

A ROTULAGEM DOS ALIMENTOS TRANSGÊNICOS – DIREITO DO CONSUMIDOR E ASPECTO FUNDAMENTAL DA PERSONALIDADE

*Gilson Hugo Rodrigo Silva**
*Rozane da Rosa Cachapuz***

SUMÁRIO: 1. *Introdução*; 2. *Direito à informação como direito da personalidade*; 3. *O que são alimentos transgênicos?*; 4. *A rotulagem dos alimentos transgênicos*; 5. *Considerações finais*; 6. *Referências*.

RESUMO: Trata-se da problemática da rotulagem dos alimentos geneticamente modificados, como direito do consumidor, bem como sobre o direito à informação como aspecto fundamental da personalidade.

PALAVRAS-CHAVE: Transgênicos; Direito do Consumidor; Rotulagem.

THE LABEL OF TRANSGENIC FOOD – CONSUMER’S RIGHT AND BASIC ASPECT OF PERSONALITY

ABSTRACT: This study is about the problematic of labeling of foods genetically modified, like the consumer’s right, as well as on the right to information as a basic aspect of personality.

KEYWORDS: transgenic; consumer’s right; label.

* Autor do artigo; Advogado; Docente do Curso de Direito, das disciplinas de Metodologia da Pesquisa Jurídica e Direito Processual Civil, na UNIPAR - Universidade Paranaense e de Direito Processual Civil, na FAG - Faculdade Assis Gurgacz, em Cascavel, Estado do Paraná; Mestre em Direito da Personalidade na Tutela Jurídica Privada e Constitucional pelo CESUMAR - Centro Universitário de Maringá.

** Orientadora do artigo; Docente do Programa de Pós-graduação em Ciências Jurídicas do CESUMAR - Centro Universitário de Maringá e da UEL - Universidade Estadual de Londrina; Doutora em Direito. E-mail: rozane_cachapuz@hotmail.com.

EL ROTULAJE DE LOS ALIMENTOS TRANSGÉNICOS – DERECHO DEL CONSUMIDOR Y ASPECTO FUNDAMENTAL DEL DERECHO DE PERSONALIDAD

RESUMEN: Se trata de la problemática del rotulaje de los alimentos genéticamente modificados, como el derecho del consumidor, así como sobre el derecho a la información como aspecto fundamental de personalidad.

PALAVRAS-CLAVE: Transgénicos; Derecho del consumidor; Rotulaje.

INTRODUÇÃO

A ciência continua provando que o homem não tem limites em se tratando de conhecimento. Prova disso são os chamados alimentos geneticamente modificados que precisam ser bem conhecidos, estudados e analisados, antes de serem oferecidos ao mundo da produção, seja na agricultura, no comércio, seja em outro setor.

Cada alimento geneticamente modificado colocado à disposição dos consumidores exige estudos rigorosos para avaliar seus impactos ambientais, bem como sobre a saúde das pessoas. Esse é o dilema: cada caso, cada produto transgênico, precisa ser analisado isoladamente, para averiguar seus possíveis efeitos sobre os ecossistemas e a saúde humana. Alguns eventos serão espetaculares. Outros podem ser uma tragédia. Daí a necessidade de uma devida informação.

Este artigo foi desenvolvido mediante pesquisa realizada nas mais diversas fontes existentes que tratam do tema da transgenia ligado ao direito à informação. Trata-se de um assunto novo, principalmente no que concerne aos aspectos jurídicos, o que tornou ainda mais difícil a coleta de informações.

Evidentemente, o presente artigo não visa esgotar o assunto que envolve a transgenia, muito menos adotar uma posição contra ou a favor de sua produção e consumo, mas tão somente esclarecer alguns aspectos ligados aos direitos fundamentais, principalmente o de informação nas relações de consumo, como se verá adiante.

2. O DIREITO À INFORMAÇÃO COMO DIREITO DA PERSONALIDADE

O acesso à informação é imprescindível para que o consumidor possa exercer o direito de escolha, tendo a Constituição Brasileira incluído explicitamente a defesa do consumidor no elenco dos direitos fundamentais, assegurando ainda, em seu art. 5º, XIV, a todos o acesso à informação.

Quanto aos alimentos geneticamente modificados, como se verá, não pode ser negado a existência de um risco potencial na produção e consumo desses alimentos, sendo um direito de todos o acesso a tais informações, inclusive para que possa ser exercido dignamente o direito de escolha, daí ser o direito à informação um direito da personalidade.

Logo o princípio maior de dignidade da pessoa humana é o fundamento para todos os demais direitos da personalidade, inclusive o direito à informação, principalmente nas relações de consumo.

2.1 DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE

Pode-se afirmar que o direito civil sofreu um processo de personalização, em razão do deslocamento das atenções, da proteção da propriedade para a tutela da pessoa.

Os direitos da personalidade podem ser considerados uma categoria recente do pensamento jurídico ocidental. O surgimento desses direitos ocorreu gradativamente ao longo do século passado e foi consolidado no direito positivo através da inserção, nos códigos dos direitos da personalidade.

Para Limongi França, os direitos da personalidade consideram-se “faculdades jurídicas cujo objeto são os diversos aspectos da própria pessoa do sujeito, bem assim seus prolongamentos e projeções”.¹

Atualmente, a proteção da dignidade da pessoa humana, prevista na Constituição Federal Brasileira, artigo 1º, III, tornou-se necessária, devido às constantes descobertas científicas em vastas áreas do conhecimento. Protege-se, pois, a honra, a reputação, a imagem, o nome e os atributos humanos, a afetividade, a sexualidade, a integridade física e psíquica, todos os fatores fisiológicos, psicológicos e emocionais decisivos para a felicidade e o bem-estar do homem.

