



CENTRO UNIVERSITÁRIO DR. LEÃO SAMPAIO – UNILEÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

ANA LUÍSA DE MOURA ARAUJO

RELAÇÕES DE CONSUMO E A PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE

Juazeiro do Norte
2018

ANA LUÍSA DE MOURA ARAUJO

RELAÇÕES DE CONSUMO E A PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE

Monografia apresentada à Coordenação do Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, como requisito para a obtenção do grau de bacharelado em Direito.

Orientador: Profº Francisco Willian de Brito Bezerra II

Juazeiro do Norte
2018

ANA LUÍSA DE MOURA ARAUJO

RELAÇÕES DE CONSUMO E A PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE

Monografia apresentada à Coordenação do Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, como requisito para a obtenção do grau de bacharelado em Direito.

Orientador: Profº Francisco Willian de Brito Bezerra II

Data de aprovação: ___/___/___

Banca Examinadora

Profº Francisco Willian de Brito Bezerra II
Orientador

Prof.(a) Alyne Andrelyna Lima Rocha Calou
Examinador 1

Prof.(a) Tamyris Madeira de Brito
Examinador 2

Dedico este trabalho aos meus pais Lusineide e Antonio e as minhas irmãs Ana Clara e Maria Antonia que estiveram sempre presentes comigo ao longo da minha vida e da minha caminhada durante a graduação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus ao dom da vida e por ter me dado sabedoria e discernimento para que fosse possível completar minha jornada acadêmica em meio a dificuldades e muito cansaço.

Agradeço aos meus pais Antonio Araujo da Silva e Lusineide Moura de Sousa que me trouxeram ao mundo e desde o meu primeiro dia de vida me deram todo o amor do mundo, me proporcionaram o necessário para viver confortavelmente e sempre me ensinaram a buscar o caminho dos estudos, pois este é a única coisa que o mundo não pode tirar de mim.

Agradeço as minhas irmãs Ana Clara de Moura Araujo e Maria Antonia de Moura Araujo que mesmo diante de muitas brigas me dão o suporte emocional necessário e todo o carinho e amor de irmãs durante toda minha vida e que puderam vivenciar ao meu lado na jornada acadêmica a luta de morar distante de nossa casa.

Agradeço a minha prima Rayanne Maria que posso considerá-la como irmã, pois sempre esteve ao meu lado, me acompanhou durante boa parte da morada longe de casa e ainda escuta todos os dias todas as minhas vivências e aprendizados da faculdade sempre com paciência tentando entender as coisas que eu fico contado.

Agradeço a minha amiga Jessyca Isabel que me acompanhou desde a morada no pensionato assim que cheguei ao Crato e que me ensinou a viver e ter independência, me mostrou que o mundo era muito mais que eu imaginava, eu não imaginava que um ser daquele tamanho ia ser tão importante para mim na minha caminhada acadêmica e na minha vida.

Agradeço aos meus irmãos de coração Felipe Sampaio e Francielton Sampaio que em tão pouco tempo conquistaram a todos, se fazem presentes nos momentos bons e ruins, já são parte da família e aguentaram alguns dos meus chororôs da faculdade.

Agradeço a todos os meus amigos da faculdade, em especial a Letícia Leite, Sarah Xavier, Danyele Gonçalves, Maria Josyane, Osmar Pilar, Yanniny Gomes, Ronald Xenofonte e Bruna Nayara, pois estes me apoiaram em todos os momentos de fraqueza acadêmicas e pessoais em que pensei que não conseguiria aguentar mais um só semestre na correria da faculdade e estiveram comigo em todos os

momentos de alegria, não só das conquistas acadêmicas bem como nas conquistas pessoais, espero levá-los para o resto da minha vida, cada um tem seu cantinho especial dentro do meu coração.

Agradeço a todos os meus professores do curso de graduação e em especial ao meu orientador Francisco Willian II por ter me dado toda o suporte acadêmico e orientações necessárias para que fosse possível concluir o presente trabalho acadêmico.

RESUMO

O presente trabalho tem como objeto de pesquisa a relação entre as práticas consumeristas e a proteção ao meio ambiente sob o enfoque do princípio do desenvolvimento sustentável, assegurado na Constituição Federal de 1988. O objetivo principal deste trabalho é analisar os padrões de consumo do mercado brasileiro e sua compatibilidade com as normas de proteção ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. Discute-se ao longo do documento a sociedade de consumo ao qual o Brasil está inserido através dos seus padrões de consumo atuais, trazendo a aplicação de princípios do direito ambiental e alguns dos instrumentos legais aptos a promoção de um consumo sustentável e a necessidade de mudança de comportamento dos consumidores brasileiros para evitar o consumo exacerbado e assegurar assim o meio ambiente ecologicamente equilibrado e a sadia qualidade de vida ao ser humano. Utilizou-se como método de abordagem a revisão bibliográfica, onde foi manuseado estudos e pesquisas já elaborados para abordar o tema em questão.

Palavras-chave: Relações de Consumo. Meio Ambiente. Consumo sustentável.

ABSTRACT

The present work has as a research object the relationship between consumer practices and environmental protection under the focus of the principle of sustainable development, guaranteed in the Federal Constitution of 1988. The main objective of this work is to analyze the consumption patterns of the Brazilian market and its compatibility with ecologically balanced environmental protection standards. Throughout the document the consumer society to which Brazil is inserted through its current consumption patterns is discussed, bringing the application of principles of environmental law and some of the legal instruments able to promote sustainable consumption and the need for change of Brazilian consumers' behavior in order to avoid exacerbated consumption and thus ensure the ecologically balanced environment and the healthy quality of life to the human being. Bibliographic review was used as a method of approach, where studies and research already elaborated to address the subject in question were handled.

Keywords: Consumer Relations. Environment. Sustainable consumption.

SUMÁRIO

	página
1 INTRODUÇÃO	11
2 MARCO TEÓRICO CONCEITUAL	13
2.1 MEIO AMBIENTE.....	13
2.1.1 Conceito Jurídico	13
2.1.2 Dimensões	14
2.1.3 O meio ambiente equilibrado como direito fundamental	15
2.1.4 Pegada ecológica	16
2.2 DIREITO AMBIENTAL.....	17
2.2.1 Evolução, conceito e objeto	17
2.2.2 Princípios conexos ao consumo	18
2.2.2.1 <i>Desenvolvimento sustentável</i>	19
2.2.2.2 <i>Solidariedade intergeracional</i>	20
2.2.2.3 <i>Poluidor e usuário pagador</i>	21
2.2.2.4 <i>Prevenção e precaução</i>	22
2.2.2.5 <i>Participação</i>	23
2.2.2.6 <i>Ubiquidade</i>	23
2.3 RELAÇÕES DE CONSUMO.....	24
2.3.1 Conceito	24
2.3.2 Código de Defesa do Consumidor	25
2.3.3 Consumo versus consumismo	26
3 PADRÕES DE CONSUMO NO BRASIL E OS SEUS IMPACTOS AMBIENTAIS	28
3.1 PADRÃO DE CONSUMO DOS BRASILEIROS.....	28
3.2 IMPACTOS AMBIENTAIS DECORRENTES DO CONSUMO NO BRASIL.....	31
3.2.1 Pressão por matérias primas	32
3.2.2 Poluição na fabricação e venda	33
3.2.3 O problema dos resíduos sólidos	35
4 O DIREITO AMBIENTAL E O CONSUMO NO BRASIL	37

4.1	ANÁLISE DO CONSUMO FRENTE AOS PRINCÍPIOS DE DIREITO AMBIENTAL	37
4.2	INSTRUMENTOS LEGAIS APLICÁVEIS.....	38
4.2.1	Constituição Federal	39
4.2.2	Código de Defesa do Consumidor	40
4.2.3	Lei de Educação Ambiental	42
4.2.4	Lei da Política Nacional dos Resíduos Sólidos	43
4.2.5	Lei da Política Nacional de Educação para o Consumo Sustentável	45
4.3	DISCUSSÕES SOBRE A NECESSIDADE DE NOVOS PARADIGMAS DE CONSUMO NO BRASIL.....	46
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
	REFERÊNCIAS	51

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como objeto de pesquisa as relações entre o padrão de consumo brasileiro com o meio ambiente no intuito de contribuir com as discussões acadêmicas para a construção de práticas de consumo que sejam sustentáveis, consonantes com a proteção do equilíbrio ecológico essencial à sadia qualidade de vida, resguardado na Constituição Federal de 1988.

A princípio é válido ressaltar que o avanço tecnológico na sociedade brasileira tem seus impactos positivos e negativos, tendo em vista que, além de ser este o responsável pela melhoria na qualidade de vida das pessoas, o mesmo também é o responsável pela diminuição no ciclo de vida de equipamentos eletrônicos, dessa forma a cada dia há um avanço tecnológico e a cada dia o consumidor compra o produto mais avançado, muitas vezes sem nenhuma necessidade.

As sociedades humanas globalizadas têm no consumo algo essencial ao seu estilo de vida. Consumir passou a servir de indicador de sucesso, seja para os indivíduos, seja para a sociedade como um todo. O tamanho e localização de um imóvel, marca e ano do carro ou do smartphone, grife da roupa ou da bolsa, entre tantos outros exemplos, passaram a medir o status social da pessoa. Já com os países, se é notada uma diminuição do consumo, remete-se imediatamente a um estado de crise econômica, recessão, desemprego, etc., gerando repercussões inclusive de ordem política. Por outro lado, quanto mais a população consome, fala-se em desenvolvimento, progresso, sucesso de empresários e governantes.

Contudo, o aumento do consumo tem, entre outras consequências, relação direta com a pressão pela retirada de matéria prima da natureza, bem como o conseqüente acúmulo de resíduos inerentes à produção, venda, consumo e descarte. Diante disso, deve haver uma importante preocupação entre a quantidade de consumo e, com isso, a quantidade de resíduos que são produzidos, já que toda a população é responsável pela preservação do meio ambiente e garantia de um meio ambiente ecologicamente equilibrado para as presentes e futuras gerações. Dessa forma, deve o cidadão estar atento para a promoção do desenvolvimento sustentável brasileiro e garantia de um meio ambiente ecologicamente equilibrado. Assim afirma em sua obra Cortez e Ortigoza (2007): “É possível demonstrar que os padrões de produção e consumo dos países desenvolvidos são responsáveis muitas

vezes pelos piores problemas de degradação ecológica e social de âmbito mundial.” (CORTEZ; ORTIGOZA, 2007, p.9)

O levantamento de dados foi feito entre os meses de julho a setembro do presente ano através de fontes secundárias, sendo assim a técnica de pesquisa utilizada no presente trabalho é a de revisão bibliográfica, pois serão utilizados ao longo do trabalho, materiais já prontos de vários outros autores que possuem experiência com o tema em questão. A pesquisa tem como forma de abordagem a qualitativa pois esta não tem como preocupação precípua a representatividade numérica e sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, por exemplo. E tem como método de pesquisa o hipotético-dedutivo, já que se inicia através de uma lacuna sobre a qual se formula hipóteses.

2 MARCO TEÓRICO CONCEITUAL

Em primeiro momento é importante trazer alguns conceitos chaves que merecem estar delineados para compreensão do presente estudo, dentre eles encontram-se o conceito de meio ambiente e suas dimensões, bem como o conceito de direito ambiental e seus princípios relacionados ao consumo, além do conceito de relação de consumo.

2.1 MEIO AMBIENTE

Quando se fala em meio ambiente, ainda é bastante comum encontrar aqueles que confundem seu conceito com o de natureza, tratada principalmente como algo intocado pelo ser humano. Apesar desses espaços sem relevantes alterações humanas constituírem importante dimensão do meio ambiente, é importante ressaltar que o ser humano também está inserido no meio ambiente e que as suas ações podem ter impactos positivos ou negativos no suporte de vida do planeta como um todo. Tudo isso faz com que o termo meio ambiente tenha vários conceitos válidos. Neste trabalho, o enfoque será dado ao conceito jurídico.

