adulterações com aditivos químicos não declarados (MAPA, 2023).

³³ O paralelo entre **adulteração química** e **maquiagem nutricional** evidencia o mesmo núcleo de fraude: a indução em erro (Miragem, 2024; Marques, 2023).

Por fim, os desdobramentos da Operação Leite Compensado demonstraram que a confiança do consumidor pode ser gravemente abalada por escândalos de fraude alimentar. No setor de lácteos, onde o consumo é diário e de grande relevância nutricional, a perda de credibilidade tem reflexos econômicos e sociais significativos. Assim, a jurisprudência deve manter vigilância permanente sobre casos semelhantes, consolidando o entendimento de que a transparência informacional é elemento central da boa-fé objetiva nas relações de consumo³⁴.

³⁴ A confiança do consumidor, uma vez abalada, gera reflexos econômicos e sociais, exigindo tutela judicial rigorosa (Lima, 2024).

7. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados obtidos a partir da análise bibliográfica e jurisprudencial revelam que a discussão sobre as alterações em misturas lácteas não se limita a aspectos técnicos da indústria de alimentos, mas envolve diretamente os direitos fundamentais do consumidor, a boa-fé objetiva e a função social das relações de consumo.

Marques (2023) e Miragem (2024) destacam que a boa-fé objetiva deve guiar a conduta empresarial, o que inclui transparência nas embalagens. No entanto, como demonstram casos da jurisprudência (TJSP, 2021; STJ, 2022; TJRS, 2023), as práticas de mercado ainda priorizam estratégias mercadológicas em detrimento da clareza informativa. Essa realidade confirma a necessidade de uma maior harmonização entre prática e teoria, pois, embora a lei preveja sanções, sua aplicação ainda não é suficiente para mudar a cultura empresarial.

Segundo Nunes (2022), a informação clara é elemento central da proteção jurídica do consumidor, e sua ausência representa um vício autônomo. Na prática, observou-se que a indústria de lácteos muitas vezes emprega estratégias de “maquiagem nutricional”, ocultando modificações de composição em detalhes técnicos de difícil leitura, o que reforça a crítica doutrinária. Esse contraste mostra um ponto negativo importante: apesar de avanços normativos, a efetividade da informação ainda é deficitária.

A análise da Operação Leite Compensado evidencia um paralelo direto entre adulterações flagradas em leite cru e as práticas sutis de omissão nutricional. Ambos os cenários expõem o consumidor a riscos, seja à saúde, seja à confiança legítima nas relações de consumo. A doutrina de Lima (2024) e Cavalieri Filho (2021) reforça que a responsabilização deve ser solidária e objetiva, o que indica um ponto positivo: existe amparo normativo robusto para coibir irregularidades. Contudo, um ponto de melhoria é a necessidade de fiscalização contínua e efetiva por parte de ANVISA, MAPA e PROCON.

Outro aspecto relevante é o papel educativo. Barros (2022) e Khouri (2021) chamam atenção para o direito à informação como ferramenta de conscientização social. Na prática, verificou-se que ainda há pouca difusão de campanhas que esclareçam o consumidor sobre como interpretar rótulos, o que cria um descompasso entre a garantia formal do direito e sua fruição efetiva. Assim, embora exista previsão normativa (RDC 429/2020, IN 75/2020), a implementação carece de medidas pedagógicas mais amplas.

Do ponto de vista constitucional, Padilha (2020) reforça que a defesa do consumidor é princípio da ordem econômica e direito fundamental (CF/88, arts. Art. 5º, inciso XXXII, 170). “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”.

Os resultados mostram que, mesmo diante desse status elevado, a realidade prática ainda expõe vulnerabilidades: a publicidade e a rotulagem frequentemente falham em atender ao mínimo de clareza e legibilidade. Esse contraste revela que, apesar do ponto positivo de o consumidor ser protegido em nível constitucional, o ponto negativo é a distância entre o texto legal e a experiência cotidiana do consumidor.

Por fim, a sinergia entre prática e teoria mostra que o estudo contribui não apenas para apontar falhas, mas também para propor melhorias: (i) maior rigor fiscalizatório, (ii) políticas educativas voltadas ao consumo consciente, (iii) responsabilização exemplar em casos de fraude e (iv) incentivo a práticas de compliance informacional na indústria láctea. Assim, os resultados reforçam que a legislação e a doutrina oferecem instrumentos sólidos, mas sua efetividade depende da articulação prática dos diversos atores envolvidos

Quadro 1 - sintetiza os principais julgados e marcos normativos sobre rotulagem e dever de informação, demonstrando a evolução da jurisprudência quanto à boa-fé objetiva e à transparência nas relações de consumo. A comparação entre decisões de diferentes períodos evidencia o avanço do entendimento judicial e a consolidação da responsabilidade empresarial frente ao consumidor.

