



*RIC 2029/2007*

**REQUERIMENTO**  
**(Do Sr. Odacir Zonta)**

*Requer o envio de Pedido de Informação ao Ministro de Minas e Energia e Ministra do Meio Ambiente, referente a questionamentos baseados na matéria da Revista Veja, Edição 2036 – ano 40 – n.º 47, de 28 de novembro de 2007.*

Senhor Presidente:

Nos termos do art. 50, § 2º, da Constituição Federal, requero a V. Ex<sup>a</sup>. seja encaminhado pedido de informação ao Ministro de Minas e Energia, Excelentíssimo Senhor **Nelson José Hubner Moreira**, e Ministra do Meio Ambiente, Excelentíssima Senhora **Marina Silva**, solicitando informações sobre a matéria – “O Apelo Exótico da Selva”, publicada na Revista Veja, Edição 2036 – ano 40 – n.º 47, de 28 de novembro de 2007.

28 NOV 2007

Sala de Sessões, de \_\_\_\_\_ de 2007

  
**DEPUTADO ODACIR ZONTA**



840DD1E742



**PEDIDO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2007**  
**(Do Sr. Odacir Zonta)**

Solicita informações sobre os procedimentos e critérios adotados, que motivaram a matéria – “O Apelo Exótico da Selva”, publicada na Revista Veja, Edição 2036 – ano 40 – n.º 47, de 28 de novembro de 2007.

**Excelentíssimo Senhor Ministro de Minas e Energia, Nelson José Hubner Moreira:**

A matéria – “O Apelo Exótico da Selva”, publicada na Revista Veja, Edição 2036 – ano 40 – n.º 47, de 28 de novembro de 2007, traz que, em meados de abril do corrente ano, os Estados Unidos irão comercializar uma água mineral, marca *equa*, pelo custo de US\$ 8 dólares a embalagem de 750 mililitros, a qual foi extraída de uma fonte no coração da Amazônia.

O assunto por si só é temeroso e preocupante, onde várias indagações vieram à órbita, e, para o correto entendimento, alguns esclarecimentos tornam-se necessários.

Ante o exposto, solicitamos as seguintes informações:

- 1) Existe a autorização dos órgãos competentes para a extração do produto em tela;
- 2) qual empresa(nome ou razão social) está autorizada a efetuar a referida extração;
- 3) a nominata dos sócios e se há participação de empresas Brasileiras;
- 4) qual forma utilizadas pelos pesquisadores para o acesso a referida pesquisa e fontes de extração.

Sala das Sessões, em de de 2007.



840DD1E742



**PEDIDO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2007**  
**(Do Sr. Odacir Zonta)**

Solicita informações sobre os procedimentos e critérios adotados, que motivaram a matéria – “O Apelo Exótico da Selva”, publicada na Revista Veja, Edição 2036 – ano 40 – n.º 47, de 28 de novembro de 2007.

**Silva:** **Excelentíssima Senhora Ministra do Meio Ambiente, Marina**

A matéria – “O Apelo Exótico da Selva”, publicada na Revista Veja, Edição 2036 – ano 40 – n.º 47, de 28 de novembro de 2007, traz que, em meados de abril do corrente ano, os Estados Unidos irão comercializar uma água mineral, marca *equa*, pelo custo de U\$ 8 dólares a embalagem de 750 mililitros, a qual foi extraída de uma fonte no coração da Amazônia.

O assunto por si só é temeroso e preocupante, onde várias indagações vieram à órbita, e, para o correto entendimento, alguns esclarecimentos tornam-se necessários.

Ante o exposto, solicitamos as seguintes informações:

- 1) Existe a autorização dos órgãos competentes para a extração do produto em tela;
- 2) qual empresa(nome ou razão social) está autorizada a efetuar a referida extração;
- 3) a nominata dos sócios e se há participação de empresas Brasileiras;
- 4) qual forma utilizadas pelos pesquisadores para o acesso a referida pesquisa e fontes de extração.

Sala das Sessões, em de de 2007.



840DD1E742

rificada. Ela é a água da torneira submetida a processos de filtração e tratamentos químicos que variam conforme cada fabricante. As marcas mais vendidas estão nas mãos de apenas quatro grandes empresas: Nestlé, Danone, Coca-Cola e PepsiCo, em ordem de percentual de participação. O restante do mercado mundial é formado pelas águas purificadas e fortificadas por vitaminas, estimulantes naturais, como a cafeína, e extratos de ervas com propriedades terapêuticas. Segundo os médicos, a quantidade de minerais contida tanto nas águas de nascentes e aquíferos quanto nas purificadas é muito pequena para torná-las mais saudáveis do que a água da torneira. Diz o fisiologista Paulo Zogaib, professor de medicina esportiva da Universidade Federal de São Paulo: "Não há pesquisas científicas que comprovem que essas águas são melhores para a saúde. O importante é manter o corpo hidratado com água de procedência segura".

