Revista Iberoamericana de Derecho, Cultura y Ambiente

Edición Nº 3. Julio de 2023

O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR BRASILEIRO E A SUA RELAÇÃO COM O MEIO AMBIENTE

EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR BRASILEÑO Y SU RELACIÓN CON EL MEDIO AMBIENTE

Cleide Calgaro[1]

Talissa Truccolo Reato[2]

---

[1]Pós-Doutora em Filosofia e em Direito ambos pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS. Doutora em Ciências Sociais na Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. Doutora em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS. Doutora em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. Membro do Comitê Assessor de Ciências Humanas e Sociais da FAPERGS: Membro Titular (2019-2022/2022-2024). Presidenta do Conselho Consultivo Internacional da Escuela Interdisciplinar de Derechos Fundamentales Praeeminentia Iustitia - Perú. Socióloga, Pedagoga e Psicanalista. Atualmente é Professora da Graduação e Pós-Graduação - Mestrado e Doutorado - em Direito na Universidade de Caxias do Sul - UCS. É Líder do Grupo de Pesquisa "Metamorfose Jurídica" vinculado a Universidade de Caxias do Sul-UCS. Orcid: https://orcid.org/0000-0002-1840-9598. CV: http://lattes.cnpq.br/8547639191475261. E-mail: ccalgaro1@hotmail.com

[2] Pós-Doutoranda PDPG-POSDOC/CAPES no PPGCTA da Universidade Federal da Fronteira Sul (2023-). Doutora em Direito pelo PPGD da Universidade de Caxias do Sul (2019/2021). Bolsa Prosup/CAPES durante o Doutorado. Mestra em Direito pelo PPGD da Universidade de Passo Fundo (2016/2018). Bolsa Prosup/CAPES durante o Mestrado. Realizou estância de pesquisa na Faculdade de Direito da Universidade de Sevilla - Espanha (2017). Especialista em Direito Processual e Bacharela em Direito pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (2008/2015). Professora do Curso de Direito da Universidade de Passo Fundo (2022-atual.). Professora do Curso de Direito e do Programa de Pós-Graduação (Mestrado e Doutorado) em Direito da Universidade de Caxias do Sul (2023-atual.)

RESUMO: Esta pesquisa analisa a relação entre disposições do Código de Defesa do Consumidor (CDC) do Brasil e o meio ambiente. De tal modo, questiona-se se há uma conexão entre o mencionado Código e a proteção ambiental, considerando aspectos consumeristas e informativos. Estuda-se, para exemplificar, a questão alusiva ao uso de agrotóxicos. Infere-se da investigação que há uma aproximação entre o CDC e preservação ecossistêmica. Em termos de metodologia, trata-se de uma leitura sistemática, utilizando o método analítico.

PALAVRAS-CHAVE: Agrotóxicos. Código de Defesa do Consumidor. Meio Ambiente.

RESUMEN: Esta investigación analiza la relación entre las disposiciones del Código Brasileño de Protección al Consumidor (CDC) y el medio ambiente. Así, se cuestiona si existe una conexión entre el mencionado Código y la protección ambiental, considerando aspectos consumistas e informativos. Para ejemplificar, se estudia la cuestión alusiva al uso de plaguicidas. De la investigación se infiere que existe una aproximación entre el CDC y la preservación ecosistémica. En cuanto a la metodología, se trata de una lectura sistemática, utilizando el método analítico.

PALAVRAS-CHAVE: Agrotóxicos. Código de Protección al Consumidor. Protección del Medio Ambiente.

1. INTRODUÇÃO

O sistema capitalista provocou uma sociedade de consumo extremamente ativa que, por sua vez, é temerária no que tange à proteção do meio ambiente. Para conter a intensidade desta situação, urgem legislações que protejam o consumidor coligadas com as que salvaguardam a natureza.

Neste aspecto, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor do Brasil (CDC), Lei nº 8.078/1990, que aludem à proteção do meio ambiente no país em tela.

Deste modo, a pergunta da pesquisa questiona a existência de uma conexão entre alguns dos dispositivos do CDC e a salvaguarda ambiental no Brasil. De tal modo, em um primeiro momento, faz-se uma verificação dos dispositivos do Código em matéria de proteção ambiental e, em seguida, a partir da verificação da educação consumerista e do direito à informação do consumidor, examina-se o uso de agrotóxicos como um exemplo da relação entre consumo e meio ambiente no país.

