XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA

DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

ELCIO NACUR REZENDE

MARIA CLAUDIA DA SILVA ANTUNES DE SOUZA

Copyright © 2016 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos.
Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP
Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:
Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches – UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)
Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF
Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDi
Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC
Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG
Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA
Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D598
Direito e sustentabilidade II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UNICURITIBA;

Coordenadores: Elcio Nacur Rezende, Maria Claudia da Silva Antunes De Souza – Florianópolis: CONPEDI, 2016.
Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-312-2
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: o papel dos atores sociais no Estado Democrático de Direito.
1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Congressos. 2. Direito. 3. Sustentabilidade.
I. Congresso Nacional do CONPEDI (25. : 2016 : Curitiba, PR).

CDU: 34



CONPEDI
Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito

Florianópolis – Santa Catarina – SC
www.conpedi.org.br

XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA

DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

Apresentação

A pesquisa apresentada no XXV Congresso do CONPEDI, intitulado Cidadania e Desenvolvimento Sustentável: o papel dos atores sociais no Estado Democrático de Direito, realizado no Centro Universitário Curitiba- UNICURITIBA, em Curitiba, e agora apresentada nesta coletânea traduzem, em toda sua complexidade, os principais questionamentos do Direito e Sustentabilidade na atualidade. São frutos de pesquisas feitas em Universidades e Centros de Pesquisas do Brasil, apresentados no Grupo de Trabalho: Direito e Sustentabilidade II, que trazem a enriquecedora diversidade das preocupações com o Meio Ambiente. Em comum, esses artigos guardam o rigor da pesquisa e o cuidado nas análises, que tiveram como objeto o Direito, Meio Ambiente e Sustentabilidade na pós-modernidade, abrangendo a gestão dos riscos na sociedade hodierna, as políticas públicas e seus instrumentos de implementação.

A autora Talita Benaion Bezerra em sua pesquisa intitulada “a alienação da sociedade de consumo e seus reflexos socioambientais: dilemas entre o crescimento econômico e a conservação ambiental”, analisa que o modelo capitalista de produção, pautado no consumismo e no lucro, atingiu sobremaneira o meio ambiente e as relações sociais, culminando na atual crise ambiental.

Na sequência, Victor Vartuli Cordeiro e Silva apresenta seu estudo intitulado “a proteção ambiental e um novo constitucionalismo global”, destacando que o meio ambiente está interligado de tal maneira que o dano ocorrido em um determinado local poderia acarretar consequências catastróficas do outro lado do mundo. A partir disso, alerta para a necessidade de uma proteção ambiental igualmente globalizada, no entanto, encontra sua principal barreira no instituto da soberania.

Com o titulo “por uma tutela transnacional das relações de consumo: riscos advindos dos alimentos transgênicos” as autoras Viviane Candeia Paz e Ildete Regina Vale da Silva enfrentam as questões relativas a comercialização e rotulagem dos alimentos transgênicos no Brasil, em especial, a soja transgênica, objetivando a necessidade de se estabelecer uma tutela transnacional das relações de consumo frente aos riscos advindos do consumo dos alimentos geneticamente modificados.

Adiante, o autor José Flôr de Medeiros Júnior em seu artigo intitulado “promoção da sustentabilidade e do desenvolvimento econômico pelo estado: uma discussão à luz dos objetivos da república federativa do Brasil” apresenta uma análise conceitual prévia, propondo a sinalizar questões sobre o papel do Estado enquanto fomentador do Desenvolvimento e o modo como este processo pode ser observado. Reconhece, ainda, o abordado no Relatório do Desenvolvimento Humano – PNUD e, discute a conexão entre desenvolvimento econômico, sustentabilidade e ética enquanto fundamentos de uma vida digna.

O artigo intitulado “o despertar para a sustentabilidade ambiental na sociedade multicultural brasileira” de autoria de Taísa Cabeda e Talissa Truccolo Reato, que analisam o direito humano ao meio ambiente sob uma visão multicultural. A concretização da consciência para a proteção e sustentabilidade ambiental é iminente e urgente, porém, não é questão de impossível resolução,

despertar cada cidadão para a preservação ambiental é um desafio factível tanto para o poder público como para a sociedade através da educação específica e focada em cada meio social.

Os autores Hebert Alves Coelho e Elcio Nacur Rezende “responsabilidade civil ambiental por degradação dos corpos d'água: a questão da legitimação ativa ad causam da municipalidade nas ações coletivas”, analisam a importância do meio ambiente sadio, além da atuação do Município na promoção da tutela ambiental através das ações judiciais coletivas. A reparação civil em face do poluidor pode e deve, em princípio, ser promovida pelos Municípios.

Com o titulo “buen vivir e sustentabilidade: compatibilidade ou contradição?” de autoria de Camila Cardoso Lima e Jussara Romero Sanches, destacam a necessidade de melhor compreender as ideias latino-americano de “Buen Vivir”, aceitando-o enquanto conceito em construção, sem um preceito definido e acabado, ainda sem respostas às muitas perguntas que faz surgir, contudo, como um universo de possibilidades e uma alternativa real aos problemas ambientais apresentados nos dias atuais.

Por conseguinte, o artigo intitulado “trabalho decente e emprego verde: uma análise à luz do caráter pluridimensional da sustentabilidade” de autoria Flavia De Paiva Medeiros De Oliveira e Maria Aurea Baroni Cecato destacam que o emprego verde, quando é desempenhado também de forma decente, permite uma maior identificação do ser humano,

tanto com o seu meio natural, quanto com o meio social no qual ele vive, além de representar um benefício coletivo de proporções transfronteiriças, diminuindo a pobreza e gerando inclusão.

As autoras, Maria Cláudia da Silva Antunes De Souza e Rafaela Schmitt Garcia através do artigo "sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desdobramentos e desafios pós-relatório brundtland", analisam os desdobramentos e desafios surgidos para a implementação do desenvolvimento sustentável, assim os esforços empregados nas diferentes dimensões conferidas à sustentabilidade. Abordando a evolução do conceito de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável, no âmbito do relatório "Nosso Futuro Comum", seus desdobramentos, as crises e os desafios para o desenvolvimento sustentável na atualidade.

O artigo intitulado "o papel do direito na promoção do desenvolvimento" dos autores Armando Albuquerque de Oliveira e Soraya Chaves de Sousa Alves que trazem considerações sobre a relação entre direito e desenvolvimento, com ênfase à investigação sobre o papel da ordem jurídica na promoção do desenvolvimento.