2.1.1 Conceito Jurídico

O conceito de meio ambiente na sua forma legal ganha espaço primeiramente através da instituição da Lei 6.938 de 31 de agosto de 1981, lei esta que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA). Em seu artigo 3º a lei dispõe da seguinte forma: “Art. 3º - Para os fins previstos nesta Lei, entende-se por: I - meio ambiente, o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas; [...]” (BRASIL, 1981, on-line)

José Afonso da Silva traz em sua obra o conceito de meio ambiente em acordo com o disposto no artigo citado anteriormente, dessa forma aduz:

O meio ambiente é, assim, a interação do conjunto de elementos naturais, artificiais e culturais que propiciem o desenvolvimento equilibrado da vida em todas as suas formas. A integração busca assumir uma concepção unitária do ambiente, compreensiva dos recursos naturais e culturais. (SILVA, 2013, p.20)

Sendo assim, tal definição trazida em lei inclui como meio ambiente tudo aquilo que rodeia o ser humano, todas as formas de vida presentes no universo. Como a Política Nacional do Meio Ambiente é anterior a Constituição Federal de 1988, é válido lembrar que tal lei foi recepcionada com o advento da nova Carta Magna.

Com o advento da Constituição Federal de 1988, a própria carta magna trouxe artigo para definir o conceito legal de meio ambiente através do artigo 225, que ampliou o conceito trazido pela Política Nacional do Meio Ambiente.

2.1.2 Dimensões

O artigo 225 da Constituição Federal de 1988 tutela a proteção não somente do meio ambiente natural, tal artigo estende sua proteção ainda ao meio ambiente na sua forma artificial, cultural e do trabalho ou laboral. Autores como Celso Antonio Pacheco Fiorillo e José Afonso da Silva consideram esta forma de divisão como aspectos do meio ambiente. Coadunando com tal entendimento, o Supremo Tribunal Federal, ao julgar a ADI 3540 MC, Relator(a): Min. CELSO DE MELLO, Tribunal Pleno, julgado em 01/09/2005, DJ 03-02-2006 PP-00014 EMENTA VOL-02219-03 PP-00528, utilizou-se desta divisão para fundamentar sua decisão.

Assim, o meio ambiente natural ou físico é aquele composto pelo solo, subsolo, ar, água e pela interação dos seres vivos. Dessa forma conceitua o ilustríssimo Fiorillo (2017) em sua obra:

O meio ambiente natural ou físico é constituído pela atmosfera, pelos elementos da biosfera, pelas águas (inclusive pelo mar territorial), pelo solo, pelo subsolo (inclusive recursos minerais), pela fauna e pela flora. Concentra o fenômeno da homeostase, consistente no equilíbrio dinâmico entre os seres vivos e meio em que vivem. (FIORILLO, 2017, p.57)

Além do meio ambiente natural existe o meio ambiente artificial que é composto pelo espaço urbano construído, ou seja, as construções criadas em solo urbano pela intervenção humana. O autor Fiorillo o conceitua da seguinte forma: “O meio ambiente artificial é compreendido pelo espaço urbano construído, consistente no conjunto de edificações (chamado de espaço urbano fechado), e pelos equipamentos públicos (espaço urbano aberto).” (FIORILLO, 2017, p.58)

O aspecto do meio ambiente cultural é aquele formado pelo patrimônio histórico, artístico, entre outros que adquiriram um valor especial para a sociedade. O conceito legal de meio ambiente cultural encontra-se previsto no artigo 216¹ da Constituição Federal de 1988.

Por último e não menos importante existe o aspecto ou dimensão do meio ambiente do trabalho ou laboral como assim é chamado o local de trabalho que merece uma qualidade de forma especial, tendo em vista que a partir da qualidade do ambiente de trabalho é que irá haver a qualidade de vida do trabalhador, direito este que é assegurado constitucionalmente, conforme dispõe o artigo 200², em seu inciso VIII.

2.1.3 O meio ambiente equilibrado como direito fundamental

O meio ambiente ecologicamente equilibrado, ao ser tutelado pelo artigo 225 da Constituição Federal de 1988, ganhou força de direito fundamental de terceira dimensão, ou seja, de direitos difusos ou coletivos a partir do momento em que promove o meio ambiente saudável como um elemento essencial da qualidade de vida do ser humano. Diante disso, mesmo não estando tal artigo incluso no rol do artigo 5º da Carta Magna, o já citado artigo não perde o caráter de direito fundamental pois está intrinsecamente ligado à sadia qualidade de vida humana.

A partir dessa concepção o ilustríssimo José Afonso da Silva traz em sua obra o seguinte pensamento:

A proteção ambiental, abrangendo a preservação da Natureza em todos os seus elementos essenciais à vida humana e à manutenção do equilíbrio ecológico, visa tutelar a qualidade do meio ambiente em função da qualidade de vida, como uma forma de direito fundamental da pessoa humana. (SILVA, 2013, p.61)

Diante do já exposto, é inegável que a preservação e proteção do meio ambiente, bem como seu uso é essencial a qualidade de vida do ser humano, tornando-o um direito fundamental à dignidade da pessoa humana, cabendo aos cidadãos o dever de defendê-lo e preservá-lo para que assim possam usufruir desse direito. Neste enfoque Maria Luiza Granziera traz:

¹ Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:[...]

² Art. 200. [...] VIII - colaborar na proteção do meio ambiente, nele compreendido o do trabalho.

[...] o meio ambiente equilibrado é direito de todos. A sua defesa e proteção compete ao Poder Público e à coletividade. Ou seja, a todos cabe o direito de uso – satisfazer as próprias necessidades – assim como a responsabilidade pela proteção do meio ambiente – não comprometer a capacidade de satisfazer as necessidades das gerações futuras. (GRANZIERA, 2015, p.58)

Sendo assim, cabe a toda a população proteger seu direito fundamental de terceira geração, ou dimensão, para que possa usufruir deste direito e, dessa forma, ainda garanta o princípio do desenvolvimento sustentável garantido constitucionalmente.

2.1.4 Pegada ecológica

Diante das mudanças ambientais e do comportamento humano, que são impulsionadas pelas tendências de produção e de consumo globais, a humanidade vem experimentando uma grande perda na qualidade de vida. Tal estado da sociedade levou a criação de uma nova corrente que se baseia em valores que permitam o desfrute de tudo que o planeta oferece com responsabilidade. Essa corrente de estudo ficou conhecido como pegada ecológica que se encontra conceituada da forma que se vê abaixo.

A denominada “pegada ecológica” (*Ecological Footprint*) é conceituada da seguinte forma: “[...] é a área correspondente de terra produtiva e ecossistemas aquáticos necessários para produzir os recursos utilizados e para assimilar os resíduos produzidos por uma dada população, sob um determinado estilo de vida.” (DIAS, 2002, p.31)

Outro conceito deste estudo dado pela Worldwide Fund for Nature-Brasil:

A Pegada Ecológica é uma metodologia de contabilidade ambiental que avalia a pressão do consumo das populações humanas sobre os recursos naturais. Expressada em hectares globais (gha), permite comparar diferentes padrões de consumo e verificar se estão dentro da capacidade ecológica do planeta. Um hectare global significa um hectare de produtividade média mundial para terras e águas produtivas em um ano. (WWF-Brasil, Pegada Ecológica, on-line)

A partir deste estudo, tem-se que a pegada ecológica brasileira encontra seu patamar um pouco acima da média mundial, mas ainda bem próximo deste. Sendo

assim, seriam necessários 1,6 planeta se as pessoas do mundo inteiro consumissem como os brasileiros.

A Pegada Ecológica brasileira é de 2,9 hectares globais por habitante, indicando que o consumo médio de recursos ecológicos pelo brasileiro é bem próximo da média mundial da Pegada Ecológica por habitante, equivalente a 2,7 hectares globais. Em sua série histórica, a Pegada Ecológica brasileira tem mostrado uma tendência de aumento pouco acentuada até 2005, o que indica estabilidade nos padrões de consumo neste período. (WWF-Brasil, Pegada brasileira, on-line)

Dado isso, o Brasil encontra-se próximo da média que os países ao redor do mundo se encontram e, assim, é possível notar que a sua tendência demonstra uma estabilidade nos padrões de consumo brasileiro.

2.2 DIREITO AMBIENTAL

O direito do ambiente ou direito ambiental, como é preferencialmente chamado pelos doutrinadores, constitui a disciplina jurídica que tem como objeto de estudo as normas e princípios que regem o meio ambiente em conformidade com a garantia do mesmo para as gerações presentes e futuras.

2.2.1 **Evolução, conceito e objeto**

As primeiras constituições brasileiras sempre foram ausentes por não tratar de disciplinar a proteção ao meio ambiente. Somente na constituição de 1988 é que foi abordado, em capítulo próprio, no capítulo VI do título VIII da CF/88. Anteriormente a Constituição Federal de 1988, uma das primeiras aparições do tratamento ao meio ambiente que podemos citar, por exemplo, foi quando foi sancionado o primeiro Código Florestal e o Código de Águas em meados de 1934, posteriormente em 1964 foi promulgada a Lei 4.504, que instituiu o Estatuto da Terra, no ano seguinte passou a vigorar um novo Código Florestal, código este que ampliou as políticas de proteção e conservação da flora brasileira, entre outras legislações que foram surgindo posteriormente.

Podemos citar dois marcos importantes da legislação brasileira para o meio ambiente. O primeiro foi o ato de edição da Lei 6.938, publicada em 31 de agosto de 1981, sendo que esta instituiu a Política Nacional do Meio Ambiente. Posteriormente

a edição da Lei 7.347 em 24 de julho de 1985, que trouxe a Ação Civil Pública como ferramenta apta a proteger os interesses difusos e coletivos.

Após essa breve evolução da aparição do meio ambiente e direito ambiental na legislação brasileira, merece atenção alguns conceitos de doutrinadores brasileiros do que vem a ser a disciplina do direito ambiental no Brasil.

Édis Milaré conceitua o direito do ambiente da seguinte forma:

[...]o complexo de princípios e normas coercitivas reguladoras das atividades humanas que, direta ou indiretamente, possam afetar a sanidade do ambiente em sua dimensão global, visando à sua sustentabilidade para as presentes e futuras gerações. (MILARÉ, 2015, p.256).

O ilustríssimo Paulo de Bessa conceitua o direito ambiental desta maneira: “O Direito Ambiental é, portanto, a norma que, baseada no fato ambiental e no valor ético ambiental, estabelece os mecanismos normativos capazes de disciplinar as atividades humanas em relação ao meio ambiente.” (ANTUNES, 2017, p.3)

Diante disso, tem-se que o direito ambiental, à luz da Constituição Federal de 1988, ganha seu objeto de estudo sendo precipuamente o meio ambiente ecologicamente equilibrado e a sadia qualidade de vida do povo. Assim aduz Granziera (2015):

O bem tutelado pelo Direito Ambiental é esse estado de equilíbrio entre os meios físico e biótico, responsável por abrigar e reger todas as formas de vida. O equilíbrio ou o atributo de qualidade do meio ambiente possui um valor – objeto da tutela legal – que se caracteriza pelos resultados que produz: a garantia da saúde, a manutenção dos ecossistemas, o bem-estar social, a segurança, a preservação das condições de equilíbrio atuais, a possibilidade de as gerações futuras usufruírem desses elementos. (GRANZIERA, 2015, p.7)

A partir do objeto de estudo do direito ambiental é que se tem a busca pela garantia dos princípios que regem o direito ambiental, com enfoque especial quanto ao princípio do desenvolvimento sustentável garantido pela Constituição Federal.

