

Transgênicos e o Direito de Informação do Consumidor

Marcos Tadao Mendes Murassawa

advogado em São Paulo, pós-graduado em Direito Civil pela UniFMU

Sumário: I – Introdução. II – O que são os transgênicos? III – Segurança para o meio ambiente. IV – Transgênicos e a segurança de consumo. V – Transgênicos e a problemática da fome. VI – Do direito a informação e o direito a escolha do consumidor. VII – VII – Os transgênicos na Atualidade – VIII – Conclusão. IX – Bibliografia.

I – INTRODUÇÃO

Muito se tem discutindo a respeito dos transgênicos. Para alguns estes genes são a revolução, para outros um mistério ou até mesmo uma praga. No Brasil, a discussão a respeito dos riscos dos alimentos geneticamente modificados, apesar de recente, já provoca a manifestação de diversos segmentos sociais, como vem ocorrendo em todo o mundo. Existem várias dúvidas referentes aos transgênicos, tais como se são apropriados ao consumo humano, se existem ou não efeitos colaterais e como o consumidor poderá optar por consumir ou não produtos transgênicos.

II – O QUE SÃO OS TRANSGÊNICOS

Os transgênicos, também conhecidos como organismos geneticamente modificados (OGM), são plantas que receberam genes desejáveis de uma outra espécie, o que não seria possível com o melhoramento genético clássico. São plantas criadas em laboratório com técnicas da engenharia genética que permitem "cortar e colar" genes de um organismo para outro, mudando a forma do organismo e manipulando sua estrutura natural a fim de obter características específicas. Não há limite para esta técnica; por exemplo, é possível criar combinações nunca imaginadas como animais com plantas e bactérias (1). Recentemente a EMBRAPA desenvolveu uma espécie de arroz com sabor de pipoca e ervas finas com custo mais baixo do que o normal (2).

No milho, por exemplo, cientistas utilizaram a tecnologia para inserir um gene que o tornou resistente a alguns tipos de pragas comuns neste cultivo. Com isso, este milho dispensa a aplicação de alguns inseticidas, diminuindo o uso destes agrotóxicos beneficiando o meio ambiente. Outros exemplos são a soja, o trigo, a canola e o algodão, tolerantes a um tipo de herbicida ou resistentes a pragas. Hoje as plantas transgênicas são uma realidade em 18 países dentre os quais os E.U.A., Canadá, Argentina, África do Sul, Índia, China, Colômbia, e Espanha nos quais já existem 67,7 milhões de hectares plantados. A tendência é que esse número aumente cada vez mais já que a tecnologia permite a redução dos custos de produção, a preservação do meio ambiente e, no futuro, produzir mais alimentos, contribuindo desta forma para a erradicação da fome no mundo.

Registre-se por oportuno, que a comercialização da soja transgênica no Brasil, está regulada pela Medida provisória 113/01 (* *ver nota de atualização*).

III – SEGURANÇA PARA O MEIO AMBIENTE

O cultivo das plantas transgênicas ajuda a aumentar a produtividade agrícola e contribui para a biodiversidade da vida selvagem e das florestas, fatores importantes para as futuras gerações. Outro ponto importante é a possibilidade de produzir mais no mesmo espaço de terra, evitando-se a devastação de novas áreas. A diminuição do número de aplicação de agrotóxicos nas plantas transgênicas em relação às plantas convencionais é tão significativa que segundo estudos da NCFAP os EUA podem colher 7 milhões de toneladas a mais, utilizando 80 mil toneladas a menos de pesticidas. O algodão transgênico, por exemplo, foi responsável pela economia de 1,6 mil toneladas de matéria prima e de 5,6 milhões de litros de óleo combustível além de diminuir o total de lixo industrial. Por ser mais eficiente essa tecnologia também auxilia na diminuição do acúmulo de agrotóxicos nos rios e águas costeiras.