"O uso dos veículos não tripulados no monitoramento ambiental na Amazônia" é o título do artigo de Valmir César Pozzetti e Juliana de Carvalho Fontes, cujo objetivo foi analisar a legislação sobre Drones no ordenamento jurídico brasileiro e verificar se sua aplicabilidade na proteção ambiental é eficaz. Concluiu-se que a aplicabilidade dessa novel tecnologia é saudável, vez que esse equipamento possibilita realizar atividade de sustentabilidade que o ser humano não consegue realizar com a mesma eficiência.

Moisés João Rech e Renan Zenato Tronco com o artigo intitulado "Do mito ao esclarecimento: o esclarecimento como causa da crise ambiental" cuja temática concentrou-se no meio ambiente em seu estado de crise. Como referencial teórico utilizou-se da obra Dialética do esclarecimento. Com os resultados obtidos, afirmam os autores, foi possível refletir sobre o conceito de razão instrumental e seus efeitos.

"No domínio do direito transnacional quanto à efetividade de um meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado o agir humano no presente com reflexos positivos para o futuro" é o título do artigo de Kamilla Pavan e Cristiane Bastos Scorsato, que teve como objetivo geral demonstrar que o direito ao meio ambiente é um direito fundamental à proteção de sobrevida. Ademais, sustentou-se que o meio ambiente sadio e não degradado ser um direito fundamental do ser humano consagrado no texto constitucional.

Eduardo Torres Roberti e Raimundo Giovanni França Matos, escreveram o artigo “Fome coletiva na visão de Amartya Sen como um dos fatores impeditivos do desenvolvimento humano sustentável” O estudo teve por objeto a fome coletiva na visão de Amartya Sen como um dos fatores impeditivos do Desenvolvimento Humano Sustentável. Na visão do economista a fome coletiva envolve um surto repentino de grave privação para uma parcela considerável da população. Então, afirmam que é crucial entender a causação das fomes coletivas de um modo amplo, e não apenas em função de algum equilíbrio mecânico entre alimentos e população.

“Assentamentos da reforma agrária: um novo olhar sobre espaço rural” foi o título do trabalho de Iranice Gonçalves Muniz. Assim, o objetivo principal do artigo foi situar o discurso ambiental às experiências vividas, na prática, em espaços rurais destinados a reforma agrária, como também busca demonstrar a importância da regulamentação jurídica, por parte do poder público sobre o meio ambiente.

Augusto César Maurício de Oliveira Jatobá e Hertha Urquiza Baracho, com o artigo “Desenvolvimento sustentável e economia socioambiental de mercado: um enfoque sobre a responsabilidade social das empresas” o objetivo do trabalho foi investigar os conceitos de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social. Teve como ponto de partida a história de ambos, mencionando-se o tripé da sustentabilidade que são temáticas fundamentais para a compreensão da responsabilidade social empresarial.

O artigo intitulado “Análise dos efeitos da proposta de emenda à constituição nº 65/2012 para a mineração brasileira” de Beatriz Souza Costa e Thiago Loures Machado Moura Monteiro propõe uma análise dos efeitos da possível aprovação da proposta de emenda à Constituição nº 65, sobre a mineração brasileira, ao acabar com o licenciamento ambiental. O objetivo foi verificar a viabilidade constitucional do projeto, incluindo uma concepção atual do desenvolvimento sustentável, inserido no paradigma ambiental.

Marcia Lunardi Flores com o trabalho “Consumo e produção responsáveis: reflexões sobre obsolescência programada e política nacional de resíduos sólidos”, descreveu o impacto ambiental trazido pela cultura do consumo/descarte tendo como desafio do nosso tempo. O objetivo de desenvolvimento sustentável nº 12 da Agenda 2030 das Nações Unidas trata exatamente da necessidade de um novo paradigma de desenvolvimento econômico baseado em formas de consumo e de produção de menor impacto ambiental, explica a autora.

“A judicialização das políticas públicas destinadas ao controle da poluição sonora” foi o título do artigo de Marcia Andrea Bühring e Marcelo Segala Constante. Demonstraram os

autores que o crime ambiental de poluição sonora, não está merecendo a atenção devida dos Tribunais de Justiça do Rio Grande do Sul. Afirmam que a legislação que tem por objetivo coibir este tipo de ofensa ao meio ambiente não está sendo aplicada corretamente.

Fernanda Netto Estanislau e Vivian Lacerda Moraes com o artigo “A função punitiva em matéria ambiental no direito comparado”, afirmam as autoras que muitos doutrinadores e, alguns, Tribunais de países adotantes do sistema Civil Law, como Portugal e Brasil parecem cada vez mais adeptos a aplicar tal função em seus ordenamentos. Entretanto, pouco se fala disso frente os danos ambientais. Analisando os textos acerca do tema, o texto buscou responder se seria possível trazer esse conceito de função punitiva da responsabilidade civil para o âmbito dos danos ambientais.

Norma Sueli Padilha e Rita de Cássia Peixoto Moreno, com o artigo intitulado “A contribuição do direito do consumidor para o consumo sustentável” asseveraram que vivemos na sociedade do consumismo exacerbado, do descartável, onde os valores sociais são medidos pela capacidade de consumo. Sustentaram as autoras que essa sociedade do descartável está contribuindo diretamente para a degradação ambiental, quer através da produção contínua que visa atender à demanda, quer através do descarte dos inservíveis, que reclama urgentemente mudanças.

Diante de todos os trabalhos apresentados, os quais apresentam diferentes e profundas abordagens teóricas, normativas e até empíricas, agradecemos aos autores e autoras pela imensa contribuição científica ao desenvolvimento das discussões sobre Direito, Meio Ambiente e Sustentabilidade. A obra que ora apresentamos certamente servirá de instrumento para futuras reflexões e quiçá para o efetivo avanço na tutela do meio ambiente.

Profa. Dra. Maria Cláudia da Silva Antunes de Souza – UNIVALI

Prof. Dr. Elcio Nacur Rezende - ESDHC

A CONTRIBUIÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL

CONSUMER RIGHTS CONTRIBUTION TO SUSTAINABLE CONSUMPTION

Norma Sueli Padilha
Rita de Cássia Peixoto Moreno

Resumo

Vivemos na sociedade do consumismo exacerbado, do descartável, onde os valores sociais são medidos pela capacidade de consumo. Essa sociedade do descartável está contribuindo diretamente para a degradação ambiental, quer através da produção contínua que visa atender à demanda, quer através do descarte dos inservíveis, que reclama urgentemente mudanças. Frente a esta realidade, entende-se que o direito do consumidor pode colaborar para o consumo sustentável através da aplicabilidade direta da norma ou da criação de outras regras capazes de interromper o fluxo de consumo exacerbado atual e conscientizar o consumidor sobre o seu papel na conservação do meio ambiente.