2.2.2 Princípios conexos ao consumo

O direito ambiental é regulado por diversos princípios que são norteadores e regem a forma como se deve agir para que haja a promoção de um meio ambiente ecologicamente equilibrado, e ainda quais os percursos que se devem tomar para

alcançar uma exata compreensão das normas ambientais. Diante desses princípios existem alguns que devem ser abordados quanto as relações de consumo prevista na Lei 8.079/90 (Código de Defesa do Consumidor), devendo estes regerem o desenvolvimento econômico da sociedade brasileira.

2.2.2.1 *Desenvolvimento sustentável*

O princípio do desenvolvimento ou sustentabilidade, como assim é chamado, foi apresentado através do *caput* artigo 225 da CF/88 e ainda devemos citar o desenvolvimento sustentável, sob o viés econômico, a presença deste princípio no artigo 170 em seu *caput* e inciso VI da CF/88. Conforme vemos abaixo:

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: [...] VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; [...] (BRASIL, 1988, on-line)

Através desse princípio constitucional do direito ambiental, dá-se ênfase ao dever de preservação por parte de todos para que, tanto as gerações presentes como as futuras, tenham o direito de usufruir um meio ambiente ecologicamente equilibrado. Dessa forma, cabe também à coletividade a garantia da sustentabilidade para que as gerações futuras tenham direito a usufruir da mesma forma que as gerações presentes. Com isso, as atividades econômicas e desenvolvimento sustentável devem coexistirem de forma compatível. Assim, nessa linha de pensamento, dispõe o ilustríssimo Fiorillo (2017):

Constata-se que os recursos ambientais não são inesgotáveis, tornando-se inadmissível que as atividades econômicas desenvolvam-se alheias a esse fato. Busca-se com isso a coexistência harmônica entre economia e meio ambiente. Permite-se o desenvolvimento, mas de forma sustentável, planejada, para que os recursos hoje existentes não se esgotem ou tornem-se inócuos. (FIORILLO, 2017, p.66-67)

Faz-se importante ainda apresentar um conceito do que é a sustentabilidade. Assim, para o ilustríssimo Juarez Freitas (2012):

[...] trata-se do princípio constitucional que determina, com eficácia direta e imediata, a responsabilidade do Estado e da sociedade pela concretização solidária do desenvolvimento material e imaterial, socialmente incluso, durável e equânime, ambientalmente limpo, inovador, ético e eficiente, no intuito de assegurar, preferencialmente de modo preventivo e precavido, no presente e no futuro, o direito ao bem-estar. (FREITAS, 2012, p.41)

Sendo assim, a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 225, assegurou que toda a coletividade é responsável pela garantia de um meio ambiente ecologicamente equilibrado para as gerações futuras. Com isso, na sociedade atual a produção e consumo desenfreado deve se ater à questão ambiental, já que na mesma proporção que se produz há também o descarte desses resíduos no meio ambiente, sendo que, para que haja o respeito ao princípio do desenvolvimento sustentável previsto na CF/88, é de responsabilidade de toda a coletividade a forma de descarte correta do que foi consumido. Nessa linha de pensamento, afirmam as autoras Cortez e Ortigoza (2007) em sua obra:

Do ponto de vista da preservação ambiental e da conservação dos recursos naturais, o maior ônus na geração dos resíduos deve-se ao consumismo descontrolado e estimulado nos países desenvolvidos. Isso não significa que os segmentos pobres da sociedade não produzam resíduos; a eles também cabe parte da responsabilidade, porém deve reconhecer-se que o volume de resíduos dessa parcela da população representa uma quantidade bem menor e, quanto à qualidade, verifica-se o predomínio de restos biodegradáveis. (CORTEZ; ORTIGOZA, 2007, p.103)

Diante disso, toda a população, tanto a classe mais baixa quanto a mais alta, deve prezar pelo consumo de forma equilibrada e não desenfreada, como acontece na maioria das vezes, quando se compra por luxo ou até mesmo pelo fato de tal produto encontrar-se de promoção sem que este tenha necessidade no seu dia-a-dia, já que o consumo produz resíduos sólidos e que estes, não sendo descartados de forma adequada, causam poluição ao meio ambiente.

2.2.2.2 *Solidariedade intergeracional*

O princípio da solidariedade intergeracional deseja que o ser humano se pautar na alteridade, ou seja, que se coloque no lugar do outro, para que, assim, haja uma solidariedade para com as gerações futuras de forma que garanta que estas possam usufruir de forma sustentável dos recursos naturais, da mesma maneira que

as gerações presentes tiveram este direito. Sendo assim, Milaré conceitua este princípio conforme se vê a seguir:

[...] busca assegurar a solidariedade da presente geração em relação às futuras, para que também estas possam usufruir, de forma sustentável, dos recursos naturais. E assim sucessivamente, enquanto a família humana e o planeta Terra puderem coexistir pacificamente. (MILARÉ, 2015, p.260)

Este princípio ganhou espaço a partir da Constituição de 1988, sendo reforçado em 1992 pela Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada na cidade do Rio de Janeiro, da qual resultou o documento conhecido por Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Nesta conferência buscou-se reafirmar a Declaração da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, que foi adotada em Estocolmo em 16 de junho de 1972. A partir disso pode-se citar que o aludido princípio foi reforçado por esta declaração conforme dispõe: “Princípio 3 O direito ao desenvolvimento deve ser exercido de modo a permitir que sejam atendidas equitativamente as necessidades de desenvolvimento e de meio ambiente das gerações presentes e futuras.” (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 1992, p.1)

Sendo assim busca-se que os recursos naturais sejam utilizados de forma equitativas entre as gerações presentes e futuras.

2.2.2.3 Poluidor e usuário pagador

Poluidor-pagador e usuário-pagador são princípios criados como forma de mecanismo para imputar aos poluidores os custos que a poluição por eles produzidas afetaram ao meio ambiente. Desta forma, os princípios buscam evitar danos ao ambiente.

Quanto ao princípio do poluidor-pagador este possui sua incidência no conjunto de ações voltadas à prevenção do dano que, neste caso, fica a cargo do empreendedor. Esta prevenção, porém, não isenta o poluidor do dever de responder civil, penal e administrativamente pelos danos causados. Tal princípio foi abordado da Declaração do Rio de Janeiro Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento de 1992, onde foi estabelecido no Princípio 16:

Tendo em vista que o poluidor deve, em princípio, arcar com o custo decorrente da poluição, as autoridades nacionais devem procurar promover a internalização dos custos ambientais e o uso dos instrumentos econômicos, levando na devida conta o interesse público. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 1992, p.3)

No que tange ao princípio do usuário-pagador, este encontra-se voltado a uma obrigação para que aquele que usufruiu diretamente dos recursos ambientais e ainda para aqueles que consomem produtos potencialmente causadores de impactos ambientais com fins econômicos também deve pagar uma indenização (reparar o dano), é uma espécie de uso autorizado de um recurso natural ambiental

2.2.2.4 *Prevenção e precaução*

No que diz respeito ao princípio da prevenção, este trata de quando o perigo é certo, quando há a possibilidade de afirmar que determinada atividade é efetivamente perigosa e com este busca-se que tal atividade seja realizada, mas que sua realização cause o mínimo de danos possíveis ao meio ambiente. Segundo Granziera (2015):

[...] princípio da prevenção, havendo uma análise prévia dos impactos que um determinado empreendimento possa causar ao meio ambiente, é possível, adotando-se medidas compensatórias e mitigadoras, e mesmo alterando-se o projeto em análise, se for o caso, assegurar a sua realização, garantindo-se os benefícios econômicos dele decorrentes, sem causar danos ao meio ambiente. (GRANZIERA, 2015, p.61)

Já no princípio da precaução há uma incerteza, insuficiência científica quanto ao dano que pode ser ocasionado no meio ambiente e seus efeitos neste. Tal princípio também ganhou tratamento na Declaração do Rio de 1992, estando presente no Princípio 15:

Princípio 15 Com o fim de proteger o meio ambiente, o princípio da precaução deverá ser amplamente observado pelos Estados, de acordo com suas capacidades. Quando houver ameaça de danos graves ou irreversíveis, a ausência de certeza científica absoluta não será utilizada como razão para o adiamento de medidas economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 1992, p.3)

Sendo assim, quando há uma incerteza científica, cabe a quem tem interesse na realização da atividade comprovar que estas não trarão danos indesejáveis ao

meio ambiente. Ainda é válido ressaltar que o objetivo de ambos é evitar riscos e mitigar danos ambientais, cuja reparação é cara e muitas vezes, impossível

2.2.2.5 Participação

Quanto ao princípio da participação, é importante ressaltar que todos os organismos sociais têm o dever de participar, agir em conjunto da preservação do meio ambiente, de forma a garanti-lo para as futuras gerações. Segundo Milaré (2015):

O princípio da participação comunitária, [...], expressa a ideia de que, para a resolução dos problemas do ambiente, deve ser dada especial ênfase à cooperação entre o Estado e a sociedade, através da participação dos diferentes grupos sociais na formulação e na execução da política ambiental. (MILARÉ, 2015, p.275)

Diante disso, é notório que não cabe somente ao poder público o dever de atuar na proteção do meio ambiente, devendo haver amplamente uma participação social de todos os cidadãos brasileiros na defesa do meio ambiente em todos os seus aspectos, para que, assim, seja possível haver a promoção da sustentabilidade e que haja a garantia do meio ambiente ecologicamente equilibrado para as gerações futuras.

2.2.2.6 Ubiquidade

Em relação ao princípio da ubiquidade, tal princípio considera como fator relevante a proteção do meio ambiente antes da prática de qualquer atividade. Sendo o meio ambiente presente em todos os lugares, deve-se atentar ao fato que qualquer dano que ocorrer ao meio ambiente afetará, mesmo que de forma indireta, a qualidade de vida do ser humano. Segundo Fiorillo (2017):

[...] vem evidenciar que o objeto de proteção do meio ambiente, localizado no epicentro dos direitos humanos, deve ser levado em consideração toda vez que uma política, atuação, legislação sobre qualquer tema, atividade, obra etc. tiver que ser criada e desenvolvida. (FIORILLO, 2017, p.96-97)

Com isso é necessário que antes de qualquer atuação deve-se, preferencialmente, dar a devida proteção ao meio ambiente, para que não haja dano

ao mesmo e, conseqüentemente, não haja dano à sadia qualidade de vida do cidadão brasileiro.

2.3 RELAÇÕES DE CONSUMO

As relações de consumo em sua forma mais simples permeiam a vida humana, sendo assim, o ser humano depende intrinsecamente das relações de consumo para sua sobrevivência, tendo em vista que na sociedade em se vive quase todos os itens que são necessários à sobrevivência, desde o alimento até a roupa que se veste, são adquiridos através de uma relação de consumo. Sendo assim, Almeida (2015) aduz em sua obra:

O consumo é parte indissociável do cotidiano do ser humano. É verdadeira a afirmação de que todos nós somos consumidores. Independentemente da classe social e da faixa de renda, consumimos desde o nascimento e em todos os períodos de nossa existência. Por motivos variados, que vão desde a necessidade da sobrevivência até o consumo por simples desejo, o consumo pelo consumo. (ALMEIDA, 2015, p.17)

Sendo assim, é notório que as relações de consumo são inerentes à pessoa humana, já que é essencial ao bem-estar e a sobrevivência humana que haja a realização de práticas de consumo.