Conclui-se que há uma aproximação entre a proteção ambiental e os direitos dos

consumidores no Brasil em prol de prerrogativas socioambientais, de modo que consumidores e fornecedores possuem funções basilares para a melhoria das condições sociais, o que se dá com educação e informação, entre outros recursos.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

Quanto aos métodos de pesquisa, neste artigo a linguagem textual está posta via uma leitura sistemática. Usa-se o método analítico. Classifica-se esta pesquisa como básica. É uma análise exploratória porque utiliza levantamento bibliográfico. Com relação aos procedimentos técnicos se trata de uma pesquisa bibliográfica, pois tem como base o estudo legal e doutrinário do tema proposto.

3. RESULTADOS

Quando se relaciona consumo e meio ambiente, evidentemente que não se está abandonando o consumo para preservar os recursos naturais, até mesmo porque isto é plenamente inviável na sociedade contemporânea. Contudo, urge mudar os padrões de consumo e produção no sentido de atender a demanda das necessidades básicas da maior parte da população e reduzir o desperdício e os excessos de consumo nos segmentos mais ricos (BRASIL, 2002).

No que tange à legislação brasileira, a proteção ambiental está inserida em vários dispositivos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor do Brasil (Lei n. 8.078 de 11 de setembro de 1990) (BRASIL, 1990), de modo que é interessante tecer uma verificação acerca deste conteúdo, posto que consumo e meio ambiente são temáticas interconexas.

Deste modo, há referência quanto à questão ambiental logo no artigo 4, inciso III, do CDC[3] (BRASIL, 1990) combinado com o artigo 170 da CF/1988[4] (BRASIL, 1988),

---

[3] Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: [...] III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; [...].

[4] Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: I - soberania nacional; II - propriedade privada; III - função social da propriedade; IV - livre concorrência; V - defesa do consumidor; VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto

conjugação que dispõe a premência de harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo compatibilizando essa proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de forma que se possa viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, ressaltando, ainda, a observação da boa-fé e do equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.

Destarte, com base na mencionada boa-fé e no equilíbrio é que se observa que o meio ambiente também acaba sendo respaldado e respeitado tanto pela lei constitucional como pela lei infraconstitucional, além do fato de que os consumidores e o fornecedores, dentro de suas esferas de atuação, possuem esse dever de proteção.

Outra questão consumerista relacionada com o meio ambiente está na Política Nacional de Relações de Consumo, a qual deve que ser implementada pelos integrantes do art. 105 do CDC[5] (BRASIL, 1990): órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais, além das entidades privadas de defesa do consumidor, a fim de harmonizar as relações de consumo de acordo com o princípio da ordem econômica, como pode ser observado acima no artigo 170 da CF/1988.

Além destes, também cumpre mencionar o artigo 4, inciso IV do CDC[6] (BRASIL, 1990), o qual demonstra a relevância da educação e informação de fornecedores e consumidores em relação aos seus direitos e aos seus deveres, objetivando a melhoria do mercado de consumo. Sendo assim, evidente que a educação e a informação são essenciais para que se vislumbre o ideal de proteção ambiental, aliadas à uma necessidade de conscientização, uma vez que em inúmeros casos há educação e informação, mas se as partes não tiverem consciência de seu lugar e de sua atuação no contexto social, as primeiras se tornam ineficazes.

Outrossim, tem-se a referência no caso da coibição de publicidade abusiva, que está disposta no artigo art. 37, §2 do CDC[7] (BRASIL, 1990), preconizando que é abusiva, além de outras, a publicidade discriminatória, a que incitar violência, a que explorar o medo ou, ainda, a superstição, a que se aproveitar da deficiência de julgamento e da experiência da criança, assim como a publicidade que desrespeitar os valores

---

ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; VII - redução das desigualdades regionais e sociais; VIII - busca do pleno emprego; IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

[5] Art. 105. Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor.

[6] Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

[7] Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 2° É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

ambientais, ou, além destas, a que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Nesse contexto, pode-se observar que há, legalmente, abusividade nos casos de publicidade que desrespeitarem os valores ambientais, tanto é que se pode dizer que a publicidade abusiva "carreia a ideia de exploração ou opressão do consumidor, [...] mas não se limita a tal, [...] tutelando valores outros que sejam caros à sociedade de consumo, como o meio ambiente." (GRINOVER, 2007, p. 350).