IV – TRANSGÊNICOS E A SEGURANÇA DE CONSUMO

Estima-se atualmente, que mais de 2 bilhões de pessoas no mundo consomem transgênicos, sem nenhum registro de dano a saúde humana ou animal. Esses resultados foram obtidos durante duas décadas de pesquisa por várias instituições reconhecidas mundialmente como a Organização para Alimentos e Agricultura (FAO/ONU), a Organização Mundial de Saúde (OMS) e academias de ciência de diversos países do mundo. No Brasil instituições respeitadas como a Embrapa, Coodetec e universidades, também desenvolvem trabalhos nas áreas de segurança ambiental e alimentar dos transgênicos. Há ainda muitas pesquisas sendo realizadas por empresas públicas e privadas, instituições de diversos países, para o desenvolvimento de plantas enriquecidas com vitaminas e substâncias que vai, certamente, melhorar muito a qualidade de vida da população mundial.

Já se pode falar em plantas enriquecidas com Vitamina A, essencial no combate e prevenção da cegueira. Outros exemplos poderão surgir, num futuro não muito longínquo, tais como: frutas que permaneçam maduras por tempo maior que atualmente; ou ainda, plantas que funcionem como vacinas combatendo doenças que afetam milhões de pessoas em todo o mundo, como a diarreia, por exemplo.

V – TRANSGÊNICOS E A PROBLEMÁTICA DA FOME

Os alimentos transgênicos podem vir a ser uma alternativa de combate à fome e à pobreza nos países subdesenvolvidos. Existem pesquisas para a criação de diversas plantas com resistência ou tolerância a secas, salinidade do solo e insetos, problemas muito comuns nestes países.

Exemplo a ser citado é o caso do governo chinês que autorizou o cultivo do algodão transgênico, sendo que com isso a área plantada foi expandida de 2 mil para 70 mil hectares, enquanto que o consumo de inseticidas foi reduzida em cerca de 80%, diminuindo os riscos para os lavradores.

VI – DO DIREITO A INFORMAÇÃO E O DIREITO A ESCOLHA

Atualmente existem vários alimentos consumidos pela população, que são produzidos a base de transgênicos ou que contém em sua cadeia produtiva alguma substância relacionada aos transgênicos (3). É perfeitamente possível que estejamos

consumindo carne bovina, cujo rebanho possa ter sido alimentado à base de produtos transgênicos.

Da mesma forma os cosméticos, dentre outros produtos de beleza, também estão dentro desta lista (4) Atente-se para o fato de que vários produtos, produzidos a base de transgênicos, no mais das vezes, não disponibilizam estas informações ao consumidor. Entendemos que o consumidor; no mínimo, tem o direito de ser informado através de etiquetas, que determinado produto é transgênico ou possui em sua cadeia produtiva algum tipo de transgênico, cabendo ao consumidor decidir se quer adquiri-lo ou não (5).

Por isso, em que pese o Código de Defesa do Consumidor determinar que a informação é um direito do consumidor, deveria ser instituída uma medida que tornasse obrigatória a informação, de forma clara e nos rótulos dos produtos, da presença de produtos que tenha sido gerados a partir de modificação genética. Há uma grande resistência de setores governamentais, apoiados pela empresas de biotecnologia, para que se limite ao máximo esta exigência, escondendo informação relevante sobre a origem, natureza, qualidade e riscos dos produtos, o que se configurara em um flagrante desrespeito ao Código de Defesa do Consumidor. Além das disposições contidas no Código consumerista, há expressa determinação no Decreto 4.680, de 24 de abril de 2003, que diz ser obrigatório a rotulagem em produtos para alimentação humana feitos a base de transgênicos.

A informação é um bem jurídico imaterial suscetível de apropriação, classificada na seara obrigacional como obrigação jurídica de cunho pessoal, tendo, em tese, como partes integrantes desta relação jurídica (credor e devedor) determinados ou determináveis. No microsistema consumerista, também se aplica para a informação tal conceito, mas com algumas particularidades, tendo em vista que o consumidor nem sempre é determinado ou determinável, *v.g.* informação do fabricante a respeito do seu produto perigoso (arts. 8º, 9º, 10 e 30 do CDC), porquanto o consumidor que vai ler a rotulagem na gôndola do supermercado, pode estar em qualquer lugar do Brasil, logo é indeterminado e indeterminável.