2.3.1 Conceito

Para que exista a relação jurídica de consumo necessita da existência de, ao menos, dois sujeitos, sendo assim o consumidor em um polo da relação e, no outro, o fornecedor, ocorrendo a transferência entre estes de produtos e serviços. A partir desse enfoque, Almeida (2015) conceitua brevemente as relações de consumo:

As relações de consumo são bilaterais, pressupondo numa ponta o fornecedor — que pode tomar a forma de fabricante, produtor, importador, comerciante e prestador de serviço —, aquele que se dispõe a fornecer bens e serviços a terceiros, e, na outra ponta, o consumidor, aquele subordinado às condições e interesses impostos pelo titular dos bens ou serviços no atendimento de suas necessidades de consumo. (ALMEIDA, 2015, p.17-18)

Dado o conceito de relação de consumo, é imprescindível ainda trazer o conceito legal de consumidor que se encontra previsto no artigo 2º *caput* e seu

parágrafo único, além dos artigos 17 e 29 da Lei 8.079/90 (Código de Defesa do Consumidor). Sendo assim dispõe:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. (BRASIL, 1990, on-line)

Ainda é importante definir o conceito de fornecedor, já que este encontra-se no outro polo da relação de consumo, sendo tal conceito trazido no artigo 3º da mesma lei anteriormente citada. Que dispõe:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (BRASIL, 1990, on-line)

Diante dos conceitos legais de consumidor e fornecedor, fica definido a relação jurídica de consumo em seu sentido *stricto sensu*, o qual é utilizado pela Política Nacional das Relações de Consumo protegidos pelo Código de Defesa do Consumidor.

2.3.2 Código de Defesa do Consumidor

Em forma de legislação específica, a defesa do consumidor no Brasil ainda é tema um tanto novo, tendo em vista que só a partir de meados dos anos 70 é que começou a ser discutido a questão da proteção da defesa do consumidor. A partir disso, houveram algumas legislações esparsas as quais buscavam tratar de forma indireta o consumidor, como por exemplo a promulgação da Lei nº 7.347, em 24 de julho de 1985, que disciplinou a Ação Civil Pública de responsabilidade por danos causados ao consumidor e protegeu pela primeira vez os direitos difusos no Brasil.

A defesa do consumidor ganhou maior proteção quando foi tratada em 1988 pela Constituição Federal Brasileira, a qual assegurou a defesa do consumidor em capítulo que tratou das garantias e direitos fundamentais no seu artigo 5º, inciso XXXII, o qual dispõe da seguinte forma: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;”. Entretanto, esta não foi a única aparição da defesa do

consumidor na CF/88. Esta também aparece em capítulo referente a ordem e econômica e ainda, no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, em que anunciou que o Congresso Nacional teria o prazo de cento e vinte dias a partir da data da promulgação da Constituição para elaborar o Código de Defesa do Consumidor. Tal disposição foi atendida fora do prazo previsto, sendo instituída a Lei. 8.078, o Código de Defesa do Consumidor, somente em 11 de setembro de 1990, em torno de dois anos após a disposição constitucional.

O Código de Defesa do Consumidor se mostra um importante instrumento jurídico que, em respeito ao texto constitucional, busca a defesa do consumidor e, em respeito ao previsto no artigo 170 da Constituição Federal, busca, na ordem econômica, a defesa do meio ambiente e seus impactos ambientais nos processos de elaboração e prestação de produtos e serviços.

2.3.3 Consumo versus consumismo

Ainda nesse momento, é importante ressaltar que, atualmente, na sociedade há que se diferenciar a prática do consumo e do consumismo. O consumo pode ser entendido como um elemento necessário à sobrevivência humana, enquanto o consumismo é um retrato do modelo atual de sociedade, do consumo desenfreado, exacerbado e do desperdício. Assim, Bauman (2008) os distingue da seguinte forma:

Aparentemente o consumo é algo banal, até mesmo trivial. É uma atividade que fazemos todos os dias. Se reduzido à forma arquetípica do ciclo metabólico de ingestão, digestão e excreção, o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. [...] Já o consumismo, em aguda oposição às formas de vida precedentes, associa a felicidade não tanto à satisfação de necessidades (como suas “versões oficiais” tendem a deixar implícito), mas a um volume e uma intensidade de desejo sempre crescentes, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la. (BAUMAN, 2008, p.37)

Diante disso, é válido ressaltar que atualmente a sociedade brasileira encontra-se em um momento que se conhece por sociedade de consumo, onde diariamente o consumidor é incentivado a consumir mais e mais. Deve-se atentar ao

fato que, a partir desse consumismo exacerbado, gera a produção de resíduos do que é consumido e descartado, restando assim a preocupação quanto a possibilidade de preservação do meio ambiente para que as futuras gerações possam usufruir da mesma forma que a presente geração.

3 PADRÕES DE CONSUMO NO BRASIL E OS SEUS IMPACTOS AMBIENTAIS

Partindo dos conceitos anteriormente colacionados, devemos dar o enfoque necessário à análise dos padrões de consumo da população brasileira, trazendo neste momento alguns dados que demonstram o comportamento de consumo dos brasileiros na sociedade atual e assim trazer ainda quais impactos ambientais ocorrem antes da produção dos bens de consumo, durante a produção e venda e ainda após o seu descarte.

3.1 PADRÃO DE CONSUMO DOS BRASILEIROS

Atualmente, o Brasil encontra-se encaixado numa sociedade de consumo, na qual devemos comprar incessantemente para que possamos estar incluídos na sociedade. Porém devemos nos ater ao fato de que essa sociedade está intimamente ligada a ideia do consumismo, ou seja, quando o consumo é exacerbado e compra-se não para “ter” e sim para “ser”. Através disso pode-se perceber que o consumo é uma espécie de formador da identidade do cidadão brasileiro. O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor traz em seu Manual de Educação para um consumo sustentável o seguinte:

O termo sociedade de consumo é uma das inúmeras tentativas de compreensão das mudanças que vêm ocorrendo nas sociedades contemporâneas. Refere-se à importância que o consumo tem ganhado na formação e fortalecimento das nossas identidades e na construção das relações sociais. Assim, o nível e o estilo de consumo se tornam a principal fonte de identidade cultural, de participação na vida coletiva, de aceitação em um grupo e de distinção com os demais. Podemos chamar de consumismo a expansão da cultura do “ter” em detrimento da cultura do “ser” (IDEC, 2005, p. 15)

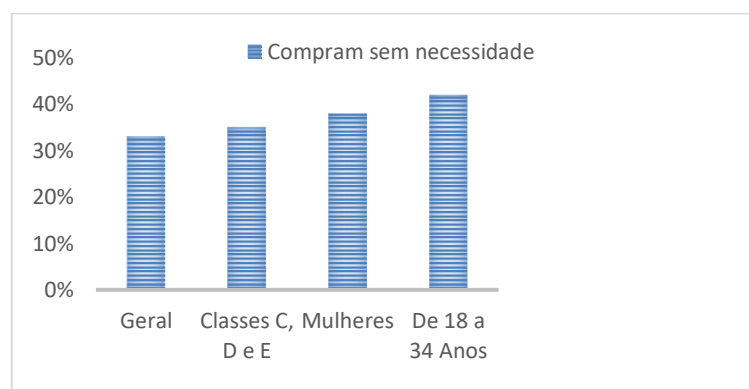
Como a atual sociedade brasileira se encontra numa sociedade de consumo, é através dos seus padrões de consumo e produção se pode perceber que, caso os mesmos continuem do modo que estão, haverá futuramente uma exaustão dos recursos naturais, ferindo diretamente o princípio do desenvolvimento sustentável que é protegido constitucionalmente e, ainda, o direito fundamental de cada cidadão ao meio ambiente ecologicamente equilibrado que promova uma sadia qualidade de

vida à população. O folheto produzido pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), em que trata do Consumo sustentável, aduz o seguinte:

[...] os atuais padrões de produção e consumo, aliado a políticas públicas que agravam a degradação da natureza, ameaçam levar o planeta à exaustão de seus recursos, causando enorme prejuízo ao meio ambiente e afetando a qualidade de vida de bilhões de pessoas. (IDEC, 2012, p. 2)

Para entender os atuais padrões de consumo e o comportamento do consumidor e cidadão brasileiro é relevante trazer alguns dados de quais produtos são mais buscados pelos brasileiros e quais as motivações que os levam a consumir.

Em pesquisa realizada no ano de 2017 pelo Sistema de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), que tinham como intuito identificar os comportamentos consumistas dos brasileiros de acordo com seus hábitos relacionados à utilização e à economia de dinheiro, demonstrou que um terço, ou seja, 33% (trinta e três por cento) desses consumidores, compram sem necessidade, motivado por promoções, especialmente entre as classes C, D e E, equivalem a 35% (trinta e cinco por cento), entre as mulheres equivalem a 38% (trinta e oito por cento) e as pessoas de 18 a 34 anos equivalem a 42% (quarenta e dois por cento). Outro dado pesquisado mostra que 22% (vinte e dois por cento) dos entrevistados afirmam ter esse comportamento na maioria das vezes. Conforme demonstra o gráfico abaixo:

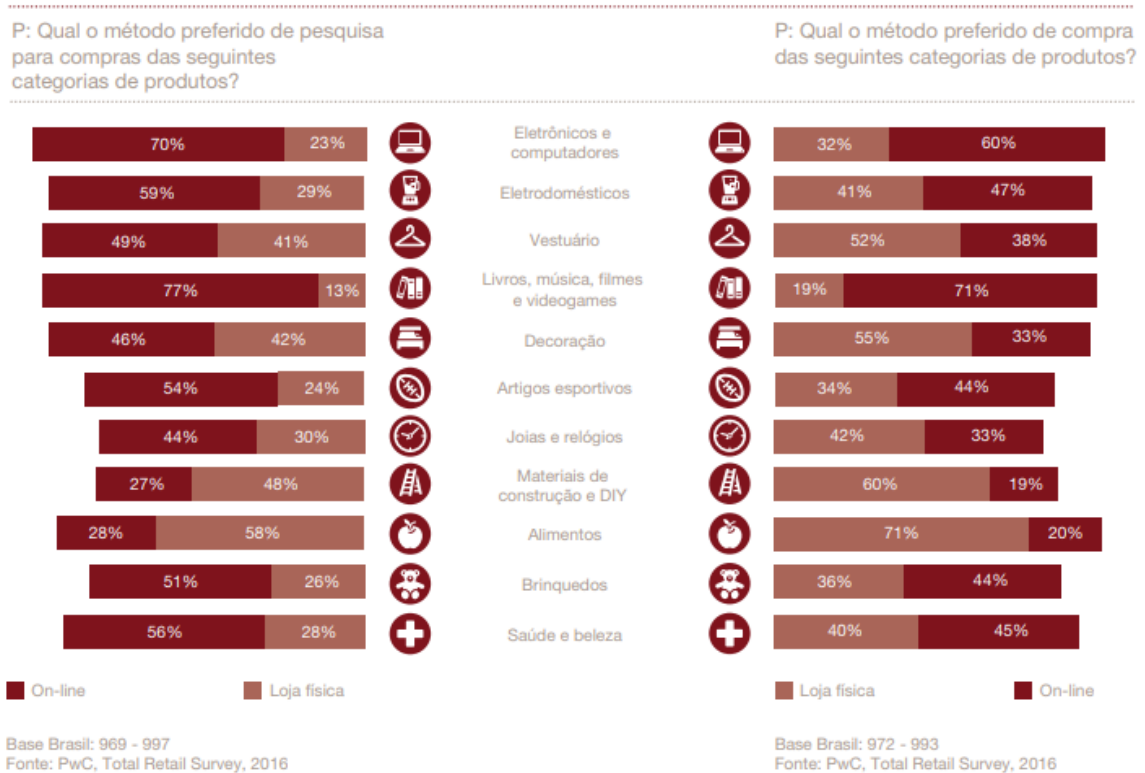


Fonte: Elaborado pelo próprio autor com base nos dados da SPC Brasil e CNDL.

