

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CIDADÃO DA COMARCA DE ALFENAS – MG

PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

NOTIFICAÇÃO

Ao representante legal de
FINO SABOR INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA

NOTIFICO Vossa Senhoria que o Processo Administrativo Procon/MP nº 0016.09.000128-6 foi julgado insubsistente, de acordo com a decisão cuja cópia segue anexa, sendo encaminhado para a Junta Recursal do Procon Estadual, nos Termos do art. 52 do Decreto Federal nº 2.181/97.

Alfenas, 20 de janeiro de 2011.


FERNANDO RIBEIRO MAGALHÃES CRUZ
Promotor de Justiça

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.0016.09.000128-6

RECLAMANTE: ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café

RECLAMADO: Fino Sabor Indústria e Comércio Ltda

Vistos etc.

Instaurou-se o presente processo administrativo tendo em vista o recebimento de várias correspondências da ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café, noticiando que a empresa Fino Sabor Indústria e Comércio Ltda estaria produzindo e comercializando café torrado e moído com teor de impurezas (cascas e paus) acima do permitido em lei (fls. 08, 11/19, 24, 35), o que o tornaria impróprio ao consumo.

Termo de coleta de produtos alimentícios às fls. 03/07.

À fl. 07 notificação à Fornecedora para apresentação de documentos.

À fl. 27/29, Laudo de Análise da Fundação Ezequiel Dias.

À fl.30 solicitação de esclarecimentos ao laboratório subscritor do laudo de análise.

À fl. 31 juntada de ofício da Fundação Ezequiel Dias, com esclarecimentos.

À fls. 33/34, defesa do Fornecedor.

É a síntese do necessário.

Passo a decidir.

A Associação Brasileira da Indústria de Café, ABIC, encaminhou diversos laudos a esta Promotoria de Justiça, os quais relatam a existência de teor de impurezas (cascas e paus) no café produzido pelo Fornecedor, acima do permitido pela legislação vigente, o que o tornaria impróprio para o consumo.

Observa-se dos autos que as análises encaminhadas por referida associação são elaboradas por laboratórios particulares, patrocinados por ela mesma: CETAC (Centro Técnico de Avaliação de Café), à fl. 12; Escola SENAI “Horácio Augusto da Silveira”, à fl. 16; e, ainda, duas correspondências foram encaminhadas sem cópia dos respectivos laudos e indicação de laboratório, apenas com a notícia de que o Fornecedor estaria irregular (fls. 08, 24 e 35).

Diante do início de prova apresentado, o produto foi novamente coletado por fiscal do Procon Estadual, no comércio de Alfenas/MG, seguindo-se o procedimento instituído pelo decreto 2.181/97, e analisado em laboratório oficial, credenciado pelo Ministério Público de Minas Gerais, Fundação Ezequiel Dias (FUNED), que relatou (fl. 28):

“Presença elementos histológicos do endosperma do
café (*coffea sp*).
Analisado macro e microscopicamente (SMCP – Met
0004)
Conclusão: SATISFATÓRIO”

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CIDADÃO DA COMARCA DE ALFENAS – MG

Tem-se que, am análise oficial, constatou-se que o grau de impurezas encontrado no café não ultrapassa o limite estabelecido na Instrução Normativa nº 16, de 24 de maio de 2010, que regulamenta a atividade:

Art. 9º O percentual máximo em conjunto de impurezas, sedimentos e matérias estranhas permitido no Café Torrado em Grão e no Café Torrado e Moído será de **1,0% (um por cento)**.

§ 1º Isoladamente, o percentual máximo de matérias estranhas permitido no Café Torrado em Grão e no Café Torrado e Moído será de 0,1% (zero vírgula um por cento).

§ 2º A película prateada despreendida durante a torra do café em grão não é considerada impureza.

Verifica-se, portanto, que o Fornecedor atende às especificações legais no que tange à qualidade do produto comercializado, estando este próprio para o consumo.

Assim, julgo **INSUBSISTENTE** a alegação de que o teor de impurezas (cascas e paus) contido no Café Fino Sabor encontra-se acima do permitido em lei.

Ocorre que os subscritores do Laudo de análise nº 6974.00/2009 (fls.27/28) declaram que a expressão “O fino sabor do café” **não atende** as disposições do Código de Defesa do Consumidor, nos termos do item 3.1, do Anexo da Resolução RDC 259/02 da Anvisa, que trata da rotulagem de produtos embalados.

Em nova consulta ao laboratório, para maiores esclarecimentos, aquele informou que o rótulo foi reprovado porque a expressão

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CIDADÃO DA COMARCA DE ALFENAS – MG

utilizada pelo Fornecedor (“O fino sabor do café”) **“pode induzir o consumidor a inferir que tal marca de café apresenta qualidade superior dentre as demais”**.

O art. 31 do Código de Defesa do Consumidor estabelece:

“Art. 31 – A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam e segurança dos consumidores.”

Observa-se que os dados objeto do dever de informar são os mais variados e estão presentes no rótulo do produto em questão: características, qualidade, quantidade, composição, preço, prazo de validade, origem.

Ressalte-se que qualquer referência ao produto ou serviço deve estar coberta pela correção, clareza, precisão e ostensividade.

A norma anteriormente citada, Resolução RDC 259/02 da Anvisa, amplia a listagem do art. 31 do CDC, tratando especificamente da rotulagem de alimentos.