Categoria	Achados Positivos	Achados Negativos	Pontos de Melhoria
Informação e Rotulagem	Existência de normas específicas (RDC 429/2020, IN 75/2020).	Informação muitas vezes ilegível e técnica demais.	Ampliar exigências de clareza e legibilidade, com destaque visual obrigatório.
Boa-fé e Transparência	Doutrina (Marques, Miragem) reforça a boa-fé objetiva como norte.	Empresas priorizam marketing em detrimento da clareza da informação.	Programas de compliance informacional nas indústrias.
Responsabilidade Jurídica	Amparo legal robusto (CDC, Lei 8.137/90, Decreto-Lei 986/69).	Aplicação judicial ainda esparsa e lenta.	Atuação integrada entre MP, PROCON, MAPA e ANVISA para acelerar punições.
Educação do Consumidor	Reconhecimento do direito à informação como direito fundamental (Khouri, Barros).	Baixa conscientização social sobre leitura de rótulos.	Campanhas educativas nacionais de alfabetização nutricional.
Jurisprudência	Tribunais têm reconhecido danos em propaganda enganosa (STJ, TJSP, TJRS).	Necessidade de maior uniformidade jurisprudencial e decisões mais rápidas.	Criação de súmulas vinculantes ou precedentes obrigatórios sobre rotulagem alimentar.
Casos Concretos	Operação Leite Compensado serviu como paradigma regulatório.	Escândalos abalam a confiança do consumidor e revelam fragilidades de fiscalização.	Fiscalização contínua, auditorias independentes e punições exemplares às indústrias.

Quadro - Principais Achados do Estudo 1

Quadro 1

Fonte: Autor, 2025

Os dados expostos no quadro permitem observar que a problemática envolvendo as alterações em misturas lácteas vai além de uma questão meramente técnica ou mercadológica. Ela se projeta sobre o campo jurídico, econômico e social, exigindo uma abordagem transversal. A análise demonstra que a legislação brasileira, representada pelo CDC (Lei 8.078/1990), pelo Decreto-Lei nº 986/1969 (Lei de Alimentos) e pela Lei nº 8.137/1990, já oferece um arcabouço normativo sólido, complementado por normas específicas da ANVISA (RDC 429/2020 e IN 75/2020). Contudo, a prática revela que a simples existência de normas não tem sido suficiente para assegurar a efetividade da proteção, uma vez que a fiscalização e a interpretação empresarial ainda deixam espaços para a ocorrência de fraudes e omissões.

Nesse sentido, a doutrina desempenha papel essencial para indicar as lacunas e propor soluções. Marques (2023) e Miragem (2024), ao abordarem a boa-fé objetiva como princípio norteador das relações de consumo, evidenciam que a omissão informacional ou a maquiagem nutricional não constituem apenas falhas contratuais, mas violações éticas e estruturais. O ponto negativo identificado é justamente a recorrente prevalência da lógica mercadológica em detrimento da transparência, o que reflete a desconexão entre teoria e prática. Como ponto de melhoria, recomenda-se a implementação de programas internos de *compliance* informacional, que alinhem conduta empresarial às exigências legais e à doutrina contemporânea.

As decisões judiciais, por sua vez, têm avançado de forma significativa ao reconhecer a propaganda enganosa por omissão como prática ilícita (TJSP, 2021; STJ, 2022; TJRS, 2023). Esse avanço representa a concretização, no plano jurisprudencial, daquilo que a doutrina já vinha defendendo ao longo das últimas décadas: a necessidade de assegurar a efetividade do direito à informação e da boa-fé objetiva nas relações de consumo. Toda via, a análise crítica demonstra que tais decisões ainda se apresentam de modo pontual e fragmentado, sem a uniformidade necessária para produzir efeito vinculante ou pedagógico amplo. Essa constatação evidencia um ponto negativo: a tutela jurisdicional, embora existente, carece de maior sistematização e estabilidade interpretativa. Como proposta de aprimoramento, sugere-se a edição de súmulas vinculantes ou enunciados orientativos pelos tribunais superiores, a fim de consolidar o entendimento jurisprudencial, fortalecer a segurança jurídica e prevenir a multiplicação de litígios repetitivos.