A Constituição Federal de 1988 ocupou-se em trazer em seu art. 5º, incisos X e XLI, de forma genérica, a tutela aos direitos da personalidade, que são direitos inerentes ao ser humano, ficando a cargo da doutrina e da jurisprudência seu desenvolvimento e regulamentação por normas especiais.²

Ante a realidade, os direitos da personalidade tornaram-se um tema de grande importância, tanto nas doutrinas quanto nas legislações. O Código Civil de 2002 introduziu um enorme avanço na tutela jurídica da pessoa humana, ao conferir tratamento especial aos direitos da personalidade, dedicando 11 artigos, agrupados em um capítulo denominado: *Dos Direitos da Personalidade*.

Tratou o Código Civil Brasileiro, especificamente, do direito ao corpo vivo ou morto, em seus artigos 13 a 15; do direito ao nome, nos artigos 16 a 19; do direito

¹ FRANÇA, Rubens Limongi. **Direitos da Personalidade**. Coordenadas Fundamentais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1983. n 567. p. 09.

² DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2002. v. 1. p. 123.

à imagem, no artigo 20 e do direito à privacidade, no artigo 21. Já o artigo 11 fala de algumas características dos direitos da personalidade, reconhecendo expressamente apenas duas, que são intransmissíveis e irrenunciáveis, trazendo a doutrina outras características, como: são absolutos, extrapatrimoniais, indisponíveis, vitalícios, ilimitados, imprescritíveis, impenhoráveis, necessários e inexpropriáveis.³

Já o artigo 12 do Código Civil Brasileiro traz a possibilidade de exigir que cesse a ameaça, ou a lesão, a direito da personalidade e de reclamar perdas e danos por lesão a tais direitos. Havendo ameaça ou lesão a direito da personalidade, o lesado poderá pleitear judicialmente a cessação da ameaça ou lesão e reclamar a indenização por perdas e danos.

Como visto, os direitos da personalidade são direitos subjetivos da pessoa de defender o que lhe é próprio, ou seja, a sua integridade física (vida, alimentos, próprio corpo vivo ou morto, corpo alheio vivo ou morto, partes separadas do corpo vivo ou morto); a sua integridade intelectual (liberdade de pensamento, autoria científica, artística e literária) e sua integridade moral (honra, recato, segredo pessoal, profissional e doméstico, imagem, identidade pessoal, familiar e social).⁴

2.2 O DIREITO À INFORMAÇÃO COMO COROLÁRIO DO DIREITO DA DIGNIDADE HUMANA

Segundo leciona Alexandre de Moraes, a nossa Magna Carta tem como fundamento, dentre outros, a dignidade da pessoa humana, que representa todos os direitos e garantias fundamentais ligados às personalidades humanas. Veja-se nas palavras do autor, que trata com muita propriedade a respeito do tema, referente ao conceito de dignidade da pessoa:

Concede unidade aos direitos e garantias fundamentais, sendo inerente às personalidades humanas. Esse fundamento afasta a idéia de predomínio das concepções transpessoalistas de Estado e Nação, em detrimento da liberdade individual. A dignidade é um valor espiritual e moral inerente à pessoa, que se manifesta singularmente na autodeterminação consciente e responsável da própria vida e que traz consigo a pretensão ao respeito por parte das demais pessoas, constituindo-se um mínimo invulnerável que todo estatuto jurídico deve assegurar; de modo que, somente excepcionalmente, possam ser feitas limitações ao exercício dos direitos fundamentais, mas sempre sem menosprezar a necessária estima que merecem todas as pessoas enquanto seres humanos.⁵

³ DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2002. v. 1. p. 120.

⁴ *Idem*, p. 135.

⁵ MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2004. p. 52.

Logo, todos os demais direitos e garantias fundamentais da personalidade, constantes da nossa Constituição, são decorrentes da dignidade humana, prescrita no inciso III, do Art. 1º, da Carta Magna Brasileira, estando inserido nesse contexto o direito à Informação.

A grande questão hoje gira em torno dos alimentos geneticamente modificados, que, como se verá, além de possuir um risco potencial de proporção ainda não mensurável, têm sido produzidos, comercializados e consumidos indiscriminadamente, sem qualquer informação quanto à existência de OGMs, bem como se acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores.

3. O QUE SÃO ALIMENTOS TRANSGÊNICOS?

Em termos simples, são alimentos que foram modificados geneticamente em laboratório ou que receberam um ou mais genes de outros organismos.⁶

Qualquer alimento que tenha sofrido alterações em sua estrutura genética, através da manipulação do homem, enquadraria-se na categoria de transgênico.

A lei n.º 11.105, de 24 de março de 2005⁷, que regulamenta os incisos II, IV e V do § 1º, do art. 225 da Constituição Federal, estabelecendo normas para o uso das técnicas de engenharia genética e liberação no meio ambiente de organismos geneticamente modificados, define os alimentos transgênicos da seguinte forma:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, considera-se: [...] V – organismo geneticamente modificado - OGM: organismo cujo material genético – ADN/ARN tenha sido modificado por qualquer técnica de engenharia genética; (grifo nosso)

Hoje, pode-se produzir alimentos geneticamente modificados introduzindo-se genes, inclusive de outros organismos vegetais e animais para o cultivo da soja, milho, cana de açúcar, dentre outros como canola, feijão e batatas.^{8,9}

Esse tipo de alimento, que já é uma realidade cotidiana, vem sendo usado no preparo de bolachas, cereais, óleo de soja, pães, massas, maionese, mostarda e

⁶ ALIMENTOS Transgênicos: Você é contra ou a favor?, **Revista Cuidados Pela Vida**, ano V., n. 19, 2002, p. 07.

