



AMARBRASIL
ASSOCIAÇÃO NACIONAL PARA DEFESA DA
CIDADANIA, MEIO AMBIENTE E DEMOCRACIA

**EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) JUIZ(A) DA _____ª VARA FEDERAL DA
SEÇÃO JUDICIÁRIA DE BRASÍLIA-DF**

**AMARBRASIL – ASSOCIAÇÃO NACIONAL PARA DEFESA
DA CIDADANIA MEIO AMBIENTE E DEMOCRACIA** – organização civil sem
fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob n. 06.880.137/0001-64, com endereço na
Av. 85, nº. 503, Sala A, Setor Sul – Goiânia-GO, neste ato representada pelo seu
Diretor Superintendente, conforme Estatuto em anexo, através dos advogados
que ao final assinam, comparece à presença de V. Ex^a., com base na Lei de Ação
Civil Pública e no Código de Defesa do Consumidor, para interpor a presente

AÇÃO CIVIL COLETIVA
COM PEDIDO DE LIMINAR

em face de:

- **UNIÃO FEDERAL**, a ser citada na pessoa do Procurador
Geral da União, com endereço na Esplanada dos Ministérios, Bloco G, Brasília-DF,
CEP 70.058-900, e

- **ANVISA – AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA
SANITÁRIA**, autarquia federal especial, dotada de personalidade jurídica de
direito público, com endereço na SAI trecho 5, Área Especial 57, Bloco D, Térreo,
CEP 71.205-050, Brasília-DF, pelos fatos e fundamentos a seguir expostos.



1. DOS OBJETIVOS ESTATUTÁRIOS DA AUTORA

A Impetrante é uma associação não governamental sem fins lucrativos, constituída no ano de 2001, conforme art. 3º do Estatuto em anexo, com o objetivo e finalidade promover, entre outros, a **DEFESA:**

- da cidadania;
- da dignidade da pessoa humana;
- da construção de uma sociedade brasileira livre, justa e solidária;
- da promoção do bem de todos (...);
- do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado;
- da **sadia qualidade de vida;**
- da **defesa do consumidor;**
- da **preservação da vida e perpetuação de toda e qualquer espécie habitante do território brasileiro;**

1.1. DA LEGITIMIDADE DA AUTORA

Prescreve o Código de Defesa do Consumidor:

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente:

(...)

IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear. (g.n.)

Art. 83. Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.

(...)

Art. 87. Nas ações coletivas de que trata este código não haverá adiantamento de custas, emolumentos, honorários periciais e quaisquer outras despesas, nem condenação da associação autora, salvo comprovada má-fé, em honorários de advogados, custas e despesas processuais.

Prescreve a Lei de Ação Civil Pública:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, às ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados:

I - ao meio-ambiente;

II - ao consumidor;

(...)

Art. 2º As ações previstas nesta Lei serão propostas no foro do local onde ocorrer o dano, cujo juízo terá competência funcional para processar e julgar a causa.

Parágrafo único A propositura da ação prevenirá a jurisdição do juízo para todas as ações posteriormente intentadas que possuam a mesma causa de pedir ou o mesmo objeto.

(...)

Art. 5º Têm legitimidade para propor a ação principal e a ação cautelar:

(...)

V - a associação que, concomitantemente:

a) esteja constituída há pelo menos 1 (um) ano nos termos da lei civil;

b) inclua, entre suas finalidades institucionais, a proteção ao meio ambiente, ao consumidor, à ordem econômica, à livre concorrência ou ao patrimônio artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico,

(...)

Art. 18. Nas ações de que trata esta lei, não haverá adiantamento de custas, emolumentos, honorários periciais e quaisquer outras despesas, nem condenação da associação autora, salvo comprovada má-fé, em honorários de advogado, custas e despesas processuais.

A Impetrante é entidade associativa constituída e em funcionamento há mais de um ano, pleiteando a defesa de direito líquido e certo

não só do grupo de seus associados, mas de interesse de todos os cidadãos consumidores de refrigerantes.

