

A Política Nacional de Relações de Consumo enquanto promotora do consumo sustentável: um direito e um dever do consumidor

The National Policy of Consumer Relations as a promoter of sustainable consumption: a right and a duty of the consumer

Márcia Rodrigues Bertoldi*
Gabriela Losekan**

Resumo: Tendo em vista a influência do consumismo na sociedade moderna e o impacto ambiental desses padrões insustentáveis de consumo, o presente artigo analisa como a lei consumerista, especificamente através da Política Nacional de Relações de Consumo (PNRC), pode promover o consumo sustentável. A partir dessa perspectiva, identifica quais são as normativas que sustentam e complementam a política no intuito de garantir a defesa do consumidor em paralelo à proteção do meio ambiente, na tentativa de demonstrar a promoção do consumo sustentável não só como reflexos do direito a um meio ambiente ecologicamente equilibrado, como também, do dever oriundo, essencialmente, da responsabilidade compartilhada entre consumidor, fornecedor e Estado quando da preservação ambiental. Através de uma pesquisa de abordagem dedutiva e de caráter qualitativo, percebeu-se que a PNRC, apesar de ser um instrumento legítimo na promoção do consumo

* Possui graduação em Direito pela Universidade Católica de Pelotas (1998), doutorado em Estudos Internacionais – Universidad Pompeu Fabra (2002) e doutorado em Globalização e Direito – Universidad de Girona (2003) com bolsa da CAPES (Revalidado pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da UFSC). Realizou estágio pós-doutoral, com bolsa do CNPq na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Direito, com ênfase em Direito Público, atuando principalmente nos seguintes temas: direito internacional do meio ambiente, direito ambiental, direitos humanos, direito socioambiental e metodologia da pesquisa jurídica. Atualmente, é professora da Universidade Federal de Pelotas, Faculdade de Direito. Coordenadora do Grupo de Estudos em Direito Socioambiental (GEDS). Líder do Grupo de Pesquisa Núcleo de Pesquisas em Direitos Sociais e Vulnerabilidade (NUPEDIV) Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFPel. *E-mail:* marciabertoldi@yahoo.com

** Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Pelotas, RS, Brasil. *E-mail:* gabriela.losekan@hotmail.com

sustentável como um direito do consumidor, no que tange ao dever, necessariamente, precisa ser complementada, a fim de garantir que o consumidor exerça sua parcela de responsabilidade para com o meio ambiente, além da vigia de seu próprio direito.

Palavras-chave: Consumo sustentável. Direito Ambiental. Direito do Consumidor. Política Nacional de Relações de Consumo.

Abstract: Given the influence of consumerism in modern society and the environmental impact of these unsustainable consumption patterns, this article analyzes how consumer law, specifically through the National Consumer Relations Policy, can promote sustainable consumption. From this perspective, it identifies the regulations that support and complement the Policy in order to guarantee consumer protection in parallel to environmental protection, as an attempt to demonstrate the promotion of sustainable consumption not only as a reflection of the right to an environment ecologically balanced, as well as the duty derived, essentially, from shared responsibility between consumer, supplier and State when preserving the environment. Through a research of a deductive approach and qualitative character, it's perceived that the PNRC, although it's a legitimate instrument in the promotion of sustainable consumption as a consumer right, when it comes to the duty, necessarily, it needs to be complemented in order to guarantee that the consumer exercises his share of responsibility for the environment, in addition to overseeing his own right.

Keywords: Sustainable consumption. Environmental Law. Consumer Law. National policy on Consumer Relations.

Introdução

Com a Revolução Industrial e a expansão das cidades, o meio ambiente adaptou-se às demandas do sistema de produção e do mercado econômico. Ao longo dessa trajetória, a questão ambiental moldou-se a épocas e interesses econômicos e políticos, e o impetuoso processo de potencialização consumerista passou a contribuir sobremaneira com a degradação ambiental.

Portanto, para compreender como o consumidor, reconhecido como um dos agentes responsáveis pela crise ambiental, poderá contribuir para reais transformações, fundamental é a análise da lei consumerista com o intuito de investigar se essa normativa, promulgada, *a priori*, para defender os interesses econômicos dos consumidores nas relações de consumo, promove a defesa do meio ambiente. Mais especificamente, se a Política Nacional de Relações de Consumo (PNRC), através de seus objetivos e

princípios que servem de diretrizes interpretativas para os demais dispositivos do Código de Defesa do Consumidor (CDC), promove o consumo sustentável. Partindo de uma hipótese afirmativa, ao menos no campo legal, a problemática adentra na questão de como a defesa do meio ambiente se manifesta e quais são os reflexos desse paradigma interpretativo para os direitos e possíveis deveres do consumidor.

Inicialmente, examina-se o contexto social que legitimou o fenômeno do consumismo e, por consequência, sua inserção na agenda político-internacional como parte da discussão sobre as causas da crise ambiental. Em seguida, demonstram-se as normativas que legitimam e complementam a Política Nacional de Relações de Consumo na promoção do consumo sustentável, através dos objetivos e princípios que consagram esse direito-dever do consumidor, assim como os impactos dessa ótica na lógica interpretativa da lei consumerista.

O tema tem sua justificativa no contexto atual da sociedade de consumo e na crise civilizatório-ambiental. Também, na urgência de resgatar o valor principiológico da lei consumerista e no das futuras mudanças legislativas, como, por exemplo, os PL 3.514/2015¹ e PL 3.515/2015,² que incluem o ânimo do consumo sustentável à Política Nacional de Relações de Consumo.

O estudo está centrado na esfera do Direito do Consumidor, porém, por se tratar de um tema interdisciplinar, é complementado pelos saberes de Direito Ambiental e Constitucional, por meio de procedimento bibliográfico-documental. Ademais, utilizou-se o método de abordagem dedutivo, e a pesquisa tem caráter qualitativo.

1 A sociedade, o consumismo e a crise ambiental

O padrão de sociedade atual, cuja união se dá pelo consumismo, é marcado pelas escolhas econômicas de seus indivíduos. Ele consagrou a cultura consumista como o eixo da sociedade na modernidade.³Ao

¹ BRASIL. *Projeto de Lei n. 3.514, de 2015*. Disponível em: http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1408274&filename=PL+3514/2015. Acesso em: 24 out. 2017.

² BRASIL. *Projeto de Lei n. 3.515, de 2015*. Disponível em: http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1408277&filename=PL+3515/2015. Acesso em: 24 out. 2017.

³ BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

priorizar o indivíduo como consumidor e não como cidadão, o fenômeno do consumismo se consolidou no momento em que se tornou mais democrático que o próprio Estado de Direito, afetando todas as classes sociais, sem discriminação de cor, gênero ou idade.⁴

Devido ao seu comportamento pautado pela satisfação imediata de desejos incessantes que se promovem a partir do uso insustentável de recursos naturais, a sociedade de consumidores tem recebido inúmeras críticas por não ser compatível com as alternativas propostas para a contenção da crise ambiental. Questiona-se não somente o impacto de seus insustentáveis padrões de consumo, como também suas inter-relações construídas por um sistema ancorado em uma racionalidade econômica falha fortalecida por uma publicidade meticulosa.⁵

1.1 A sociedade de consumidores

A formação da sociedade de consumidores e, por consequente, a consolidação do consumismo, acompanhou, progressivamente, a expansão do mercado econômico em conjunto com o desenvolvimento de estradas, de meios de comunicação e, principalmente, da ciência do *marketing*.⁶

A consolidação do consumismo iniciou com a transição de um modelo de sociedade de produtores para o de uma sociedade de consumidores, momento em que se deu maior ênfase e prioridade ao ato de consumir dentre as relações sociais. Nesse padrão primário, como reflexo do sistema

⁴ LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 23-149, p. 254-369, p. 333-371.

⁵ BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008; LEFF, E. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Editora Vozes, 2015; LÖWY, M. *A alternativa ecossocialista*. Rio de Janeiro: *Democracia viva*, v. 48, 2012; MILARÉ, E. *Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

⁶ Quanto à origem da sociedade de consumidores, alguns autores preferem abordar o tema desde o período da realeza; outros, a partir do marco da Revolução Industrial. Entretanto, todos concordam que, para que essa sociedade surgisse, um modelo anterior teve de ser superado através da resignificação do ato de consumir. Nesse sentido, “a Sociedade de Consumo, como ideologia e utopia pautada na abundância, adquiriu um status de natural, universal e eterna, mas foi na verdade construída e instituída em oposição a outras ideologias, utopias e axiologias pautadas na suficiência, que precisaram ser neutralizadas para permitir sua emergência”. (PORTILHO, F. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2010. p. 68).

rígido e fordista, a produção e o consumo eram pautados pelas necessidades básicas e duráveis, que abrangiam desejos pessoais e momentâneos. Ao ultrapassar esses preceitos, a sociedade de consumidores, marcada pela liquidez e estimulada pelos novos moldes demarcados e pela publicidade, transformou o consumo de bens básicos em um consumismo pautado pela abundância e desejo insaciável pelo novo. A disponibilidade de novos produtos, a sua obsolescência e a democratização do acesso ao mercado concebeu a figura do consumidor tal como é reconhecido atualmente: impulsivo, sujeito às tendências da moda e que busca, incessantemente, a exaltação através de suas escolhas de consumo.⁷

Na medida em que o ato de consumir assumiu um novo significado social,⁸ as relações de consumo eram remodeladas e expostas à vulnerabilidade. Conforme os mercados de massa – caracterizados pelo aumento da produção e a diminuição dos preços – surgiam, exponentes marcas eram consagradas através de consideráveis investimentos na sua própria publicidade. Era o início da relação de fidelidade entre o consumidor e o produto e, também, do seu distanciamento⁹ do fornecedor.

Após a solidificação não só da produção em massa, como também do consumo, houve, novamente, uma mudança na esfera cultural do consumismo. Se até determinado momento as necessidades, apesar de superficiais, eram palpáveis, agora, estilos de vida, experiências e sentimentos, como a própria felicidade, são passíveis de compra. O hiperconsumidor digital, narcisista e ainda mais individualista, pode

⁷ BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

⁸ “O consumismo é um produto social, e não o veredicto inegociável da evolução biológica. Não basta consumir para continuar vivo se você quer viver e agir de acordo com as regras do consumismo”. (BAUMAN, Z. *44 cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011. p. 54).

⁹ “Se antes fornecedor e consumidor encontravam-se em uma situação de relativo equilíbrio de poder de barganha (até porque se conheciam), agora é o fornecedor que, inegavelmente, assume a posição de força na relação de consumo e que, por isso mesmo, ‘dita as regras’”. (GRINOVER, B. *et al.*, *Código Brasileiro de Defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 6).

¹⁰ LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 23-149, p. 254-369, p. 333-371.

comprar o que quiser, na hora que quiser, de onde estiver.¹⁰ Todavia, esse individualismo, sob a ótica ambiental, pode ter dois lados:

Auto-interesse e proteção ambiental são compatíveis em uma série de escolhas de consumo: alguns produtos “ecologicamente corretos”, como alimentos orgânicos, por exemplo, podem ser percebidos como podendo trazer bem-estar pessoal e, ao mesmo tempo, preservar o meio ambiente. No entanto, auto-interesse e proteção ambiental podem estar em conflito em outra série de exemplos: andar de ônibus em vez de andar de carro pode ser percebido como reduzindo o bem-estar pessoal, apesar das possíveis melhorias ambientais.¹¹

Contudo, importante destacar que, quando comparada com outros países, a sociedade de consumidores no Brasil surgiu tardiamente, reflexo do histórico de colonização, escravidão e negação, por muitos anos, de um desenvolvimento industrial¹² próprio. As transformações repentinas de mercado, somados ao longo período de ditadura militar, não permitiram um amadurecimento de todas as informações que foram bombardeadas ao consumidor brasileiro, propiciando um consumo mais emocional e influenciável, dificultando a assimilação de responsabilidades ambientais através das escolhas de consumo.¹³

1.2 O consumo insustentável e a crise ambiental: a trajetória da regulação jurídica internacional

Até certo ponto, o modelo de produção capitalista, focado na expansão de negócios, foi difundido como condição essencial para o progresso de uma nação. Ao desencadear processos de produção em massa, essa racionalidade econômica provocou uma falsa sensação de melhora nas condições de vida, pois, pela primeira vez, o consumidor tinha, em

¹¹ PORTILHO, F. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2010. p. 128.

¹² “Lembramos que em 1960 apenas 4.6% dos domicílios brasileiros tinham televisão (com absoluta maioria nas Regiões Sudeste e Sul), enquanto no ano de 2000, 87,2% dos domicílios têm televisão (espalhados por todo o Brasil)”. (SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. p. 80).

¹³ GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016; SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

¹⁴ LEFF, E. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes, 2015.

suas mãos, o poder de escolher entre inúmeros produtos e serviços, permitido-lhe almejar outros estilos de vida.¹⁴ Essa propaganda do progresso, através do crescimento econômico ilimitado, só foi questionada quando os primeiros sinais de escassez e degradação ambiental foram constatados.¹⁵

Apesar de a crise ambiental ocupar a agenda político-internacional desde a década de 70, o impacto do consumo, nessa equação, só foi oficialmente mencionado a partir do Relatório Brundtland, em 1987,¹⁶ que determinou o conceito de desenvolvimento sustentável. O reconhecimento tardio do consumidor – como um dos corresponsáveis pela degradação do meio ambiente – foi reflexo da melhor compreensão da real complexidade do problema, quando câmbios, na esfera da produção, mostraram-se insuficientes na sua contenção. Além disso, por muito tempo, preferiu-se responsabilizar o crescimento demográfico,¹⁷ em países pobres, como a principal causa da poluição e escassez de recursos naturais.

Após o Relatório Brundtland ter criticado a falta de resultados práticos da Declaração de Estocolmo e apontar outras problemáticas

¹⁵ LÖWY, M. A alternativa ecossocialista. Rio de Janeiro: *Democracia Viva*, v. 48, p. 41-43, 2012.