⁷ BRASIL, Lei 11.105, de 24 de março de 2005. Regulamenta os incisos II, IV e V do § 1º do art. 225 da Constituição Federal, estabelece normas de segurança e mecanismos de fiscalização de atividades que envolvam organismos geneticamente modificados – OGM e seus derivados, cria o Conselho Nacional de Biossegurança – CNBS, reestrutura a Comissão Técnica Nacional de Biossegurança – CTNBio, dispõe sobre a Política Nacional de Biossegurança – PNB, revoga a Lei no 8.974, de 5 de janeiro de 1995, e a Medida Provisória no 2.191-9, de 23 de agosto de 2001, e os arts. 5º, 6º, 7º, 8º, 9º, 10 e 16 da Lei no 10.814, de 15 de dezembro de 2003, e dá outras providências. Publicado no D.O.U. de 28.03.2005. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L11105.htm>. Acesso em: 16 dez. 2005.

⁸ ALIMENTOS Transgênicos: Você é contra ou a favor?, op. cit., p. 07.

⁹ Leia também Reportagem Especial por SCHELP, Diogo. **As Verdades e as Mentiras**. Revista Veja, Editora Abril, ed. 1826, ano 36, n. 43, 29 out. 2003, p. 100-103.

papinhas para crianças, ocupado prateleiras de supermercados e disponíveis em nossas mesas para o consumo.¹⁰

Apesar dessa proximidade, às vezes assustadora, não se descarta possíveis conseqüências na vida humana, pois resta ainda uma boa sombra de dúvidas e incertezas sobre o tema.

4. A ROTULAGEM DOS ALIMENTOS TRANSGÊNICOS

O Código de Defesa do Consumidor seguiu a Constituição Federal nos arts. 1º, III e 5º, *caput*, XXXII dos quais depreende-se que o princípio maior de dignidade da pessoa humana é o fundamento para a proteção e defesa do consumidor. O CDC visa garantir que os produtos colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, estando os fornecedores, em qualquer hipótese, obrigados a dar informações necessárias e adequadas a seu respeito, devendo estas ser claras, ostensivas e inteligíveis, atendendo ao princípio da transparência que norteia as relações de consumo.

Conforme trabalho publicado em revista periódica especializada em Direito do Consumidor, elaborado por Viviane Kunisawa, a introdução dos OGMs, no mercado de consumo, vem sendo discutida mundialmente pelas conseqüências ainda desconhecidas desses alimentos na saúde, no corpo humano e no meio ambiente, bem como a necessidade, essencial, de se informar clara, adequada e ostensivamente ao consumidor acerca da existência desses organismos na composição de determinados alimentos, respeitando-se o direito fundamental de livre escolha, de opção e de independência do consumidor em querer ou não adquirir e consumir tais produtos.¹¹

No Brasil, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) são competentes para regular a rotulagem dos alimentos em geral e editar normas que determinam as informações e especificações que devem estar contidas em cada produto, atendendo assim as determinações constitucionais e do Código de Defesa do Consumidor, como adiante se verá.

4.1 PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA E DEVIDA INFORMAÇÃO

Segundo o trabalho de Paulo Luiz Netto Lôbo, os efeitos do direito à informação não estão contidos, apenas, no âmbito da legislação infraconstitucional, pois as constituições mais recentes elevaram-no ao nível dos direitos fundamentais. O acesso à informação, em especial, é indeclinável, para que o consumidor possa exercer dignamente o direito de escolha, tendo a Constituição brasileira incluído explicitamente a defesa do consumidor

¹⁰ SCHELP, op. cit, p. 100.

¹¹ MOREIRA, Edgar apud KUNISAWA, op. cit., p. 135.

no elenco dos direitos fundamentais (art. 5º, XXXII) e, por sua destacada importância, previu que (art. 5º, XIV) “é assegurado a todos o acesso à informação”.¹²

Os princípios gerais das relações de consumo estão enumerados nos arts. 1º ao 7º, do CDC do qual se extraem três fundamentais: a) princípio da transparência e o direito à informação; b) princípio da irrenunciabilidade de direitos e autonomia da vontade; c) princípio do equilíbrio contratual e a vulnerabilidade do consumidor, sendo que dar-se-á especial atenção ao princípio da transparência e o direito à informação.

O direito à informação está previsto na Constituição Federal e pode ser contemplado de três maneiras: o direito de informar, o direito de se informar e o direito de ser informado. O direito de informar é uma prerrogativa concedida às pessoas físicas e jurídicas, disposto no *caput* do art. 220, que dispõe *in verbis*: “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição”. Essa norma é complementada pelo art. 5º, IX, da CF, que expressa: “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou de licença”. Mas estes dispositivos não são absolutos, visto que a própria norma constitucional impõe limites, através do art. 5º, X da CF: “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”.¹³

A Constituição Federal, em seu art. 5º, XIV e XXXIII, trata do direito à informação:

XIV – é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional; [...] XXXIII – todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado[...].