Palavras-chave: Consumo sustentável, Direito do consumidor, Sustentabilidade

Abstract/Resumen/Résumé

We live in the society of the exacerbated consumerism, disposable, where social values are measured by the consumption capacity. This society of the disposable is directly contributing to environmental degradation, either through continuous production which aims to meet the demand, either through the disposal of unserviceable, which calls urgently for a change. From this reality, it's understandable that the consumer's right can collaborate to sustainable consumption through direct applicability of the standard or creating other rules able to interrupt the current flow exacerbated consumption and educate consumers about their role in environmental conservation.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Sustainable consumption, Consumer law, Sustainability

INTRODUÇÃO

A sociedade atual, denominada por muitos de “sociedade tecnológica”, afetou diretamente os costumes da população mundial, principalmente aqueles relacionados ao consumo. Novos padrões de consumo foram adotados, sem a preocupação com a sustentabilidade; o sucesso passou a ser medido pelo poder de consumo de um indivíduo, ignorando-se totalmente a aquisição pela necessidade; o produto durável cedeu lugar ao produto descartável; a mídia se aperfeiçoou no convencimento do consumidor em adquirir aquilo que não precisa e não deseja.

Frente a este novo comportamento da sociedade de consumo, o cenário é de risco de esgotamento dos recursos naturais do planeta, e de acumulação de um imensurável volume de descarte de resíduos. A preocupação com o meio ambiente, embora hodiernamente já se faça presente, adveio tardiamente para evitar o grave acúmulo da degradação ambiental. Repensar o consumo e seu papel para a sustentabilidade é premissa fundamental para o enfrentamento dos problemas ambientais.

Neste contexto da sociedade de consumo e de risco é que se pretende refletir no presente artigo sobre o papel do Direito do Consumidor e sua contribuição para a implementação de um modelo de consumo sustentável. Para tanto, a análise perpassa a construção internacional da proteção do consumidor, as premissas básicas da legislação consumerista, e algumas das práticas que precisam ser combatidas pela legislação para a conquista do consumo sustentável. E, sem olvidar a imprescindibilidade de políticas de educação para alteração da cultura do consumo, o foco desta breve analise se direciona a perquirir as potencialidades da norma consumerista na contribuição para alteração desse padrão de consumo insustentável, bem como, se as regras atuais contidas na legislação de proteção do consumidor, mormente no contexto brasileiro, incorporam valores ambientais, ou necessário se faz uma nova normatização que englobe ditos valores.

Certo é que qualquer regra que estabeleça uma proteção maior ao consumidor e limites ao consumo desenfreado, afetará indiretamente o modo de produção. Assim, partindo-se da premissa que a norma consumerista é protetiva, vale dizer, tem como pilar fundamental de sua criação e existência a proteção do consumidor, frente a sua vulnerabilidade diante do mercado de consumo, a reflexão considera que a conquista da sustentabilidade é também uma forma de proteção do consumidor.

No desenvolvimento do artigo utilizou-se o método hipotético-dedutivo, que se mostra mais adequado ao tipo de abordagem que se deseja. A pesquisa está baseada em revisão bibliográfica sobre o tema.

I. O DIREITO DO CONSUMIDOR

A proteção ao consumidor ganhou destaque internacional a partir do discurso do então Presidente norte-americano John F. Kennedy dirigido ao Parlamento em 15 de março de 1962, onde este afirmou que os consumidores tinham que ter reconhecidos direitos fundamentais, tais como, *direito à segurança, à informação, à escolha e a ser ouvido.*

Embora seja este discurso um marco para um amplo movimento mundial a favor dos direitos dos consumidores, vários autores afirmam que as normas protetivas das relações de consumo são bem anteriores, chegando a ser encontradas no Código de Hamurabi, e segundo relata Marcelo Sodré existe uma ampla bibliografia Internacional que discute o início da sociedade de consumo, exemplificando, cita três obras: (i) *The consumer society* , obra coletiva, editado pela Island Press; (ii) *Civilização material, economia e capitalismo* – Século XV-XVIII, de Fernand Braudel; (iii) relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento de 1998, denominado *Consumo para o Desenvolvimento Humano* (SODRÉ, 2009, p.9).

Certo é que a necessidade de proteção ao consumidor através de normas regulamentadoras das relações de consumo, surgiu junto com o aparecimento da denominada "sociedade de consumo" no século XX, junto com a revolução tecnológica e os novos modelos de produção em massa, acrescentando a facilidade de obtenção de crédito, através da criação dos *cartões de crédito*, bem como, com o aprimoramento *do marketing* e da publicidade.

Este novo modelo de sociedade que passou a priorizar o *ter* sobre o *ser,* vinculou o ato de consumir ao sucesso pessoal, a posição social, levando os indivíduos a consumirem produtos que não precisam e que não podem pagar, para ostentar uma posição social que não possuem. Este consumo desenfreado é sustentado no abuso por parte dos produtores/fornecedores que objetivando o lucro máximo incentivam, por todos os meios de convencimento, o consumo intensivo e excessivo de suas mercadorias, desconsiderando de forma prioritária a segurança e qualidade dos produtos colocados no mercado.

Em um primeiro momento, acreditou-se que o mercado fosse capaz de se auto-regulamentar, e que o consumidor fosse capaz de discernir e optar pela melhor forma de

consumir e contratar produtos e serviços, obedecendo-se ao princípio da “autonomia privada” que norteava as relações contratuais no séc. XX e início do séc. XXI.

Não obstante, em nome do desenvolvimento econômico e do lucro a qualquer custo, surgem vários abusos por parte dos fornecedores, colocando o consumidor em uma situação de absurda desvantagem e vulnerabilidade, e um dos exemplos é a pujança que a economia do descartável conquistou, objetivando a inserção no mercado de produtos com a menor durabilidade possível, e com vida útil mais curta, na denominada técnica da *obsolescência programada*, somada as ferramentas da venda sobre pressão e publicidade total, numa tentativa de se fomentar cada vez mais o consumo.

A *obsolescência programada* é uma prática do fabricante que consiste em “planejar” o tempo de durabilidade do produto, findo o qual este se torna obsoleto. O desgaste dos produtos em razão de sua utilização é normal, mas projetar um produto para que pare de funcionar após um curto período de tempo é uma prática da indústria inaceitável perante parâmetros éticos e uma pretensa justiça social.