1.1.1. DA DISPENSA DE AUTORIZAÇÃO PARA FORMULAÇÃO DA PRESENTE AÇÃO

A dispensa de autorização dos membros para a presente postulação já foi pacificada pelo STF quando da edição da Súmula 629, que tratou de via muito mais estreita, que é o mandado de segurança coletivo, no seguinte teor:

A impetração de mandado de segurança coletivo por entidade de classe em favor dos associados independe de autorização destes.

Inegável, *in casu*, a legitimação ativa *ad causam* da autora, tanto por representação de seus associados consumidores de refrigerantes, quanto das centenas de milhares de consumidores no território brasileiro.

1.2. DA BASE LEGAL DO PEDIDO

O art. 102 do Código de Defesa do Consumidor dispõe que:

Art. 102. Os legitimados a agir na forma deste código poderão propor ação visando compelir o Poder Público competente a proibir, em todo o território nacional, a produção, divulgação distribuição ou venda, ou a determinar a alteração na composição, estrutura, fórmula ou acondicionamento de produto, cujo uso ou consumo regular se revele nocivo ou perigoso à saúde pública e à incolumidade pessoal.

Conforme se observará no decorrer da exordial, a presente ação tem o intuito de apresentar os malefícios advindos do consumo excessivo de refrigerantes e requerer a adoção de medidas que visem a melhor informar os consumidores sobre aquilo que estão consumindo, seus efeitos e também sobre a quantidade ideal a ser ingerida para evitar o aparecimento de problemas relacionados à saúde.

Tem também por base o disposto nos arts. 6º, 196, 197 e 200, VI da **Constituição da República Federativa do Brasil**, pelos quais a **saúde é direito de todos e dever do Estado**.

2. DOS REFRIGERANTES

2.1. DA COMPOSIÇÃO DOS REFRIGERANTES

Em todos os refrigerantes são encontrados corantes, altos níveis de açúcar, adoçantes, sódio e conservantes. Em pesquisa recente¹, a Associação Pro Teste Consumidores encontrou, ainda, a presença de níveis de benzeno acima do aceitável em algumas marcas, bem como corantes que podem causar hiperatividade e alergias. Ressalta-se que refrigerantes à base de cola também contêm ácido fosfórico, que reduz a absorção de cálcio, podendo provocar osteoporose.

Em uma lata de 350 ml de refrigerante são encontradas 10 (DEZ!) colheres de chá de açúcar²!

Todos os malefícios supracitados são observados quando há um consumo excessivo de refrigerantes. Tem-se, assim, a necessidade de informar os consumidores quanto aos possíveis danos decorrentes da ingestão imoderada de refrigerantes.

2.2. DO CONSUMO DESMEDIDO

2.2.1. ESTÍMULO DAS INDÚSTRIAS. VASILHAMES DE ATÉ 3,3 LITROS

Em pesquisa realizada pelo Ministério da Saúde, denominada VIGITEL BRASIL 2008³, constatou-se que o índice de consumo de refrigerantes pelos brasileiros é alto: 40% (quarenta por cento) das pessoas entre 18 (dezoito) e 24 (vinte e quatro) anos ingerem refrigerantes.

¹ Disponível em: <<http://www.cfn.org.br/>>.

² Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/230909/acucar-droga-da-vez-p-98.shtml>>.

³ BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa. Vigitel Brasil 2008: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa. – Brasília : Ministério da Saúde, 2009. p. 54-57.

De acordo com reportagem veiculada no jornal *O Estado de São Paulo* em 08/04/2010, de 2008 para 2009 o consumo de refrigerantes e sucos artificiais aumentou 13,4% (treze vírgula quatro por cento)⁴.

Tal crescimento também é impulsionado pelo fato de as indústrias de refrigerante ampliarem cada vez mais suas embalagens. As embalagens "tamanho família" de 1L (um litro) das décadas de 80 e 90 foram sendo substituídas por recipientes que chegam a comportar entre 3L (três litros) e 3,3L (três litros e trezentos mililitros), dependendo da empresa fabricante.