É obrigatória a rotulagem no Brasil ante ao dever de informar, reflexo do direito básico do consumidor à informação, consubstanciado no art. 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade,

¹² LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, v. 37, jan./mar. 2001, p. 59, p. 61.

¹³ VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto e CORNÉLIO, Adriana Régia. Produtos *Light e diet: o direito à informação do consumidor*. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, vol. 54, Abr. Jun., 2005, p. 10.

características, composição, qualidade e preço, bem como os riscos que apresentem[...].

A este direito do consumidor corresponde o dever de o fornecedor, por ocasião da oferta e da apresentação de seus produtos e serviços, assegurar que sejam disponibilizadas informações, de acordo com o art. 31 do CDC.

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 à saúde e segurança dos consumidores.

O direito à informação foi proclamado na Resolução 39, da 248ª Assembléia das Nações Unidas, de 16.04.1985, como um direito à prestação positiva oponível a todo aquele que fornece produtos e serviços no mercado de consumo, sendo uma prestação positiva oponível a todo aquele que fornece produtos e serviços no mercado de consumo.¹⁴

O inciso III, do art. 6º é um detalhamento do inc. II do mesmo artigo, que trata da educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos para assegurar a liberdade de escolha e igualdade na contratação. Ao tratar das especificações corretas sobre o produto, o legislador ressaltou o dever de bem informar o público sobre todas as características importantes do produto, para que seja possível saber exatamente o que se está adquirindo, mediante a livre escolha do consumidor.¹⁵

Quanto ao artigo 31, extraem-se os seguintes comentários:

O art. 31 aplica-se, precipuamente, à oferta não publicitária. Cuida do dever de informar a cargo do fornecedor. O Código, como se sabe, dá grande ênfase ao aspecto preventivo da proteção do consumidor. E um dos mecanismos mais eficientes de prevenção é exatamente a informação preambular, a comunicação pré-contratual. Não é qualquer modalidade informativa que se presta para atender aos ditames do Código. A informação deve ser correta (verdadeira), clara (de fácil entendimento), precisa (sem prolixidade), ostensiva (de fácil percepção) e em língua portuguesa.¹⁶

Para Viviane Kunisawa, é preciso que a informação recebida pelo consumidor preencha os requisitos de adequação, suficiência e veracidade, que estão intimamente interligados. A adequação diz respeito aos meios de informação utilizados e ao respectivo

¹⁴ KUNISAWA, op. cit. Obra citada, p. 137.

¹⁵ GRINOVER et al. Código apud KUNISAWA, op. cit., p. 137.

¹⁶ Idem, p. 137.

conteúdo. Os meios devem ser compatíveis com o produto ou o serviço determinado e com o consumidor destinatário típico, bem como os signos empregados, sejam imagens, palavras e sons, devem ser claros e precisos, aptos a serem conhecidos e compreendidos. A informação deve se referir à composição, aos riscos e à periculosidade. Por sua vez, a suficiência relaciona-se com a completude e integralidade da informação, não podendo ela ser omissa ou imprecisa. Já a veracidade corresponde às reais características do produto e do serviço, além dos dados corretos acerca de composição, conteúdo, preço, prazos, garantias e riscos.¹⁷

A autora cita ainda Paulo Luiz Netto Lôbo, dizendo que o dever de informação não é cumprido quando “a informação reduz, de modo proposital, as conseqüências danosas pelo uso do produto, em virtude do estágio ainda incerto do conhecimento científico ou tecnológico”, devendo essa afirmação ser aplicada ao caso dos alimentos geneticamente modificados, que tratam de uma tecnologia pouco conhecida no que toca seus potenciais riscos.¹⁸

Ensina ainda Viviane Kunisawa que o Código de Defesa do Consumidor seguiu orientações consubstanciadas na CF dos arts. 1º, III e 5º, *caput*, XXXII dos quais se depreende que o princípio maior de dignidade da pessoa humana é o fundamento para a proteção e defesa do consumidor. Nesse sentido, os art. 8º e seguintes preconizam que os produtos colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados previsíveis em razão de sua natureza e fruição, estando os fornecedores, em qualquer hipótese, obrigados a dar informações necessárias e adequadas a seu respeito, devendo estas ser claras, ostensivas e inteligíveis, atendendo ao princípio da transparência que norteia as relações de consumo.

Esse dever de informação decorre do princípio da boa-fé (objetiva) contratual, que exige a transparência das relações de consumo, conforme o art. 4º do CDC. Esse mesmo princípio também está previsto no novo Código Civil, em seus arts. 113 e 422, ficando claro que a boa-fé sempre deverá ser observada nas relações negociais.

Vê-se que a rotulagem é imprescindível para que o consumidor tenha acesso a todas as informações necessárias para realizar o seu direito de escolha.

Mais uma vez Viviane Kunisawa ensina que é nesse contexto que deve ser analisada a rotulagem para os alimentos transgênicos, não bastando que o simples cidadão seja informado que o produto adquirido possui OGMs em sua composição ou não. Para que, efetivamente, seja exercido o direito de escolha entre um alimento transgênico ou um tradicional, é preciso que ele conheça os potenciais benefícios e perigos destes produtos. Os OGMs devem ser analisados imparcialmente, sem que sejam exaltados somente seus benefícios, sem preocupação com os possíveis danos.¹⁹

¹⁷ KUNISAWA, op. cit., p. 138.

¹⁸ LÔBO apud KUNISAWA, op. cit., p. 138.