Deste modo, igualmente é vultoso trazer à tona o artigo 29 do CDC[8] (BRASIL, 1990), o qual é bastante claro ao afirmar que todas as pessoas, determináveis ou não, mas que estão expostas às práticas previstas no CDC são equiparadas aos consumidores. Sendo assim, quem estiver exposto às práticas comerciais, no caso publicitárias, que estimulem a lesão ambiental, são protegidos pelo Códex e podem buscar os seus direitos diante dos fornecedores que fazem uso deste tipo de prática.

Ademais, no campo da proteção contratual, tem-se as cláusulas abusivas que estão inseridas no artigo 51, inciso XIV do CDC[9] (BRASIL, 1990), de tal modo que são nulas as cláusulas contratuais que infrinjam ou que possibilitem a infração de normas ambientais. Neste caso, como afirma Bonatto (2004, p. 107), "não há necessidade da efetiva agressão ao meio ambiente, bastando, para caracterizar a abusividade, que a cláusula contratual possibilite a ofensa ambiental".

Além destes dispositivos, também é fulcral destacar o artigo 6, inciso II do CDC[10] (BRASIL, 1990), o qual aduz que é um dos direitos básicos do consumidor a educação e a divulgação sobre o consumo apropriado de produtos e de serviços, garantida também a liberdade de escolha e a igualdade de contratações. Neste caso, a proteção ambiental é expressada pelo direito e pela educação voltada ao consumo, posto que uma das necessidades é educar as pessoas para um consumo sustentável.

Neste sentido, Para Filomeno (2001, p. 124) a efetividade do direito à educação para o consumo deve ocorrer duas formas: a) educação formal – aquela que se estabelece pelo ensino de temas relacionados aos direitos do consumidor no ensino fundamental, médio e superior e; b) educação informal – aquela que se estabelece pela utilização de espaços de comunicação social de massa (mídia), realizada pelos próprios fornecedores, pela sociedade civil organizada ou pelo aparato estatal.

Desta maneira, estabelece-se uma conexão com a questão da cidadania, a qual está inserida no artigo 1, II da CF/1988 (BRASIL, 1988),[11] de maneira que é um dos

---

[8] Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

[9] Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] XIV - infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais; [...].

[10] Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; [...].

[11] Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: [...] II - a cidadania; [...].

princípios fundamentais da República Brasileira; assim, busca afirmar a ideia de consumidores que sejam educados para exercer a sua cidadania, sendo esse um requisito básico para a ascensão dos demais direitos fundamentais.

Neste âmbito, sobretudo coligando o conteúdo da educação com a cidadania em matéria de consumo e meio ambiente, pode-se refletir que na atualidade é possível observar a emergência de um consumo sustentável. A proteção do meio ambiente é essencial e demonstra que deve haver medidas para que isso ocorra, pois a degradação está cada vez mais nefasta e perigosa para esta sociedade de consumo contemporânea.

4. DISCUSSÃO

De acordo com Claudia Lima Marques, o direito do consumidor e o CDC têm como finalidade a promoção da proteção dos consumidores além de "[...] informar e educar; [...], trazer mais segurança e transparência ao nosso mercado, combater abusos e harmonizar os conflitos de consumo na sociedade brasileira" (2012, p. 407).

A defesa do consumidor deve sempre estar em pauta destacada, uma vez que na sociedade atual o consumo se relaciona com a crescente crise ambiental, tanto é que em diversas situações o consumidor é tratado como um mero comprador, carecendo "de uma educação que o oriente como consumir e que sirva como um instrumento preocupado com os vários aspectos econômicos, sociais e de meio ambiente." (TADEU; BREYER, SOARES, 2016, p. 85).

Para fins de elucidar exemplificativamente, uma das questões encontradas para relacionar a questão ambiental e o consumidor na atualidade, sobretudo no que diz respeito à educação e o direito à informação, é o agronegócio, que além de ser uma alternativa para alimentar milhões de brasileiros, representa grande parte das exportações do Brasil, das quais depende o equilíbrio financeiro do país. Contudo, o agronegócio tem a face negativa, na qual a utilização de agrotóxicos é alta e a preocupação ambiental acaba ficando em um segundo plano.