Sem contar que o consumidor tem dificuldade em encontrar invólucros menores, haja vista a deliberada estratégia das indústrias de estimular a compra de quantidades maiores ao estabelecer diferenças de preço ínfimas entre os vasilhames.

Observa-se que as famílias têm reduzido seu número de integrantes radicalmente. Não raras são as famílias hoje compostas por somente 03 (três) ou 04 (quatro) membros – quando muito.

Uma garrafa de refrigerante destas proporções – 3L ou 3,3L – se mostra, assim, inviável para os padrões atuais de família, favorecendo o consumo excessivo por parte de crianças e adolescentes, principais vítimas desta estratégia de estímulo das indústrias.

2.3. DAS PROPAGANDAS

Somente em 2001 os orçamentos para propaganda da Coca-Cola e da PepsiCo giraram em torno de US\$3 bilhões somente nos Estados Unidos.⁵

As indústrias de refrigerantes têm como foco de suas campanhas o público infantil, no intuito de nelas desenvolver uma lealdade à marca e conquistar mais "fatias" do mercado. Elas realizam conferências exclusivamente para tratar sobre o marketing voltado para crianças, campanhas

⁴ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100408/not_imp535421,0.php>.

⁵ Disponível em: <<http://jama.ama-assn.org/cgi/content/full/288/17/2181>>.

promocionais mais efetivas e como relacionar as crianças emocionalmente às marcas⁶.

2.4. DAS DOENÇAS ASSOCIADAS AO CONSUMO DE REFRIGERANTES

Vários estudos foram e estão sendo desenvolvidos no sentido de esclarecer se os refrigerantes podem ser responsabilizados pelo surgimento/desenvolvimento de enfermidades.

O que se pode notar, no entanto, é que quase 40% dos estudos realizados sem patrocínio da indústria de refrigerante apresentam conclusões contrárias aos interesses dos fabricantes. No que tange aos artigos financiados pela indústria, contudo, todos trazem conclusões que lhe são favoráveis⁷.

Isto posto, passa-se à análise de algumas moléstias relacionadas ao consumo de refrigerantes.

2.4.1. OBESIDADE

Considerando-se que uma lata de refrigerante normalmente possui 150 calorias – o que corresponde a dez colheres de chá de açúcar –, a ingestão de uma lata de refrigerante por dia pode ocasionar, ao final de um ano, um aumento de peso da ordem de até 7 quilos.

Além do consumo excessivo – e que cresce consideravelmente – há pesquisas que revelam que a ingestão de caloria em forma líquida, como nos refrigerantes, pode ser mais prejudicial à saúde que a de caloria de alimentos sólidos. Isto se dá porque a caloria, em sua forma líquida, “dribla” o apetite e atrasa o aparecimento da sensação de saciedade, fazendo com que o indivíduo se alimente mais, culminando numa elevação do peso. Quando o indivíduo se alimenta de calorias sólidas, no entanto, o organismo “registra” sua entrada, e isso propicia que a sensação de repleção ocorra mais rapidamente.

⁶ Disponível em: <<http://jama.ama-assn.org/cgi/content/full/288/17/2181>>.

⁷ Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/230909/acucar-droga-da-vez-p-98.shtml>>.

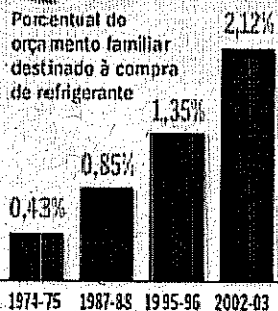


Para ilustrar, colacionamos os seguintes gráficos⁸:



O CONSUMO DE REFRIGERANTE CRESCE...