O dever de informar, na maior parte das vezes, é decorrente do princípio básico da boa-fé objetiva, que se constitui em regra elementar de convivência social, pela qual os contratantes devem ter um comportamento calcado na lealdade, respeitando os interesses do outro, com o objetivo comum do adimplemento, sem olvidar para a condição de vulnerabilidade (técnica, jurídica, fática ou política) expressamente outorgada ao consumidor pela legislação consumerista. Esta condição, consumidor vulnerável, que é uma presunção *jure et jure*, casuisticamente poderá ter agregada a hipossuficiência (técnica, fática ou jurídica), dependendo da análise do caso em concreto.

Deve-se sopesar também na pesquisa da origem principiológica do dever de informar, tendo em vista que a informação a ser prestada deverá ser: ADEQUADA, PRECISA e CLARA (art. 6º, inc. III do CDC). A clareza da informação, não é decorrente tão somente do princípio da Boa-fé objetiva, antes, porém, é a concretização do princípio da Transparência (art. 4º do CDC), que também é um dos objetivos da Política Nacional de Relações de Consumo.

Neste sentido, Cláudia Lima Marques complementa asseverando que "*a idéia central é possibilitar uma aproximação e uma relação contratual mais sincera e menos danosa entre o consumidor e fornecedor*". (6)

O Prof. Roberto Senise não comunga inteiramente deste entendimento, pois para ele "*a transparência decorre, na realidade, do princípio da boa-fé objetiva*". (7)

Constitui ainda obrigação do fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança, o dever de informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto conforme determina o artigo 9º do CDC.

Ainda segundo Roberto Senise Lisboa, "*O direito à informação decorre da boa-fé objetiva, que é princípio da política nacional das relações de consumo, constituindo-se em uma regra básica de convivência social que passa a ter relevância jurídica para o asseguramento dos demais princípios decorrentes da constituição do vínculo de direito*". (8)

Justifica-se a inserção do vício de informação como passível de responsabilização sobre todos os fornecedores, tanto o direto quanto o indireto, pelo fato de a sociedade contemporânea se utilizar sobremaneira de técnicas cada vez mais avançadas de fornecimento de produtos e serviços no mercado de consumo.

Considera-se que é dever do fornecedor conceder ao consumidor, que é a parte vulnerável na relação de consumo, o conhecimento prévio de todas as informações relevantes sobre o produto ou serviço que lhe é oferecido (características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade, origem, riscos existentes à vida, à saúde ou à segurança), de forma clara, correta, ostensiva, precisa e em língua portuguesa, conforme artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor. (9)

A responsabilidade pelo vício do produto é objetiva e solidária de todos os fornecedores que integram a cadeia econômica. Porém, a lei estabelece um caso de responsabilidade exclusiva do fornecedor direto: a omissão de informação sobre os dados do produtor *in natura*. A omissão da informação relevante da identidade do produtor ao consumidor acaba por limitar a extensão da responsabilidade *ex lege*, impedindo, na prática, que o consumidor possa ajuizar a demanda que entender cabível, em face do produtor. Por tal razão, a responsabilidade pelo fornecimento de produto *in natura* sem a identidade do produtor recai diretamente sobre o fornecedor imediato, que descumpriu objetivamente o dever de informação e violou, desse modo, um direito básico do consumidor e o princípio da boa-fé objetiva (arts. 4º, III, e 6º, III, da Lei 8.078/90)

A publicidade deve ser clara e objetiva, sem deixar qualquer dúvida quanto ao produto ou serviço a ser adquirido pelo consumidor, o que vem consagrado no princípio da boa-fé objetiva que é adotado pelo microsistema de defesa do consumidor.

A publicidade é tratada de forma rigorosa no nosso Código de Defesa do Consumidor. O objetivo é a transparência da publicidade a fim de evitar que os consumidores sejam enganados quanto aos dados dos produtos e serviços nela

constantes. Ressalte-se que o Código de Defesa do Consumidor define como crime contra as relações de consumo as condutas tipificadas nos artigos 66 a 69.

