

**IV CONGRESSO NACIONAL DA  
FEPODI**

**DIREITO DO CONSUMIDOR**

**LIVIA GAIGHER BOSIO CAMPELLO**

**MARIANA RIBEIRO SANTIAGO**

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria – FEPODI**

**Presidente** - Yuri Nathan da Costa Lannes (UNINOVE)

**1º vice-presidente:** Eudes Vitor Bezerra (PUC-SP)

**2º vice-presidente:** Marcelo de Mello Vieira (PUC-MG)

**Secretário Executivo:** Leonardo Raphael de Matos (UNINOVE)

**Tesoureiro:** Sérgio Braga (PUCSP)

**Diretora de Comunicação:** Vivian Gregori (USP)

**1º Diretora de Políticas Institucionais:** Cyntia Farias (PUC-SP)

**Diretor de Relações Internacionais:** Valter Moura do Carmo (UFSC)

**Diretor de Instituições Particulares:** Pedro Gomes Andrade (Dom Helder Câmara)

**Diretor de Instituições Públicas:** Nevitton Souza (UFES)

**Diretor de Eventos Acadêmicos:** Abimael Ortiz Barros (UNICURITIBA)

**Diretora de Pós-Graduação Lato Sensu:** Thais Estevão Saconato (UNIVEM)

**Vice-Presidente Regional Sul:** Glauce Cazassa de Arruda (UNICURITIBA)

**Vice-Presidente Regional Sudeste:** Jackson Passos (PUCSP)

**Vice-Presidente Regional Norte:** Almério Augusto Cabral dos Anjos de Castro e Costa (UEA)

**Vice-Presidente Regional Nordeste:** Osvaldo Resende Neto (UFS)

#### **COLABORADORES:**

Ana Claudia Rui Cardia

Ana Cristina Lemos Roque

Daniele de Andrade Rodrigues

Stephanie Detmer di Martin Vienna

Tiago Antunes Rezende

---

ET84

Ética, ciência e cultura jurídica: IV Congresso Nacional da FEPODI: [Recurso eletrônico on-line] organização FEPODI/ CONPEDI/ANPG/PUC-SP/UNINOVE;

coordenadores: Livia Gaigher Bosio Campello, Mariana Ribeiro Santiago – São Paulo: FEPODI, 2015.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-143-2

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Ética, ciência e cultura jurídica

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Congressos. 2. Ética. 3. Ciência. 4. Cultura jurídica. I. Congresso Nacional da FEPODI. (4. : 2015 : São Paulo, SP).

CDU: 34



[www.fepodi.org](http://www.fepodi.org)

## IV CONGRESSO NACIONAL DA FEPODI

### DIREITO DO CONSUMIDOR

---

#### **Apresentação**

Apresentamos à toda a comunidade acadêmica, com grande satisfação, os anais do IV Congresso Nacional da Federação de Pós-Graduandos em Direito – FEPODI, sediado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo –PUC/SP, entre os dias 01 e 02 de outubro de 2015, com o tema “Ética, Ciência e Cultura Jurídica”.

Na quarta edição destes anais, como resultado de um trabalho desenvolvido por toda a equipe FEPODI em torno desta quarta edição do Congresso, se tem aproximadamente 300 trabalhos aprovados e apresentados no evento, divididos em 17 Grupos de Trabalhos, nas mais variadas áreas do direito, reunindo alunos das cinco regiões do Brasil e de diversas universidades.

A participação desses alunos mostra à comunidade acadêmica que é preciso criar mais espaços para o diálogo, para a reflexão e para a troca e propagação de experiências, reafirmando o papel de responsabilidade científica e acadêmica que a FEPODI tem com o direito e com o Brasil.

O Formato para a apresentação dos trabalhos (resumos expandidos) auxilia sobremaneira este desenvolvimento acadêmico, ao passo que se apresenta ideias iniciais sobre uma determinada temática, permite com considerável flexibilidade a absorção de sugestões e nortes, tornando proveitoso aqueles momentos utilizados nos Grupos de Trabalho.

Esses anais trazem uma parcela do que representa este grande evento científico, como se fosse um retrato de um momento histórico, com a capacidade de transmitir uma parcela de conhecimento, com objetivo de propiciar a consulta e auxiliar no desenvolvimento de novos trabalhos.