¹⁶ ONU. COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. *Nosso Futuro Comum*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

¹⁷ “A degradação ambiental deve-se mais aos padrões e níveis de consumo dos setores ricos dos países industrializados, com suas baixas taxas de natalidade, do que ao crescimento demográfico dos povos de terceiro-mundo e de todos os submundos que apresentam as taxas mais altas de crescimento demográfico”. (LEFF, Enrique. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes, 2015, p. 303).

¹⁸ Desde a perspectiva do consumo sustentável, vale destacar: “Princípio 8: Para alcançar o desenvolvimento sustentável e uma qualidade de vida mais elevada para todos, os Estados devem reduzir e eliminar os padrões insustentáveis de produção e consumo, e promover políticas demográficas adequadas”. (ONU. CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE MEIO AMBIENTE E O DESENVOLVIMENTO. Declaração do Rio sobre meio ambiente e desenvolvimento, 1992. Disponível em: <http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2017).

“Capítulo 4: Mudanças dos padrões de consumo: 4.5. Especial atenção deve ser dedicada à demanda de recursos naturais gerada pelo consumo insustentável, bem como o uso eficiente desses recursos, coerentemente com o objetivo de reduzir ao mínimo o esgotamento desses recursos e de reduzir a poluição. Embora em determinadas partes do mundo os padrões de consumo sejam muito altos, as necessidades básicas do consumidor de um amplo segmento da humanidade não estão sendo atendidas. Isso se traduz em demanda excessiva e estilos de vida insustentáveis nos segmentos mais ricos, que exercem imensas pressões sobre o meio ambiente. Enquanto isso os segmentos mais pobres não têm condições de ser atendidos em suas necessidades de alimentação, saúde, moradia e educação. A mudança dos padrões de consumo exigirá uma estratégia multifacetada centrada na demanda, no atendimento das necessidades básicas dos pobres e na redução do

quanto à questão ambiental, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio-92, produziu dois notáveis documentos para a proteção e a preservação mais abrangentes do meio ambiente: a Agenda 21 e a Declaração do Rio.¹⁸ Ao mencionar expressamente os padrões insustentáveis tanto de produção quanto de consumo como responsáveis por impactos ambientais e estabelecer sua redução e eliminação como objetivos a serem perseguidos, ambos os documentos tornaram-se pioneiros na promoção do consumo sustentável em âmbito internacional.¹⁹

Mais recentemente, em 2015, a Cúpula de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas definiu novos objetivos para o desenvolvimento sustentável, comprometendo-se a assegurar padrões de produção e consumo sustentáveis até 2030.²⁰ Ainda nesse ano, as novas diretrizes da ONU (Resolução 70/186/2015)²¹ para a proteção dos consumidores reiteraram, em seus objetivos, a promoção do consumo sustentável e a educação do consumidor como um de seus princípios

desperdício e do uso de recursos finitos no processo de produção; [...] 4.11. Convém ainda considerar os atuais conceitos de crescimento econômico e a necessidade de que se criem novos conceitos de riqueza e prosperidade, capazes de permitir melhorias nos níveis de vida por meio de modificações nos estilos de vida que sejam menos dependentes dos recursos finitos da Terra e mais harmônicos com sua capacidade produtiva. Isso deve refletir-se na elaboração de novos sistemas de contabilidade nacional e em outros indicadores do desenvolvimento sustentável". (ONU. CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE O MEIO AMBIENTE E O DESENVOLVIMENTO. Agenda 21, 1992. Disponível em: <http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/agenda21.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2017).

¹⁹ MILARÉ, E. *Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011; PORTILHO, F. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2010.

²⁰ Nesse sentido, o Objetivo 12 propõe assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis (ONU. CÚPULA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. *Nosso Mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável*, 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2017).

²¹ ONU. ASSEMBLEIA GERAL DAS NAÇÕES UNIDAS. Diretrizes para a proteção dos consumidores, 2015. Disponível em: http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ares70d186_en.pdf. Acesso em: 1º mar. 2017.

²² GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016.

gerais, com enfoque na conscientização acerca das consequências econômicas, sociais e ambientais das escolhas de consumo, consolidando a ligação necessária entre a lei consumerista e a defesa do meio ambiente.²²

2 A Constituição Federal de 1988 como fundamento do Código de Defesa do Consumidor na promoção do consumo sustentável

O esverdear²³ da Constituição Federal, em 1988 (CF/88),²⁴ refletiu, por fim, as reivindicações da agenda ambiental-internacional, consolidando direitos ambientais em seu corpo, o que proporcionou o necessário entrelaçamento com outros direitos coletivos e difusos também emancipados à época, dentre eles, os direitos do consumidor, na perspectiva de promover ambas as defesas em prol da preservação do meio ambiente para as presentes e futuras gerações e da melhoria da qualidade de vida.

Nessa seara, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei **12.305/2010**)²⁵ trouxe, pela primeira vez, no ordenamento jurídico, o conceito de padrões sustentáveis de produção e consumo.

Produção e consumo de bens e serviços de forma a atender às necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras (art. 3º, XIII).

²³ “Em alguns ordenamentos constitucionais, caminhou-se para além da tarefa estatal, consagrando também um direito (e dever) fundamental ao ambiente, ou seja, o direito do indivíduo e da coletividade a viver em um ambiente equilibrado, seguro e saudável. Essa foi a orientação, por exemplo, das Constituições Portuguesa, Brasileira e Sul-Africana. Em um passo ainda mais avançado em termos de tutela constitucional do ambiente, cumpre assinalar o reconhecimento de “direitos da Natureza (Pacha Mama)” tal como dá conta o exemplo da recente Constituição Equatoriana (2008)”. (SARLET, I. W; FENSTERSEIFER, T. *Direito Constitucional Ambiental: estudos sobre a Constituição, os direitos fundamentais e a proteção do ambiente*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011. p. 26).

²⁴ BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 22 mar. 2017.

²⁵ BRASIL. *Lei n. 12.305, de 2 de agosto de 2010*. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei n. 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm. Acesso em: 10 jun. 2017.

²⁶ BRASIL. *Lei n. 13.186, de 11 de novembro de 2015*. Institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13186.htm. Acesso em: 17 mar. 2017.

Em consonância com essa definição, a Lei 13.186/2015 que institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável (PECS),²⁶ conceitua consumo sustentável como “o uso dos recursos naturais de forma a proporcionar qualidade de vida para a geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras (art. 1º)”.

Ainda, preocupado em traduzir um conceito tão grandioso para a realidade intimista e cotidiana do consumidor, o Ministério do Meio Ambiente, reforçando não só a preocupação com as futuras gerações, como também a questão da distribuição social, entende que

consumo sustentável envolve a escolha de produtos que utilizaram menos recursos naturais em sua produção, que garantiram emprego decente aos que os produziram, e que serão facilmente reaproveitados ou reciclados. Significa comprar aquilo que é realmente necessário, estendendo a vida útil dos produtos tanto quanto possível. Consumimos de maneira sustentável quando nossas escolhas de compra são conscientes, responsáveis, com a compreensão de que terão consequências ambientais e sociais – positivas ou negativas.²⁷

Nota-se que, se antes da concepção da CF/88 um dos principais objetivos de ambos os movimentos, ambientalista e consumerista, era solidificar suas garantias como direitos autônomos, após a promulgação da Carta Magna, suas lutas puderam, então, ser redirecionadas a fim de construir novos interesses de maneira conjunta e complementar.