BRASIL



Fonte: IBGE 2002-2003. Análise de Responsabilidade Fiscal de Alimetas e do Estado Nacional do Brasil

As cidades que mais consomem

(porcentual de adultos com 18 anos ou mais que consomem refrigerantes cinco ou mais dias por semana)

1º	Porto Velho	37,9%
2º	Rio Branco	35,1%
3º	Cuiabá	34,2%
4º	Porto Alegre	33,9%
5º	Macapá	33,2%

As cidades que menos consomem

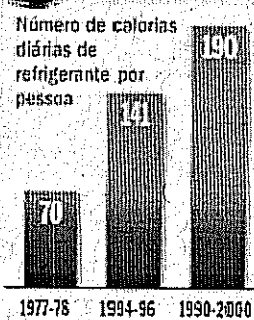
(porcentual de adultos com 18 anos ou mais que consomem refrigerantes cinco ou mais dias por semana)

1º	Natal	14,4%
2º	Teresina	17,9%
3º	Araçá	18,8%
4º	Maceló	19,7%
5º	Salvador	21,1%

Fonte: IBGE do Ministério da Saúde



EUA

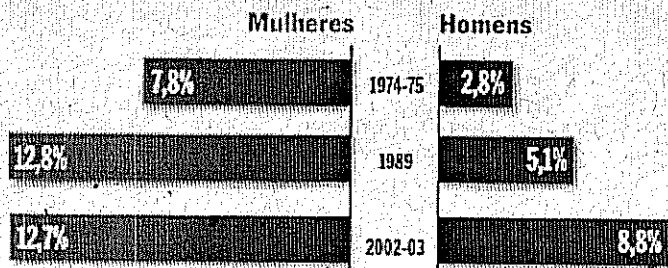


Fonte: Nielsen EPI e Procter & Gamble

...E A OBESIDADE TAMBÉM

BRASIL

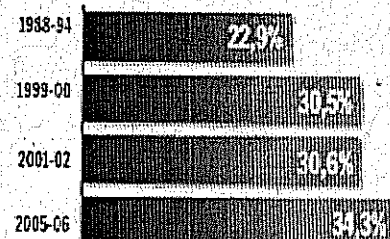
Porcentual de obesos no total da população com 20 anos ou mais



Fonte: IBGE 2002-2003. Análise de Responsabilidade Fiscal de Alimetas e do Estado Nacional do Brasil

EUA

Porcentual de obesos no total da população com 20 anos ou mais



Fonte: National Center for Health Statistics

2.4.2. CÂNCER DE PÂNCREAS

Um estudo realizado na Cingapura e liderado pelo especialista Mark Pereira, da Universidade de Minnesota, acompanhou 60.524 pessoas da Cingapura por 14 anos. Concluiu-se que a ingestão de refrigerantes com açúcar pode aumentar em até 87% (oitenta e sete por cento) as chances de uma pessoa desenvolver câncer de pâncreas caso beba refrigerantes 02 (duas) ou mais vezes por semana⁹.

⁸ Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/230909/acucar-droga-da-vez-p-98.shtml>>

⁹ Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/ciencia-tecnologia/estudo-associa-refrigerante-ao-cancer-pancreas-532001.shtml>>

De acordo com Mark Pereira,

os altos níveis de açúcar que contém os refrigerantes aumentam a insulina no organismo e contribuem para o desenvolvimento de um câncer de pâncreas.

A insulina, responsável por ajudar o corpo a metabolizar o açúcar, é produzida pelo pâncreas.

A pesquisa foi publicada na revista *Cancer Epidemiology, Biomarkers & Prevention*.

2.4.3. MALES CAUSADOS AOS DENTES

A presença do ácido fosfórico nos refrigerantes pode provocar a destruição do esmalte dos dentes. Como o esmalte não se recompõe e houve o desgaste do dente, facilita-se o surgimento de manchas acastanhadas e aumenta o grau de sensibilidade. Tudo isso faz com que seja necessário restaurar o dente¹⁰.

O consumo de refrigerantes em grandes quantidades aumenta, ainda, as chances de surgimento de cáries. As cáries decorrem da ação das bactérias e da fermentação do açúcar. Ressalta-se, no entanto, que o consumo de refrigerantes "zero" ou "diet" não eliminam a possibilidade de aparecimento de cáries, posto que ainda possuem carboidratos fermentáveis em grandes quantidades.

De acordo com os odontólogos, o recomendado é que se faça um uso moderado dos refrigerantes. O ideal seria restringir o consumo aos finais de semana, evitando-se excessos.