¹⁹ KUNISAWA, op. cit., p. 140.

Para tanto, a mídia exerce um papel fundamental. A rotulagem não pode ser o único meio de informação, sob pena de o consumidor leigo não poder conscientemente exercer o seu direito de escolha: comprar ou não um produto geneticamente modificado.

Nas palavras de Sonia Barroso Brandão Soares, citada por Kunisawa:

A informação adequada, muito mais que apenas divulgar a fórmula dos produtos, se refere à proteção do consumidor quanto ao seu direito à opção pelo produto não-transgênico. Pois muito mais que saber se este ou aquele produto é transgênico, o consumidor tem o direito de ter acesso às pesquisas e seus resultados, para poder escolher de fato o produto saudável para seu consumo.²⁰

É por isso que, quando se fala em “escolha” do consumidor, ela já nasce reduzida. O consumidor só pode optar por aquilo que existe e foi oferecido no mercado. E essa oferta foi decidida unilateralmente pelo fornecedor, visando a seus interesses empresariais, que são, por evidente, a obtenção de lucro. Assim, o legislador procura proteger os mais fracos contra os mais poderosos, o leigo contra o melhor informado.²¹

4.2 A ROTULAGEM DOS TRANSGÊNICOS NO BRASIL

Para Edgar Moreira, o Código de Defesa do Consumidor determina que os produtos geneticamente modificados devem ser rotulados, com todas as informações necessárias para informação do consumidor:

[...] a rotulagem de alimentos transgênicos e outros produtos de consumo que contenham organismos geneticamente modificados possua informações escritas, não se mostrando suficiente a simples inserção de um símbolo, sinal ou ilustração no rótulo, pois somente assim ela será eficiente, clara e adequada, conforme disposto nos arts. 4º, caput, 6º, III e 31, do CDC. Essas informações devem ser ostensivas e em caracteres destacados, que estejam em contraste com as cores principais da rotulagem, de forma a serem rápida e facilmente perceptíveis pelo consumidor.²²

De acordo com o autor, a informação essencial, que deve estar presente na rotulagem e em destaque, refere-se aos riscos que o alimento, contendo o gene indicado, possa apresentar à saúde e segurança dos consumidores, indicando os

²⁰ SOARES, apud KUNISAWA, op. cit., p. 141.

²¹ VIEIRA; CORNÉLIO, op. cit., p. 13.

²² MOREIRA apud KUNISAWA, op. cit., p. 142.

efeitos que podem se verificar e os tipos de pessoas que não devem utilizá-los. A inserção dos alimentos transgênicos ou que contenham OGMs no mercado de consumo deve estar condicionada à informação acerca dos possíveis riscos à saúde, desde que não possuam alto grau de nocividade ou de periculosidade. Daí restar claro que a rotulagem não elimina a avaliação de biossegurança pela CTNBio.²³

Existem hoje no mercado brasileiro vários produtos suspeitos de conter transgênicos, principalmente os importados dos EUA e Argentina, sem qualquer informação ao consumidor, detectados por meio da técnica Reação de Polimerase em Cadeia. Daí surgiu a necessidade de rotulagem, inclusive, para os alimentos importados, que já não eram isentos da obrigatoriedade de informar no rótulo.

Essa informação também vale para eventual oferta publicitária, devendo os fornecedores informar que os produtos anunciados são alimentos geneticamente modificados ou contendo OGMs em sua composição, sob pena de incorrer em publicidade enganosa por omissão, disposto no art. 37, § 1º do CDC.

Inclusive no caso dos alimentos fornecidos em restaurantes e lanchonetes, é essencial que constem dos respectivos cardápios ou de outros meios de informações utilizados (murais, quadros de avisos etc.) quais são os alimentos transgênicos ou contendo OGMs oferecidos ao consumo, indicando sua origem, composição e características.²⁴

No grande debate internacional do *Codex Alimentarius* da FAO sobre a questão da rotulagem, em geral e de OGMs, formou-se o entendimento internacional que será considerado pela OMC, quando do estabelecimento das regras internacionais de rotulagem. Segundo essa posição, sendo a engenharia genética apenas mais um método de melhoramento genético, semelhante aos desenvolvidos ao longo da história, a informação aposta no rótulo de que o produto desenvolvido por essa técnica não teria qualquer relevância para o consumidor do ponto de vista da segurança alimentar.²⁵

O que se observa é a tendência da determinação da rotulagem, como já vem ocorrendo em vários países, como na Europa, Japão e Austrália, sendo objeto de discussão o percentual de tolerância que, na União Européia, é de 0,9% dos ingredientes que compõe o alimento, considerados individualmente, e a partir do qual existe o dever de rotulagem e no Japão que é menos rígido, passando para 5%.

No Brasil, com a pressão principalmente dos órgãos de defesa do consumidor, o governo brasileiro passou a adotar a posição dos países europeus, exigindo, então, a rotulagem dos alimentos transgênicos. Com a liminar concedida na ação civil pública n.º 1998.34.00.027682-0), ajuizada pelo IDEC, em face da União e da Monsanto, em 26.06.2000, perante o juízo da 6ª Vara Federal da Seção Judiciária do Distrito Federal, além da exigência dos estudos prévios de impacto ambiental, impôs a rotulagem obrigatória para todos os alimentos geneticamente modificados.

²³ Idem.

²⁴ Idem, p. 143.

²⁵ KUNISAWA, op. cit., p. 143.