2.1 A Constituição Federal de 1988, a defesa do consumidor e a proteção do meio ambiente

Quando Garcia²⁸ parte do art. 5º, inciso XXXII da CF/88 – a defesa do consumidor como garantia e direito fundamental – para a análise dos preceitos constitucionais capazes de legitimar a defesa do consumidor

²⁷ BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. *Conceito de consumo sustentável*. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumosustentavel/conceitos/consumo-sustentavel>. Acesso em: 24 out. 2017.

²⁸ GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016.

em observância da proteção do meio ambiente, sustentou sua tese no princípio absoluto da dignidade da pessoa humana, um dos fundamentos constitutivos da nossa Carta Magna. Por ser a matriz global de tratados e constituições, todos os dispositivos previstos no ordenamento jurídico brasileiro, independentemente do direito tutelado, devem garanti-lo em sua aplicação e interpretação.²⁹ Assim, a fim de fazer *jus* ao Estado Socioambiental de Direito, a compreensão da dignidade da pessoa humana (como fundamento constitucional) ultrapassa sua dimensão social para priorizar, igualmente, seu viés ambiental:

No contexto constitucional contemporâneo, consolida-se a formatação de uma dimensão ecológico-inclusiva da dignidade humana, que abrange a ideia em torno de um bem-estar ambiental (assim como de um bem-estar social) indispensável a uma vida digna, saudável e segura. Dessa compreensão, pode-se conceber a indispensabilidade de um patamar mínimo de qualidade ambiental para a concretização da vida humana em níveis dignos.³⁰

Seguindo, portanto, hermenêutica jurídica que interpreta o princípio da dignidade humana como norma vinculativa,³¹ o art. 170 da CF/88 estabelece, como um de seus objetivos, a garantia de uma existência digna para todos, sendo essencial para tal a observância harmônica de determinados princípios. Tendo em vista que a defesa do consumidor faz parte do rol de garantias e direitos fundamentais, cuja matriz é a dignidade

²⁹ BITTAR, E. C. B. *Ética, cidadania e constituição: o direito à dignidade e à condição humana*. São Paulo: *Revista Brasileira de Direito Constitucional*, n. 8, p. 125-155, jul./dez. 2006.

³⁰ SARLET, I. W.; FENSTERSEIFER, T. *Direito Constitucional Ambiental: estudos sobre a Constituição, os direitos fundamentais e a proteção do ambiente*. São Paulo: *Revista dos Tribunais*, 2011. p. 42. Essa tendência interpretativa, todavia, implica uma hermenêutica jurídica mais complexa. Nesse cenário, a tutela do Direito Ambiental teria prioridade e seria a própria garantia de outros direitos fundamentais, sendo reconhecida, assim, sua transdisciplinaridade constitucional. Segundo Leff, essa dificuldade de enxergar o Direito Ambiental como ponto de partida para a garantia de outros direitos reflete o tradicionalismo jurídico que privilegia interesses privados e legitima uma racionalidade econômica padrão que, nas palavras do autor, “nega e desconhece a natureza”. (LEFF, E. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 346).

³¹ BITTAR, E. C. B. *Ética, cidadania e constituição: o direito à dignidade e à condição humana*. São Paulo: *Revista Brasileira de Direito Constitucional*, n. 8, p.125-155, jul./dez. 2006.

da pessoa humana, deveras coerente que a ordem econômica, a fim de atingir seu objetivo, inclua a defesa do consumidor dentre os princípios a serem observados. Não só o faz como, logo em seguida, elenca a defesa do meio ambiente como um dos princípios gerais da atividade econômica. Os princípios previstos nesse artigo, além de harmônicos, servem como um limite à livre-iniciativa do mercado,³² impondo, portanto, que respeite os limites da sustentabilidade em conjunto com a vulnerabilidade do consumidor.³³

Nesse sentido, a finalidade de proteger o consumidor, através da CF/88, vai além de garantir apenas seus interesses econômicos nas suas relações vulneráveis com o mercado. A previsão constitucional busca, principalmente, a garantia de sua existência digna e a melhoria de sua qualidade de vida, palavras-chave quando falamos de proteção ambiental.³⁴ A partir desse entendimento, o art. 225 da Carta Magna também colabora para a vinculação dos direitos dos consumidores aos direitos ambientais quando prevê como essencial à sadia qualidade de vida de todos um ambiente ecologicamente equilibrado, sendo dever da sociedade e do Estado protegê-lo e preservá-lo para esta e as futuras gerações.

³² “O legislador constitucional, em 1988, optou por estabelecer que a livre iniciativa e a defesa do consumidor eram ambos, e em conjunto, princípios da ordem econômica; por esta razão, tais princípios devem ser compatibilizados. Melhor dizendo: a livre iniciativa deve ser limitada (não é tão livre como poderia parecer!) ao fato de o consumidor não ser lesado”. (SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. p. 165). Em conformidade, esse entendimento se estende ao princípio da defesa do meio ambiente como limite da atividade econômica.

³³ GARCIA, L. de M. *Consumo Sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016; SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

³⁴ SOARES, I. V. P. Meio ambiente e relação de consumo sustentável. *B. Cient. ESMPU*, Brasília, n. 17, p. 33-60, out./dez. 2005.

³⁵ Conforme Loureiro, o conceito de desenvolvimento sustentável desdobra-se em seis vertentes do princípio da sustentabilidade: sustentabilidade planetária, ecológica e ambiental; demográfica; cultural; social e política. Nesse sentido, o princípio da sustentabilidade ecológica e ambiental significa o “uso racional dos estoques de recursos naturais e a adequação dos processos urbanos e rurais aos limites ecossistêmicos”. (LOUREIRO, C. F. B. *Cidadania e meio ambiente*. Salvador: Centro de Recursos Ambientais, 2003. p. 27).

³⁶ ARAÚJO, K. de L. Consumo, meio ambiente e sustentabilidade: um olhar sobre o saber ambiental segundo Leff. In: CUNHA, B. P da; AUGUSTIN, S.; LIMA, L. G. D.; COSTA, N. R. A. da (org.). *Os saberes ambientais, sustentabilidade e olhar jurídico*: visitando a obra de Enrique Leff. Caxias do Sul: Educ, 2015. p. 271-290.