Assim, é com esse grande propósito, que nos orgulhamos de trazer ao público estes anais que, há alguns anos, têm contribuindo para a pesquisa no direito, nas suas várias especialidades, trazendo ao público cada vez melhores e mais qualificados debates, corroborando o nosso apostolado com a defesa da pós-graduação no Brasil. Desejamos a você uma proveitosa leitura!

São Paulo, outubro de 2015.

Yuri Nathan da Costa Lannes

# **RELAÇÕES CONTRATUAIS NO CONSUMO DE ALIMENTOS TRANSGÊNICOS E A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR**

## **CONTRACTUAL RELATIONS IN TRANSGENIC FOOD CONSUMPTION AND CONSUMER PROTECTION**

**Elisa Oliveira Da Silva Bentes  
Marcelo Pires Soares**

### **Resumo**

A falta de certeza científica a respeito dos benefícios/males que os alimentos transgênicos podem trazer ao meio ambiente e a saúde do consumidor remete-nos a proteção estabelecida no Código de Defesa do Consumidor para validar a relação contratual e consolidar a devida proteção. Neste sentido o presente estudo possui como objetivo demonstrar, por meio de revisão bibliográfica e método dedutivo, as peculiaridades na relação de consumo de alimentos geneticamente modificados. Para análise do assunto, será trazido um breve histórico dos alimentos transgênicos no Brasil, bem como relações contratuais existentes entre consumidor, fornecedor, produtos e serviços. Serão abordadas, ainda, as espécies de contratos, o direito do consumidor e a responsabilidade civil.

**Palavras-chave:** Relação contratual, Alimentos transgênicos, Relação de consumo, Direito do consumidor

### **Abstract/Resumen/Résumé**

The lack of scientific certainty regarding the benefits / harms that transgenic foods can bring to the environment and consumer health brings us the protection established in the Consumer Protection Code to validate the contractual relationship and consolidate adequate protection. In this sense the present study has as objective to demonstrate, through literature review and deductive method, the peculiarities in the consumption ratio of genetically modified foods. For analysis of the subject, a brief history of transgenic foods will be brought in Brazil, as well as existing contractual relationship between consumer, supplier, products and services. Will be addressed also the kinds of contracts, consumer rights and liability

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Contractual relationship, Transgenic foods, Consumer relations, Consumer law

## **INTRODUÇÃO**

Os Alimentos Geneticamente Modificados conhecidos pela sigla de “OGM’s” são aqueles alimentos que possuem alterações em trechos do seu genoma realizadas através da tecnologia do RNA /DNA recombinante ou engenharia genética.

A Engenharia Genética ou Tecnologia do DNA Recombinante é um conjunto de técnicas que permite aos cientistas identificar, isolar e multiplicar genes de quaisquer organismos.

Nos alimentos geneticamente modificados, isso se deu para que houvesse uma maior produção em grande escala de alimentos que pudessem ser plantados e se adaptassem com os diversos tipos de solos e climas de todos os lugares do mundo. Desde modo, podemos dizer que nasceu a chamada “Lenda que sanaria a fome do mundo” introduzida no mercado pelas grandes empresas patrocinadoras e detentoras das patentes dos alimentos geneticamente modificados.

Logo, estes alimentos foram introduzidos no mercado consumidor e existe ainda hoje a incerteza científica das consequências dos malefícios que tais alimentos podem causar para a saúde e bem estar dos consumidores que vierem a consumi-los. Existem comprovações de que o consumo destes alimentos possa ter alterado o material genético do homem causando-lhes doenças como câncer ou alergias.

No Brasil, para resguardar o Direito dos Consumidores, inclusive o consumidor dos alimentos geneticamente modificados tem-se o Código Civil Brasileiro, Lei 10.406/2002 e o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/90. O Código de defesa do Consumidor rege as relações contratuais e de consumo entre fornecedores e consumidores.

Neste sentido, o presente trabalho visa tratar da problemática de que forma o consumidor poderá ser protegido e se proteger contra os já existentes e vindouros malefícios ocasionados pelos alimentos geneticamente modificados (OGM’s).

