

## TRABALHOS FORENSES / CASES STUDIES

### *1. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DIREITO DO CONSUMIDOR. PROPAGANDA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS. CORRETA INFORMAÇÃO ACERCA DOS RISCOS E POTENCIAIS DANOS QUE O CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS CAUSA À SAÚDE*

---

TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL — 4ª REGIÃO

Apelação Cível n. 2002.04.01.000611-1/PR — 3ª Turma

Relatora: Desembargadora Federal Marga Inge Barth Tessler

Apelantes: Associação de Defesa e Orientação ao Cidadão (ADOC) e  
Sociedade Humanitária Tucuxi

#### EMENTA

AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DIREITO DO CONSUMIDOR. PROPAGANDA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS. CORRETA INFORMAÇÃO ACERCA DOS RISCOS E POTENCIAIS DANOS QUE O CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS CAUSA À SAÚDE.

1. É possível e exigível do Judiciário, impor determinada conduta ao fornecedor, sem que esta esteja expressamente prevista em lei, desde que afinada com as políticas públicas diretamente decorrentes do texto constitucional, pois traduz-se em dever do Estado, do qual o Judiciário é poder, de acordo com o art. 196 da Constituição.

2. O consumo de alcoólicos não interessa só à comunicação social, propaganda e ao comércio de tais produtos, interessa sob o aspecto da saúde pública, da proteção do menor e do adolescente, da segurança veicular, do direito de informação e de proteção ao consumidor.

3. O comando do art. 9º, do Código do Consumidor, indica os direitos básicos do consumidor à informação adequada e clara sobre o produto e sobre os riscos que apresenta, sobretudo, tratando-se de produto potencialmente nocivo à saúde, cuja informação deve ser feita de maneira ostensiva, a despeito da Lei n. 9.294/96 ter deixado de classificar como alcoólicas as bebidas com teor menor que 13 graus Gay Lussac, desviando-se das políticas públicas respectivas.

4. Assegurado o alerta básico em todos os comerciais de produtos alcoólicos, sobre o seu teor alcoólico, de que o consumo de bebidas em excesso pode causar dependência, não deve ser consumido por gestantes e de que é proibida a venda para menores de 18 anos.

5. A ABRABE fica condenada a realizar a publicidade institucional às suas associadas e ao público em geral, em 3 (três) jornais de grande circulação nacional, com uma inserção semanal durante seis meses.

6. A União fica condenada a expedir orientação aos seus órgãos sanitários e do consumidor no sentido de veicular anúncios alertando sobre os malefícios do consumo de bebidas alcoólicas.

7. Parcialmente provido o recurso.

### ACÓRDÃO

Vistos e relatados estes autos entre as partes acima indicadas, decide a Terceira Turma do Tribunal Regional Federal da 4ª Região, por unanimidade, dar parcial provimento ao recurso, nos termos do relatório, voto e notas taquigráficas que ficam fazendo parte integrante do presente julgado.

Porto Alegre, 01 de abril de 2003.

Desembargadora Federal *Marga Inge Barth Tessler*, Relatora.

### RELATÓRIO

Trata-se de apelação em Ação Civil Pública movida pela Associação de Defesa e Orientação ao Cidadão, ADOC, e pela Sociedade Humanitária Tucuxi, ações posteriormente reunidas, ajuizadas contra a União, o Ministério da Saúde, o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor e a ABRABE, Associação Brasileira de Bebidas, entidade privada. Persegue a condenação dos réus a fazer constar, nos atos publicitários referentes a bebidas alcoólicas, a advertência de forma clara e ostensiva, modo escrito ou sonoro, do indicativo de que o consumo de bebidas alcoólicas acarreta riscos e potenciais danos à saúde. Requerem a correta rotulagem dos alcoólicos, com indicativo claro sobre os riscos e a condenação do Ministério da Saúde a apresentar o mapa de informação previsto na Lei n. 6.368/76 e Resolução n. 3/78, divulgando os gastos públicos pelo SUS referentes ao atendimento das vítimas do alcoolismo. Pretendem, ainda, a fixação da responsabilidade solidária dos requeridos com a indenização ao SUS dos valores despendidos, nos termos dos arts. 95 e 103 da Lei n. 8.078/90 e arts. 8º e 13 da Lei n. 7.347/85. Foi pedida e indeferida a liminar, para que os órgãos de defesa do consumidor tomem providências para a verificação da efetivação da publicidade e orientem por escrito os Procons estaduais; determinação para que a ABRABE oriente seus filiados no que se refere às peças publicitárias, proibindo-se a publicidade indiscriminada, mas apenas das 21 horas