A crença nos benefícios da água mineral remonta à Antiguidade, quando se disseminou o costume de beber água de fontes consideradas terapêuticas ou utilizá-la em banhos especiais. Dizia Píndaro, poeta grego que viveu no século V antes de Cristo: "O mais nobre dos elementos da natureza é a água". No século XIII, as águas de San Pellegrino, região próxima a Milão, na Itália, e de Fiuggi, ao sul de Roma, já eram consideradas milagrosas para tratar uma série de males. Michelangelo foi a Fiuggi para se tratar de pedras nos rins. No século XIX, as visitas periódicas a estâncias hidrominerais, inspiradas nas antigas termas romanas, tornaram-se um hábito bastante difundido. No verão, Vichy, na França, costumava receber Napoleão III e sua corte, além de outros 300 000 visitantes que acreditavam nos benefícios da água local. Nesse período, as águas de algumas dessas estâncias já eram engarrafadas e vendidas. O vidro das garrafas, no entanto, dificultava o transporte, além de encarecer o produto. A partir do século XIX, o advento das rodovias e da industrialização facilitou o comércio e permitiu que a venda de águas se tornasse um negócio lucrativo. Hoje, com o culto à saúde na ordem do dia, a mística em torno das águas minerais se mantém. Para desgosto dos ambientalistas.

**veja** EM PROFUNDIDADE:  
AQUECIMENTO GLOBAL EM  
[www.veja.com.br/emprofundidade](http://www.veja.com.br/emprofundidade)

## O APELO EXÓTICO DA SELVA

Num mundo em que as roupas e os acessórios servem para demonstrar a que tribo se pertence, não basta tomar água mineral: é preciso escolher a marca certa. Os famosos de Hollywood já elegeram a sua: Bling, cuja garrafa esbranquiçada — de vidro, naturalmente —, leva aplicações de cristal e custa a bagatela de 50 dólares. Entre os simples mortais, um critério frequente para escolher a mineral que combine com a própria personalidade é a origem do produto. Quanto mais exótica, melhor. A Fiji é extraída de um aquífero formado numa antiga cratera vulcânica na ilha de Viti Levu, no Arquipélago Fiji. A Ty Nant vem do País de Gales, aquela — chamosa — parte da Grã-Bretanha que há séculos tem aspirações separatistas —, que tem seu chamame na Europa Ocidental de fronteiras já bem delimitadas.

Um dos lançamentos mais aguardados dos últimos tempos entre as águas de luxo é a Equa. Há extraída de uma fonte no coração da Floresta Amazônica brasileira. Sua história começa com o americano Jeff Moat, que trabalhou durante quinze anos em Manaus, onde tinha uma linha de exportação de pescados. Dos anos altos, de volta ao Brasil, ele teve a ideia de analisar amostras das águas amazônicas. As análises feitas em laboratórios americanos da fonte da Equa mostram que

Gary Hemphill, diretor da consultoria americana Beverage Marketing, especializada em bebidas. Com a multiplicação das águas minerais chiques, surgiram até especialistas em degustá-las — os sommeliers do H<sub>2</sub>O — presentes em alguns restaurantes americanos de luxo. "A água mineral será amada o que hoje é o vinho", diz Michael Maschia, fundador de um site dedicado a avaliar águas minerais de todo o planeta.

Paula Nery

**EQUA**  
retirada do solo da Amazônia e distribuída nos EUA a partir de abril

essa é a água mineral mais pura do mundo, segundo Moat. A Equa chegará ao mercado americano em abril do ano que vem, ao custo de 8 dólares a embalagem de 750 mililitros. O lançamento no Brasil está previsto para maio de 2009.

Assim como ocorreu com as águas engarrafadas tradicionais, o mercado das águas de luxo cresceu nos últimos anos. "O preço mais elevado desses produtos faz com que, apesar do número pequeno de consumidores, o setor movimente uma quantidade significativa", disse a VELA.

## MINERAIS QUE ESTÃO NA MODA

### BLING

sucesso entre os famosos de Hollywood  
**ORIGEM**  
Estados Unidos  
**PREÇO**  
50 dólares (750 ml)

### FII

o fascínio dos mares do sul ajuda nas vendas  
**ORIGEM**  
Ilhas Fiji  
**PREÇO**  
1,5 dólar (330 ml)

**TY NANT**  
garrafa com design premiado

**ORIGEM**  
País de Gales  
**PREÇO**  
3 dólares (710 ml)

### VOSS

a embalagem lembra o frio nórdico  
**ORIGEM**  
Noruega  
**PREÇO**  
1,6 dólar (375 ml)