## **1 ALIMENTOS TRANSGÊNICOS E O SURGIMENTO DA RELAÇÃO CONTRATUAL**

Que tipo de Contrato existe quando um Consumidor adquire um alimento transgênico?

Trata-se de um Contrato de Adesão que de acordo com o art. 54 do CDC (Lei 8.78/1990) que por analogia pode-se aplicar esta espécie de contrato para este tipo de relação, pois com o aumento da sociedade consumidora houve a exigência de se fazer uma contratação em massa. Segundo Pablo Stolze destaca in *verbis*:

“O homem contratante acabou, no final do século passado e início do presente, por se deparar com uma situação inusitada, qual seja a da despersonalização das relações

contratuais em função de uma preponderante manifestação voltada ao escoamento em larga escala do que se produzia nas recém-criadas indústrias.”

Para Maria Helena Diniz há de se destacar apenas cinco traços distintivos dos contratos de adesão, que são: uniformidade, predeterminação e rigidez da oferta; proposta permanente e geral e aberta a quem se interessar, dirigida a indeterminada pessoa (mas não indeterminação absoluta); aceitação pura e simples do oblato, simplificando assim a produção do consentimento contratual; superioridade econômica do ofertante que desfruta de monopólio de fato ou de direito; as cláusulas contratuais são predispostas e fixadas unilateralmente em bloco ou pelo peticitante ou proponente. Por não existir uma lei que protegesse as pessoas que comprassem um produto ou contratassem qualquer serviço e com o intuito de dirimir quaisquer tipos de conflitos nesta relação de consumo foi promulgado o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) que entrou em vigor em 1991 no Brasil, dois anos após a Constituição de 1988 e em obediência a determinação do art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, *in verbis*:

“O Congresso Nacional dentro de cento e vinte dias da Promulgação da Constituição, elaborará código de Defesa do Consumidor”.

Esta lei veio para proteger e resguardar os direitos e deveres dos consumidores e inclusive os consumidores de alimentos transgênicos.

## **2 ALIMENTOS TRANSGÊNICOS E A RELAÇÃO CONSUMERISTA**

Relação de consumo é aquela existente entre o consumidor e o fornecedor na compra e venda de um produto ou na prestação/utilização de um serviço. Para que haja esta relação se faz necessária a presença de três figuras: O Consumidor, o Fornecedor e o Produto ou serviço.

Neste sentido, o Código de Defesa do Consumidor tipifica uma dessas figuras.

Vejamos o conceito de Fornecedor que o Código de Defesa do Consumidor:

Art. 3º

“Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.”

Já no tocante ao conceito de Consumidor, o CDC tipificou:

Art. 2º

“Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.”

E por fim, o CDC tipificou o Produto/serviço:

Art. 3º (...) omissis

§ 1º

“Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

(...)

§ 2º do CDC

Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.”

A relação jurídica, no âmbito dos Alimentos Transgênicos, é um vínculo que une duas ou mais pessoas caracterizando-se uma como o sujeito ativo e outra como sujeito passivo da relação.

No caso de Consumo de Alimentos Transgênicos, o sujeito ativo será o fornecedor do alimento e sujeito passivo será o consumidor que adquirir o mesmo. O vínculo entre ambos decorre da lei ou do contrato e, em consequência, o consumidor pode exigir do fornecedor o cumprimento de uma prestação dos tipos dar, fazer ou não fazer.

Nestas condições contratuais irá ocorrer a aplicação do Código de Defesa do Consumidor na relação quando uma das partes se enquadrar no conceito de consumidor e a outra no de fornecedor e, entre elas, houver nexos de causalidade necessária para obrigar uma a entregar a outra uma prestação.

Para que seja amparada pelo Código de Defesa do Consumidor, a relação tem que possuir todos estes aspectos; ou seja, deverá existir na Relação de Consumo a compra e a venda, isto é, uma relação de negócios que visa à transação de produtos e/ou serviços, podendo ser o de alimentos transgênicos por exemplo. Assim, não basta a existência de um consumidor numa determinada transação para que ela seja caracterizada como relação de consumo. É preciso, também, a existência de um fornecedor que exerça as atividades descritas no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor.