2.4.4. OSTEOPOROSE

Quando há ingestão de refrigerante, ocorre certo desequilíbrio no organismo. Com a grande quantidade de fósforo presente neste

¹⁰ Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/agencias/ae/comportamento/detail/2009-12-03-621318.shtml>>.

tipo de bebida, o organismo necessita de cálcio para processá-lo. O cálcio, assim, muitas vezes é retirado dos ossos, o que ocasiona a osteoporose.

De acordo com um estudo publicado na revista científica *American Journal of Clinical Nutrition* – liderado por Katherine Tucker, da Universidade Tufts, de Boston –, verificou-se que mulheres que fazem a ingestão regular de refrigerantes à base de cola aumentam as chances de desenvolvimento da osteoporose¹¹.

Na opinião da pesquisadora,

(...) especialmente nesse tipo de refrigerante e em doses diárias, o ácido fosfórico cria uma acidez no sangue. O cálcio seria então retirado dos ossos para que o corpo voltasse a um equilíbrio. Mas esta visão é controversa.

Neste mesmo sentido dispõe o trabalho do Prof. Dr. Carlos Alexandre Fett, da Faculdade de Educação Física da UFMT, sobre os efeitos do refrigerante no organismo (doc. anexo). Em seu trabalho ele expõe os efeitos após 60 (sessenta) minutos da ingestão de uma lata de refrigerante:

As propriedades diuréticas da cafeína entram em ação. Você urina. Agora é garantido que porá para fora cálcio, magnésio e zinco, os quais seus ossos precisariam. Conforme a onda abaixa você sofrerá um choque de açúcar. Ficará irritado. Você já terá posto para fora tudo que estava no refrigerante, mas não sem antes ter posto para fora, junto, coisas das quais farão falta ao seu organismo.

3. DAS MEDIDAS QUE VÊM SENDO ADOTADAS POR OUTROS PAÍSES

Recentemente circulou nos Estados Unidos uma propaganda produzida pelo governo de Nova York em que uma garrafa de refrigerante era derramada, despejando gordura em um copo¹². O foco desta publicidade é estimular a redução do consumo de refrigerantes através de imagens fortes.

Nova York também tem feito campanhas no sentido de aumentar a incidência de impostos sobre refrigerantes e fast-foods e de reduzi-

¹¹ Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/ciencia/interna/0,,OI1178442-EI298,00.html>>.

¹² Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,campanha-mostra-refrigerante-despejando-copo-de-banha,447310,0.htm>>.

los no comércio de frutas e vegetais. Cafés, restaurantes e lanchonetes foram obrigados a especificar a quantidade de calorias dos alimentos expostos em seus cardápios.

Um estudo publicado no *New England Journal of Medicine* trouxe a criação de um imposto como forma de controlar a epidemia de obesidade que assola os Estados Unidos. De acordo com este estudo, um imposto de 1% (um por cento) a cada 30 (trinta) gramas de refrigerante seria o suficiente para tanto, além de gerar uma renda extra de US\$15 bilhões anuais ao governo. Não obstante, reduzir-se-ia consideravelmente o gasto da saúde com pessoas obesas. Tal imposto redundaria em um aumento de 20% (vinte por cento) nos preços dos refrigerantes, bem como na redução de 20 (vinte) calorias por dia no consumo de uma pessoa¹³.

Ainda nos Estados Unidos, o professor Walter Willett, chefe do Departamento de Nutrição da escola de saúde pública de Harvard, tem tentado convencer a indústria a adotar uma fórmula de refrigerante que tenha, no máximo, 50 (cinquenta) calorias – o equivalente a três colheres de chá de açúcar –, sendo menos prejudicial à saúde. Hoje uma lata de refrigerante possui em torno de 150 (cento e cinquenta) calorias.

Ainda no continente americano, o México está banindo os refrigerantes das escolas, devido ao intenso ritmo de crescimento da obesidade.