Um dos facilitadores do consumo é o comércio eletrônico ou como é conhecido atualmente, o e-commerce. Em pesquisa realizada no final do ano de 2013, com 406 entrevistados do painel de e-consumers do IBOPE e-commerce das nove principais regiões metropolitanas do Brasil, verificou-se que 93% (noventa e

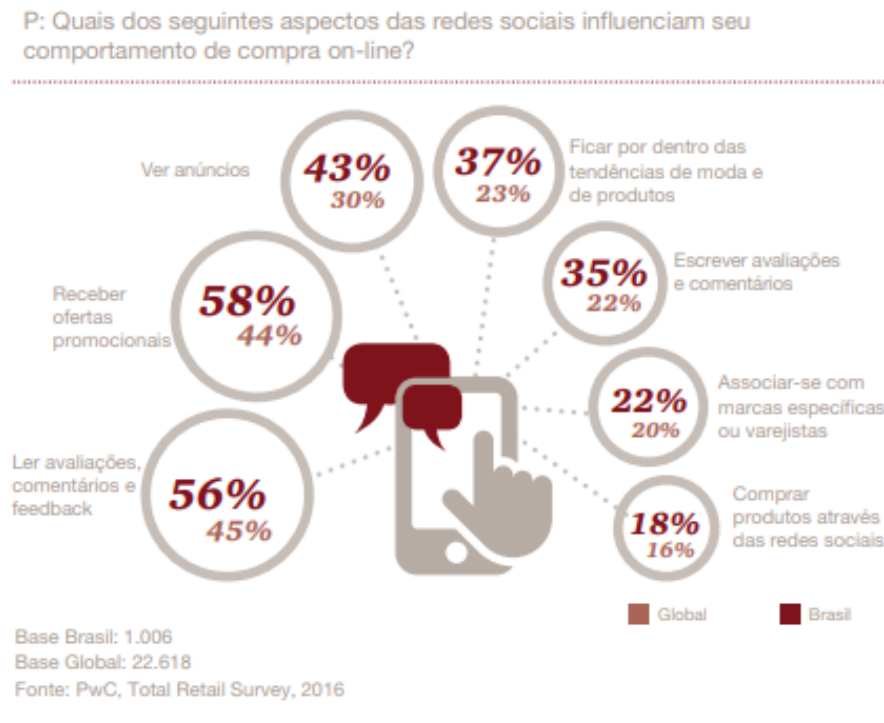
três por cento) dos entrevistados escolhem este tipo de comércio pela comodidade que este oferece, 85% (oitenta e cinco por cento) dos consumidores também utilizam a compra online por considerarem os preços melhores que os encontrados em lojas físicas.

Em pesquisa realizada pela PricewaterhouseCoopers, Total Retail Survey, no ano de 2016, foi demonstrado que, com base na perspectiva de em torno de 997 entrevistados, embora o método de pesquisa preferido da população seja a loja física, a maioria das categorias de produtos estão sendo obtidas pela sociedade através do meio digital, sendo as categorias que mais se destacam para compras online a de eletrônicos e computadores, com 60% (sessenta por cento) e a de livros, músicas, filmes e videogame, com 71% (setenta e um por cento), conforme demonstra o gráfico abaixo:



Ainda nessa mesma edição da pesquisa foi trazida a questão das redes sociais como influenciadoras das compras online e de que forma estas influenciam. A população é bastante influenciada através das leituras de comentários, avaliações e feedbacks nas redes sociais, representando 56% (cinquenta e seis por cento) dos entrevistados, em seguida, outro elemento bastante influenciador das compras

onlines através das redes sociais, para 58% (cinquenta e oito por cento) dos entrevistados, é a questão do recebimento de ofertas promocionais na sua rede social, tais informações encontram-se dispostas no seguinte gráfico:



A partir disso, tem-se que a compra sem necessidade, bem como a comodidade e facilidade das compras através do e-commerce, além das formas de influência das redes sociais, auxilia a entender um pouco quanto ao comportamento do consumidor brasileiro.

3.2 IMPACTOS AMBIENTAIS DECORRENTES DO CONSUMO NO BRASIL

Diante da sociedade de consumo em que o Brasil se encontra, deve-se ressaltar que o bem de consumo traz impactos ao meio ambiente, não só no momento que sai do mercado ou estabelecimento comercial. Este bem de consumo causa impactos desde o momento da sua fabricação, que requer o uso de matérias primas retiradas do meio ambiente, bem como traz impactos decorrentes da venda, o *marketing* e ainda com seu descarte após o uso desse bem de consumo.

Dado isso, faz-se necessário delinear os aspectos e como se dá o impacto ambiental em cada fase, desde o impacto da produção até o impacto do consumo e descarte dos bens de consumo.

3.2.1 Pressão por matérias primas

Tudo o que é consumido é composto de matéria retirada de algum lugar. Essa matéria pode ser renovável, desde que se respeitem os ciclos da natureza, como madeira, água, oxigênio; ou não renovável, como o plástico, metais, combustíveis fósseis. A transformação dessa matéria-prima demanda ainda o uso de energia, elétrica, cinética, térmica, etc. Isso sem contar que, para um produto chegar ao mercado, muitas vezes demanda gastos de outras energias e materiais para sua concepção, projeto, montagem, embalagem, distribuição, entre tantas outras etapas, seja para si ou para os meios de produção. O reuso e a reciclagem são meios importantes de diminuir a pressão da retirada desses materiais e energias da natureza, todavia, é notório que a grande fornecedora da humanidade continua sendo a natureza.

Através dessa pressão pelos recursos naturais e estes impactos trazidos, deve a população, em respeito ao princípio da solidariedade intergeracional, conscientizar-se quanto ao consumo exacerbado, pois, caso a população continue utilizando-se dos recursos naturais na mesma proporção em que atualmente se encontra, haverá brevemente a extinção desses recursos, não sendo, assim, possível propiciar às futuras gerações o uso destes. Coadunamos com o pensamento trazido pelo ilustríssimo Filomeno:

Necessário também que se aponte a importância do chamado consumo sustentável, que nada mais é do que a outra face do chamado desenvolvimento sustentável. Ou seja, partindo-se do pressuposto de que o consumidor é o grande apropriador dos recursos naturais que, em última análise, lhes propiciam os produtos e serviços colocados no mercado, é mister que se conscientize de sua importância, no sentido de que se diminua a sua extinção. Daí por que nunca antes falar em reduzir o consumo de recursos naturais não renováveis, na sua substituição por outros renováveis, em reciclagem desses mesmos produtos, e na sua reutilização. (FILOMENO, 2014, p.4)

Todos os países, tanto os mais desenvolvidos quanto os menos desenvolvidos são responsáveis pela gestão dos recursos naturais retirados para a

atividade industrial, para o consumo e serviços. A partir disso temos que os países mais desenvolvidos utilizam-se em maior quantidade dos recursos naturais. O IDEC alerta para os riscos de os países mais pobres alcançarem o mesmo nível de consumo dos já desenvolvidos:

[...] se os países em desenvolvimento passarem a consumir matérias-primas no mesmo ritmo dos países desenvolvidos, poderemos chegar, em um curto espaço de tempo, a um esgotamento dos recursos naturais e a níveis altíssimos de contaminação e geração de resíduos. (IDEC, 2005, p.127)

Sendo assim, devemos nos ater à quantidade de recursos naturais utilizados para o consumo e serviços, devendo promover um consumo sustentável destes, de forma a causar menos impactos ao meio ambiente em todas as suas dimensões. Para isso, a sociedade deve abrir mão dos valores consumistas e adotar valores de um consumo sustentável, para que, assim, seja possível haver uma redução da pressão sobre a natureza por recursos naturais. Isso deve ser feito a patamares que respeitem os ciclos naturais, exigindo menos recursos ou energias do que a natureza poderia produzir ou transformar naquele espaço de tempo.

Ainda nessa esteira, trazemos para auxiliar nessa redução o instrumento da “pegada ecológica”, pois esta traz os elementos necessários para a sociedade repensar os hábitos de consumo e adequar este consumo a capacidade ecológica do planeta, o quanto o mesmo é capaz de suportar, onde deve assim adotar práticas mais sustentáveis.

3.2.2 Poluição na fabricação e venda

Assim como antes mesmo da fabricação ocorrem impactos ambientais, no momento da fabricação e em momento posterior, como por exemplo a forma de *marketing* que promove a venda do produto ocorrem inúmeros impactos ambientais.

No momento da fabricação temos como exemplos de impactos causados ao meio ambiente o fato de que durante todo o processo de produção ocorrem inúmeras formas de poluição e degradação ao meio ambiente. Para que um item de consumo seja produzido, ele passa por inúmeras fases de produção e, em cada uma dessas fases, ocorrem impactos ao meio ambiente, diante disso vemos o exemplo abaixo:

Ao comprar uma roupa nova, por exemplo, não nos damos conta de que, para produzir aquele tecido, foi preciso cultivar o algodão, e que isso implicou no uso de grandes quantidades de fertilizantes químicos e pesticidas, que contaminam o solo, a água e o ar. Atualmente, imensas áreas de terra são destinadas à monocultura do algodão que, com o passar dos anos, vai deteriorando o solo. Mais ainda, o processo de tingimento na indústria têxtil emprega grandes volumes de água e produtos químicos, que contaminam os cursos de água. (IDEC, 2005, p. 136)

A partir desses impactos causados ao meio ambiente no momento da produção destinada ao consumo humano, cabe às empresas fornecedoras prezarem por uma melhoria nas suas estruturas e buscar uma redução dos impactos ambientais. Para que haja uma maior efetividade, o poder público fiscalizará essas melhorias e responsabilizará de forma objetiva, ou seja, independentemente de culpa, as empresas poluidoras. Dessa forma aduz o ilustríssimo Nishiyama:

[...] os fornecedores têm a responsabilidade objetiva de reparar os danos causados ao meio ambiente, não podendo repassar aos consumidores os aumentos decorrentes dessa violação. Assim, a melhoria dos padrões de segurança e a instalação de filtros em empresas poluidoras, por exemplo, devem ser suportadas pelos fornecedores, cabendo ao Poder Público a fiscalização dessas medidas. (NISHIYAMA, 2010, p. 204)

Ainda neste enfoque, percebe-se que cabe as empresas agirem independentemente do poder público, buscando práticas que vão além do que se encontra disposto na legislação brasileira para que no momento da produção haja a redução dos impactos e prezando sempre por uma produção mais sustentável.

As empresas devem agir de forma socialmente e ambientalmente responsáveis em todas as suas atividades produtivas. Nesse sentido, responsabilidade social empresarial significa adotar princípios e assumir práticas que vão além da legislação, contribuindo para a construção de sociedades sustentáveis. (IDEC, 2005, p.24)

É válido ressaltar que um dos grandes responsáveis pelo consumo exacerbado na sociedade que leva a um consumo insustentável é a forma que o *marketing*, através da publicidade, incentiva a população, atingindo os desejos, necessidades e vaidades do cliente, de forma que assim ocorra a venda do produto divulgado, atingindo seu objetivo. Conforme vemos abaixo:

Hoje disseminado em praticamente todo o mundo, o fenômeno do consumismo não teria sido possível sem o bombardeio incessante da

publicidade tentando nos convencer a comprar uma nova marca de sabão em pó, um novo modelo de eletrodoméstico, computador, automóvel etc. (IDEC, 2005, p. 136)

Diante disso, é notório que a publicidade é uma forma de impacto ao meio ambiente, tendo em vista que estimula ao consumidor a prática consumerista e ainda traz impactos quanto à questão das poluições trazidas no momento da distribuição de panfletos para a propaganda e, ainda, na colocação de *outdoors* que se mostram como uma forma de poluição visual.