às 6 da manhã. A sentença proferida em 18.01.2001, reconheceu a ilegitimidade passiva da ABRABE e a legitimidade da União. Reconheceu a legitimidade ativa da ADOC, negando-a em relação à Sociedade Tucuxi. No mérito, julgou improcedente a ação pois entendeu que o Judiciário não poderia impor aos fabricantes de bebidas a inclusão de mensagem sem que seu teor esteja previsto em lei, no caso a Lei n. 8.078/90, que não prevê a pretendida mensagem publicitária. Por outro lado, não há prova de que o álcool seja nocivo à saúde. Recorreu a ADOC, postulando o provimento do apelo para declarar a inconstitucionalidade do parágrafo único do art. 1º da superveniente Lei n. 9.294/96, que diz que "Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac". Insurge-se também contra a imediata observância do referido dispositivo por todas as empresas produtoras e importadoras de produtos alcoólicos, com base na Lei n. 8.078/90, arts. 1º, 8º, 9º, 10, 22, 30, 31 e 63, na Lei das Contravenções Penais, art. 63 e também art. 5º, XXXII, 6º, 23, I, II, 24, VIII, XII, 170, V e 220 da Constituição. Em sede recursal, o Ministério Público Federal opinou pelo provimento parcial do recurso, independente de declaração de inconstitucionalidade do parágrafo único do art. 1º da Lei n. 9.294/96, superveniente ao ajuizamento das ações. É o relatório.

Desembargadora Federal *Marga Inge Barth Tessler*, Relatora.

## VOTO

### Preliminares

Legitimidade das autoras: É de ser confirmada a sentença na questão da legitimidade da autora ADOC. A associação está expressamente autorizada pelo ato constitutivo à defesa do interesse dos consumidores, no caso especial desta ação dos consumidores de bebidas alcoólicas. No que respeita à Sociedade Humanitária Tucuxi, não está regularizada a sua situação, inclusive os estatutos juntados são do Grupo de Proteção ao Boto Tucuxi. Trata-se de entidade dedicada à proteção animal, infrutíferas as tentativas no sentido de elucidar (fls. 421 e seguintes) a questão. Correta, pois, a sua exclusão do feito. Incompetência do Juízo: a questão também foi solucionada com acerto, o juízo é competente. A tese da União é na verdade a de limitação da extensão territorial dos efeitos da decisão. Neste aspecto, há muitos precedentes, *v. g.*, AC 1999.04.01.079865-8, bem como posição doutrinária firme a amparar solução idêntica ao caso em pauta, rejeitada a preliminar. Legitimidade da ré Associação Brasileira de Bebidas. Para solucionar a questão da legitimidade passiva da ABRABE, há que se verificar a contestação da entidade (fls. 171 e seguintes) e examinar seus objetivos (fl. 190). Na referida peça a ABRABE reconhece que na ação n. 94.0011681-0, 6ª vara do Paraná (fl. 173, 3.4) pediu o seu ingresso como litisconsorte passiva. A ré ABRABE manifestou interesse no resultado do feito anterior onde se requeria a condenação da União a exigir que as empresas vendedoras e