Várias outras condutas abusivas por parte dos fornecedores tornam-se comuns na atual sociedade de consumo, como a total ausência de segurança dos produtos e serviços, o que coloca em risco a vida e a saúde dos consumidores, agravada pela falta de informação adequada.

> Conforme é facilmente perceptível, existe um conflito básico na sociedade de consumo: o acesso ao consumo. Além deste, um outro se coloca: a insuficiência de informações para que se possa consumir com um mínimo de eficiência, garantia e segurança. A ausência de recursos econômicos exige a necessidade de se gastar o pouco que se tem da forma mais adequada possível. O problema é que a grande fonte de informação dos consumidores é a publicidade comercial, que, por sua vez, não tem como objetivo informar corretamente os consumidores, mas vender seus produtos. (SODRÉ, 2009, p.9)

A expansão de tais práticas evidenciou que o consumidor não seria capaz de se auto proteger, estando totalmente vulnerável ao mercado de consumo, o que legitimou uma legislação protetiva capaz de regulamentar a relação de consumo e impor limites aos produtos e serviços colocados no mercado. Neste contexto, inicia-se a preocupação internacional com as relações consumeristas e com a necessidade de sua regulamentação, mas com foco na proteção ao consumidor e na limitação dos abusos por parte do fornecedor, demonstrando pouca preocupação com o aspecto da *sustentabilidade.*

No ano de 1973, a Comissão de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas, na 29ª Sessão em Genebra, passa a reconhecer os direitos fundamentais do

consumidor e consolidar o entendimento que o direito do consumidor seria um direito humano de nova geração, um direito social econômico, direito de igualdade material do mais fraco, do cidadão civil nas suas relações privadas frente aos fornecedores de produtos e serviços (VIEGAS, 2015, s/p.).

No aspecto internacional a ONU teve uma participação fundamental na construção de uma legislação consumerista, editando resolução n. 39/248 de 10/04/1985 sobre a proteção ao consumidor, acolhendo o princípio da vulnerabilidade e orientando os países na regulamentação da relação.

> As diretrizes constituíam um modelo abrangente, descrevendo oito áreas de atuação para os Estados, a fim de prover proteção ao consumidor. Entre elas: a) proteção dos consumidores diante dos riscos para sua saúde e segurança, b) promoção e proteção dos interesses econômicos dos consumidores, c) acesso dos consumidores à informação adequada, d) educação do consumidor, e) possibilidade de compensação em caso de danos, f) liberdade de formar grupos e outras organizações de consumidores e a oportunidade de apresentar suas visões nos processos decisórios que as afetem. Estas diretrizes forneceram importante conjunto de objetivos internacionalmente reconhecidos, destinados aos países em desenvolvimento, a fim de ajudá-los a estruturar e fortalecer suas políticas de proteção ao consumidor (VIEGAS, 2015, s/p.).

Também, visando uma conscientização internacional sobre os direitos do consumidor foi realizada a Conferência Mundial do Consumidor no ano de 1972 em Estocolmo, e em 1973 a Comissão das Nações Unidas sobre Direitos do Homem deliberou que o ser humano no seu status de consumidor deveria gozar de quatros direitos fundamentais: o direito à segurança; o direito à informação; o direito à escolha e o direito de ser ouvido; os mesmos quatro direitos elencados pelo presidente americano (OLIVEIRA, 2014, s/p.)

A partir destes marcos, os Estados passaram também a desenvolver legislações consumeristas nacionais, como por exemplo o Brasil com a criação do Código de Defesa do Consumidor em 1990.

O Código de Defesa do Consumidor Brasileiro – Lei nº 8078/90 é considerado uma legislação avançada e tido pela maioria dos doutrinadores como uma *norma principiológica.* Em termos gerais, uma lei ou norma principiológica é aquela construída por *princípios gerais*, e traz um objetivo geral que poderá se adequar a várias relações jurídicas a ele submetidas, sendo capaz, ainda, de se sobrepor a outras normas que pretendam regulamentar a mesma relação jurídica.

Para Nelson Nery Junior, o Código de Defesa do Consumidor, apesar de ser uma lei principiológica, não é analítica, mas sintética; contém preceitos gerais que fixam princípios fundamentais das relações de consumo. Assim, as demais normas que tiverem como objeto regulamentar de forma específica as relações de consumo, deverão se submeter aos princípios gerais do Código Consumerista (NERY, 1999 *apud* SODRÉ, 2009, p.66).

Por sua vez Rizzatto Nunes acrescenta que o Código de Defesa do Consumidor enquanto lei principiológica, é um modelo até então inexistente no Sistema Jurídico Nacional, pois ingressa neste atingindo toda e qualquer relação jurídica que possa ser caracterizada como de consumo e que esteja também regrada por outra norma jurídica infraconstitucional (NUNES, 2011, p.110).

Informa, também, o artigo 1º do Código de Defesa do Consumidor, ser esta uma norma de *ordem pública e função social.* Nos dizeres de Claudia Lima Marques:

> As leis de função social caracterizam-se por impor as novas noções valorativas que devem orientar a sociedade, e por isso optam, geralmente, em positivar uma série de direitos assegurados ao grupo e impõem uma série de novos deveres a outros agentes da sociedade, os quais, por sua profissão ou pelas benesses que recebem, considera o legislador que podem e devem suportar estes riscos. São leis, portanto, que nascem com a árdua tarefa de transformar uma realidade social, de conduzir a sociedade a um novo patamar de harmonia e respeito nas relações jurídicas. Para que possam cumprir sua função, o legislador costuma conceder a essas novas leis um abrangente e interdisciplinar campo de aplicação (2011, p.616).

Sempre que se estiver diante de uma relação de consumo haverá a incidência do Código de Defesa do Consumidor Brasileiro. E, a relação de consumo ocorre quando de um lado identifica-se a figura do *consumidor* e, de outro, a do *fornecedor*, tendo como objeto a negociação de produtos ou serviços. Portanto, os conceitos de consumidor e fornecedor integram o próprio conceito de relação jurídica de consumo, assim como o fazem os conceitos de *produtos* e *serviços*.

Os conceitos de *consumidor e fornecedor* são definidos pelo CDC, que estabelece também o que se deve entende por produtos e serviços. Logo, sendo o CDC uma norma principiológica e de função social, aplicável às relações de consumo, nada obsta que se possa pensar em normas consumeristas juntamente com normas protetivas do meio ambiente, com uma visão interdisciplinar, pois com a globalização da economia, novos caminhos e soluções passaram a ser necessárias para pensarmos em uma legislação consumerista mais eficiente e também voltada para o consumo sustentável.