VII – OS TRANSGÊNICOS NA ATUALIDADE

Após um ano da publicação das normas sobre rotulagem dos produtos que contenham transgênicos em sua cadeia produtiva não se verifica o cumprimento desta medida. A alegação dos fornecedores é de que estes produtos possuem organismos geneticamente modificados em limite inferior a 1%, ou seja, abaixo do estabelecido pelo Decreto 4.680. Mas quem garante que realmente foram cumpridos estes limites? A tarefa para obter tal resultado será árdua vez que não possuem laboratórios habilitados pela ANVISA para fazer este tipo de análise. Além disto não é de responsabilidade da ANVISA o dever de fiscalização dos produtos transgênicos.

Além deste impasse, é importante registrar que no último ano foram apreendidas 117 amostras irregulares de soja transgênica em todo o Brasil, porque não estava de acordo com o que determina a Lei, pois para que os produtores de soja possam produzir sementes geneticamente modificadas, devem assinar um TAC - Termo de Ajustamento de Conduta. Sendo assim, há um efetivo risco de o consumidor ficar prejudicado, na exata medida da possibilidade de que outros tipos de sojas, não devidamente aprovadas, virem a ser inseridas no mercado de consumo.

VIII – CONCLUSÕES

Sem a pretensão de esgotar a matéria, procuramos demonstrar com o presente trabalho que o consumidor, diante do que estabelece o artigo 6º incisos II e III do Código de Defesa do Consumidor, possui o total direito de ser informado sobre o que está consumindo, tendo ainda o direito de optar por consumir ou não um produto que contenha transgênico em sua cadeia produtiva. O simples fato de que os produtos conterem transgênicos ou não, em limite inferior ao determinado na legislação, não elimina a obrigação dos produtores quanto ao dever de informar.

Caso isto não ocorra haverá afronta ao princípio da boa fé objetiva, que é princípio da política nacional das relações de consumo, constituindo-se em uma regra básica de convivência que passa a ter relevância jurídica para os demais princípios decorrentes da constituição do vínculo Jurídico. A razão para conferir informação ao consumidor é baseada na realidade que demonstra em todo o mundo uma diferenciação cultural, social e econômica substancial entre fornecedor e consumidor médio, que não possui o mesmo conhecimento das técnicas utilizadas na produção.

Notas

1. Conceito de transgênicos do Greenpeace
2. Revista Globo Rural. Seção de Tecnologia e Inovação no Campo, Julho de 2004, pág. 75.
3. A relação dos produtos feitos ou não a base de transgênicos está no site http://www.greenpeace.org.br/tour2004_ogm/guia_consumidor.php
4. A tão conhecida injeção de Botox, muito utilizada pelas mulheres para aliviar as expressões faciais é feita a base de produto transgênico.

5. Conforme artigo 6º inc. II e III do Código de Defesa do Consumidor: 6º São direitos básicos do consumidor: II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas à liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;
6. MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*, 3.ed., RT, 1998, parte II. 3.1, p. 286
7. LISBOA, Roberto Senise. *Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo*, 1. ed., RT, 2001, parte II. 3.7, pág.101).
8. *Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo*. Op cit pág. 201
9. Cf. Roberto Senise Lisboa. *Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo*, op. Cit. Pág 202

Bibliografia

LISBOA, Roberto Senise. *Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2001.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 3.edição. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1998.

Ambiente Brasil. Site disponível no seguinte endereço eletrônico
www.ambientebrasil.com.br

GreenPeace. Site disponível no seguinte endereço eletrônico

http://www.greenpeace.org.br/tour2004_ogm/guia_consumidor.php

Revista Globo Rural. Seção de Tecnologia e Inovação no Campo, Julho de 2004.

(*) Nota de Atualização (do Editor)

A [Medida Provisória nº 113, de 26.3.2003](#) foi convertida na [Lei nº 10.688, de 13.6.2003](#), e sucedida pela [Medida Provisória nº 131, de 25.9.2003](#) (convertida na [Lei nº 10.814, de 15.12.2003](#)) e pela [Medida Provisória nº 223, de 14.10.2004](#) (convertida na [Lei nº 11.092, de 12.1.2005](#) – a qual rege atualmente a matéria).