### **3 TIPOS DE CONSUMIDORES DE ALIMENTOS TRANSGÊNICOS:**

O Consumidor pode ser classificado como Padrão, como Consumidor Equiparado ou como Consumidor por equiparação.

O Consumidor Padrão também chamado de Consumidor *stricto sensu* adotou a Teoria finalista/subjetiva. Para a Teoria Finalista/Subjetiva o destinatário final é aquele que dá uma destinação fática e econômica ao produto, ou seja, o consumidor tem que tirar o alimento transgênico/produto do mercado e não pode mais reintroduzi-lo numa relação de negócio para que não gere mais qualquer outro tipo de lucro com aquele alimento transgênico/produto.

Existe a situação que implica na aplicação do Código de Defesa do Consumidor e, por consequência afasta o Código Civil é a verificação de existência de vulnerabilidades na relação de

consumo. Havendo vulnerabilidade na relação, no caso em concreto, então existirá uma relação de consumo. Se não há vulnerabilidade, aplica-se o código Civil.

Existem três vulnerabilidades que devem ser conhecidas e destacadas:

**Vulnerabilidade Técnica:** O indivíduo não tem conhecimento qualquer sobre o alimento transgênico/produto posto para seu consumo. Ex: Nos alimentos transgênicos não se sabe que tipo de gene foi alterado para que houvesse uma melhora ou aperfeiçoamento deste. A vulnerabilidade é encontrada no fato de o consumidor não conhecer a fundo o alimento transgênico/produto.

**Vulnerabilidade Jurídica:** Não se pode exigir que o consumidor detivesse por si só todos os conhecimentos do qual não consiga diferenciar e detenha o poder de escolha entre um alimento transgênico e um não transgênico.

**Vulnerabilidade Econômica:** É economicamente vulnerável aquele que, numa relação, não tem condições de concordar ou discordar. A título de exemplo, ocorre que na relação de um consumidor que ao se dirigir a um estabelecimento fornecedor lhe foi posto a venda um alimento transgênico/ produto que não trouxe as devidas especificações de que se tratava de um alimento transgênicos.

A teoria finalista aprofundada ou mitigada é a adotada pelo Código de Defesa do Consumidor ( Lei 8.078/90), cujo conceito é de que todo consumidor será todo aquele que possua vulnerabilidade em face do fornecedor.

**Consumidor Equiparado ou por equiparação:** será aquele que mesmo não sendo o consumidor adquirente direto do produto ou serviço, utilizam-no, em caráter final, ou a ele se vinculem, que venham a sofrer qualquer dano trazido por “defeito” do serviço ou do produto.

O artigo 17 do CDC refere-se às conhecidas, vítimas do acidente de consumo que tenham sofrido qualquer tipo de dano, podendo basear-se na responsabilidade objetiva do fornecedor.

Vejamos o ensinamento de Cavalieri:

Uma das teorias que procuram justificar a responsabilidade objetiva é a teoria do risco do negócio. Para esta teoria, toda pessoa que exerce alguma atividade cria um risco de dano para terceiros. E deve ser obrigado a repará-lo, ainda que sua conduta seja isenta de culpa.

Como exemplo pode-se citar o surgimento de alergias ou mesmo de células cancerígenas em pessoas que consumiram alimentos transgênicos que alterou suas cargas genéticas e repassou tal malefício para a sua posteridade.

Eis que surge uma pergunta imediata: o que fazer?

O CDC englobou estas pessoas que consumiram estes alimentos transgênicos, do exemplo citado, como vítimas de um acidente de consumo, o que significa dizer que elas foram vítimas de um serviço defeituoso, que expôs a vida humana em risco, daí o critério *ex vi legis* (*Por força da lei*), que equipara tais pessoas a consumidor, estendendo a proteção do CDC a elas.

#### **4 DIREITOS BÁSICOS DOS CONSUMIDORES DE ALIMENTOS TRANSGÊNICOS:**

Em tempos pretéritos, vale ressaltar que não se tinha uma Lei específica que assegurava aos Consumidores seus Direitos sendo este papel regulado até então somente pelo Código Civil.