Segundo referências do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), o número de estabelecimentos que utilizam agrotóxicos aumentou 20,4% nos últimos 11 anos. Outra questão preocupante é o número de analfabetos que usam tais produtos químicos, posto que, de acordo com dados do Censo Agropecuário 2017, cerca de 15,6% dos produtores que manejam agrotóxicos não sabem ler e nem escrever e, destes, 89% declaram não ter recebido qualquer tipo de orientação técnica. Outrossim, nesta mesma pesquisa, dos produtores alfabetizados que utilizam agrotóxicos, 69,6% possuem no máximo o ensino fundamental e, entre eles, apenas 30,6% declaram ter recebido orientação técnica acerca da aplicação de tais produtos.

Nota-se, com esta base, a presença de muitos óbices quanto à informação que os

consumidores deveriam receber para fazer uso dos agrotóxicos e quanto aos perigos da falta de instrução para utilizar referidos produtos químicos, físicos ou biológicos. Além disso, pode-se dizer que os agrotóxicos são usados de forma abusiva no Brasil, tanto é que segundo a Associação Brasileira de Saúde Coletiva (Abrasco) 70% dos alimentos *in natura* consumidos no Brasil estão "contaminados" por agrotóxicos (MESQUITA, 2020).

Neste sentido, vale esclarecer que "o Brasil é o maior consumidor mundial de agrotóxicos, mesmo não sendo o primeiro em produção. Há que se ter responsabilidade pela utilização de pesticidas em larga escala na produção de alimentos" (HUPFFER, 2017). Não é novel que o agrotóxico contamina o meio ambiente, de tal modo, se o direito à informação for respeitado, o consumidor pode fazer o seu direito de escolha e, por conseguinte, construir um mundo melhor e mais saudável para todos (HUPFFER, 2017).

Não se deve ignorar os prejuízos que estão sendo causados não só para o meio ambiente, como para a vida da população, tais como a poluição do ar, dos recursos hídricos, assim como a utilização descontrolada de pesticidas e fertilizantes na área rural, sem a aplicação de tecnologia adequada na análise do solo, muitas vezes sem uma proteção adequada para o produtor que aplica esse produto e a informação acerca dos efeitos nocivos dos produtos para a saúde e para a segurança do consumidor, infringindo o que preconizam os artigos 6, inciso III, 8 e 10 do CDC (BRASIL, 1990)[12], os quais abordam a segurança do consumidor.

Sabe-se que existem substâncias químicas usadas na agricultura que são mais seguras e menos tóxicas, inclusive o controle biológico é uma alternativa, mas muitos empresários preferem assegurar uma colheita mais farta ou mais lucrativa do que adotar métodos menos nocivos e que tragam menor devastação ambiental e que reduzam os prejuízos aos consumidores.

O consumidor tem a opção de comprar alimentos orgânicos, contudo, estes alimentos

---

[12] Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...]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; [...]; Art. 8° Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito. § 1º Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto. § 2º O fornecedor deverá higienizar os equipamentos e utensílios utilizados no fornecimento de produtos ou serviços, ou colocados à disposição do consumidor, e informar, de maneira ostensiva e adequada, quando for o caso, sobre o risco de contaminação; Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança. § 1° O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários. § 2° Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço. § 3° Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

tendem a ser mais onerosos e, além disso, nem sempre se sabe ao certo se são orgânicos de fato, posto que estão inseridos em uma sociedade de consumo, na qual o lucro e o dinheiro imperam e as grandes corporações comandam o mercado.

Outro fator a ser destacado é que a quantidade de alimentos orgânicos não é capaz de suprir um mercado amplo. A produção e comercialização atingem apenas uma pequena parcela da comunidade, as que podem comprar, de modo que se questiona os prejuízos para as pessoas que não tem acesso e/ou não podem comprar, visto que os alimentos deveriam ser para todos.

Somente se consegue promover o equilíbrio entre a necessidade crescente de produção e a garantia de que a população está adquirindo produtos que não provoquem danos ao organismo humano, juntamente com a proteção ambiental, se houver de fato uma educação e uma conscientização para um consumo sustentável, além de um efetivo direito à informação, sendo esses direitos assegurados pelo CDC.