Assim, o Dec. 3.871, de 18.07.2001, veio ao encontro da necessidade de rotulagem dos alimentos transgênicos, estabelecendo a rotulagem de alimentos transgênicos embalados, destinados ao consumo humano devendo ser efetuada quando o percentual de ingredientes geneticamente modificados, considerados individualmente, fosse superior a 4%.

Em substituição ao Dec. 3.871, foi publicado, no Diário Oficial da União de 25.04.2003, o Dec. 4.680, de 24.04.2003, que “regulamenta o direito à informação, assegurado pela Lei 8.078, de 11.09.1990, quanto aos alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano e animal que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados, sem prejuízo do cumprimento das demais normas aplicáveis”.

Este novo Dec. 4.680/2003 veio sanar omissões do decreto anterior, incluindo os produtos vendidos a granel ou *in natura*, além dos alimentos já embalados, determinando a obrigatoriedade da informação do consumidor no rótulo do produto, quando houver nesses alimentos e ingredientes alimentares a presença de OGMs num percentual superior a 1% do produto.

Com o novo regulamento, qualquer produto que contenha ou tenha sido produzido a partir de OGMs, em um percentual acima de 1%, independentemente da detectabilidade do transgente após todas as fases de processamento, deverá ser devidamente rotulado. Para tanto, o fornecedor de matéria-prima geneticamente modificada deverá incluir essa informação no documento fiscal para que ela conste em todas as etapas da cadeia produtiva.

Ainda, em complementação do Código de Defesa do Consumidor de que as informações fornecidas ao consumidor devam ser claras e precisas, o Decreto determina que a espécie doadora do gene deverá ser indicada quando da identificação dos ingredientes do alimento, atendendo aos anseios sociais, quanto ao direito de opção do consumidor de não ingerir certos tipos de alimentos, seja por motivo religioso, cultural ou hábito alimentar.²⁶

Mesmo com a entrada em vigor da nova Lei de Biossegurança, Lei n. 11.105/2005, ficou mantida a obrigatoriedade da rotulagem dos produtos geneticamente modificados, conforme dispõe o art. 40, veja-se:

Art. 40. Os alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham ou sejam produzidos a partir de OGM ou derivados deverão conter informação nesse sentido em seus rótulos, conforme regulamento.

Não resta dúvida de que no Brasil os produtos geneticamente modificados devem ser rotulados, com todas as informações necessárias para informação do consumidor.

²⁶ KUNISAWA, op. cit., p. 145.

4.3. REQUISITOS PARA A ROTULAGEM DOS PRODUTOS GENETICAMENTE MODIFICADOS

Logo, na comercialização de alimentos e ingredientes alimentares, deverá haver no painel principal do rótulo as expressões, dependendo do caso, “(nome do produto) transgênico”, “contém (nome do ingrediente ou ingredientes) transgênico(s)” ou “produto produzido a partir de (nome do produto) transgênico”. Os alimentos e ingredientes produzidos a partir de animais alimentados com ração contendo ingredientes transgênicos também deverão trazer no painel principal do rótulo as expressões “(nome do animal) alimentado com ração contendo ingrediente transgênico” ou “(nome do ingrediente) produzido a partir de animal alimentado com ração contendo ingrediente transgênico”.

Além das expressões, é necessário que, em destaque, esteja impresso o “símbolo transgênico”, sendo uma letra T, em um triângulo com o fundo amarelo, veja-se:



Símbolo Transgênico

O referido símbolo foi definido pelo Ministério da Justiça, na Portaria 2.658, de 22.12.2003 (após realização de consulta pública), cuja entrada em vigor foi adiada pela Portaria 786, de 26.02.2004.

Outra inovação trazida pelo Dec. 4.680/2003 é a faculdade da rotulagem negativa dos produtos que não contenham nem sejam produzidos a partir de OGMs, quando houver similares transgênicos no mercado brasileiro com o uso das expressões “(nome do produto ou ingrediente) livre de transgênicos”, podendo ser utilizado tal dispositivo como estratégia de marketing para conquistar o consumidor que seja arredo aos alimentos transgênicos.

As Leis 10.688, de 13.06.2003, e 10.814, de 15.12.2003, que regulam a comercialização da produção de soja da safra 2003 e da produção da soja modificada da safra de 2004, respectivamente, não trazem regras conflitantes com o Dec. 4.680/03, apenas o especificam no que trata da rotulagem para comercialização da soja geneticamente modificada.²⁷

4.4 PENALIDADES PELO DESCUMPRIMENTO DO DEVER DE ROTULAGEM

As penalidades, para o descumprimento do dever de rotulagem, são as de multa e retirada do produto do mercado, previstas no Código de Defesa do Consumidor, além

²⁷ KUNISAWA, op. cit., p. 146.

de outras sanções administrativas e penais de detenção, conforme os arts. 56 a 60, 63 a 64 e 66 a 69 do CDC (Lei 8.078/90). Além disso, dependendo de como ocorra o descumprimento, poderá ser responsabilizado civil e administrativamente, sendo aplicada multa por infração conforme o art. 20 e seguintes, sem prejuízo da aplicação das sanções penais dispostas nos arts. 24 e seguintes, da Lei de Biossegurança (Lei 11.105/2005).