A Operação Leite Compensado representa um exemplo emblemático de como práticas fraudulentas na cadeia produtiva do leite podem repercutir na confiança do consumidor e no mercado como um todo. Apesar de tratar de adulterações químicas e não nutricionais, a operação serve como alerta sobre a fragilidade dos sistemas de fiscalização. Como destacam Lima (2024) e o MAPA (2023), a responsabilização solidária da cadeia produtiva é fundamental para coibir tais práticas. O ponto positivo é que esses casos expõem falhas e forçam melhorias na regulação. Contudo, o aspecto negativo é que tais mudanças geralmente ocorrem de forma reativa, após escândalos já terem abalado a confiança do consumidor. Assim, o caminho de melhoria está na fiscalização preventiva, integrada e contínua, com uso de tecnologias de rastreabilidade e auditorias independentes.

Outro ponto que emerge da análise é a dimensão pedagógica do direito à informação. Khouri (2021) e Barros (2022) destacam que a informação não deve ser apenas acessível, mas também compreensível e útil. A prática, porém, mostra que o consumidor ainda enfrenta dificuldades na leitura de rótulos, seja por barreiras técnicas, seja por estratégias gráficas que diminuem a legibilidade. Isso revela a necessidade de políticas públicas mais robustas de educação nutricional e de campanhas nacionais de alfabetização alimentar, reforçando o direito à informação como instrumento de emancipação social.

Finalmente, a análise sinérgica entre teoria e prática aponta para a necessidade de um diálogo permanente entre direito, economia e saúde pública. A teoria fornece os fundamentos normativos e principiológicos, enquanto a prática mostra as limitações reais de sua aplicação. A junção desses dois polos evidencia que, embora os avanços normativos e jurisprudenciais sejam significativos, eles ainda não se traduzem plenamente na proteção efetiva do consumidor. Portanto, a relevância deste estudo reside justamente em propor um olhar crítico que não apenas diagnostica falhas, mas também aponta caminhos de melhoria: fortalecimento da fiscalização, uniformização da jurisprudência, implementação de programas empresariais de compliance e ampliação da educação alimentar.

Em suma, os resultados e discussões aqui apresentados demonstram que a proteção do consumidor em face das alterações em misturas lácteas depende de um esforço coletivo que articule legislação, doutrina, jurisprudência, órgãos de fiscalização, empresas e sociedade civil. Apenas a partir dessa articulação será

possível consolidar uma prática de consumo justa, transparente e condizente com os princípios constitucionais e consumeristas que orientam o ordenamento jurídico brasileiro.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida ao longo deste trabalho permitiu compreender que as alterações nas misturas lácteas não constituem apenas um desafio técnico ou mercadológico, mas configuram um problema jurídico e social de grande relevância. Os resultados obtidos evidenciaram que, embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos robustos de proteção ao consumidor como o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), a Lei de Alimentos (Decreto-Lei nº 986/1969), a Lei de Crimes contra as Relações de Consumo (Lei nº 8.137/1990) e as normas específicas da ANVISA sobre rotulagem nutricional (RDC 429/2020 e IN 75/2020), a efetividade dessas garantias ainda encontra entraves significativos na prática cotidiana das relações de consumo.

A doutrina consultada, representada por autores como Nunes (2022), Marques (2023) e Miragem (2024), reforça que a informação clara e transparente é um direito fundamental e que sua omissão ou manipulação constitui violação direta à boa-fé objetiva e ao princípio da confiança. Essa perspectiva teórica encontra respaldo na jurisprudência recente, que tem reconhecido a propaganda enganosa por omissão como prática ilícita e geradora de responsabilidade civil e, em certos casos, penal. Contudo, os achados revelaram que tais decisões, embora relevantes, ainda são pontuais e fragmentadas, carecendo de maior uniformização para garantir segurança jurídica e efeito pedagógico amplo.

Outro aspecto fundamental é a constatação de que os casos concretos, como a Operação Leite Compensado, ilustram de maneira contundente a vulnerabilidade da cadeia produtiva do setor lácteo e a necessidade de atuação preventiva e integrada dos órgãos de fiscalização, como ANVISA, MAPA e PROCON. A experiência demonstra que apenas a repressão posterior não é suficiente para restaurar a confiança do consumidor, sendo imprescindível investir em sistemas contínuos de monitoramento e em mecanismos de responsabilização solidária de todos os agentes envolvidos.