3.2.3 O problema dos resíduos sólidos

Com a produção e o consumo dos produtos, é inevitável que haja impactos ao meio ambiente. Um dos impactos e, atualmente, um dos problemas ambientais é a questão dos resíduos sólidos que são produzidos em todas as etapas da produção e principalmente, após o consumo do produto.

Toda a cadeia de produção e consumo se encerra com os rejeitos e resíduos sólidos produzidos, o que traz um sério problema ao meio ambiente, já que, havendo o descarte de forma inadequada esses resíduos são extremamente prejudiciais à qualidade de vida. Para que haja esse descarte adequado dos resíduos sólidos, o poder legislativo, no uso de suas atribuições, trouxe recentemente lei para regular esse descarte e tratamento desses resíduos, cabendo essa responsabilidade aos fabricantes, distribuidores e importadores do produto. Sobre este tema trata Filomeno:

O desenvolvimento sustentável, a seu turno, pressupõe, por parte dos fornecedores, a adoção de métodos e tecnologias no sentido de reduzir a utilização dos mesmos recursos naturais, seu reaproveitamento e otimização. Em boa hora foi promulgada a Lei no 12.305, de 2-8-2010, regulamentada pelo Decreto no 7.404, de 23-12-2010, que dispõem sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos. No âmbito do Estado de São Paulo também se adotaram medidas com relação a essa matéria, pela Resolução no 38 da Secretaria do Meio Ambiente (SMA/ SP), de 3-8-2011, a qual estabelece a relação de produtos geradores de resíduos de significativo impacto ambiental para fins da responsabilidade de eliminação, recolhimento, tratamento e disposição final desses resíduos pelos fabricantes, distribuidores ou importadores. (FILOMENO, 2014, p.4)

Na atual sociedade de consumo em que o Brasil se encontra, à medida que se consome também ocorre o descarte, e com isso, o descarte inadequado que, em

volume excessivo é causador de diversos problemas a população, trazendo consigo uma redução na qualidade de vida do cidadão brasileiro. Isso se dá porque o ambiente em que vivemos não é capaz de absorver e nem de retornar ao ciclo natural o resíduo que é produzido. Conforme traz o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor:

A sociedade moderna rompeu os ciclos da natureza: por um lado, extraímos mais e mais matérias primas, por outro, fazemos crescer montanhas de lixo. E como todo esse rejeito não retorna ao ciclo natural, transformando-se em novas matérias-primas, pode tornar-se uma perigosa fonte de contaminação para o meio ambiente ou de doenças. (IDEC, 2005, p. 114)

Grande parte destes resíduos excessivos que são produzidos pela população brasileira decorrem não do consumo em si, mas sim do consumismo, ou seja, do consumo desenfreado. Cabe, assim, à população brasileira agir para conter esta geração de resíduos, buscando reduzir os impactos ambientais causados pelo descarte inadequado desses resíduos. Dessa forma, aduz o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor:

Recentemente começamos a perceber que, assim como não podemos deixar o lixo acumular dentro de nossas casas, é preciso conter a geração de resíduos e dar um tratamento adequado ao lixo no nosso planeta. Para isso, será preciso conter o consumo desenfreado, que gera cada vez mais lixo, e investir em tecnologias que permitam diminuir a geração de resíduos, além da reutilização e da reciclagem dos materiais em desuso. (IDEC, 2005, p.114)

Diante disso, é possível perceber que, em conformidade com o princípio do direito ambiental da participação, o consumidor, em uso de seus direitos, também possui o dever de em conjunto com o poder público, buscar em sua própria residência conter a geração de resíduos sólidos, investindo em tecnologias capazes de fornecer essa redução e, ainda, reutilizar e reciclar tudo aquilo que ainda for apto a ser utilizado. A partir dessa participação da população, é possível minimizar os danos causados ao meio ambiente através das práticas consumeristas.

4 O DIREITO AMBIENTAL E O CONSUMO NO BRASIL

Diante da sociedade de consumo em que o Brasil se encontra e dos padrões de consumo atuais, é relevante tratar do direito ambiental e suas leis como instrumentos aptos a promover uma produção e consumo sustentável na sociedade brasileira, de forma que promova e assegure o desenvolvimento sustentável que é previsto na Lei Maior do ordenamento jurídico brasileiro. Sendo assim, analisar-se-á, neste momento, de que forma os princípios do direito ambiental estão relacionados ao consumo, quais são os instrumentos aptos a promover um consumo mais sustentável na sociedade brasileira e, ainda, se é necessária uma mudança nos padrões de consumo atuais no Brasil para que haja a garantia do desenvolvimento sustentável.

4.1 ANÁLISE DO CONSUMO FRENTE AOS PRINCÍPIOS DE DIREITO AMBIENTAL

Trazendo à baila os princípios do direito ambiental e a atual sociedade de consumo em que o Brasil se encontra, temos de fazer uma aplicação dos princípios do direito ambiental que possuem particularidades correlacionadas às relações de consumo *stricto sensu*. Dessa forma, passaremos a fazer esta análise.

Um dos princípios do direito ambiental que merece especial atenção quanto a sua aplicação nas relações de consumo é o princípio da participação, pois a sociedade brasileira como um todo deve promover a defesa do meio ambiente em harmonia com as relações de consumo, já que não cabe somente ao Poder Público essa proteção. A própria constituição brasileira de 1988 compreende, em seu texto do artigo 225, quando faz referência ao poder público e à coletividade o dever de preservar que cabe aos fornecedores, consumidores bem como ao poder público essa defesa ao meio ambiente. Sobre isso traz Nishiyama em sua obra:

Verifica-se que o comando constitucional impõe a todos o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. Assim, não cabe apenas ao Poder Público defender o meio ambiente. Combinando-se esse dispositivo com a tutela do consumidor, entendemos que fornecedores e consumidores também devem preservar o meio ambiente. (NISHIYAMA, 2010, p. 204)

Ainda nessa esteira outro princípio muito importante que merece análise é o princípio do poluidor pagador ou PPP, como o autor Antunes (2017) traz em sua obra, tal princípio é capaz de demonstrar que a partir da retirada dos recursos naturais e seu uso na produção e consumo ocorrerá sua redução no meio ambiente, motivo pelo qual propõe políticas públicas quanto ao sistema de preços para que a população, ao pagar por determinado produto, faça uma reflexão quanto aos custos ambientais daquele determinado produto. Assim traz em sua obra:

O PPP parte da constatação de que os recursos ambientais são escassos e que o seu uso na produção e no consumo acarretam a sua redução e degradação. Ora, se o custo da redução dos recursos naturais não for considerado no sistema de preços, o mercado não será capaz de refletir a escassez. Assim sendo, são necessárias políticas públicas capazes de eliminar a falha de mercado, de forma a assegurar que os preços dos produtos reflitam os custos ambientais. (ANTUNES, 2017, p.33)

O princípio do desenvolvimento sustentável se mostra de fundamental importância quanto às relações de consumo na sociedade brasileira, já que, caso o desenvolvimento sustentável não seja promovido, o consumo, em sua forma desregrada, levará o meio ambiente a um caos socioeconômico e ambiental. Deve assim, através do desenvolvimento sustentável, buscar uma harmonia entre o desenvolvimento econômico e a preservação ambiental. Nesse sentido, traz o ilustríssimo Fiorillo:

[...] o princípio possui grande importância, porquanto numa sociedade desregrada, à deriva de parâmetros de livre concorrência e iniciativa, o caminho inexorável para o caos ambiental é uma certeza. Não há dúvida de que o desenvolvimento econômico também é um valor precioso da sociedade. Todavia, a preservação ambiental e o desenvolvimento econômico *devem coexistir, de modo que aquela não acarrete a anulação deste*. (FIORILLO, 2017, p.68)

Baseado nesses princípios do direito ambiental, mostra-se a possibilidade de haver uma harmonia entre o desenvolvimento econômico e a proteção ambiental, através das relações de consumo e a defesa do meio ambiente, trazendo, assim, uma maior qualidade de vida à sociedade brasileira, de forma que todos se beneficiem agora e futuramente.

4.2 INSTRUMENTOS LEGAIS APLICÁVEIS

O nosso ordenamento jurídico possui diversas leis que são aplicáveis ao consumo, onde encontram-se a nossa Carta Magna de 1988, o próprio Código de Defesa do Consumidor, a Lei de Educação Ambiental, a Política Nacional dos Resíduos Sólidos e, mais recentemente, foi instituída a Lei da Política Nacional de Educação para o Consumo Sustentável. Diante disto, tais instrumentos, por si só já estariam aptos a promover um consumo sustentável, pois trazem comandos que seriam suficientes à promoção do consumo sustentável, porém estes carecem de efetividade ainda no ordenamento jurídico pátrio, cabendo não só ao poder público buscar essa efetividade como também a toda a população brasileira.

4.2.1 Constituição Federal

O instrumento primordial e máximo que busca a promoção de um consumo em conformidade com o desenvolvimento sustentável ou como comumente chamada a sustentabilidade é a própria Constituição Federal de 1988. Já que esta traz, especialmente em seu artigo 5º, inciso XXXII e no artigo 170 em seus incisos V e VI, a defesa do consumidor e, nos mesmos artigos, nos incisos LXXIII e VI, respectivamente, ainda a defesa do meio ambiente. É válido lembrar ainda que, no ano de 2003, a Emenda Constitucional de número 42 alterou o texto constitucional do inciso VI do anteriormente citado artigo 170, quando ampliou sua redação determinando o seguinte: “VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;” (BRASIL, 1988, on-line).

A partir disso, temos que a própria Constituição Federal promove como princípios informadores da ordem econômica, em patamar de igualdade e harmonia entre si, a defesa do consumidor e a defesa do meio ambiente, assegurando, assim, que a ordem econômica do país se desenvolva de forma que ao consumidor seja dado a devida qualidade de vida e que sejam defendidos seus interesses. Para isso, faz-se necessário que haja a garantia de um meio ambiente ecologicamente equilibrado, já que somente neste se desenvolve uma maior qualidade de vida.

Nesse sentido traz Édis Milaré:

Tanto a proteção do meio ambiente como a proteção do consumidor são princípios da ordem econômica, nos termos da Constituição Federal de 1988. Isso quer dizer que, no plano constitucional, as

duas esferas de preocupação (meio ambiente e consumidor) estão igualmente situadas, e funcionam como limites à livre iniciativa, uma vez que a ordem econômica se direciona para a ordem social, como afirmam os requisitos jurídicos e o ordenamento econômico-social a partir da Carta Magna. (MILARÉ, 2015, p.89)

Ainda no enfoque constitucional, o autor Edis Milaré traz que a ordem econômica brasileira deve estar subordinada à ordem social. Para isso, o desenvolvimento econômico não pode, de nenhuma forma, ser promovido de maneira que afronte ou desrespeite a ordem social. Com isso, em nenhum momento as atividades econômicas podem ser promovidas de modo que acometam o meio ambiente, pois, ao ocorrer esta lesão ao meio ambiente, estaria lesionando, também, a qualidade de vida da coletividade. Assim traz Édis Milaré:

A Ordem Econômica, que tem suas características e valores específicos, subordina-se à ordem social. Com efeito, o crescimento ou desenvolvimento socioeconômico deve portar-se como um instrumento, um meio eficaz para subsidiar o objetivo social maior. Neste caso, as atividades econômicas não poderão, de forma alguma, gerar problemas que afetem a qualidade ambiental e impeçam o pleno atingimento dos escopos sociais. (MILARÉ, 2015, p.173)

Através disso, é notório que a Carta Magna se mostra como instrumento hábil a promover uma sadia qualidade de vida em harmonia com o desenvolvimento das atividades econômicas na sociedade brasileira. Sendo assim caso as práticas consumeristas se desenvolvam em conformidade com o previsto no texto constitucional de 1988, restará assegurado o desenvolvimento sustentável.