fabricantes de bebidas alcoólicas rotulassem os produtos incluindo a advertência de que o “consumo de álcool acarreta danos à saúde”. A ação foi julgada procedente, sentença confirmada em grau de recurso e nunca cumprida a liminar (fl. 06). O pedido, naquela ação, após a superveniência de lei regedora da publicidade de fumíferos, agrotóxicos e alcoólicos está parcialmente prejudicado, mas no mínimo, a atuação anterior da entidade associativa já demonstra o grau de interesse e vinculação que tem com as questões debatidas. A conduta processual da parte abre ensejo a sua vinculação ao novo processo. Ora, se não pode ser responsabilizada civilmente pela condenação que é pedida, tem a ré ABRABE responsabilidade social perante o público consumidor em geral, e entre os seus objetivos sociais expressos está o de colaborar com as autoridades administrativas, orientando os associados. Por outro lado, essa ação civil pública tem entre os seus vários objetivos o escopo promocional. Este objetivo promocional é, na lição de Gustavo Tepedino,<sup>(1)</sup> o de trazer a questão ao foro público, debatê-la, torná-la conhecida, fazer a sociedade civil refletir sobre o problema. Mesmo uma ação civil pública eventualmente improcedente atinge parcialmente o seu efeito promocional, pois promove, no mínimo, o debate sobre a questão. Ademais, como cabe à ABRABE orientar os seus associados, pode ser condenada, sim, a orientá-los publicamente, fazer-lhes a comunicação institucional sobre as questões debatidas, tudo isso já contribuindo para a divulgação da recomendação, alertas, precauções, de molde a reforçar nos produtores e vendedores de alcoólicos a sua responsabilidade social. O consumidor pode não saber, face à deficiência de informações, sobre o efetivo teor alcoólico da bebida, mas o produtor sabe muito bem e deverá assumir os riscos e conseqüências se preferir ocultar tal indicação em sua rotulagem. A questão fica mais explicitada quando a própria Associação — ABRABE — passar a divulgar os alertas e esclarecimentos aos consumidores, por força desta decisão. Por fim, a remarcar mais firmemente a questão da legitimidade passiva da ré ABRABE está a consideração de que se está na verdade no âmbito do direito sanitário, onde rigorosamente todos têm deveres, sendo a questão de relevância pública (art. 197<sup>(2)</sup> e art. 129<sup>(3)</sup>, ambos da Constituição). A relevância pública é conceito mais abrangente que o interesse público e, especialmente no direito sanitário, impõe deveres aos particulares.

---

(1) TEPEDINO, Gustavo. A questão ambiental, o Ministério Público e as Ações Cíveis Públicas. \_\_\_\_\_ . In: *Temas de Direito Civil*. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

(2) Art. 197. São de relevância pública as ações e serviços de saúde, cabendo ao Poder Público dispor, nos termos da lei, sobre sua regulamentação, fiscalização e controle, devendo sua execução ser feita diretamente ou através de terceiros e, também, por pessoa física ou jurídica de direito privado.

(3) Art. 129. São funções institucionais do Ministério Público:

I — promover, privativamente, a ação penal pública, na forma da lei;

II — zelar pelo efetivo respeito dos Poderes Públicos e dos serviços de relevância pública aos direitos assegurados nesta Constituição, promovendo as medidas necessárias a sua garantia;