Na Europa, Inglaterra e França estão proibindo a propaganda de refrigerantes na televisão. Alemanha e Bélgica proibiram a venda de refrigerantes nas escolas e nos comércios localizados em suas imediações. Na Irlanda as celebridades não podem fazer comerciais de refrigerantes direcionados ao público juvenil¹⁴.

Todos os exemplos supracitados mostram o comprometimento das demais nações em incentivar a redução do consumo dos refrigerantes, buscando controlar a obesidade e inserir uma alimentação mais saudável desde a tenra idade.

¹³ Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,eua-estudam-imposto-sobre-consumo-de-refrigerante,439057,0.htm>>.

¹⁴ Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/230909/acucar-droga-da-vez-p-98.shtml>>.

4. DAS MEDIDAS EM TRAMITAÇÃO NO BRASIL

No estado de São Paulo tramita Projeto de Lei que visa à proibição da venda de alimentos que contribuem para a obesidade infantil, tanto nas cantinas de escolas públicas quanto privadas.

A intenção do Projeto é restringir a utilização de alimentos que contenham alta densidade energética mas que não apresentem quantidades relevantes de fibras e micronutrientes. Estão contemplados, assim, as balas, biscoitos recheados, salgadinhos e refrigerantes.

Tais medidas são apenas amostras de que a sociedade necessita de ações mais assertivas no que tange ao consumo indiscriminado e excessivo de refrigerantes.

5. CONCLUSÕES

A melhoria das condições de vida permitiu aos cidadãos maior acesso aos itens supérfluos. A possibilidade de servir refrigerantes às visitas durante as refeições dá a muitos a sensação de ascensão social. Não raros são os lares em que não mais se consome água, mas apenas refrigerante!

Tem-se também o fato de que muitos pais têm dificuldade em controlar o consumo de refrigerante dos filhos dentro de casa. Que dirá fora dela.

É notório que os malefícios decorrentes do abuso de refrigerantes não são amplamente divulgados. Não há interesse por parte das indústrias de refrigerantes para que isso ocorra. E isso afeta diretamente os consumidores!

A presente ação não tem o intuito de coibir o consumo de refrigerantes, tampouco "ditar" o que deve ou não o cidadão fazer. Ela busca a proteção dos consumidores para que o Poder Público tome medidas que possam informar o cidadão sobre aquilo que ele consome, seus riscos e a quantidade segura de consumo para que se mantenha uma vida saudável.



AMARBRASIL
ASSOCIAÇÃO NACIONAL PARA DEFESA DA
CIDADANIA, MEIO AMBIENTE E BEM-ESTAR

Mais ainda, esta ação visa a reduzir para o Estado Brasileiro e para o Serviço Público de Saúde os gastos advindos dos tratamentos relacionados à obesidade, osteoporose, ao tratamento dentário etc.

Guardando as devidas proporções, a intenção desta ação é a mesma daquela que determinou que as cervejarias recomendassem o consumo moderado da bebida e também de outra que proibiu a veiculação de comerciais de cigarro e estabeleceu que em suas embalagens deveriam vir estampadas imagens com os efeitos causados pelo mesmo.

DOS PEDIDOS

Assim, tem-se que o **consumo excessivo** de refrigerantes – especialmente pelo consumidor infantil e adolescente – se revela nocivo à saúde da população em geral, com elevação dos gastos do Poder Público com serviços de saúde, representando uma ameaça silenciosa à saúde de todos os consumidores e às gerações futuras.

Por todo o exposto e tendo como fundamento o art. 102 do Código de Defesa do Consumidor e arts. 6º, 196, 197 e 200, VI da **CRFB**, pelos quais a **saúde é direito de todos e dever do Estado**,