4.2.2 Código de Defesa do Consumidor

Quanto à lei de proteção do consumidor, ao instituir os direitos básicos do consumidor, traz, em seu artigo 6º, alguns direitos, conforme veremos abaixo, aplicáveis a proteção do meio ambiente, segundo os quais o consumidor deve ter efetivados os seus direitos básicos para uma sadia qualidade de vida, o que se traduz em proteção ao meio ambiente em todas as suas dimensões. Ainda há uma proteção ao meio ambiente através do Código de Defesa do Consumidor, através do artigo 37, §2º do CDC, onde traz a publicidade abusiva como aquela em que há desrespeito a valores ambientais. Nesse sentido, Miragem ensina:

As normas de proteção do consumidor relacionam-se imediatamente com a proteção do meio ambiente quando consagram, dentre outros: a) o direito básico à vida, saúde e segurança contra riscos de produtos perigosos e nocivos (artigo 6.º, I, do CDC); b) a efetiva prevenção de danos (artigo 6.º, VI, do CDC); c) a proibição expressa ao fornecedor que coloque no mercado de consumo, produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança (artigo 10 do CDC); d) a proibição da publicidade que desrespeita valores ambientais, porque abusiva (artigo 37, § 2.º); [...] (MIRAGEM, 2016, p. 112)

Não obstante a relevância dos outros direitos, um dos principais previstos no Código de Defesa do Consumidor, apto a tutelar a defesa e proteção do meio ambiente, dá-se com o direito à informação presente no seu artigo 6º, inciso III onde traz o seguinte: “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, 1990, on-line). Dessa forma, o fabricante deve dispor corretamente na embalagem dos produtos todas as informações necessárias para a escolha do consumidor final. Onde seja, possível o consumidor saber quais os riscos ambientais que aquele produto apresenta a sua sadia qualidade de vida, bem como se na fabricação daquele produto houve uma redução dos impactos ambientais causados. Nesse sentido traz Bruno Miragem:

[...] direitos característicos da tutela do consumidor, como é o caso do direito à informação ou à liberdade de escolha do consumidor, admitem aplicação sob a perspectiva da promoção do consumo sustentável. Trata-se da informação ambiental, que parte da premissa da necessidade de esforço comum no âmbito do mercado e da sociedade em geral, para conscientização e esclarecimento sobre a importância da preservação ambiental. (MIRAGEM, 2016, p. 113)

É dever das empresas e fabricantes propiciar um maior volume de informações possíveis para que o consumidor esteja consciente do que está adquirindo, consumindo e a forma correta do seu descarte, para que, assim, a população possa estar efetivamente praticando um consumo sustentável, prezando sempre por aquele produto que cause o menor grau de impactos ambientais em todo o seu ciclo de vida.

É evidente que com os direitos presentes no Código de Defesa do Consumidor, torna-se possível uma harmonia entre as relações de consumo e a proteção ao meio ambiente, principalmente com a efetivação do direito a informação.

Assim, caso as empresas fabricantes disponham de forma adequada das informações, os consumidores poderão estar conscientes dos riscos e impactos causados pela compra de tal produto à natureza, de forma que estejam, assim, atuando para uma proteção ao meio ambiente em que vivem e uma sadia qualidade de vida.

Ainda é válido lembrar que, durante muito tempo, o Código de Defesa do Consumidor foi utilizado como principal instrumento de proteção ao direito coletivo, sendo que esta utilização ajudou deveras à proteção judicial do meio ambiente, aproximando, assim, os direitos do consumidor e do meio ambiente na classe dos direitos difusos e coletivos.

4.2.3 Lei de Educação Ambiental

A educação ambiental tem sua definição no artigo 1º da Lei 9.795/99 conforme vemos abaixo:

[...] 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. (BRASIL, 1999, on-line)

A educação se mostra como uma das ferramentas mais estratégicas para a proteção ao meio ambiente, sendo capaz de conscientizar e mobilizar as pessoas. Essa educação ambiental deve ser promovida pelo poder público, onde a Constituição Federal estabelece, em seu artigo 225, §1º, inciso VI, que cabe ao Poder Público “promover a educação ambiental em todos os níveis do ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente” (BRASIL, 1988, on-line).

Não obstante o trazido pela Carta Magna, a Lei 9.795/99 ampliou o rol de incumbidos na promoção da educação ambiental, dando enfoque, principalmente, ao inciso VI do seu artigo 3º, onde inclui a toda a sociedade esta responsabilidade. Neste mesmo artigo, ainda traz a figura das instituições educativas, as empresas, aos meios de comunicação de massa e órgãos integrantes do Sistema Nacional de Meio Ambiente como responsáveis na promoção da educação ambiental.

A partir disso, os meios de comunicação de massa, enquanto veiculadores do próprio *marketing* e grande influenciadores do consumo, devem se colocar como

promotores da educação ambiental para que haja uma mudança nos hábitos de consumo da população brasileira. Ainda é importante trazer a figura das empresas, enquanto fornecedores dos produtos, que devem promover no meio ambiente de trabalho uma melhoria, bem como conscientizar os seus empregados quanto aos impactos e repercussões ao meio ambiente através da produção.

Com o aumento do consumo no Brasil e os atuais padrões de consumo, deve-se haver uma maior gestão do poder público quanto a educação ambiental, devendo promover, conforme os ditames da lei 9.795, em seu artigo 3º, inciso I, políticas públicas em todos os níveis de ensino e o engajamento da sociedade na conservação, recuperação e melhoria do meio ambiente, já que a ampliação do consumo gera uma maior insegurança quanto a proteção ao meio ambiente. Nesse sentido:

A ampliação da satisfação de necessidades como condição de qualidade de vida introduz mudanças de linguagem no relacionamento entre homem e natureza, ao mesmo tempo em que se expandem as tensões entre ampliação do consumo e a segurança socioambiental, razão pela qual se justifica atentar para as diferentes linguagens de uma cultura do consumo emergente em concomitância com uma gestão tensa da educação ambiental em uma sociedade com desigualdades persistentes. (RUSCHEINSKY, 2012, p.269)

Dessa forma, no momento em que o poder público conscientiza e sensibiliza o cidadão quanto a proteção ao meio ambiente é possível trabalhar uma educação ambiental que promova a proteção ambiental e esteja adequada e voltada para a sociedade de consumo em que se encontra o Brasil. O respeito a essa Lei, em especial aos incisos do artigo 3º, será imprescindível para a formação de uma cultura de consumo sustentável.

4.2.4 Lei da Política Nacional dos Resíduos Sólidos

Com a evolução legislativa e necessidade da sociedade de lei que regulasse a forma de descarte dos resíduos produzidos, foi sancionada, em 2 de agosto de 2010, a Lei 12.305, que instituiu a Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS) e contém instrumentos importantes para permitir o avanço necessário ao País no enfrentamento dos principais problemas ambientais, sociais e econômicos decorrentes do manejo inadequado dos resíduos sólidos.

A lei 12.305/10 prevê, em seu rol de artigos, a prevenção e a redução na geração de resíduos, tendo como uma das propostas a prática de hábitos de consumo sustentável e um conjunto de instrumentos para propiciar o aumento da reciclagem e da reutilização dos resíduos sólidos, que constitui, segundo a própria lei, em seu artigo 3º, inciso XVI, aquilo que tem valor econômico e pode ser reciclado ou reaproveitado e a destinação ambientalmente adequada dos rejeitos; ainda no mesmo artigo, em seu inciso XV, aquilo que não pode ser reciclado ou reutilizado.

A PNRS ainda traz no seu artigo 3º algumas definições importantes, dentre elas faz-se importante destacar para o presente o estudo da disposição do inciso XIII, que define o que seria, para lei, os padrões de consumo e produção sustentável:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, entende-se por: [...] XIII - padrões sustentáveis de produção e consumo: produção e consumo de bens e serviços de forma a atender as necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras; [...] (BRASIL, 2010, on-line)

Outra definição importante presente na PNRS encontra-se prevista no artigo 3º, inciso XVII, conforme dispõe:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, entende-se por: [...] XVII - responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos: conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, para minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, bem como para reduzir os impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos, nos termos desta Lei; [...] (BRASIL, 2010, on-line)

Por meio dessa definição, fica expresso que, nas relações de produção e consumo, há que se falar em uma responsabilidade compartilhada entre consumidor e produtor ou fornecedor. Sendo assim, os produtores não podem se escusar de serem responsáveis por produtos inadequados que os mesmos produzem e os põe no mercado, ainda que os consumidores saibam que estes são poluentes, pois, ao se retirarem, ferem princípios ambientais e consumeristas. Assim afirma Moraes, em sua obra:

[...] o fato de os consumidores saberem que alguns produtos têm caráter poluente não retira a responsabilidade daqueles que produzem inadequadamente tais produtos, sob pena de estar se fazendo o repasse dos riscos da atividade para o polo mais fraco do relacionamento de consumo, o que nega toda a sistemática da Lei Consumerista, que é a internalização dos custos por parte dos agentes econômicos para a socialização do prejuízo, e não a individualização do prejuízo no consumidor individual vulnerável. (MORAES, 2013, p.122)

O já citado autor ainda afirma a importância da lei que institui a Política Nacional dos Resíduos Sólidos, sobre esse enfoque da responsabilidade conjunta, quando coloca em sua obra:

[...]talvez a função mais importante da Lei em questão, seja a promoção de alterações na estrutura da sociedade, de modo que a atuação conjunta de todos os seus integrantes possa minimizar os efeitos catastróficos para a vida e para a saúde que a não contenção dos problemas advindos da incorreta disposição final dos resíduos sólidos pode acarretar. (MORAES, 2013, p. 237)

Dessa forma, é possível perceber que toda a coletividade, incluindo os consumidores, fornecedores, fabricantes são responsáveis pelos resíduos resultantes da produção e descarte do consumo brasileiro para que, assim, haja respeito aos princípios tanto ambientais quanto consumeristas e que haja a promoção de um meio ambiente ecologicamente equilibrado e de acordo com o princípio constitucionalmente previsto e basilar do direito ambiental, que é o desenvolvimento sustentável.

4.2.5 Lei da Política Nacional de Educação para o Consumo Sustentável

A Lei 13.186, de 11 de novembro de 2015 é, relativamente nova no nosso ordenamento jurídico, instituiu a Política de Educação para o Consumo Sustentável. Esta traz, em quatro artigos, o que seria o consumo sustentável, quais os objetivos da presente lei e ainda como o poder público pode interferir para a promoção desse consumo sustentável.

A referida lei tem como objetivo principal o estímulo à práticas de consumo e técnicas de produção ecologicamente sustentáveis, sendo assim preocupa-se com a sustentabilidade a partir do momento da produção até o momento do consumo pela coletividade.

Esta recente lei preza essencialmente que o poder público promova na atual sociedade um consumo voltado ao paradigma da sustentabilidade, ou seja, o consumo sustentável, de forma que haja a garantia do uso dos recursos naturais de forma isonômica entre as presentes e futuras gerações.

Merece destaque o artigo 2º desta lei, quando trata dos objetivos e busca uma mudança dos hábitos do consumidor quanto a escolha dos produtos, preza por um maior respeito ao direito à informação ao consumidor, bem como por uma redução do acúmulo dos resíduos sólidos, entre outros. Tal legislação trouxe basicamente de forma mais sucinta o que os instrumentos acima já buscavam, vindo assim para reforçar a ideia e a necessidade de efetividade para que haja a formação de uma cultura de consumo sustentável na sociedade brasileira.