## MÉRITO

Prossigo e passo a enfrentar a questão de fundo, e afasto a fundamentação acolhida pela r. sentença no sentido de que é impossível ao Judiciário, por ato seu, impor a produtores e fabricantes em geral, a inclusão de determinada mensagem em seus produtos, sem que a lei preveja tal obrigação aos produtores e sem que o próprio teor da mensagem venha impressa na lei. A tese não pode mais ser aceita no atual estágio do desenvolvimento da cultura jurídica e da missão do Judiciário como poder. Desconsiderou totalmente a noção de “políticas públicas” no caso políticas públicas diretamente decorrentes da Constituição Federal de 1988. *Norberto Bobbio*<sup>(4)</sup> já observava a mudança de paradigmas no direito público, vendo-se o Estado como forma complexa de organização social, no qual o direito, a lei, é um dos elementos constitutivos. O prof. *Diogo de Figueiredo Moreira Neto* de longa data observa estes aspectos<sup>(5)</sup>. A questão das políticas públicas é desenvolvida por *Maria Paula Dallari Bucci*<sup>(6)</sup> que constrói o conceito de política pública advertindo que é um construído social e um construído de pesquisa, tratando-se de um programa de ação governamental para um setor da sociedade ou um espaço geográfico. Segundo a autora citada, tratando-se de instrumentos de ação dos governos, o *government by polices* que desenvolve e aprimora o *government by law*, redirecionando o eixo de governo, do governo da lei para as políticas. As políticas, diz a autora, são uma evolução em relação à idéia de lei em sentido formal, assim como essa foi uma evolução em relação ao *government by men*, anterior ao constitucionalismo. *Ronald Dworkin*<sup>(7)</sup> fornece uma idéia fundante sobre a questão ao referir que a política, isto é, a política pública designa uma espécie de padrão de conduta, *standart*, que assinala uma meta a alcançar gerando ou procurando uma melhoria em alguma característica econômica, política ou social da comunidade. Já os princípios expressos na Carta Política tendem a estabelecer um direito individual a ser oposto ao Estado enquanto as políticas públicas têm uma meta, ou uma finalidade coletiva. Por exemplo o “combate à inflação”. O modelo das políticas públicas não exclui o da legalidade, mas convive com ela. As políticas públicas podem ser entendidas como forma de controle da discricionariedade. Verifique-se que o art. 196<sup>(8)</sup> da Constituição elenca o dever do Estado em estabelecer políticas públicas de saúde e que tais políticas (art. 157 da Constituição) são de relevância pública.

Existem políticas e programas governamentais de combate ao alcoolismo. É possível ao Judiciário, sim, determinar a implementação e dar efe-

---

(4) BOBBIO, Norberto. *Estado, Governo e Sociedade* (56/22).

(5) NETO, Diogo Moreira. *Mutações do Direito Administrativo*. Rio de Janeiro: Renovar, 2000, p. 185.

(6) BUCCI, Maria Paula Dallari. *Direito Administrativo e Políticas Públicas*. São Paulo: Saraiva, 2002.

(7) DWORKIN, Ronald. *Los Derechos en Serio*. Barcelona: Ariel.

(8) Art. 196. A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação.

tividade às políticas públicas sanitárias. Afasto o óbice da inexistência de lei específica a comandar o teor das mensagens. Por outro lado, a Constituição de 1988, no art. 170, V, elege como princípio geral a defesa do consumidor e o art. 220, § 3º, II e § 4º, estabelece a competência federal na questão da comunicação social de modo a permitir que “as pessoas possam defender-se de agressões à sua saúde”, estabelecendo que a propaganda de bebidas alcoólicas está sujeita a restrições, e este dispositivo abre oportunidade à plena justicialidade da questão no aspecto multidisciplinar. O consumo de alcoólicos não interessa só à comunicação social e propaganda, ao comércio de tais produtos para os quais a Lei n. 9.294/96 poderia ser suficiente, o que se admite para argumentar. Interessa sob o aspecto da saúde pública, sob o aspecto da proteção do menor e do adolescente, no aspecto da segurança veicular, no aspecto do direito de informação e de proteção ao consumidor; vê-se, assim, que a Lei n. 9.294/96 não esgotou o assunto e não é a única pauta que deve ser obedecida pelos produtores e comerciantes de alcoólicos. A questão é multidisciplinar tal qual no direito ambiental, e o empreendedor do comércio de bebidas deve obediência a todas as regras que incidem sobre o produto de sua fabricação ou comércio. Utilizo o art. 335 do CPC e considero que são notórias a nocividade e periculosidade do consumo excessivo de bebidas alcoólicas. O álcool causa dependência química e é causa de acidentes de trânsito, assim, sob o aspecto da legislação consumerista, o condutor veicular e o consumidor em geral precisam saber com transparência o teor alcoólico real daquilo que consomem. São direitos básicos do consumidor a informação adequada e clara sobre o produto e sobre os riscos que apresenta. No caso, tratando-se de produto potencialmente nocivo à saúde a informação deve ser feita de maneira ostensiva, é o comando claro do art. 9º, do Código do Consumidor, sendo que *Zelmo Denari*<sup>(9)</sup> apresenta o seguinte comentário:

“O dispositivo faz alusão aos produtos e serviços que podem ser colocados no mercado de consumo, apesar de potencialmente nocivos ou perigosos, como sugerem os seguintes exemplos:

- fornecimento de bebidas alcoólicas, fumo e agrotóxicos (produtos nocivos à saúde);
- fornecimento de fogos de artifício (produto perigoso);
- fornecimento de material radioativo (produto nocivo à saúde e perigoso a um só tempo);
- dedetização de prédios (serviço nocivo à saúde);
- demolição de prédios (serviço perigoso).

---

(9) DENARI, Zelmo. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do Anteprojeto*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1988.

De todos, os que mais preocupam são os fornecimentos de bebidas alcoólicas e de fumo, cujos níveis de consumo são mais altos. Os fabricantes de cigarros vêm cumprindo, de forma satisfatória a exigência legal de informar a respeito da nocividade do produto e dos riscos inerentes ao respectivo consumo. No entanto, os fabricantes de bebidas alcólicas ainda não se conscientizaram do dever de prestar informações adequadas a respeito dos riscos inerentes à ingestão imoderada do álcool, principalmente durante o período de gestação. Nas hipóteses elencadas, o fornecedor deverá informar de maneira ostensiva e adequada a respeito da respectiva nocividade ou periculosidade.

Uma informação é ostensiva quando se exterioriza de forma tão manifesta e translúcida que uma pessoa, de mediana inteligência, não tem como alegar ignorância ou desinformação. É adequada quando, de uma forma apropriada e completa, presta todos os esclarecimentos necessários ao uso ou consumo de produto ou serviço.”

Por fim, a edição da Lei n. 9.294/96 implica em reconhecimento parcial do pedido, o que já rende ensejo à parcial procedência da lide. Sobre a edição da Lei n. 9.294/96, alertando sobre o teor alcoólico de vinhos e cervejas, o pedido de declaração de inconstitucionalidade por ter a referida lei afrontado decisões judiciais, não cabe declaração de inconstitucionalidade sob este viés. Já no que respeita a alegação de que a Lei n. 9.294/96 teria afrontado o § 4º do art. 220 da Constituição Federal de 1988, em razão de ter deixado fora de sua abrangência o vinho e a cerveja, por classificar como alcoólicas “para efeitos da lei as com teor alcoólico superior a 13 Gay Lussac”, desconsiderando a classificação científica e internacional do Decreto n. 73.267/73, § 2º (mais de 0,5 Gay Lussac) e por praticamente restringir-se a acolher os dispositivos expedidos pelos próprios fabricantes, há efetivamente fortes indícios de que a lei se desviou das políticas públicas sobre a questão, tanto no que se refere ao aspecto sanitário, quanto de proteção e informação ao consumidor, não se mostrando obediente aos princípios da razoabilidade e proporcionalidade, contudo, há possibilidade de solucionar a demanda sem enfrentar a questão da constitucionalidade. Quanto aos dizeres veiculados no pedido, não se os acolhe como mais adequados, mas a parcial procedência da ação para assegurar o alerta básico em expressão gráfica adequada (afastadas as letras minúsculas ou inserção visual rápida) no caso de comerciais pela televisão, do real teor alcoólico e de que o consumo de bebidas em excesso pode causar dependência, não deve ser consumido por gestantes e de que é proibida a venda para menores de 18 anos. A ré ABRABE fica condenada a realizar a publicidade institucional às suas associadas e ao público em geral, em 3 (três) jornais de grande circulação nacional, com uma inserção semanal durante seis meses, e a União é condenada a expedir orientação aos seus órgãos sanitários e do

consumidor no sentido de veicular anúncios alertando sobre os malefícios do consumo de bebidas alcoólicas.