Ressalte-se que o consumo está estritamente relacionado ao equilíbrio do meio ambiente, pois quanto mais se consome mais se produz, quanto maior a produção, maior o volume de resíduos e de descarte de externalidades negativas no meio ambiente, ou seja, consumo e sustentabilidade são situações diretamente proporcionais.

II. CONSUMO SUSTENTÁVEL

A partir da revolução industrial, e mais tarde da chamada revolução tecnológica, o padrão de consumo da sociedade se alterou consideravelmente. Surgiu o consumo de massa, na mesma medida em que o modo de produção também começou a dar vazão a grandes quantidades de produtos. A sociedade do consumo exacerbado, a sociedade do descartável, ou ainda, a sociedade do ter, onde se mede o status de uma pessoa pela sua capacidade de consumir não demonstra preocupação com o acumulo dos resíduos e o destino final do produto descartado.

Trata-se da sociedade do desperdício, em que novos hábitos de consumo ainda se assentam em práticas de uma cultura tradicional que se acostumou à fartura dos recursos naturais e assimilou o esbanjamento sem assimilar a sustentabilidade. Dentre as consequências ambientais do consumo insustentável está o volume desnecessário de embalagens e objetos descartáveis que produzem uma quantidade imensurável de lixo. Neste contexto, mudar os padrões de consumo impõe, em última instância, mudar a cultura do desperdício e da destinação dos resíduos.

A promoção de um novo padrão de consumo que reduzam as pressões ambientais e o acumulo de resíduos perpassa uma mudança de cultura do consumo, e da compreensão da necessidade do papel da sustentabilidade como meio e forma de diminuição do uso de recursos naturais, do uso de substancias toxicas, e da destinação de lixo no meio ambiente.

A compatibilização dos modelos de produção e consumo com a finitude dos recursos naturais, a utilização eficiente dos recursos não renováveis, a administração do desperdício humano, são temas globais que envolvem o desenvolvimento sustentável, e que fazem parte do programa da Agenda 21 Global, que possui capítulo próprio para o “Exame dos padrões insustentáveis de produção e consumo”, tendo como base de ação no plano internacional para a proteção e a melhora do meio ambiente, medidas a serem adotadas no enfrentamento dos atuais desequilíbrios nos padrões mundiais de consumo e produção, e apresenta como objetivos: “(a) Promover padrões de consumo e produção que reduzam as pressões ambientais e atendam às necessidades básicas da humanidade; (b) Desenvolver uma melhor compreensão

do papel do consumo e da forma de se implementar padrões de consumo mais sustentáveis." (Capitulo IV)

Por sua vez, a Agenda 21 Brasileira, na qualidade de pacto social de desenvolvimento sustentável no território brasileiro, se estabeleceu como condição para a conquista da qualidade ambiental a mudança de padrões de consumo. E, dentre as Ações Prioritárias da Agenda 21 brasileira, estabeleceu-se como tema "A economia da poupança na sociedade do conhecimento, cujo Objetivo 1 é " Produção e consumo sustentáveis contra a cultura do desperdício".

A temática do consumo sustentável é tão emblemática para os problemas ambientais, que assegurar padrões de consumo e produção sustentáveis é inclusive um dos atuais Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU (objetivo 12).

Entretanto, sem adentrar mais profundamente na temática que perpassa várias vertentes de debate, para efeito desta breve reflexão, pretende-se dar destaque a algumas das técnicas utilizadas pelo produtor/fornecedor para o incremento e manutenção do consumismo, em contraposição ao consumo sustentável, e que fomentam a insustentabilidade da sociedade de consumo.

> [...] 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. BAUMANN, 2008, p. 37)

O produtor/fornecedor, na atual sociedade tecnológica, utiliza-se de todo tipo de mecanismos de convencimento para colocação de seus produtos no mercado consumidor. Dentre os mecanismos utilizados pelos produtores e pelo mercado de consumo destaca-se o papel fundamental das ferramentas de marketing, como a publicidade comercial. As campanhas publicitárias se tornaram exponencialmente mais diretas e agressivas, se desvinculando, nesta guerra entre marcas e produtos, de quaisquer limites quanto a valores éticos ou morais, mas objetivando somente o convencimento do consumidor quanto à imprescindibilidade do produto, independentemente de sua qualidade ou mesmo necessidade.

O seguimento da publicidade comercial agressiva não respeita sequer as pessoas mais vulneráveis, principalmente as crianças, cuja hipervulnerabilidade as coloca em alto risco de impacto negativo a sua personalidade e formação, totalmente a mercê de campanhas que objetivam apenas colocar um produto no mercado, sem qualquer preocupação com

qualidade ou sustentabilidade, fomentando uma geração de consumidores alienados e irresponsáveis.

Outra tática utilizada pelos fornecedores para o fomento do consumo é a chamada *obsolescência programada*, ou seja, o controle programado de elementos de um produto para determinar sua vida útil, ou seja, mecanismos para encurtar o ciclo de vida útil do produto no mercado para provocar seu rápido descarte pelo consumidor. Trata-se na verdade, de um planejamento programado pelo produtor para tornar o produto obsoleto, com o intuito de incutir no consumidor o desejo de adquirir um produto mais novo antes do tempo realmente necessário.

Segundo BAUMANN:

> Afinal de contas, nos mercados de consumidores-mercadorias, a necessidade de substituir objetos de consumo defasados está inscrita no design dos produtos e nas campanhas publicitárias calculadas para o crescimento constante das vendas. A curta expectativa de vida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de marketing e no cálculo de lucros: tende a ser preconcebida, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem) (2008, p.31),

Dentro da lógica da obsolescência programada, somada as ferramentas de marketing, como a publicidade, incute-se no consumidor o desejo ampliado de sempre buscar novos produtos, com mais atrativos ou desempenho, estimulando o descarte precoce. Tais estratégias são responsáveis não só pela violação dos direitos do consumidor, mas também incrementam a produção excessiva de lixo e seu descarte irresponsável no meio ambiente.