De tal modo, o princípio da sustentabilidade³⁵ se torna condição essencial para a harmonia das relações sociais e econômicas, e o consumo sustentável, um direito-dever do consumidor para sua própria proteção e para a defesa do meio do qual provém, inevitavelmente, tudo aquilo que consome.³⁶

3 A Política Nacional de Relações de Consumo e a promoção do consumo sustentável

Quando a Constituição Federal de 1988 deu ênfase à figura do consumidor e definiu que um código específico fosse elaborado para sua proteção, a lei consumerista revestiu-se de valor principiológico, ou seja, tornou-se um microsistema pautado pela defesa de um direito fundamental, preponderando o interesse social e a aplicação de princípios através de suas normas. Assim, por cumprir esse mandamento constitucional, o Código de Defesa do Consumidor (CDC)³⁷ adquiriu a autonomia necessária para promover os interesses do consumidor nas relações de consumo, com o propósito de garantir sua existência digna e qualidade de vida.³⁸

Os princípios e objetivos gerais da lei consumerista encontra-se na Política Nacional de Relações de Consumo (PNRC), mais especificamente, ao longo do art. 4º que, por essa razão, é considerado o dispositivo maior da lei. Sodré³⁹ reforça essa importância quando destaca a abrangência do artigo que vincula tanto consumidores quanto fornecedores e Estado como destinatários e responsáveis por esses fins.

3.1 A sustentabilidade como objetivo da Política Nacional de Relações de Consumo

³⁷ BRASIL. *Lei n. 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/L8078.htm. Acesso em: 17 mar. 2017.

³⁸ GRINOVER, Benjamin, *et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004; SODRÉ, Marcelo Gomes. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

³⁹ SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

O art. 4º do CDC apresenta o objetivo de atender às necessidades dos consumidores, promover o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, dar proteção aos seus interesses econômicos, melhorar a qualidade de vida, bem como buscar transparência e harmonia nas relações de consumo. Para tal, atende a determinados princípios, dentre eles, os princípios nos quais se funda a ordem econômica, elencados no art. 170 da CF/88.

Tendo em vista que a defesa do meio ambiente foi incorporada ao rol desses princípios em 2003, por meio da Emenda Constitucional n. 42, a sustentabilidade, por conseguinte, aparece, embora indiretamente citada, como um dos princípios regentes das relações de consumo e essencial à garantia dos objetivos perseguidos pela PNRC. O inciso III do art. 4º, ao evocar os princípios da ordem econômica em prol da harmonia das relações de consumo, é um dos – se não o único – dispositivo da lei consumerista que, expressamente, promove a defesa do consumidor em conjunto com a proteção ambiental sem a necessidade, portanto, de uma interpretação extensiva.⁴⁰

Entretanto, quando se propõe a leitura dos objetivos da PNRC, sob a ótica ambiental, percebe-se uma tendência em aplicar a lei conforme a lógica tradicionalista do mercado econômico, a qual concebe o meio ambiente como mero fator produtivo,⁴¹ gerador de lucro. Essa corrente incentiva o distanciamento entre o que é consumido e a sua origem, dissociando os atos de consumo individuais do dia a dia como uma das causas da degradação ambiental em larga escala, assim como os danos indiretos dessas ações à qualidade de vida do consumidor do presente e os danos diretos, às gerações futuras.⁴²

A fim de superar esse viés interpretativo, visualizar a PNRC como um instrumento na promoção do consumo sustentável, se torna condição

⁴⁰ GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016.

⁴¹ LEFF, E. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes, 2015.

⁴² ARAÚJO, K. de L. Consumo, meio ambiente e sustentabilidade: um olhar sobre o saber ambiental segundo Leff. In: CUNHA, B. P. da; AUGUSTIN, S.; LIMA, L. G. D.; COSTA, N. R. A. da (org.). *Os saberes ambientais, sustentabilidade e olhar jurídico: visitando a obra de Enrique Leff*. Caxias do Sul: Educs, 2015. p. 271-290; GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016.

sine qua non para reacender o valor principiológico da lei consumerista, esquecido nas artimanhas do consumismo e, de fato, respeitar a integridade dos preceitos constitucionais fundados, em sua essência, na dignidade da pessoa humana. Nesse sentido, quando a PNRC elenca como objetivo a melhoria da qualidade de vida do consumidor, necessário é lembrar que, conforme a Carta Magna, um ambiente ecologicamente equilibrado é pressuposto para tal, e uma sadia qualidade de vida é reflexo, principalmente, da vida, da saúde e da segurança de uma sociedade. A sustentabilidade torna-se, assim, a fonte da qual todos os objetivos da lei consumerista, necessariamente, terão sua garantia, sendo padrões de relações de consumo insustentáveis, uma barreira para a concretização desse direito do consumidor.⁴³

3.2 Vulnerabilidade, educação e informação ambiental: os pilares do consumo sustentável

O Direito do Consumidor e o Direito Ambiental, por serem direitos considerados novos e de natureza difusa, exigem a participação de toda a sociedade na sua construção e proteção como forma de garantir sua eficácia. Nesse sentido,

vale lembrar que o princípio da participação comunitária, primariamente fundado no *caput* do art. 225 da Constituição Federal, que impõe à coletividade o dever de zelar pelo equilíbrio ecológico do Planeta, constituiu um dos princípios fundamentais do Direito Ambiental. Este princípio impõe o constante diálogo entre o Estado e a sociedade e entre os diversos segmentos sociais, no bojo dos processos decisórios e na formulação e execução das políticas públicas voltadas à conservação e à recuperação dos recursos que compõem o ambiente.⁴⁴

⁴³ GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016.

⁴⁴ MILARÉ, E. *Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 232.

⁴⁵ SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

Segundo Sodré,⁴⁵ dentre os oito princípios que servem de diretrizes para alcançar os objetivos do *caput* do art. 4º da PNRC, os comandos à sociedade em geral são os incisos I, III e IV. Para fins de análise de um possível dever do consumidor na promoção do consumo sustentável, através da PNRC, necessário é lembrar que sua posição, nas relações de consumo, está em constante instabilidade, pois, como bem destaca o autor, “as partes desta relação – consumidor e fornecedor – não têm o mesmo poder e conhecimento, e por isto uma delas – o consumidor – merece a proteção do Estado”.⁴⁶

Essa vulnerabilidade, incentivada pela publicidade e marcada, principalmente, pela dificuldade de acesso à informação, é acentuada quando questões ambientais são consideradas. Isso porque as informações ambientais de um produto ou serviço que chega até o consumidor são consideravelmente mais restritas e de difícil entendimento. Nesse sentido, Garcia⁴⁷ aponta ao reconhecimento do inciso I do art. 4º, o princípio da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, matriz do código consumerista, como um dos pilares a ser considerado quando da promoção do consumo sustentável, como um dever do consumidor.

A fim de minimizar esse natural desequilíbrio das relações de consumo, o princípio da vulnerabilidade exige outros dois princípios como complemento: o princípio da educação e o princípio da informação, ambos contemplados pelo inciso IV do dispositivo em análise. Desse modo, quando a vulnerabilidade ambiental do consumidor é reconhecida, são esses mesmos princípios que completam o tripé da promoção do consumo sustentável, pois, além de empoderar o consumidor, para que reclame seus direitos e exerça sua liberdade contratual, quando satisfatoriamente reconhecidos e garantidos, creditam responsabilidade com o meio ambiente nas suas escolhas de consumo. Nesse contexto,

o reconhecimento da vulnerabilidade ambiental do consumidor é extremamente importante, pois somente com esta premissa é que poderemos justificar a imposição aos fornecedores de concederem

⁴⁶ SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. p. 165.