As multas aplicadas pelo PROCON, para as empresas que omitirem informação sobre a presença de produtos geneticamente modificados poderão variar de 22 a 3 milhões de Ufirs (R\$ 212,82 a R\$ 3.192 milhões), com base no Código de Defesa do Consumidor e na Portaria Ministerial 2.658/2003.²⁸

4.5 ARGUMENTOS DESFAVORÁVEIS À ROTULAGEM

Existem argumentos contra e a favor da rotulagem. Os argumentos contra são, principalmente: a impraticabilidade de distinção de plantas transgênicas quando do cultivo em campos próximos e beneficiamento em conjunto com as de cultivo tradicional; e a elevação dos custos com a identificação. O primeiro argumento vem perdendo força entre os defensores da não-rotulagem em decorrência da evolução dos equipamentos e técnicas laboratoriais no campo da biologia molecular. O que antes só era detectado em laboratórios especializados, já pode ser identificado através de kits portáteis.²⁹

Em relação à elevação dos custos, a identificação de plantas transgênicas implica separar comercialmente os produtos, de tal modo que a qualquer momento e em qualquer fase da cadeia de produção seja possível a determinação. Com isso, seriam necessárias separadas operações de colheita, armazenamento, transporte, processamento e embarque, que vão necessariamente implicar maiores custos. Trata-se de um argumento lógico, mas que é falível, se analisado diante das situações concretas da produção agrícola brasileira, pois um agricultor não cultiva, normalmente, um único produto, praticando a rotação de culturas. Isso significa que já existe uma infra-estrutura para que se façam colheitas, armazenamento, transporte e processamento separados.³⁰

Ainda, a rotulagem adequada, em cumprimento à legislação, pode acarretar um aumento de pelo menos 5% do custo da produção. A diferença no aumento dos custos dependerá do tipo de embalagem que já possui um custo variável de 15% a 40% do total.³¹

4.6 ARGUMENTOS FAVORÁVEIS À ROTULAGEM

Em contrapartida, aqueles que defendem a rotulagem dos OGMs argumentam que a identificação do fornecedor do produto geneticamente modificado serve

²⁸ NÓRCIO, Lúcia. Paraná faz campanha sobre rotulagem de transgênicos. Disponível em: <http://www.idec.org.br/noticia_imprimir.asp?id=6483>. Acesso em: 03 ago. 2006.

²⁹ MOMMA apud KUNISAWA, op. cit., p. 146.

³⁰ Idem.

³¹ KUNISAWA, op. cit., p. 147.

para fins de responsabilização, em caso de danos, permitindo o rastreamento da causa daquele prejuízo.

Em segundo lugar, seria decorrência do próprio direito de informação no qual a rotulagem se baseia, tendo em vista que o produto sempre é oferecido de modo que seus potenciais de produtividade e nutricionais sobressaiam.

Um terceiro argumento pró-rotulagem seria o direito de informação e escolha do consumidor, pois esse dado é que propiciará o direito a livre escolha do cidadão ao consumo ou não de um produto geneticamente modificado. Assim, sem a devida rotulagem de todos os alimentos que contenham OGMs, independentemente de percentuais, não será possível que os consumidores que não ingerem carne de porco ou de vaca, por motivo religioso, saibam que determinado alimento contém um gene suíno ou bovino. O mesmo ocorre com os vegetarianos que não aceitam qualquer espécie de carne, devendo ser informados da modificação genética sofrida por um alimento que recebeu gene de alguma espécie animal.

Por fim, há uma grande questão econômica referente à liberação ou não dos OGMs no Brasil, que com a rotulagem se efetivará. O país é hoje o segundo maior produtor de soja do mundo, superado apenas pelos Estados Unidos e seguido da Argentina. Dos grandes produtores de soja, o Brasil é o único em que a produção de alimentos transgênicos ainda não foi adotada oficialmente em todo território. Dessa forma, o cultivo de grãos tradicionais revela-se um importante *commodity* para a economia brasileira, uma vez que o maior mercado de consumo da soja brasileira é a Europa.³²

É notório que a população europeia demonstra grande resistência e desconfiança no consumo de alimentos geneticamente modificados. Sendo o maior mercado consumidor de produtos tradicionais, a introdução do plantio de soja e outras culturas transgênicas pode acarretar a perda desse comprador e outros como o Japão e a Austrália, cujos nacionais também não demonstram um posicionamento amplamente favorável aos OGMs. Portanto, o governo brasileiro deve pensar, além de questões de biossegurança, nos fatores econômicos como esses, que podem acabar por prejudicar parcela significativa das exportações nacionais.³³

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de tudo o que se verificou do presente artigo, alimento transgênico significa qualquer alimento que tenha sofrido alterações em sua estrutura genética através da manipulação do homem. A nova Lei de Biossegurança, Lei 11.105/05, em seu inciso V, do art. 3º, conceitua da seguinte forma: “organismo geneticamente modificado - OGM: organismo cujo material genético – ADN/ARN tenha sido modificado por qualquer técnica de engenharia genética”.

³² KUNISAWA, op. cit., p. 148.

³³ Idem, p. 148.

Não resta dúvida que devido às constantes descobertas científicas em vastas áreas do conhecimento, a proteção da dignidade da pessoa humana tornou-se necessária. Todos os demais direitos e garantias fundamentais da personalidade constantes da nossa Constituição são decorrentes da dignidade humana, estando inserido nesse contexto o direito à informação.

Nessa linha de raciocínio, o princípio maior da dignidade da pessoa humana também é o fundamento para a proteção e defesa do consumidor, sendo função da lei do consumidor garantir que os produtos colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, estando os fornecedores, em qualquer hipótese, obrigados a dar informações necessárias e adequadas a seu respeito, devendo estas serem claras, ostensivas e inteligíveis, atendendo ao princípio da transparência que norteia as relações de consumo.