ISSO POSTO, dou parcial provimento à apelação.

É o voto.

Desembargadora Federal *Marga Inge Barth Tessler*, Relatora.

## COMENTÁRIO

*Fernando Lefevre* (\*)

Em recente congresso da área de Educação Física foi apresentado um trabalho que tinha o título — evidentemente jocoso — de “O Ministério da Saúde adverte: viver faz mal à saúde”. O espírito da apresentação era o de contestar a legitimidade da proposta tão contemporânea de esquadriñar, controlar e vigiar a vida aprisionando-a num agregado de comportamentos regradados segundo uma lógica estritamente sanitária.

O problema das chamadas “campanhas sanitárias” reside justamente no fato de que ninguém é contra (quem pode ser?), mas também que ninguém é a favor.

Parece que estas formas de ação têm muito mais o objetivo de aplacar a má consciência coletiva do que de interferir positiva e concretamente frente aos problemas que são seu tema ou objeto.

De fato, a vida cotidiana e as campanhas parecem duas estradas paralelas que, enquanto tal, não se encontram.

De um modo mais geral, como colocamos em nosso livro *Promoção de Saúde: A negação da negação* (Lefevre & Lefevre 2004): “*O desenvolvimento, entre nós brasileiros, da comunicação social em saúde, como parte da dimensão subjetiva da Saúde, vem sendo persistentemente dificultado devido ao não adequado entendimento de uma tensão de natureza estrutural que preside as relações comunicativas entre as autoridades sanitárias/profissionais de saúde e a população/usuários/clientes/consumidores, que decorre de um conflito entre a Lógica Sanitária, que preside os sentidos dominantes no campo sanitário e a Lógica do Senso Comum ou da população, que preside os sentidos dominantes no universo do senso comum.*”

Como estudiosos do assunto vimos acompanhando há mais de vinte anos este conflito de lógicas e não estamos percebendo, pelo menos entre

---

(\*) Professor Titular. Faculdade de Saúde Pública da USP. E-mail: <flefevre@usp.br>.

nós brasileiros, sinais de uma evolução que indique mudanças sociais e ideológicas significativas.

A lógica sanitária estuda e prescreve os comportamentos desejáveis e indesejáveis em conformidade com a ciência e o conhecimento técnico especializado para que os corpos e as mentes dos indivíduos comuns apresentem e mantenham um funcionamento normal e adequado ou não apresentem funcionamento anormal, segundo estes padrões.

Para ter saúde seria portanto necessário, positivamente, adotar uma série de comportamentos ou pautas de conduta prescritas pelos especialistas e, negativamente, não adotar comportamentos ou pautas de conduta consideradas por estes mesmos especialistas como prejudiciais à saúde.

O problema então se resumiria em aperfeiçoar o processo de comunicar o que precisa ser feito e o que não pode ser feito ou desenvolver os esforços e tecnologia necessárias para conseguir educar os cidadãos para que façam o que precisa ser feito e não façam o que não deve ser feito.

Além disso, e paralelamente, implementar a dimensão legal do problema, ou seja, obrigar o cidadão a fazer o que deve ser feito (por exemplo, usar cinto de segurança ou eliminar de sua casa as larvas do mosquito da Dengue) e puni-lo por não fazer o que deve ser feito (por exemplo, multar o não portador do cinto) ou por fazer o que não deve ser feito (por exemplo, usar drogas).

Acredita-se, generalizadamente, que, considerando a dimensão simbólica da saúde/doença, este seja o único modo legítimo e legal de promover saúde e prevenir doenças.

Ocorre que este modelo não apenas tem se revelado ineficiente (apesar dos renovados e persistentes esforços das autoridades de saúde nesta direção a "consciência sanitária" das populações não tem se alterado significativamente) como também tem apresentado importantes desvios éticos.

Uma das indesejáveis conseqüências do modelo é a sua heteronomia: mesmo em nome do bem individual e coletivo, da aplicação generalizada e persistente deste modelo tem decorrido a perda progressiva da autonomia ou do controle de seu corpo e de sua mente pelos indivíduos comuns; no entanto, seus legítimos donos.