De conformidade com informações fornecidas pelo IDEC- INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, apesar do avanço tecnológico, atualmente no País, os eletrodomésticos, por exemplo, são piores em questão de durabilidade, do que há 50 anos atrás. Tais produtos são muito acessíveis à compra, mas em sua produção não há qualquer preocupação com a durabilidade. Neste contexto, se coloca no mercado produtos rapidamente descartáveis, sem destinação final adequada, obrigando-o o consumidor a adquirir um novo produto em pouco espaço de tempo. Segundo o IDEC um dos principais exemplos de obsolescência programada é a lâmpada, pois quando do início de sua introdução no mercado brasileiro possuía muita durabilidade, o que foi deliberadamente alterado pelo setor produtivo, que com o intuito de aumentar a venda de unidades passou a utilizar uma fórmula para limitar o funcionamento das lâmpadas, para que durassem apenas mil horas, por exemplo. (IDEC,2016, s/p)

Um outro exemplo de obsolescência programada, que pode ser constatado em vários tipos de produtos, diz respeito a correlação do funcionamento do produto com o período programado de sua garantia. É o caso de computadores, celulares e notebooks de algumas marcas, em que os defeitos de funcionamento como superaquecimento ou esgotamento da bateria coincidem com o fim do prazo de garantia do produto. E, na quase totalidade dos casos o preço do conserto é tão alto que desestimula o consumidor a investir na reparação do produto, impelindo-o a adquirir um produto novo. O IDEC lembra que a humanidade já está consumindo 30% a mais do que o planeta é capaz de repor (IDEC, 2016, s/p.).

Por sua vez, as politicas governamentais relacionadas ao crédito também contribuem para o aumento do consumo pela população, neste contexto, pode-se identificar o fomento da facilitação de "créditos" bancários concedidos pelas instituições financeiras, bem como, a acessibilidade cada vez maior ao cartão de crédito. Com a facilitação de acesso aos cartões de crédito, os consumidores passaram a não precisar mais de dinheiro para consumir, todos os desejos ficaram ao alcance imediato, tornando obsoleta a cultura de se esperar e poupar até se decidir pela consumação da compra do produto desejado. O cartão de crédito torna o desejo acessível a um consumo imediato.

Estes são apenas alguns dos muitos fatores que se poderiam relacionar ao crescimento exponencial do consumo exacerbado no atual estágio de desenvolvimento da sociedade de consumo, dentre vários outros, mas que fogem aos limites desta breve reflexão.

O que se evidencia é que quanto mais se incrementa o mercado de consumo, mais se acumulam os resíduos e, maiores são os efeitos negativos do volume imensurável de descarte irresponsável no meio ambiente, uma vez que, nem a produção nem o consumo estão voltados para a sustentabilidade.

> Os hábitos de consumo exigidos e alicerçados pela mídia englobam esferas do cotidiano, criando desigualdades sociais, avassaladoras, sem limites e com consequências de difíceis soluções pelos gestores de políticas públicas. Nesse sentido, o desperdício abrange todas as classes sociais, em países desenvolvidos e em desenvolvimento, constituindo uma ciranda global, cujo fluxo de bilhões de embalagens e toneladas de restos alimentares impactam diretamente e indiretamente o meio ambiente (CORTES, 2007, p.22).

Ainda, conforme as autoras, acima citadas, foi a partir do crescimento do movimento ambientalista que surgiram novos argumentos contra os hábitos ostensivos, perdulários e consumistas, deixando evidente que o padrão de consumo das sociedades ocidentais modernas, além de ser socialmente injusto, é ambientalmente insustentável" (CORTES, 2007, p.39).

Por muito tempo, o debate das questões relacionadas a deterioração do meio ambiente se focalizava no produtor, na indústria e sua geração de resíduos. No entanto, com a evolução das preocupações ambientais passou-se também a analisar o comportamento do indivíduo no mercado de consumo, bem como, a também responsabilizá-lo pela referida geração de resíduos e lixo, em razão do descarte inadequado na destinação final dos produtos. Sem sombra de dúvida, o consumo está diretamente relacionado ao meio ambiente, e, deslocando o foco da produção para o consumo, realça-se a direta relação da destinação final dos produtos na afetação do equilíbrio ambiental.

Neste contexto, realça de importância a edição no País da Lei 12.305/10 que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), e que dita em seu art.1º parágrafo 1º que estão sujeitas à observância desta as pessoas físicas ou jurídicas, responsáveis, direta ou indiretamente, pela geração de resíduos sólidos. Trata-se de uma normatividade ambiental assentada sobre as premissas do consumo sustentável e na direta correlação do consumo com a sustentabilidade, que permeia a proposta desta imprescindível politica publica ambiental para mudança da cultura do consumo irresponsável.

A PNRS deixa claro que o consumidor também está sujeito ao cumprimento da norma, vez que, direta ou indiretamente, participa da geração de resíduos sólidos através do ato de consumir.

> Nesse sentido, uma das grandes novidades trazidas pela PNRS é justamente dispor a respeito das obrigações dos consumidores no que diz respeito ao impacto ambiental do consumo – e isso sem deixar de reconhecer que, para que o consumidor possa atender a esta nova função, ele deve ser informado de forma efetiva e adequada.A PNRS comunica-se assim com o Código de Defesa do Consumidor e suas preocupações ambientais, que tira preceitos da Constituição Federal de 1988, que por sua vez influencia na Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA), que define o meio ambiente como “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” (SCHIMDT, 2015, p.138).

Incontestável assim, o papel e responsabilidade do consumidor pelo equilíbrio ambiental e sustentabilidade, pelo simples ato de consumir, e tal responsabilidade ainda é muito pouco difundida ou aceita pelo mercado, sendo necessária a instituição de um programa educacional que tenha por objetivo a consciência ambiental do consumidor que poderá contar com a colaboração do Direito do Consumidor.

Desta forma, o consumo sustentável como prática necessária para a qualidade ambiental impõe uma difícil conquista de uma mudança de cultura social, que no campo

político impõe a implementação de novas práticas de gestão e planejamento por meio de politicas publicas, e no campo do jurídico, a aplicação de princípios e legislação reguladora.

III. A CONTRIBUIÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL

Apesar do Direito do Consumidor e do Direito Ambiental serem ramos autônomos, é incontroverso que estes podem dialogar em vários aspectos, principalmente no que diz respeito a sustentabilidade do consumo.

O Direito do Consumidor apresenta algumas regras que podem, de maneira transversa, contribuir para o consumo sustentável.

Segundo Herman Benjamin não se deve confundir autonomia com independência do Direito Ambiental, pois a tutela ambiental não se deve restringir ao Direito Ambiental. Cita como exemplo a proteção da saúde que é a origem do esforço de preservação ambiental, atualmente abordada pelo Direito do Consumidor. (BENJAMIN, 2011, p.7).