4.3 DISCUSSÕES SOBRE A NECESSIDADE DE NOVOS PARADIGMAS DE CONSUMO NO BRASIL

A partir do que já fora tratado anteriormente, é notório a necessidade de mudança dos atuais paradigmas ou padrões de consumo, tendo em vista que o consumo atualmente não se desenvolve de forma a atender somente as necessidades básicas e suficientes para a qualidade de vida e sim de forma exagerada e sem necessidade, onde os consumidores compram em virtude de uma promoção ou até mesmo porque são atraídos pela propaganda que os incitam a efetuar a compra. Caso a sociedade mantenha estes padrões de consumo, os recursos naturais se esgotarão, não sendo garantido às gerações futuras. Nesse sentido, aduz Milaré:

As necessidades de consumo, tanto as reais quanto as chamadas suntuárias ou de consumo conspícuo, nunca pararam de crescer. Na verdade, pela paroxística propaganda da economia dita “moderna”, criam-se sempre novas necessidades sob os mais variados pretextos. Daí a assertiva de que os recursos finitos não podem atender a demandas infinitas. (MILARÉ, 2015, p.88)

O já citado autor ainda traz que esse uso de modo racional dos recursos ambientais não se trata de uma afronta ao progresso, mas sim de uma compatibilização entre desenvolvimento econômico e proteção ambiental. Através dessa compatibilização será possível às gerações presentes garantir que estes recursos naturais que atualmente são utilizados estejam disponíveis para as futuras

gerações, assim são responsáveis por assegurar esta disponibilidade. Conforme vemos:

Não se trata de ser contra o progresso, mas de promover e compatibilizar o desenvolvimento econômico-social com os requisitos ambientais mínimos, utilizando e conservando de modo racional os recursos naturais, e solidarizando-se sincronicamente (nos tempos presentes) e diacronicamente (através dos sucessivos tempos) com toda a humanidade. O destino das gerações futuras encontra-se, assim, nas mãos das presentes gerações. (MILARÉ, 2015, p.191)

Os consumidores, fabricantes e fornecedores devem aprender a consumir e produzir de forma diferente da encontrada atualmente, tendo em vista que o modelo atual de produção e consumo se traduzem em um dos causadores de diversos desequilíbrios a sociedade, dentre eles podemos citar como exemplo a desigualdade social e o desequilíbrio ambiental. Isso implica dizer que, embora o consumo seja necessário à promoção do bem-estar caso continue dentro dos padrões atuais, causará problemas à sadia qualidade de vida, não sendo proporcionado um meio ambiente ecologicamente equilibrado. Assim traz os autores:

O consumo é um dos grandes instrumentos do bem-estar, mas é necessário aprender a produzir e consumir bens e serviços de uma maneira diferente da atual, visto que o modelo hoje predominante de produção e consumo contribui para aprofundar alguns aspectos da desigualdade social e do desequilíbrio ambiental. (PEREIRA, SILVA E CARBONARI, 2012, p.101)

Resta claro que é necessária uma mudança nos padrões de consumo, pois, embora estejam ao alcance de poucos os patamares máximos de consumo, estes são efetivamente insustentáveis. Consequentemente, são incompatíveis os padrões de consumo atuais com o princípio da sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável assegurados pelos artigos 225 e 170 da Constituição Federal. Nesse sentido:

O modelo econômico adotado atualmente pelas sociedades atuais proporciona e induz a um alto padrão de consumo, que, mesmo ao alcance de poucos, é insustentável pelos danos que acarreta para o meio ambiente. Diante desse cenário, para que o desenvolvimento siga no caminho da sustentabilidade é preciso alterar os padrões de consumo. (GOMES, 2006, p.25)

Com o propósito de uma mudança destes paradigmas de consumo atuais e a promoção de uma sociedade sustentável, deve a coletividade como um todo

desenvolver sobretudo mudanças culturais, ou seja, mudando seus hábitos de consumo. Assim traz os autores:

[...] a transição para uma sociedade sustentável envolve um conjunto de fatores: o desenvolvimento de novas tecnologias (na área de produção de energia, por exemplo), inovações institucionais (mecanismos de regulamentação capazes de estimular novos modelos de produção) e mudanças culturais (como hábitos de consumo). (PEREIRA, SILVA E CARBONARI, 2012, p.46)

Para se tornar um consumidor consciente e mudar os hábitos de consumo atuais devemos consumir sem excessos e segundo o Instituto Akatu (2017), responder às seis seguintes perguntas: “Porque comprar?”; “O que comprar?”; “Como comprar?”; “De quem comprar?”; “Como usar?”; e “Como descartar?”. Ao responder tais perguntas haverá um reflexão se o ato da compra que se avizinha é realmente necessário, ou se o consumidor está sendo levado a comprar apenas por um impulso do momento, ainda haverá uma reflexão se aquele produto é realmente útil ou se não já se possui algum que possui a mesma utilidade e, por último e não menos importante, quanto a forma de descarte do produto, essencial para que não haja um descarte inadequado do produto provocando assim resíduos excessivos no meio ambiente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ante o exposto, temos que, na sociedade atual em que nos encontramos, as relações de consumo são essenciais para a sobrevivência humana, tendo em vista que quase tudo que encontramos no meio ambiente é fruto de relações de consumo em seu sentido *stricto sensu*, entretanto, em virtude da finitude dos recursos naturais que o meio ambiente nos proporciona, deve haver por toda a sociedade uma conscientização quanto ao uso dos recursos naturais nas práticas consumeristas.

Não obstante a essencialidade das relações de consumo para a sobrevivência humana, a sociedade brasileira deve fazer uma análise quanto a necessidade real da aquisição de qualquer produto que irá comprar, para que suas práticas consumeristas não incorram na figura do consumismo, ou seja, na prática de um consumo exacerbado, sem necessidade.

Em todo o ciclo de vida de um produto, desde a retirada das matérias-primas até o momento do seu descarte, ocorrem inúmeros impactos ao meio ambiente, entre eles temos a própria pressão pelos recursos naturais, a poluição que ocorre no momento da fabricação do produto, a poluição visual no momento em que somos bombardeados pelo *marketing* e, por último, a forma inadequada do descarte do produto. A sociedade como um todo se encontra no dever de buscar reduzir os impactos causados ao meio ambiente através do ciclo de vida dos produtos.

Fica claro, assim, que os recursos naturais que o meio ambiente dispõe são finitos e não podem ser utilizados como se infinitos fossem. Diante disso, deve-se haver o uso equitativo e sustentável dos recursos naturais para que futuramente estes não se encontrem escassos para as gerações posteriores à nossa.

Para que seja possível uma redução dos impactos ambientais causados através das relações de consumo, faz-se necessário que estas se desenvolvam pautadas em princípios trazidos pelo direito ambiental, como por exemplo, o princípio da participação, o princípio do desenvolvimento sustentável, entre outros.

Além da aplicação desses princípios ambientais cabe a coletividade e ao Poder Público buscar uma maior efetividade das leis que já existem em nosso ordenamento jurídico para que as relações de consumo ocorram de forma sustentável, entre estas temos a aplicação, primordialmente, da Constituição Federal, bem como do Código de Defesa do Consumidor e de outras legislações

esparsas, merecendo atenção especial a relativamente nova Lei 13.186, que instituiu a Política Nacional de Educação para o Consumo Sustentável.

Ademais, para que haja a promoção de um consumo sustentável de forma a garantir que as gerações futuras disponham dos mesmos recursos naturais e da qualidade de vida que as presentes gerações dispõem, deve a sociedade como um todo conscientizar-se da necessidade de uma mudança dos paradigmas ou padrões de consumo em que se encontram, já que, caso continuem da mesma forma que estão, em pouco tempo os recursos naturais se tornarão escassos, devendo, assim, haver uma mudança de hábitos e comportamentos de consumo brasileiros, onde estes se abstenham de compras sem necessidades e realmente adquiram somente o necessário à sua sobrevivência.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 6. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2015.

ANTUNES, Paulo de Bessa. **Direito ambiental**. 19. ed. rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o Consumo – a transformação de pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

BRASIL. **CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 09 mai. 2018.

_____. **LEI Nº 6.938, DE 31 DE AGOSTO DE 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. Disponível: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm>. Acesso em: 08 mai. 2018.

_____. **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/L8078.htm>. Acesso em: 05 mai. 2018.

_____. **LEI Nº 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: 27 set. 2018.

_____. **LEI Nº 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/l12305.htm>. Acesso em: 08 mai. 2018.

CORTEZ, Ana Tereza Caceres; ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. **Consumo Sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício**. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

DIAS, Genebaldo Freire. **Pegada ecológica e sustentabilidade humana**. 1.ed. São Paulo: Gaia, 2002.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso fundamental de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 17. ed. ampl. São Paulo: Saraiva, 2017.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 2.ed. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

GOMES, Daniela Vasconcellos. Educação para o Consumo Ético e Sustentável. **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**. Rio Grande. v.16, p. 18-31, jan.-jun. 2006. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/remea/article/view/2778/1567>>. Acesso em: 24 out. 2018.

GRANZIERA, Maria Luiza Machado. **Direito ambiental** – 4. ed. revista e atualizada. São Paulo: Atlas, 2015.

INSTITUTO AKATU. **Dia do Meio Ambiente: consumidor que reflete antes da compra diminui impactos negativos na natureza**. 2017. Disponível em: <<https://www.akatu.org.br/noticia/dia-do-meio-ambiente-consumidor-que-reflete-antes-da-compra-diminui-impactos-negativos-na-natureza/>>. Acesso em: 25 out. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Consumo sustentável: O que fazer por nós e pelo planeta**. 2012. Disponível em: <<https://idec.org.br/publicacao/consumo-sustentavel-o-que-fazer-por-nos-e-pelo-planeta>>. Acesso em: 28 set. 2018.

_____. **Consumo sustentável: Manual de educação**. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA - INTELIGÊNCIA. **Comodidade e melhores preços são atrativos do comércio eletrônico**. 25 out. 2013. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/comodidade-e-melhores-precos-sao-atrativos-do-comercio-eletronico/>>. Acesso em 25 set. 2018.

MILARÉ, Édis. **Direito do Ambiente**. 10. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro, 1992. Disponível em: <http://www.meioambiente.pr.gov.br/arquivos/File/agenda21/Declaracao_Rio_Meio_Ambiente_Desenvolvimento.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2018

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. rev., atual. e ampl. - São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Macrorrelação ambiental de consumo: responsabilidade pós-consumo ou relação coletiva de consumo**. 1.ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2013.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A proteção constitucional do consumidor**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2010.

PEREIRA, Adriana Camargo; SILVA, Gibson Zucca e CARBONARI, Maria Elisa Ehrhandt. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. São Paulo: Editora Saraiva, 2011

PRICEWATERHOUSECOOPERS. A revolução que os consumidores almejam, com a execução que os conquista. **Total Retail 2016**, abril 2016. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/setores-de-atividade/varejo-e-consumo/assets/2016/total_retail_16_brasil.pdf>. Acesso em: 28 set. 2018.

RUSCHEINSK, Aloisio. Educação Ambiental: Abordagens múltiplas. In: _____. **Paradigma da cultura de consumo: novas linguagens decorrentes e implicações para o campo da educação ambiental**. 2. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Penso, 2012. cap.13, p. 267-288.

SILVA, José Afonso da. **Direito ambiental constitucional**. 10.ed. atual. São Paulo: Malheiros Editores, 2013.

SISTEMA DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO BRASIL. **Classes C, D e E são as que mais compram sem necessidade motivadas por promoções, diz SPC Brasil**. 29 mar. 2017 Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/2687>>. Acesso em: 25 set. 2018.

WORLDWIDE Fund for Nature (WWF) Brasil. **Pegada Brasileira**. Relatório Planeta Vivo, da rede WWF. Disponível em: <https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/pegada_brasileira/>. Acesso em: 24 ago. 2018.

_____. **Pegada Ecológica? O que é isso?** Disponível em: <https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/o_que_e_pegada_ecologica/>. Acesso em: 24 ago. 2018.