# XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

## DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

**JONATHAN BARROS VITA**

**MATEUS EDUARDO SIQUEIRA NUNES BERTONCINI**

**DANIELA GUERRA BASEDAS**

Copyright © 2024 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** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU – São Paulo
**Diretor Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro
**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

**Representante Discente:** Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

**Conselho Fiscal:**
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Fernando Passos – UNIARA - São Paulo
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo
**Secretarias**
**Relações Institucionais:**
Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia
Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal
**Comunicação:**
Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe
**Relações Internacionais para o Continente Americano:**
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM – São Paulo
**Relações Internacionais para os demais Continentes:**
Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará
Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul
Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI – Santa Catarina
**Eventos:**
Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo
Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina
Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

**Membro Nato** – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP – Pernambuco

D597

DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Jonathan Barros Vita, Mateus Eduardo Siqueira Nunes Bertoncini, Daniela Guerra Basedas – Florianópolis: CONPEDI, 2024.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-973-5
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: ESTADO DE DERECHO, INVESTIGACIÓN JURÍDICA E INNOVACIÓN

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – 2. Direito e economia. 3. Desenvolvimento econômico sustentável. XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU (2: 2024 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34




Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

# XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

## DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

## Apresentação

CONPEDI Montevidéu 2024

GT Direito, Economia e Desenvolvimento Econômico I

Prefácio

O Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito promoveu o XIII Encontro Internacional do CONPEDI em Montevidéu, de 18 a 20 de setembro de 2024, conferência inspirada no tema "Estado do Direito, Pesquisa Jurídica e Inovação". Mais uma vez professores, pesquisadores e estudantes brasileiros e uruguaios reunidos em 40 Grupos de Trabalho da Faculdade de Direito – Universidade da República (FDer – Udelar), participaram de mais um evento de pós-graduação em Direito de grande sucesso científico e humano, com centenas de participantes, situado na cidade histórica, culturalmente rica e acolhedora de Montevidéu, capital da República do Uruguai.

O GT Direito, Economia e Desenvolvimento Econômico I foi coordenado pelos professores Mateus Eduardo Siqueira Nunes Bertoncini (UNICURITIBA), Jonathan Barros Vita (Universidade de Marília) e Daniela Guerra Basedas (FDer – Udelar), que conduziram e assistiram às apresentações de 23 trabalhos científicos. Comunicações, que foram acompanhadas de amplo e democrático debate, com importante participação dos presentes, num ambiente marcado pela dialética e harmonia, que só aumentou e aprofundou as reflexões sobre os artigos previamente aprovados por pelo menos dois avaliadores com doutorado pelo CONPEDI, resultado de diversas pesquisas realizadas em diversos programas de mestrado e doutorado em Direito no Brasil e no exterior.

A lista de trabalhos apresentados por doutores e doutorandos, mestrandos e mestrandos e, em um caso, por alunos de graduação devidamente assessorados por seu professor, foi a seguinte: (1) SOCIEDADE DE CONSUMIDOR E DESAFIOS SOCIOAMBIENTAIS: A EDUCAÇÃO COMO FORMA DA SUSTENTABILIDADE DA PROMOÇÃO; (2) ALTERNATIVAS LEGAIS PARA A RECUPERAÇÃO JUDICIAL DA AVIBRAS NO CONTEXTO DOS DESAFIOS ÀS POLÍTICAS DE DEFESA PÚBLICA NO BRASIL; (3) BIOCAPITALISMO E GOVERNANÇA CORPORATIVA: ASPECTOS DE