Para PADILHA a transversalidade é uma característica do Direito Ambiental dada a "imensa variedade de problemas ambientais na sociedade", nesse sentido perpassa todo o ordenamento jurídico "uma vez que seu objeto, a qualidade do meio ambiente, se reflete em todas as demais áreas do direito. " (PADILHA, 2010, p. 235)

Sobre a vulnerabilidade do consumidor frente ao mercado de consumo se assenta a base principiológica do Direito do Consumidor. Neste contexto, não se pode deixar de evidenciar que a proteção ao meio ambiente também pode ser vista como uma forma de proteção ao consumidor, pois proteger a qualidade ambiental é também assegurar o controle da produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente; segundo a ordem constitucional constante do capítulo do meio ambiente na CF/88 (art. 225, § 1º, in. V)

> 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, 2011, p 99)

Um dos grandes princípios norteadores da legislação consumerista presente em vários países é o Princípio de Proteção à Saúde, à Vida e a Segurança do Consumidor, que

cria normas que limitam a inserção no mercado de produtos e serviços que apresentem riscos moderados ou “severos”.

Certo é que referidas normas não proíbem a comercialização destes produtos e serviços, mas estabelecem a necessidade de uma maior informação a seu respeito, bem como, um maior controle em seu consumo, como por exemplo os remédios de venda controlada e os agrotóxicos e outros venenos. Também, não podemos olvidar que produtos ou serviços que apresentem um alto risco de nocividade ou perigo, estão proibidos de serem colocados no mercado de consumo.

Bruno Miragem afirma que se entende como direito básico à segurança do consumidor aquele que assegura o consumidor contra riscos decorrentes do oferecimento do produto ou serviço ao mercado, seu consumo e descarte de resíduos. (MIRAGEM, 2010, p.115).

Ditos perigos e nocividades são estabelecidos pela área científica ou técnica, sendo o direito do consumidor totalmente dependente de tal conhecimento científico.

No entanto, o que o Direito do Consumidor pretende com este princípio de proteção à vida, saúde e segurança, é a proteção individual, direta à pessoa do consumidor. Mas embora um produto possa ser comercializado e não cause danos diretos ao consumidor, poderá gerar danos indiretos quando é passível de degradação ambiental. Portanto, ao se verificar que um produto possui um alto grau de nocividade ao meio ambiente, pode-se a partir da norma consumerista, proibir sua comercialização, vez que, este com certeza causará danos à saúde, à segurança ou à vida do consumidor.

Nos dizeres de Bruno Miragem, a *dimensão transindividual do direito à vida*, previsto no Direito do Consumidor, é a sua proteção geral e comum para toda a coletividade de consumidores contra todos os riscos do mercado de consumo, englobando outros direitos subjetivos como o direito ao meio ambiente sadio (MIRAGEM, 2010, p.115).

O Princípio da Informação preconizado no Direito do Consumidor determina 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, e acrescenta a necessidade de educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações (Art. 6º - Código de Proteção e Defesa do Consumidor).

> Este *dever de informar* concentra-se, inicialmente, nas informações sobre as características do produto ou do serviço oferecido no mercado. A jurisprudência brasileira ensina: “A informação deve ser correta (=verdadeira), clara (=de fácil entendimento), precisa (=não prolixa ou

> escassa), ostensiva (=de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa. A obrigação de informação é desdobrada, pelo art. 31 do CDC, em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (=características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (=como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (=custo, formas e condições de pagamento) e d) informação-advertência (=riscos do produto ou serviço) (MARQUES, 2011, p.799).

Logo, se as normas consumeristas determinam que todos os produtos e serviços adquiridos pelo consumidor ou colocados no mercado de consumo devem apresentar *informação* sobre sua composição e utilização, esta também abrangerá os possíveis danos que estes poderão causar ao meio ambiente, tais como, se a sua produção se utilizou de recursos naturais já escassos, se houve compensação, se houve utilização de agrotóxicos, se o produto se utilizou de testes em animais, se o uso do produto ou do serviço pelo consumidor acarretará algum tipo de desequilíbrio ambiental, como o seu descarte.

Muitos países já adotam o *selo ambiental* em seus produtos como uma maneira de informar ao consumidor sobre a nocividade destes ao meio ambiente ou não.

> O selo ambiental não constitui um instrumento da política de proteção do consumidor, mas é um instrumento da política de meio ambiente. Sua finalidade, tal como é apresentada nos países que organizam sua concessão, é encorajar, por meio da concorrência, os profissionais a produzirem bens menos prejudiciais ao meio ambiente e a estimular deste modo a inovação tecnológica numa direção favorável ao meio ambiente.
>
> O selo ambiental não visa, contrariamente aos outros tipos de informações que figuram sobre as embalagens dos produtos de consumo, à proteção a curto prazo dos interesses dos consumidores tomados em sua individualidade, mas permite a longo prazo criar uma consciência coletiva dos problemas ligados ao meio ambiente, dividindo a responsabilidade dos consumidores diante da necessidade de agir com o fim de garantir a manutenção de uma qualidade de vida a longo prazo para a totalidade dos cidadãos (MANIET, 1992, p.8-10).

Também, o Direito do Consumidor prevê algumas limitações com relação à produção de *Publicidade*, proibindo a *publicidade enganosa ou abusiva.* Entende-se por *publicidade enganosa* qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços; e por *publicidade abusiva* a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e

experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança (Art. 37 – Código de Proteção e Defesa do Consumidor).

Tal previsão do CDC se estende também a proteção do meio ambiente quando entenda que a publicidade que desrespeita os valores ambientais é *abusiva*, entretanto, esta interpretação é ainda é muito incipiente para atender às necessidades da sociedade de consumo atual.

Primeiramente, toda a publicidade deveria atender ao princípio da informação, de forma clara e efetiva. Em segundo lugar, deveria existir limitações quanto aos expedientes utilizados pelos publicitários na indução do consumo, para se reverter o quadro do padrão atual, a exemplo do que ocorre com a publicidade de bebidas alcoólicas que são obrigadas a inserir a advertência sobre o consumo.

Tais limitações denotadas na legislação induzem a necessidade de uma norma complementar para regulamentar a publicidade dos produtos e serviços, pois limitado é o discernimento do consumidor, frente a sua heterogeneidade quanto à educação, poder econômico, acesso à informação e outras condições culturais que o levam a agir e pensar de formas tão diversas, bem como, que o deixam a mercê da publicidade comercial que objetiva induzi-lo ao consumo de produtos e serviços, mesmo que altamente prejudiciais a sua saúde e a do meio ambiente.

Em que pese o fato de que o consumidor atual também está desenvolvendo uma consciência ambiental e exigindo, cada vez mais, padrões de sustentabilidade dos produtos e serviços, esta consciência ainda é limitada ao consumidor da denominada classe A, ou seja, aquele detentor de condições econômicas mais favoráveis e com acesso à educação e informação.