3.1. Os alimentos embalados não devem ser descritos ou apresentar rótulo que:

a) utilize vocábulos, sinais, denominações, símbolos, emblemas, ilustrações ou outras representações gráficas que possam tornar a informação falsa, incorreta, insuficiente, ou que possa induzir o consumidor a equívoco, erro,

possa induzir o consumidor a equívoco, erro, confusão ou engano, em relação à verdadeira natureza, composição, procedência, tipo, qualidade, quantidade, validade, rendimento ou forma de uso do alimento;

b) atribua efeitos ou propriedades que não possuam ou não possam ser demonstradas;

c) destaque a presença ou ausência de componentes que sejam intrínsecos ou próprios de alimentos de igual natureza, exceto nos casos previstos em Regulamentos Técnicos específicos;

d) ressalte, em certos tipos de alimentos processados, a presença de componentes que sejam adicionados como ingredientes em todos os alimentos com tecnologia de fabricação semelhante;

e) ressalte qualidades que possam induzir a engano com relação a reais ou supostas propriedades terapêuticas que alguns componentes ou ingredientes tenham ou possam ter quando consumidos em quantidades diferentes daquelas que se encontram no alimento ou quando consumidos sob forma farmacêutica;

f) indique que o alimento possui propriedades medicinais ou terapêuticas;

g) aconselhe seu consumo como estimulante, para melhorar a saúde, para prevenir doenças ou com ação curativa.

Os subscritores do Laudo de fls. 27/29 consideraram que a expressão “O fino sabor do café” pode levar o consumidor a erro, tratando-se, portanto, de publicidade enganosa.

A publicidade enganosa é tratada no art. 37 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 37 – É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º - É **enganosa** qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário,

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CIDADÃO DA COMARCA DE ALFENAS – MG

inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Referidos dispositivos não proíbem a publicidade, somente posicionam-se contra a publicidade perniciosa ao consumidor.

A publicidade enganosa provoca uma distorção no processo decisório do consumidor, levando-o a adquirir produtos ou serviços que, se estivesse melhor informado, possivelmente não o faria.

Não se exige prova da enganabilidade real, bastando mera enganabilidade potencial (capacidade de indução a erro). A proteção do consumidor contra a publicidade enganosa leva em conta somente sua capacidade de indução em erro, sendo inexigível que o consumidor tenha, de fato e concretamente, sido enganado.

A expressão em tela não tem o poder de induzir o homem médio a equívoco, erro, confusão ou engano, em relação à verdadeira natureza, composição, procedência, tipo, qualidade, quantidade, validade, rendimento ou forma de uso do alimento.

O Fornecedor não tem a pretensão de dar qualidades excepcionais ao seu produto, nem atribui a ele propriedades terapêuticas ou nutricionais além das que são atinentes à espécie.

Em consulta anterior do Fornecedor à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, esta assim se manifestou:

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CIDADÃO DA COMARCA DE ALFENAS – MG

“Consideramos que a expressão ‘O fino sabor do café’ é uma expressão de ‘marketing’ que não sugere diferenciação na natureza, composição ou qualidade do produto com relação aos demais alimentos da categoria”. (fl.34)

O Fornecedor tem a liberdade de utilizar, na divulgação de seu produto, dizeres que chamem a atenção do consumidor e que soem de forma agradável e comercial.

A publicidade que causa lesão é aquela que provoca uma distorção na capacidade decisória do consumidor, que se estivesse melhor informado, não adquiriria o que foi anunciado ou pagaria um preço inferior por ele. As informações devem ser claras e objetivas, baseadas em princípios de honestidade.

Ressalte-se que o CDC não dá salvo-conduto ao exagero publicitário, que por sua natureza, pode caracterizar publicidade enganosa. No entanto, no presente caso, trata-se de expressão vaga e inofensiva, isentando de responsabilidade o fornecedor.

Não há uma precisão indicativa de que o café produzido pelo fornecedor tenha um “sabor superior” aos produzidos pela concorrência, tão somente ressalta que o produto possui “o fino sabor do café”, ou seja, apresenta a característica sofisticada do sabor apresentado pelo café, de um modo abrangente.

Não há, no presente caso, publicidade enganosa ou lesiva ao consumidor, pois a expressão em tela não é falsa ou capaz de induzir o consumidor a erro.

“Anúncios exagerados que não sejam capazes de medição objetiva (‘um produto maravilhoso’) ou que não possam ser levados a sério (‘Esso põe um tigre no seu carro’) não são enganosos, ‘desde que os seus produtos não sejam de tão má qualidade ou sem valor ao ponto de cobrir de inexatidão os termos’. “ (Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos autores do anteprojeto, 7ª edição, ed. Forense Universitária, p. 295/296)

Demonstrou-se que o produto em questão atende às especificações inerentes à sua espécie, conforme já mencionado Laudo de fls. 27/29.

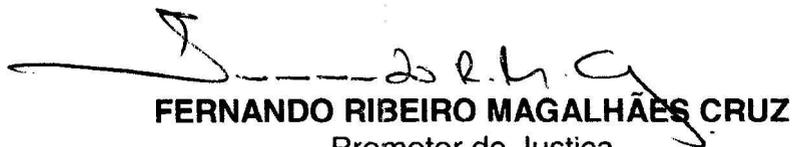
Por se tratar de avaliação subjetiva e pelos fundamentos acima expostos, desconsidero o Laudo de fls. 27/29 no que tange à avaliação de rotulagem.

Assim, julgo **INSUBSISTENTE** o presente processo administrativo e recorro de ofício da decisão, nos termos do art. 52 do Decreto Federal 2181/97, determino a subida dos autos à Junta Recursal do Procon Estadual de Minas Gerais, com as homenagens de estilo.

Antes, porém, intimar o Fornecedor da presente decisão.

Cumpra-se, na forma legal.

Alfenas, 20 de janeiro de 2011.


FERNANDO RIBEIRO MAGALHÃES CRUZ
Promotor de Justiça