REQUER:

a) concessão de medida **LIMINAR** para que no prazo de 90 (noventa) dias a **UNIÃO FEDERAL** e a **ANVISA – AGÊNCIA DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA** apresentem proposta e/ou plano, conjunto ou isoladamente, para impor às indústrias e/ou distribuidores e/ou vendedores de refrigerantes e similares a obrigação de advertir ao consumidor – especialmente os consumidores infantil e adolescente – para os riscos quanto ao consumo excessivo do produto, promovendo a implementação do referido plano/proposta;

a.1.) obrigação de advertência a ser feita tanto nos rótulos e embalagens dos produtos, quanto no material publicitário veiculado em rádio, televisão e impressos;

b) em **SENTENÇA DEFINITIVA**, seja julgada totalmente procedente a ação para determinar que a UNIÃO FEDERAL e a ANVISA – AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA imponham fiscalização e controle sobre a publicidade e oferta de refrigerantes ao consumidor brasileiro, impondo às indústrias de refrigerantes a obrigação:

b.1.) de inserir nos rótulos de seus produtos e em suas peças publicitárias, virtuais, televisivas, radiofônicas a **ADVERTÊNCIA** ao consumidor com os seguintes textos:

- "O CONSUMO EXCESSIVO DESTE PRODUTO PODE CAUSAR OBESIDADE, CÂNCER DE PÂNCREAS, OSTEOPOROSE E PROBLEMAS DENTÁRIOS";

- "NÃO SUBSTITUA O CONSUMO DIÁRIO DE ÁGUA POR ESTE PRODUTO";

b.2.) de indicar nos vasilhames, em letras legíveis e destacadas, a quantidade diária máxima de consumo recomendada do produto, conforme a faixa de idade do consumidor;

b.3.) de oferta de refrigerantes em vasilhames que restrinjam o consumo excessivo, limitando a 1,5 Litro – ou seja, um litro e meio – a quantidade máxima de refrigerante oferecido por vasilhame ao consumidor brasileiro;

c) a citação da:

- UNIÃO FEDERAL, na pessoa do Procurador Geral da União;
- ANVISA – Agência de Vigilância Sanitária, ambas nos endereços já indicados.



AMARBRASIL

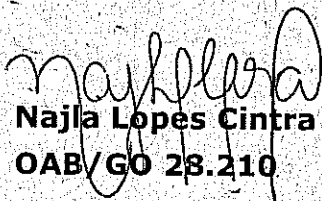
ASSOCIAÇÃO NACIONAL PARA DEFESA DA
CIDADANIA, MEIO AMBIENTE E DEMOCRACIA


Protesta pela juntada de todos os meios de provas em
direito admitidas.

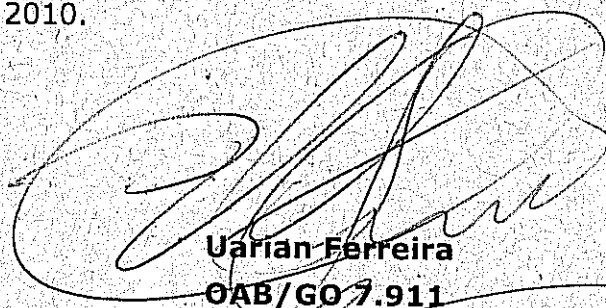
Ao teor do art. 18 da Lei de Ação Civil Pública e art. 84 do
CDC, requer a isenção de custas e emolumentos, atribuindo-se à causa o valor
de R\$8,00 (oito reais).

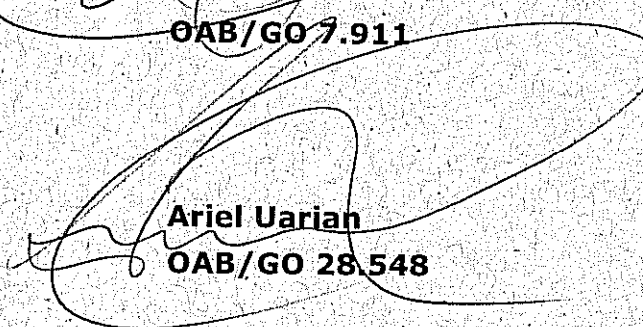
Termos em que
pede deferimento.

Brasília, 15 de abril de 2010.


Najla Lopes Cintra
OAB/GO 28.210


Helena Goulart
OAB/GO 28.234


Uarian Ferreira
OAB/GO 7.911


Ariel Uarian
OAB/GO 28.548