⁴⁷ GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016.

⁴⁸ GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016. p. 101.

a máxima informação sobre os benefícios e os malefícios ambientais dos produtos e serviços, de modo que o consumidor possa contribuir na promoção da sustentabilidade do consumo.⁴⁸

Entretanto, por se tratar de um tema complexo e juridicamente novo, é inevitável que novos desafios e contraposições surjam dentro desse entendimento. O primeiro conflito diz respeito à supremacia do princípio da informação ambiental ante o princípio da educação ambiental. É necessário lembrar que o Código de Defesa do Consumidor foi promulgado no ano de 1990, e a defesa do meio ambiente (como princípio da ordem econômica) teve sua positivação em 2003 por meio da Emenda Constitucional n. 42. Logo, na década de 90, a resposta mais eficaz para os problemas que eram prioridades na área foi garantir, minimamente, o acesso à informação sobre os produtos e serviços disponíveis no mercado, sob pena de abuso e ilegalidade nos casos em que o fornecedor a compartilhasse sem observar uma série de requisitos estipulados em lei.⁴⁹

Assim, apesar de o inciso IV mencionar tanto a educação quanto a informação como princípios gerais da lei consumerista, é notório que o princípio da informação não só tem prioridade, como também é melhor elaborado, de modo que não caibam muitas dúvidas sobre sua interpretação e aplicação.⁵⁰

⁴⁹ SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

⁵⁰ O Código de Defesa do Consumidor menciona onze vezes a palavra informação ao longo do seu texto legal. Em contrapartida, a palavra educação aparece em apenas dois momentos. Como reflexo dessa primazia, a lei consumerista estabelece que: “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; 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” (BRASIL. Lei n. 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/L8078.htm. Acesso em: 17 mar. 2017).

⁵¹ GARCIA, Leonardo de Medeiros. Consumo Sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor. Salvador: JusPODIVM, 2016.

⁵² MIRALÉ, E. *Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

⁵³ SOARES, I. V. P. Meio ambiente e relação de consumo sustentável. *B. Cient. ESMPU*, Brasília, n. 17, p. 33-60, out./dez. 2005.

⁵⁴ GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016.

Garcia,⁵¹ Milaré⁵² e Soares,⁵³ apesar de reconhecerem a importância do princípio da educação ambiental do consumidor, enfatizam a informação na promoção do consumo sustentável. Segundo Garcia,⁵⁴ quando observada, na promoção do consumo sustentável, a informação ambiental incentiva a rotulagem ambiental, pois promove, além da informação pré-contratual, a informação pós-consumo do produto, indicando os impactos ambientais causados não só pela produção, como também pelo uso e descarte. Dessa forma, acaba por reivindicar maior responsabilidade dos fornecedores e, segundo Milaré,⁵⁵ resgatar o cidadão-consumidor de sua passividade, devolvendo-lhe o interesse por assuntos coletivos.

Entretanto, alguns cuidados devem ser redobrados quando esse modelo de informação consumerista se adapta à defesa do meio ambiente, dentre eles, o calabouço dos danos em longo prazo, que não são precisos ou que são indiretos,⁵⁶ e a dimensão do ciclo de vida que um produto pode ter, tendo em vista que, sob essa perspectiva, ao seu início e fim ultrapassam as etapas formais de produção. É, portanto, por envolver uma complexidade de impactos que os princípios da prevenção e da precaução são princípios fundamentais para a responsabilidade ambiental e, por isso, critérios importantíssimos quando das informações sobre os impactos de produtos e serviços ao meio ambiente.⁵⁷ Assim, somente se o princípio da informação ambiental observar tais princípios é que se

⁵⁵ MILARÉ, E. *Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

⁵⁶ “Em um primeiro momento, podemos ter um produto ou serviço que não apresente alto grau de nocividade e periculosidade à saúde do consumidor (dano direto), mas que seja altamente perigoso ou nocivo para o meio ambiente (dano indireto). Neste caso, ainda que não haja alto risco de dano direto à saúde do consumidor, não poderá ser permitido (ou ao menos deverá ser permitido sobre certas condições e cuidados), no mercado de consumo o produto ou serviço que possa causar graves danos ambientais, por apresentarem alto grau de nocividade ou periculosidade”. (GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016. p. 115).

⁵⁷ MILARÉ, E. *Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

⁵⁸ ARAÚJO, K. de L. Consumo, meio ambiente e sustentabilidade: um olhar sobre o saber ambiental segundo Leff. In: CUNHA, B. P. da; AUGUSTIN, S.; LIMA, L. G. D.; COSTA, N. R. A. da (org.). *Os saberes ambientais, sustentabilidade e olhar jurídico: visitando a obra de Enrique Leff*. Caxias do Sul: Educs, 2015. p. 271-290.

⁵⁹ LEFF, E. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes, 2015.

⁶⁰ PORTILHO, F. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2010.

terá eficiência ecológica, o que não impede, todavia, que a publicidade em favor do mercado seja um obstáculo.

Araújo,⁵⁸ Leff⁵⁹ e Portilho,⁶⁰ por outro lado, questionam o real impacto dessa informação quando não for acompanhada, ou precedida, de uma Educação Ambiental apropriada sobre consumo sustentável. Sem a devida Educação Ambiental do consumidor, a influência psicológica de um *marketing* verde acabaria por desviar o propósito do consumo sustentável, mesmo com acesso à informação ambiental adequada e à melhor das intenções:

Existe uma crença implícita de que a informação desencadeia comportamentos ambientalmente benignos. Esta perspectiva é facilmente encontrada na maneira como a educação ambiental é, muitas vezes, encarada, objetivando simplesmente traduzir as informações dos especialistas para que as pessoas comuns tomem as decisões corretas. [...] Mas esta questão seria facilmente enfrentada com uma maior ênfase em programas informativos e estratégias de eco-rotulagem. [...] No entanto, o simples acesso a conhecimentos relacionados à questão ambiental não leva a estilos de vida e práticas ambientalmente corretas. Além disso, a excessiva quantidade de informações relacionadas com uma infinidade de assuntos, muitas vezes altamente especializados, impossibilita que se faça um julgamento correto, pois muitas informações são incompreensíveis, além de serem alvo de incertezas e controvérsias mesmo entre os especialistas.⁶¹

A PNRC, apesar de ser um instrumento legítimo na promoção do consumo sustentável, pois tem a sustentabilidade como princípio norteador de seus objetivos, prevê o princípio da educação e da informação como ferramentas capazes de diminuir a vulnerabilidade, também

⁶¹ PORTILHO, F. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2010. p. 126.

ambiental, do consumidor, se torna, insuficiente quando reduz a educação do consumidor àquela que ensina, apenas, sobre o consumo adequado, sinônimo de reciclagem e leitura de rótulos. Apesar de serem pontos relevantes no processo de conscientização ambiental, quando considerados suficientes, acabam por reforçar ações individualistas do consumismo, traduzidas em um consumo mais verde, porém não sustentável.