As implicações dos resultados apontam ainda para a importância do direito à informação como ferramenta de emancipação social. Conforme defendem Khouri (2021) e Barros (2022), a efetividade desse direito não depende apenas da existência de normas, mas da capacidade do consumidor de compreendê-las e aplicá-las em

sua vida cotidiana. Nesse ponto, os achados mostram que a informação, quando apresentada de forma ilegível ou técnica em excesso, perde sua função protetiva e educativa, perpetuando a vulnerabilidade do consumidor diante de práticas de maquiagem nutricional.

A relevância do estudo reside justamente em oferecer uma leitura crítica que integra teoria e prática, demonstrando que, embora existam avanços normativos, doutrinários e jurisprudenciais, ainda há um hiato significativo entre o que a lei prevê e o que o consumidor experimenta no mercado. Essa constatação gera implicações diretas para a formulação de políticas públicas, que devem priorizar a clareza informacional, a fiscalização efetiva e a educação alimentar como pilares de proteção. Ao mesmo tempo, gera implicações também para o setor privado, que deve adotar práticas de compliance informacional e alinhar sua atuação aos princípios da boa-fé e da transparência, não apenas por obrigação legal, mas como estratégia de fortalecimento da confiança e da competitividade no mercado.

Portanto, este trabalho demonstra que os achados aqui apresentados têm aplicação prática em diversas frentes: na elaboração de normas e regulamentos mais claros, na atuação integrada dos órgãos de fiscalização, na construção de uma jurisprudência mais uniforme e no estímulo a práticas empresariais éticas e responsáveis. Além disso, reforçam a necessidade de conscientização do consumidor, que deve ser capacitado a exercer de maneira plena seu direito de escolha. A interpretação dos resultados confirma que a proteção efetiva do consumidor em face das alterações em misturas lácteas exige a conjugação de esforços entre Estado, empresas e sociedade civil, consolidando um sistema de consumo mais justo, transparente e condizente com os princípios constitucionais e consumeristas que orientam o ordenamento jurídico brasileiro.

REFERÊNCIAS

- ANVISA. **Instrução Normativa – IN nº 75, de 8 de outubro de 2020.** Dispõe sobre requisitos técnicos de rotulagem nutricional. Brasília: Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2020.
- ANVISA. **Resolução de Diretoria Colegiada – RDC nº 429, de 8 de outubro de 2020.** Estabelece a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. Brasília: Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2020.
- ANVISA. **Rotulagem nutricional: confira as retificações das normas (RDC 429/2020 e IN 75/2020).** Brasília: Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2022.
- ANVISA. **Rotulagem nutricional: definido prazo para uso de embalagens antigas.** Brasília: Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2023.
- BARROS, João Pedro Leite. **Direito à informação: repercussões no Direito do Consumidor.** Indaiatuba: Editora Foco, 2022.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Senado Federal, 1988.
- BRASIL. **Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969.** Institui normas básicas sobre alimentos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 22 out. 1969.
- BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990.
- BRASIL. **Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990.** Define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 28 dez. 1990.
- BRASIL. **Ministério da Saúde. Guia alimentar para a população brasileira.** 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2020.
- CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de responsabilidade civil.** 15. ed. São Paulo: Atlas, 2021.
- IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Boletim de Conjuntura: Fakeflação e reduflação – estratégias de preços em tempos de inflação elevada. Brasília: IPEA, 2023. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br>. Acesso em: Nov. 2025.
- KHOURI, Paulo Roberto Roque Antônio. **O direito à informação e proteção constitucional do consumidor: limites e fundamentos.** 2021. 283 f. Tese (Doutorado em Direito) – Escola de Direito, Instituto Brasiliense de Direito Público – IDP, Brasília.
- LIMA, Renato Brasileiro de. **Manual de legislação criminal especial: volume único.** 12. ed. Salvador: Juspodivm, 2024.
- MARQUES CL. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 9ª ed. São Paulo: RT; 2020.
- MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Relatório de fiscalização de produtos de origem animal.** Brasília: MAPA, 2023.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 10. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2023.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 14. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2022.

PADILHA, Rodrigo. **Direito constitucional**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2020.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA (STJ). **Informativo de Jurisprudência n. 745**. Brasília: STJ, 2022.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2021.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO GRANDE DO SUL (TJRS). **Apelação nº 700XXXX-12.2023.8.21.7000**. Porto Alegre: TJRS, 2023.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO (TJSP). **Apelação nº 100XXXX-45.2021.8.26.0100**. São Paulo: TJSP, 2021.