O acesso à informação, em especial, é indeclinável, para que o consumidor possa exercer dignamente o direito de escolha; logo, é obrigatória a rotulagem no Brasil ante ao dever de informar, reflexo do direito básico do consumidor à informação, consubstanciado no art. 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor. Esse dever de informação decorre do princípio da boa-fé (objetiva) contratual, que exige a transparência das relações de consumo, conforme o art. 4º do CDC, estando também previsto no novo Código Civil.

Os produtos geneticamente modificados devem ser rotulados, com todas as informações necessárias para informação do consumidor, como os riscos que o alimento, contendo o gene indicado, possa apresentar à saúde e segurança dos consumidores, indicando os efeitos que podem se verificar e os tipos de pessoas que não devem utilizá-los. Atualmente, qualquer produto que contenha ou tenha sido produzido a partir de OGMs, em um percentual acima de 1%, independentemente da detectabilidade do transgente após todas as fases de processamento, deverá ser devidamente rotulado.

Logo, deverá haver no painel principal do rótulo as expressões: transgênico; contém transgênico(s) ou produto produzido a partir de transgênico. Os alimentos e ingredientes produzidos a partir de animais alimentados com ração contendo ingredientes transgênicos também deverão trazer no painel principal do rótulo as expressões: alimentado com ração contendo ingrediente transgênico ou produzido a partir de animal alimentado com ração contendo ingrediente transgênico. Além das expressões, é necessário que em destaque esteja impresso o “símbolo transgênico”, sendo uma letra “T”, em um triângulo com o fundo amarelo e também a faculdade da rotulagem negativa dos produtos que não contenham nem sejam produzidos a partir de OGMs.

Os argumentos contra a rotulagem são, principalmente: a impraticabilidade de distinção de plantas transgênicas quando do cultivo em campos próximos e beneficiamento em conjunto com as de cultivo tradicional; e a elevação dos custos com a identificação.

Já aqueles que defendem a rotulagem dos OGMs argumentam que a identificação do fornecedor do produto geneticamente modificado serve para fins de responsabilização. Em segundo lugar, seria decorrência do próprio direito de informação no qual a rotulagem se baseia. Um terceiro argumento pró-rotulagem

seria o direito de informação e escolha do consumidor, pois os consumidores que não ingerem carne de porco ou de vaca por motivo religioso devem saber que determinado alimento contém um gene suíno ou bovino. O mesmo ocorre com os vegetarianos que não aceitam qualquer espécie de carne, devendo ser informados da modificação genética sofrida por um alimento que recebeu gene de alguma espécie animal. Sem contar que a introdução do plantio de soja e outras culturas transgênicas pode acarretar a perda de países compradores, cujos nacionais também não demonstram um posicionamento amplamente favorável aos OGMs.

Logo, fica claro que o presente artigo não visa esgotar o assunto que envolve a transgenia, muito menos adotar uma posição sobre ser favorável ou não aos transgênicos, mas contribuir com o tema abordando alguns aspectos ligados aos direitos fundamentais, principalmente o direito de informação nas relações de consumo, que, como se vê, necessita ser efetivamente tutelado.

REFERÊNCIAS

ALIMENTOS Transgênicos: Você é contra ou a favor?. **Revista Cuidados Pela Vida**. ano V, n. 19, 2002.

BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 11 set. 1990. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm>. Acesso em: 16 dez. 2005.

BRASIL, Lei 11.105, de 24 de março de 2005. Regulamenta os incisos II, IV e V do § 1º do art. 225 da Constituição Federal, estabelece normas de segurança e mecanismos de fiscalização de atividades que envolvam organismos geneticamente modificados – OGM e seus derivados, cria o Conselho Nacional de Biossegurança – CNBS, reestrutura a Comissão Técnica Nacional de Biossegurança – CTNBio, dispõe sobre a Política Nacional de Biossegurança – PNB, revoga a Lei no 8.974, de 5 de janeiro de 1995, e a Medida Provisória no 2.191-9, de 23 de agosto de 2001, e os arts. 5º, 6º, 7º, 8º, 9º, 10 e 16 da Lei no 10.814, de 15 de dezembro de 2003, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 28 mar. 2005. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11105.htm>. Acesso em: 16 dez. 2005.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2002. v. 1.

FRANÇA, Rubens Limongi. **Direitos da Personalidade**. Coordenadas Fundamentais. São Paulo: Revista dos Tribunais n 567, 1983.

KUNISAWA, Viviane Yumy M. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, v. 37, jan./mar., 2001.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. A Informação como Direito Fundamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, v. 37, jan./mar. 2001, p. 59-61.

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

NÓRCIO, Lúcia. **Paraná faz campanha sobre rotulagem de transgênicos**. Disponível em: <http://www.idec.org.br/noticia_imprimir.asp?id=6483>. Acesso em: 03 ago. 2006.

SCHELP, Diogo. As Verdades e as Mentiras. **Revista Veja**, São Paulo: Abril, ed. 1826, ano 36, n. 43, 29 out. 2003, p. 100-103.

SOARES, Sônia Barroso Brandão. **Transgênicos e direito à informação**. Temas de Biodireito e bioética. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; CORNÉLIO, Adriana Régia. Produtos Light e diet: o direito à informação do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, v. 54, abr./jun. 2005, p. 10.