5. CONCLUSÃO

Observa-se que o Código de Defesa do Consumidor possui diversos dispositivos que tangem à proteção do meio ambiente. Neste sentido, vale dizer que o consumidor, antes mesmo de ser timbrado como consumidor, é um ser, ser humano, que habita a Terra e, neste sentido, o artigo 225 da CF/1988 garante que “todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida [...]” (BRASIL, 1988).

Deste modo, é interessante que haja uma conexão entre o CDC e a salvaguarda da natureza, o que mostra uma coerência normativa que também pactua com a Constituição Federal do Brasil. Nota-se, nesta investigação, um incisivo elo do tema consumo-meio ambiente com a questão da educação, especialmente educação para um consumo sustentável, bem como com a questão da informação adequada aos consumidores, além de outras situações, como a publicidade inapropriada e as cláusulas abusivas, etc.

Sendo assim, o exemplo dos agrotóxicos é bastante cristalino para ilustrar como o descumprimento de um preceito consumerista do CDC (a informação acerca do uso adequado dos produtos) pode causar danos ao meio ambiente, além de prejudicar a própria saúde, de modo que este debate é importante, inclusive para despertar a possibilidade de alternativas ao uso de agrotóxicos.

Ademais, como se pode observar, educação e informação quando associadas à tomada de consciência por parte dos fornecedores e dos consumidores podem contribuir para que as relações socioambientais não afetem prejudicialmente o equilíbrio do planeta. Portanto, em que pese nem sempre o tema do meio ambiente seja abordado de forma literal no CDC, existem diversos artigos que associam a defesa

do consumidor com a proteção do meio ambiente no Brasil.

REFERÊNCIAS

A. P. GRINOVER; et al. (2007). *Código brasileiro de defesa do consumidor:* comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

BRASIL (Inmetro e Idec). (2002). *Meio ambiente e consumo* – coleção educação para o consumo responsável. Coordenação e supervisão – Inmetro. Coordenação: Ângela Damasceno; Supervisão: Márcia Andreia S. Almeida e José Humberto Fernandes Rodrigues; Execução editorial – Idec. Coordenação e texto: Glória Kok. Módulos didáticos: Silvia Meirelles e Regina Barros. Consultores: Marcelo Sobré, Marcos Vinicius Pó, Othon Abrahão e Walter Lazzarini; Edição: Esníder Pizzo. Revisão: Maria Aparecida Medeiros. Projeto gráfico e edição de arte: Shirley Souza. Editoração eletrônica: Juliano Dombusch Pereira. Capa: foto de Oswaldo Maricato. Disponível em: < https://www.fm.usp.br/biblioteca/conteudo/biblioteca_212_meioambiente.pdf> Acesso em: 25 mai. 2023.

BRASIL (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.* Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em: 25 mai. 2023.

BRASIL (1990). *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.* Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm> Acesso em: 25 mai. 2023.

C. BONATTO (2004). *Código de Defesa do Consumidor.* Cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado.

C. L. MARQUES (2012). *Consumo como igualdade e inclusão social*: a necessidade de uma lei especial para prevenir e tratar o “superendividamento” dos consumidores pessoas físicas. Revista Jurídica da Presidência Brasília v. 13 n. 101 Out. 2011/Jan.

H. M. HUPFFER; J. J. POL (2017). *O direito de escolha do consumidor e a necessária informação sobre alimentos com agrotóxicos*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC. Vol. 37.2, jul./dez. Disponível em: < http://www.periodicos.ufc.br/nomos/article/view/5509/71798> Acesso em: 25 mai. 2023.

IBGE (2019). *Número de estabelecimentos que usam agrotóxicos sobe 20,4%*. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/>. Acesso em: 25 mai. 2023.

J. G. B. FILOMENO (2001). Os Direitos do Consumidor. In: A. P. GRINOVER, e outros, *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor.* Comentado pelos Autores do Anteprojeto. São Paulo: Forense Universitária.

J. L. MESQUITA (2020). *Agrotóxicos: novo marco e outras notícias.* Disponível em: < https://marsemfim.com.br/agrotoxicos-a-populacao-precisa-saber/>. Acesso em: 25 mai. 2023.

S. A. TADEU; L. BREYER; T. G. SOARES (2016). *Consumo e meio ambiente*: reflexões em torno de uma teoria compressiva. Revista Eletrônica da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Vol. 02. N. 01. Jan.-Jun.. Disponível em: < https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/revistadireito/article/viewFile/9309/6040> Acesso em: 25 mai. 2023.