3.2.1 A Política Nacional de Educação Ambiental e a Política de Educação para o Consumo Sustentável

A trajetória da Educação Ambiental,⁶² em âmbito internacional, teve início em 1975, tendo como marcos a Conferência de Belgrado e a Conferência de Tbilisi.⁶³ Assim, muito antes de os padrões de consumo serem questionados, a Educação Ambiental já era considerada uma ferramenta essencial para mudanças no cenário de degradação ambiental. Seguindo essas diretrizes internacionais, a Lei 9.975, de 1999 – Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA)⁶⁴ – consagrou o Brasil como o primeiro país da América Latina a promulgar uma lei específica preocupada com a Educação Ambiental.⁶⁵ Nesse sentido, ao traduzir as diretrizes da Carta de Belgrado⁶⁶ em seus dispositivos, a PNEA, além de pioneira, tornou-se lei modelo para outros países ao definir essa educação como sendo:

⁶² Aqui definida como “uma práxis educativa que tem por finalidade a construção de valores, conceitos, habilidades e atitudes capazes de possibilitar o entendimento da realidade de vida e a atuação lúcida e responsável de atores sociais individuais e coletivos no ambiente”. (LOUREIRO, C. F. B. *Cidadania e meio ambiente*. Salvador: Centro de Recursos Ambientais, 2003. p. 38).

⁶³ LEFF, Enrique. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes, 2015.

⁶⁴ BRASIL. *Lei n. 9.795, de 27 de abril de 1999*. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9795.htm. Acesso em: 24 out. 2017.

⁶⁵ MILARÉ, E. *Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

⁶⁶ CONFERÊNCIA DE BELGRADO. *Carta de Belgrado, 1975*. Disponível em: http://www.fzb.rs.gov.br/upload/20130508155641carta_de_belgrado.pdf. Acesso em: 24 out. 2017.

⁶⁷ BRASIL. *Lei n. 13.186 de 11 de novembro de 2015*. Institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13186.htm. Acesso em: 17 mar. 2017.

os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade [...] um componente essencial e permanente da educação nacional, devendo estar presente, de forma articulada, em todos os níveis e modalidades do processo educativo, em caráter formal e não-formal (art. 1º).

Apesar de inspiradora, em 2015, o legislador sentiu a necessidade de promulgar a Lei n. 13.186, a qual instituiu a Política de Educação para o Consumo Sustentável (PECS).⁶⁷ Apesar de a Política Nacional de Educação Ambiental poder ser interpretada nesse sentido, essa nova lei tem como propósito explícito a promoção do consumo sustentável, objetivo que, até então, só pode ser demonstrado de forma incompleta ou indireta através das normativas anteriormente analisadas.

Ao entender como consumo sustentável um consumo preocupado com a qualidade de vida da geração presente e das futuras, apesar de não mencionar exatamente a questão da distribuição social, a PECS estabelece, como principal objetivo, o incentivo de práticas de consumo mais sustentáveis por meio da educação do consumidor. Todavia, essa educação para o consumo sustentável reflete muito mais incentivos do que reflexões. Dessa forma, estimula, principalmente, práticas como a escolha de produtos mais verdes, a redução do desperdício e a reciclagem (art. 2º), em sintonia com o Código do Consumidor quando prevê como educação do consumidor a educação para um consumo adequado.

Não obstante, a lei determina que essa educação será implementada, principalmente, através da comunicação de massa e nos programas de Educação Ambiental dos Ensino Médio e Fundamental (art. 3º). Essa janela temporal curta e específica não coincide com a concepção fundamental de que a Educação Ambiental, independentemente do tema abordado, deve ser constante e permanente. Além disso, um tanto contraditório é prever a promoção de seus objetivos através de campanhas em meios de comunicação de massa, ou seja, televisão/rádio/internet, os mesmos canais que sobrevivem, em sua maioria, graças ao dinheiro da publicidade.⁶⁸

⁶⁸ LEFF, E. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes, 2015.

Outra diferença perceptível entre as políticas analisadas é a abertura para a participação do cidadão e da sociedade na construção dessa educação. Enquanto um dos objetivos da Educação Ambiental é o incentivo à autodeterminação das comunidades e o respeito às culturas locais, a educação para o consumo sustentável vem em moldes predeterminados, reflexo desse da racionalidade econômica que direciona as relações de consumo.

Parece óbvio, mas é preciso ressaltar que, sendo o meio ambiente patrimônio universal de toda a humanidade, a educação para administrá-lo deve realizar-se com a participação democrática da população. A questão ambiental é altamente política, e seu equacionamento exige a interferência de cada cidadão no debate e nas decisões. Não se trata, portanto, de impor modelos aos cidadãos, como numa prática de cooptação da sociedade para que essa se adapte à vontade dos órgãos do Estado ou do poder econômico. [...] Trata-se, conseqüentemente, de um processo educativo a realizar-se com a comunidade e não para a comunidade.⁶⁹

Por fim, vale destacar que, desde 2012, há projetos de lei ativos que buscam a alteração da lei consumerista de modo a englobar novas preocupações que melhor contemplem a realidade brasileira e sigam diretrizes internacionais. Nesse sentido, estão em trâmite os PLs 3.514/2015 e PL 3.515/2015 que tratam, prioritariamente, do comércio eletrônico e do super-endividamento. Conforme Garcia,⁷⁰ por meio do relatório final apresentado e aprovado pela Comissão Especial do Senado, a preocupação com a promoção de padrões de consumo sustentável foi reconsiderada, fazendo com que alguns dispositivos dos projetos de lei fossem alterados nesse sentido. Assim, a proteção ambiental, por meio da promoção do consumo sustentável e da Educação Ambiental do consumidor foram incluídas aos referidos projetos de lei, contemplando os objetivos e princípios da Política Nacional de Relações de Consumo.

Considerações finais

⁶⁹ MILARÉ, E. *Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 635-636.

⁷⁰ GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor*. Salvador: JusPODIVM, 2016.

Ao mencionar, expressamente, os padrões insustentáveis tanto de produção quanto de consumo como responsáveis por impactos ambientais e estabelecer sua redução e eliminação como objetivos a serem perseguidos, a Agenda 21 e a Declaração do Rio tornaram-se instrumentos pioneiros na promoção do consumo sustentável em âmbito internacional e, a partir de então, movimentos ambientalistas e consumeristas convergiram seus objetivos, a fim de defender ambos os direitos em solidariedade.

No ordenamento jurídico pátrio, a defesa do consumidor faz parte do rol de garantias e direitos constitucionais e, em conformidade com um sistema fundado na dignidade da pessoa humana, a ordem econômica define como princípios gerais a proteção do consumidor e a defesa do meio ambiente, dentre outros a serem observados harmoniosamente. Nesse sentido, a finalidade de proteger o consumidor através da CF/88 vai além de garantir apenas seus interesses econômicos nas suas relações vulneráveis com o mercado. A previsão constitucional busca, principalmente, a garantia de sua existência digna e a melhoria de sua qualidade de vida, palavras-chave quando falamos de proteção ambiental.