Os Consumidores possuem seus Direitos descritos no Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), sendo estes Direitos básicos elencados no Art. 6º, do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), in verbis:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a 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, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

O Consumidor de Alimentos Transgênicos também possuem seus Direitos especificados no art. 6º do CDC, sendo-lhes assegurado o Direito a Proteção contra publicidade enganosa e abusiva tendo este o direito de exigir que tudo o que for anunciado seja cumprido.

Se o que foi prometido no anúncio ou no rótulo dos alimentos transgênicos não for cumprido, o consumidor tem direito de cancelar o contrato de adesão que foi firmado no momento em que adquiriu o alimento transgênico/ produto ou serviço e receber a devolução da quantia que havia pago e se caso ocorrer a publicidade enganosa e a abusiva são terminantemente proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor sendo as consideradas crime (art. 67, CDC).

O Consumidor tem Direito a Proteção contratual, ou seja, quando duas ou mais pessoas assinam um acordo ou um formulário com cláusulas pré-redigidas por uma delas, concluem um contrato, assumindo obrigações. Frisa-se que nos alimentos transgênicos tal contrato ocorre no momento em que este é adquirido pelo consumidor.

O Consumidor tem Direito à proteção da sua saúde e segurança de acordo com os Arts. 8º, 9º e 10 do Código de Defesa do Consumidor.

Portanto, o CDC protege o consumidor quando as cláusulas do contrato não forem cumpridas ou quando forem prejudiciais ao consumidor. O contrato de adesão firmado pelo consumidor de alimento transgênico não o obriga caso este não tome conhecimento do que nele está escrito.

## **5 APRESENTAÇÃO DO PRODUTO OU SERVIÇO**

Os fornecedores de alimentos transgênicos devem informar, nas embalagens, rótulos ou publicidade, como identifica-los. Esta identificação deverá ser feita nas embalagens ou rótulos dos alimentos e deverá conter a letra T em cor preta dentro de um triângulo amarelo.

Estas informações sobre os alimentos transgênicos/produto deverão englobar e descrever suas: características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazo de validade, nome do fabricante e endereço, riscos que possam ser apresentados à saúde e à segurança do consumidor.

Além disso, o CDC obriga os fornecedores de produto/ alimentos transgênico a informar o consumidor sobre os riscos que estes possam vir a causar à saúde do consumidor e se caso, depois que o colocou e o introduziu no mercado, o fornecedor descubra que o alimento transgênico/produto faz ou fez mal à saúde, precisa anunciar aos consumidores, alertando-os sobre

o perigo em obediência ao que determina o Arts. 6º, III, do CDC e Arts. 31 e 33, CDC que descreve que os produtos ou serviços devem trazer informações claras e completas em língua portuguesa.

Esse anúncio deve ser feito pelos jornais, rádio e televisão. Além disso, o fornecedor também tem a obrigação de retirar o alimento transgênico/ produto do comércio, trocar os que já foram vendidos ou devolver o valor pago pelo consumidor.

## **6 O CDC E A RESPONSABILIDADE CIVIL NA OFERTA DOS ALIMENTOS TRANSGÊNICOS SEGUNDO O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

A Responsabilidade Civil é claramente conceituada pelo doutrinador Silvio Rodrigues:

“A responsabilidade civil é a obrigação que pode incumbir uma pessoa a reparar o prejuízo causado a outra, por fato próprio, ou por fato de pessoas ou coisas que dela dependam.”

Tal Responsabilidade Civil para o CDC é tida como objetiva, pois a prática de um ilícito por parte do fornecedor que viole direitos do consumidor, seja ele de alimento transgênico/produto ou serviço, deverá reparar o dano, independente de culpa, por parte do agente causador do dano, pois o consumidor é a parte hipossuficiente e vulnerável da relação de consumo.

A Responsabilidade Civil poderá surgir pelo Vício ou pelo Fato.

A Responsabilidade Civil pelo Vício ocorre quando algum alimento transgênico, produto/serviço está eivado de impropriedade ou inadequação, sendo sua natureza intrínseca. Exemplo: A não comunicação das substâncias utilizadas na produção do alimento, ou seja, a rotulagem do OGM's.

Sempre será Objetiva e possui os prazos para ingresso de eventuais ações será decadencial.