Outro princípio da legislação consumerista é a garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho. Ora, se a norma já determina que os produtos devam ter um padrão adequado de durabilidade, tem-se que a *obsolescência programada* já citada, é proibida por lei, pois fere o direito do consumidor. Neste sentido corrobora a regra inserta no art. 26 do CDC, § 3º quanto aos vícios ocultos no produto, que possam afetar sua finalidade e qualidade, e que embasam o entendimento do critério da vida útil do bem, e não o da garantia contratual, uma vez que a durabilidade reduzida pode ser considerada vicio oculto.

A proibição da *obsolescência programada* que gera produtos de baixa qualidade e durabilidade reduzida se apresenta como uma grande contribuição do Direito do Consumidor

a preservação ambiental, uma vez que, ao se determinar que os produtos possuam uma melhor qualidade, automaticamente a indústria terá que investir em prevenção e controle de qualidade, investindo em tecnologias que garantam a durabilidade de seus produtos e evitem o rápido descarte de mercadorias, o que indiretamente, contribui para o controle e diminuição do volume de descarte de produtos no meio ambiente.

Inúmeras podem ser as contribuições do Direito do Consumidor para um consumo sustentável, quer através da aplicabilidade direta da norma consumerista, quer através da criação de outras regras capazes de interromper o fluxo de consumo exacerbado da sociedade atual.

CONCLUSÃO

A realidade que se apresenta hoje na sociedade é a do consumismo exacerbado ou hiperconsumo, onde os padrões e valores são medidos pela capacidade de se adquirir bens.

Dita consequência é oriunda de uma geração que foi educada para o consumo pelos meios de comunicação, para atender a uma superprodução que não se preocupou com a qualidade de seus produtos ou com os danos causados ao meio ambiente.

Essa sociedade de consumo ou do descartável, está contribuindo de forma direta para a degradação do meio ambiente, quer através da produção contínua que visa atender à demanda, quer através do descarte dos inservíveis após o consumo.

Frente a uma situação tão alarmante, mudanças dos padrões de produção e consumo, de forma a diminuir o descarte desnecessário de toneladas de lixo no meio ambiente, são emergenciais. A mudança no padrão de consumo exige a participação de todos os atores sociais envolvidos, neste contexto, é preciso ir além da responsabilização do setor produtivo, e envolver o consumidor em novas condutas que contribuam para um consumo mais consciente e sustentável.

Por outro lado, cabe também se impor um novo papel do *marketing comercial*, que urge seja mais responsável, que contribua para a educação ambiental, e propicie não só a venda do produto, mas demonstre compromisso com a educação para consumo ou resgate de valores humanos há muito perdidos, demandaria um longo tempo para efetivar-se e produzir os efeitos desejados, e o planeta não pode esperar.

Como abordado no presente estudo, se a norma consumerista é protetiva, ou seja, tem como objetivo a proteção do consumidor frente a sua vulnerabilidade diante do mercado

de consumo, na medida em que também se preocupa e leva em consideração a sustentabilidade, estará atendendo a este objetivo, protegendo o consumidor.

Logo, as regras atuais contidas na legislação de proteção ao consumidor ao incorporarem valores ambientais, quer através de limitações ao fornecimento de produtos ou serviços, quer na regulamentação das publicidades destes, trariam uma grande contribuição à necessária mudança no padrão de consumo atual, colaborando diretamente para o "consumo sustentável".

Assim, o consumo sustentável hoje é uma prática tão fundamental quanto os limites impostos à indústria na produção de poluentes, no que diz respeito à sustentabilidade, e o direito do consumidor pode colaborar para esta prática, quer através da aplicabilidade direta da norma consumerista, quer através da criação de outras regras capazes de interromper o fluxo de consumo exacerbado da sociedade atual e conscientizar o consumidor sobre o seu papel na conservação do meio ambiente.

REFERÊNCIAS

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

BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcellos. **Função Ambiental.** Disponível em:http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/8754/Fun%C3%A7%C3%A3o_Ambiental.pdf. Acesso em 19-05-2016.

BRASIL. **Lei 8.078/1990**. Ementa: Institui o Código de Proteção e Defesa do Consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em 31-05-2016.

CORTES, Ana Teresa Caceres; e ORTIGOZA, Silvia Aparecida G. **Consumo Sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício.** Disponível em:https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=PpNysRFKn4QC&oi=fnd&pg=PA7&dq=consumo+sustent%C3%A1vel&ots=EBGiO1P7w4&sig=WYECAWY5y6mi82vNv8OlxXm_9BI#v=onepage&q=consumo%20sustent%C3%A1vel&f=false. Acesso em 06-05-2016

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - IDEC. **Entenda o que é obsolescência programada.** Disponível em:http://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/entenda-o-que-e-obsolescencia-programada. Acesso em 10-04-2016

MANIET, Françoise. **Os Apelos Ecológicos, os Selos Ambientais e a Proteção dos Consumidores.** Revista de Direito do Consumidor. Vol. 4 . Revista dos Tribunais, 1992.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6ª Ed. Revista dos Tribunais. São Paulo. 2011.

MILARÉ, Édis. **Direito do Ambiente: A gestão ambiental em foco.** Revista dos Tribunais. São Paulo. 2011.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 2ªed. Revista dos Tribunais. São Paulo.2010.

NERY, Nelson Junior. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. Forense Universitária.Rio de Janeiro.6ª Ed. 1999 *apud* SODRÉ, Marcelo Gomes. A Construção do Direito do Consumidor. Ed. Atlas. São Paulo. 2009.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 6ª Ed. Saraiva. SP. 2011.

OLIVEIRA, Júlio Moraes. **15 de março, o dia nacional do consumidor**. 2014. Disponível em:http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=14661&revista_caderno=10-. Acesso 15-03-16.

PADILHA. Norma Sueli. **Fundamentos Constitucionais do Direito Ambiental Brasileiro.** Elsevier. Rio de Janeiro.2010.

SCHMIDT, Albano Francisco e EFING, Antônio Carlos. **O Papel do Consumidor na Reciclagem do EPS (isopor) Segundo a Política Nacional de Resíduos Sólidos.** Revista de Direito Ambiental. Vol.79. Revista dos Tribunais. 2015.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **A Construção do Direito do Consumidor**. Ed. Atlas. São Paulo. 2009.

VIEGAS, Cláudia Mara de Almeida Rabelo e ALMEIDA, Juliana Evangelista de **A historicidade do Direito do Consumidor**. 2015. Disponível em: http://www.ambito-Juridico.com.br/site/?artigo_id=9820&n_link=revista_artigos_leitura. Acesso em 02-04-2016