O CDC, quando promulgado, revestiu-se de valor principiológico e se tornou autossuficiente na promoção dos interesses do consumidor nas relações de consumo, com o propósito de garantir sua existência digna e qualidade de vida em conformidade com os preceitos constitucionais. Assim, os princípios e objetivos gerais da lei consumerista encontram-se na PNRC, mais especificamente, ao longo do art. 4º que, por essa razão, é considerado o seu dispositivo maior.

Quando a PNRC elenca como objetivo a melhoria da qualidade de vida do consumidor, necessário é lembrar que, conforme a Carta Magna, um ambiente ecologicamente equilibrado é pressuposto para tal, assim como para a vida, a saúde e a própria segurança de uma sociedade. A sustentabilidade torna-se, assim, a fonte dos objetivos da lei consumerista, sendo os padrões de relações de consumo insustentáveis uma barreira para a concretização dos direitos do consumidor e do meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Não obstante, o Direito do Consumidor e o Direito Ambiental, por serem direitos de natureza difusa, exigem a participação de toda a sociedade na sua construção e proteção como forma de garantir sua

eficácia. Para fins de análise de um possível dever do consumidor na promoção do consumo sustentável através da PNRC, necessário é lembrar que sua posição nas relações de consumo está em constante instabilidade e, para minimizar esse natural desequilíbrio das relações de consumo, o princípio da vulnerabilidade – essência do Código de Defesa do Consumidor – exige outros dois princípios como complemento: o princípio da educação e o princípio da informação, ambos contemplados pelo inciso IV do art. 4º da mencionada Política. Quando a vulnerabilidade ambiental do consumidor é reconhecida, são esses mesmos princípios que completam o tripé da promoção do consumo sustentável, pois, além de empoderar o consumidor para que reclame seus direitos e exerça sua liberdade contratual, quando satisfatoriamente reconhecidos e garantidos, creditam parte da responsabilidade para com o meio ambiente nas suas escolhas de consumo.

Todavia, apesar de poder ser interpretada como instrumento legítimo na promoção do consumo sustentável, a PNRC, à medida passo que se adapta à ótica ambiental do princípio da informação ambiental, torna-se insuficiente quanto ao princípio da Educação Ambiental do consumidor, que tão somente atrela o consumo adequado à reciclagem e à leitura de rótulos.

Nesse sentido, a PNEA e a PECS surgem como possíveis complementos normativos quando da interpretação da PNRC na promoção do consumo sustentável. Entretanto, ambas as normativas apresentam diferenças significativas em sua essência, sendo que a PECS muito repete o que a lei consumerista estimula, ou seja, a Educação Ambiental do consumidor como aquela que incentiva a escolha de produtos mais verdes, a redução do desperdício e a reciclagem. A PNEA, por outro lado, concebe a Educação Ambiental como aquela que promove reflexão e conscientização a partir de valores construídos pelo indivíduo e pela coletividade, sendo permanente e contínua.

Em última análise, considera-se que, quando a PNRC é utilizada como instrumento na promoção do consumo sustentável, novas perspectivas precisam ser consideradas para que reais avanços sejam conquistados. Como visto, ao passo que o consumo sustentável, ainda que indiretamente, aparece como um direito essencial para o consumidor, somente quando a educação e o acesso à informação ambiental lhe forem satisfatórios e igualmente garantidos, a vulnerabilidade ambiental não será mais um obstáculo para que responda pelos deveres que lhe foram depositados, sobretudo, a partir da ECO-92.

Referências

ARAÚJO, K. de L. Consumo, meio ambiente e sustentabilidade: um olhar sobre o saber ambiental segundo Leff. In: CUNHA, B. P. da; AUGUSTIN, S.; LIMA, L. G. D.; COSTA, N. R. A. da (org.). *Os saberes ambientais, sustentabilidade e olhar jurídico*: visitando a obra de Enrique Leff. Caxias do Sul: Educus, 2015. p. 271-290.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo*: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BAUMAN, Z. *44 cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011, p. 54-56.

BITTAR, E. C. B. *Ética, cidadania e constituição*: o direito à dignidade e à condição humana. *Revista Brasileira de Direito Constitucional*, São Paulo, n. 8, p. 125-155, jul./dez. 2006.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 22 mar. 2017.

BRASIL. *Lei n. 12.305, de 2 de agosto de 2010*. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm. Acesso em: 10 jun. 2017.

BRASIL. *Lei n. 13.186 de 11 de novembro de 2015*. Institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13186.htm. Acesso em: 17 mar. 2017.

BRASIL. *Projeto de Lei n. 3.514, de 2015*. Disponível em: http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1408274&filename=PL+3514/2015. Acesso em: 24 out. 2017.

BRASIL. *Projeto de Lei n. 3515, de 2015*. Disponível em: http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1408277&filename=PL+3515/2015. Acesso em: 24 out. 2017.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. *Conceito de consumo sustentável*. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/consumo-sustentavel>. Acesso em: 24 out. 2017.

GARCIA, L. de M. *Consumo sustentável*: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor. Salvador: JusPODIVM, 2016.

GRINOVER, A. P.; BENJAMIN, A. H. de V. e; FINK, D. R.; FILOMENO, J. G. B.; WATANABE, K.; NERY JÚNIOR, N.; DENARI, Z. *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 1-162, 240-298.

LEFF, E. *Saber ambiental*: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Petrópolis: Vozes, 2015.

LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal*: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p.23-149, p.254-369, p.333-371.

LOUREIRO, C. F. B. *Cidadania e meio ambiente*. Salvador: Centro de Recursos Ambientais, 2003.

LÖWY, M.. A alternativa ecossocialista. *Democracia Viva*, Rio de Janeiro, v. 48, p. 41-43, 2012.

MILARÉ, E. *Direito do ambiente*: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

ONU. Assembleia Geral das Nações Unidas. *Diretrizes para a proteção dos consumidores*, 2015. Disponível em: http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ares70d186_en.pdf. Acesso em: 1º mar. 2017.

ONU. Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. *Nosso futuro comum*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

ONU. Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente. *Declaração de Estocolmo*, 1972. Disponível em: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Meio-Ambiente/declaracao-de-estocolmo-sobre-o-ambiente-humano.html>. Acesso em: 12 jun. 2017.

ONU. Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento. *Agenda 21*, 1992. Disponível em: <http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/agenda21.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2017.

ONU. Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e o Desenvolvimento. *Declaração do Rio sobre meio ambiente e desenvolvimento*, 1992. Disponível em: <http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2017.

ONU. Conferência de Belgrado. *Carta de Belgrado*, 1975. Disponível: http://www.fzb.rs.gov.br/upload/20130508155641carta_de_belgrado.pdf. Acesso em: 24 out. 2017.

ONU. Cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável. *Nosso mundo*: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável, 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2017.

PORTILHO, F. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2010.

SARLET, I. W.; FENSTERSEIFER, T. *Direito Constitucional Ambiental: estudos sobre a Constituição, os direitos fundamentais e a proteção do ambiente*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

SOARES, I. V. P. Meio ambiente e relação de consumo sustentável. *B. Cient. ESMPU*, Brasília, n. 17, p. 33-60, out./dez. 2005.

SODRÉ, M. G. *Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