O art. 26 do CDC determina que o prazo será de 30 dias para produtos não duráveis e de 90 dias para produtos duráveis, in verbis:

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

Omissis(...)

Os alimentos por serem classificados como produtos não duráveis possuem estes o prazo decadencial de 30 dias para possível ação judiciais, de acordo com o art.26, I do CDC.

A Responsabilidade Civil pelo Fato se dá por eventual dano que venha recair sobre o consumidor, é o chamado acidente de consumo, possuindo sua natureza extrínseca.

Exemplo: Acidente de consumo de alimentos transgênicos.

Na responsabilidade civil pelo fato o prazo de cinco anos sendo este prescricional, conforme determina o art. 27 do CDC.

Art. 27. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

Contudo, permanece a regra da responsabilidade objetiva que é aquela que independe de culpa e a responsabilidade pelo fato pode ocorrer pelo alimento transgênico/ Produto ou Serviço.

## **7 CONCLUSÃO**

O presente trabalho demonstrou que com o advento da introdução dos alimentos transgênicos e a sua disponibilidade para o mercado consumidor ainda não se sabe suas reais consequências para a saúde de quem os consumir. O CDC vai além da equiparação de consumidor, em seu art 29, englobando todas as pessoas expostas à oferta, à publicidade, às práticas comerciais abusivas, além das vítimas de acidentes de consumo, conferindo-lhe uma amplitude do conceito de consumidor ao colocar a expressão “todas as pessoas”.

Assim, o CDC viabilizou a defesa de todos os que participam das relações de consumo, no caso em tela o de consumo dos alimentos transgênicos, tanto de forma preventiva como repressivamente, através de órgãos legitimados.

Caso algum alimento transgênico futuramente venha causar alguma alergia ou alteração genética ocasionando deformidades estes consumidores vitimas deste fato tem o Direito de ingressar com uma ação judicial no prazo de cinco anos contados da data da constatação do mal que lhe foi causado.

Se houver alguma alteração genética em uma família, ocasionando o aparecimento de doenças na 3ª geração, devido os consumo de alimentos transgênicos por parte de seus ancestrais, aqueles são considerados pelo art. 17 do CDC, Consumidores por equiparação, sendo vitimas de acidente de consumo, ocorrerá nesta situação uma responsabilidade civil pelo fato e o prazo será prescricional de 05 anos contados da data da constatação do ocorrido.

Conclui-se, então que são equiparados a consumidor todos aqueles que estão expostos à prática comerciais, dos alimentos transgênicos, da mesma forma que aqueles que por qualquer

circunstância venha a sofrer dano devido ao mau funcionamento do produto ou do serviço contratado sendo-lhe nesse caso, aplicada a responsabilidade objetiva e solidária entre todos aqueles que integraram a cadeia de consumo.

## **BIBLIOGRAFIA**

BRASIL, Constituição da República Federativa do. Congresso Nacional, Brasília: 1988. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.html)>>

BRASIL, Direito do Consumidor. Disponível em <<  
<http://www.direitodoconsumidor.org/2011/09/o-que-e-relacao-de-consumo.html>>

BRASIL, Lei No 10.406, de 10 de Janeiro de 2002. Disponível em <<  
[http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/leis/L8078.html](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L8078.html)>>.

BRASIL. Lei n.º 8.078 de 11 de setembro de 1.990. Congresso Nacional. 1990. Disponível em <<  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>>

DINIZ, Maria Helena. Curso de direito civil brasileiro, volume 3, 21ª edição, revista e atualizada, 2005, São Paulo, Saraiva.

FILHO, Sérgio Calavieri. Programa de Direito do Consumidor. 2.ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2010. (RODRIGUES, Silvio 2003, p. 6)

FILHO, Sérgio Cavalieri. O direito do consumidor no limiar século XXI. Revista de Direito do Consumidor. Revista dos Tribunais, nº 35, jul/set. 2000, p. 105.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direitos do consumidor. 2ª ed. SP: Atlas, 1991.

GAGLIANO, Pablo Stolze e Rodolfo Pamplona Filho. Novo curso de direito civil, volume IV, 2005, São Paulo, Saraiva.

MALDEBAUM, Renata. Contratos de adesão e contratos de consumo. SP: Ed. RT, 1996, v. 3.