A constatação desta tendência à heteronomia está certamente na origem da Bioética como movimento contemporâneo de natureza conceitual, política e institucional que tem como um de seus fundamentos maiores a busca do resgate desta autonomia perdida.

Esta busca pela Bioética da autonomia individual perdida precisa, por certo, ser saudada como um importante avanço no campo da saúde individual e coletiva.

Nada de muito profundo será conseguido<sup>(1)</sup>, entretanto, se a esse esforço de resgate da autonomia não se somar uma outra e talvez mais complicada dimensão do problema: a do necessário diálogo entre o que hoje podemos chamar dos três principais pontos de vista sobre a saúde e a doença como fenômenos humanos e sociais: o ponto de vista dos indivíduos enquanto portadores do bem-estar ou do mal-estar de seus corpos e mentes; o das autoridades técnicas como portadoras do poder que lhes é conferido pela sociedade para conhecer todos os intrincados mecanismos relativos ao funcionamento dos corpos e mentes e, com base neste conhecimento, desenvolver e aplicar tecnologia nos corpos e nas mentes com vistas a sua proteção, cura, controle, reabilitação e o mercado ou sistema produtivo, instância capaz de vender e disponibilizar bens e serviços cujo consumo a sociedade contemporânea acostumou-se a entender como condição indispensável para entrar na posse da saúde, num mundo onde nada mais se *tém*, onde tudo se *obtem*.

O avanço real (talvez mais lento do que se imagina, mas certamente mais seguro) da consciência sanitária, aí já não mais apenas “consciência população”, mas da sociedade como um todo, vai se dar quando, podendo ter o Estado como árbitro ou regulador, estes três grandes atores sociais puderem, como diria *Paulo Freire* (1972) dialogar, ou seja, exercer e exercitar seus interesses e perspectivas particulares diante de um objeto comum — a saúde/doença — que os unifica.

Falando mais especificamente do álcool-para-beber: para podermos todos, indivíduos, profissionais de saúde, autoridades sanitárias, produtores, vendedores, divulgadores de bebidas — dialogar e avançar no nosso entendimento e no manejo da bebida alcoólica vamos precisar entender de: prazer, repressão, des-repressão, timidez, pobreza, desemprego, machismo, festa, sociabilidade, vício, distinção (consumir vinhos finos ou pinga, por exemplo) sexo, solidão das grandes cidades, falta de perspectiva, alegria, religião (o papel importante da bebida nos rituais das religiões afro-brasileiras), comemoração, futebol, violência, em suma, de porque a bebida alcoólica é algo de tão fortemente impregnado em todas as culturas humanas.

Vistas as coisas desta perspectiva fica saliente a complexidade da matéria a nos revelar que a bebida alcoólica constitui sempre objeto híbrido de bem e de mal, de saúde e doença, de alegria e depressão, de vida e morte, de pobreza e riqueza, de inclusão e exclusão.

É por isso ingênuo imaginar que se possa “discipliná-la” pela via legal ou por apelos ao bom senso, à moderação, à temperança.

Talvez seja útil imaginar que a bebida alcoólica não é causa de nada, seja de violência (como se costuma ingenuamente imaginar) seja de alegria

---

(1) Todos sabem que, na prática, o que tem muitas vezes acontecido, é uma mera autorização concedida pelo indivíduo ao profissional de saúde para que este possa livremente exercer sobre o indivíduo todo o poder que lhe confere a posse do saber técnico sobre o corpo e a mente.

(quando a propaganda de cerveja cinicamente a associa à sociabilidade), mas sempre um mediador; talvez seja útil também especular se ela não está, sempre, de alguma forma, mediando nossas dificuldades humanas de toda ordem.

### **REFERÊNCIAS**

- FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.
- LEFEVRE, Fernando; LEFEVRE A. M. C. *Promoção de Saúde: a negação da negação*. Rio de Janeiro: Viera Lent Editores, 2005