CONVERGÊNCIA À LUZ DOS PRINCÍPIOS DE ORDEM ECONÓMICA; 4) CAPITALISMO NEOLIBERAL E SUSTENTABILIDADE: A NECESSIDADE DE PRODUZIR UM DIREITO TRANSNACIONAL; (5) CONFLITO VERSUS CONSENSO NAS EMPRESAS FAMILIARES: UMA ANÁLISE DAS RELAÇÕES ENTRE PARCEIROS NA PERSPECTIVA DE MICHEL FOUCAULT; (6) CONFLITOS DE INTERESSES EM UMA EMPRESA DE ECONOMIA MISTA: UM ESTUDO BASEADO NAS INTERVENÇÕES DO ESTADO NA PETROBRAS; (7) DESAFIOS DA REGULAÇÃO DE GRUPOS EMPRESARIAIS NO DIREITO BRASILEIRO: CONCILIAR INTERESSES E EFICIÊNCIA EMPRESARIAL; (8) DO MERCANTILISMO AO CAPITALISMO HUMANISTA; (9) ECONOMIA E TECNOLOGIA VERDE: IMPLEMENTAÇÃO DE CRÉDITOS DE CARBONO E SUSTENTABILIDADE; (10) EMPRÉSTIMOS E CONDICIONALIDADES DO FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL; (11) ESCASSEZ DE ÁGUA: POSSÍVEIS SOLUÇÕES ECONÔMICAS PARA CONSERVAR E RACIONALIZAR SEU CONSUMO; (12) GOVERNANÇA CORPORATIVA EM MOVIMENTO: A RELAÇÃO DO ESG COM AS TEORIAS DA AGÊNCIA E DOS STAKEHOLDER; (13) INOVAÇÕES E DESAFIOS NA TRANSIÇÃO GLOBAL PARA AS ENERGIAS RENOVÁVEIS; (14) LIBERDADE ECONÔMICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA; (15) O DIÁLOGO DO MULTICULTURALISMO COM JOHN RAWLS EM BUSCA DE UM ESTADO DE DIREITO AMBIENTAL E DEMOCRÁTICO: UMA ANÁLISE DO PAPEL DOS TRATADOS INTERNACIONAIS NESTA TRANSIÇÃO; (16) DIREITO DE PASEP DOS SEGURADOS DOS PRÓPRIOS REGIMES DE SEGURANÇA SOCIAL: UMA INVESTIGAÇÃO BASEADA NA ANÁLISE ECONÔMICA DA LEI; (17) O PLANO DE RECUPERAÇÃO DE ÁREAS DEGRADADAS E O PLANO DE FECHAMENTO DE MINAS NO PRINCÍPIO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL; (18) TRABALHO DOMÉSTICO NUMA VISÃO ECONÔMICA DO DIREITO; (19) OS IMPACTOS ECONÓMICOS DAS REFORMAS TRABALHISTAS NA EUROPA E NO BRASIL: AS MUDANÇAS LEGISLATIVAS SÃO SUFICIENTES PARA REDUZIR O DESEMPREGO?; (20) REFLEXÕES SOBRE O DESAFIO REGULATÓRIO E TRIBUTAÇÃO DE ATIVOS DIGITAIS; (21) TRANSPARÊNCIA E ACESSO À INFORMAÇÃO PÚBLICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: UM ESTUDO DE CASO NO CONSELHO DE DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO DE MARÍLIA; (22) UBERRA: AS ENTRE LINHAS DA MOEDA QUE PODE MUDAR UM PAÍS; (23) CAPITAL DE RISCO GOVERNAMENTAL: A CONTRIBUIÇÃO DO ESTADO PARA O ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO EMPRESARIAL.

Com efeito, os artigos apresentados no GT Direito, Economia e Desenvolvimento Económico I retratam a permanente transformação e modernização do Direito, ao mesmo tempo que a

economia também se transforma, para permitir não só o simples crescimento econômico típico do capitalismo do século XIX, mas desenvolvimento econômico, um conceito diferente. Se no passado o capitalismo inspirou e induziu a ordem jurídica, hoje estas duas categorias influenciam-se mutuamente, para garantir a livre iniciativa e a livre concorrência, fruto das liberdades públicas, mas, por outro lado, para promover os direitos sociais e ambientais, entre outros direitos.

Os direitos humanos devem ser compreendidos na sua totalidade, para promover também a realização de direitos de segunda e terceira dimensão, numa relação complexa que transforma e aproxima o capitalismo dos direitos humanos, o que Balera e Sayeg chamaram de "Capitalismo Humanista", perspectiva que o leitor denotará ao apreciar os trabalhos apresentados nesta publicação autorizada do Conselho Nacional do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito - CONPEDI.

Outro aspecto abordado nas apresentações refere-se à forma como os problemas jurídicos atuais envolvem diferentes dimensões. A importância da interdisciplinaridade para o enfrentamento dos problemas jurídicos enriquece a análise e leva a soluções mais completas e justas. A integração de saberes e conhecimentos em diferentes áreas contribui para identificar as causas subjacentes aos problemas e propor soluções concretas e inovadoras. Nas apresentações, os aspectos ambientais e tecnológicos são um exemplo da necessidade do Direito de se adaptar e desenvolver marcos legais que respondam às necessidades da sociedade atual.

Boa leitura a todos!

Professor. Dr. Mateus Eduardo Siqueira Nunes Bertoncini

UNICURITIBA

Professor. Dr.Jonathan Barros Vita

(Universidade de Marília)

Professora Associada Daniela Guerra Basedas

(FDer-Udelar)

# A SOCIEDADE DE CONSUMO E OS DESAFIOS SOCIOAMBIENTAIS: A EDUCAÇÃO COMO FORMA DE PROMOÇÃO DA SUSTENTABILIDADE

# THE CONSUMER SOCIETY AND SOCIO-ENVIRONMENTAL CHALLENGES: EDUCATION AS A WAY TO PROMOTE SUSTAINABILITY

**Leticia Spagnollo**
**Nadya Regina Gusella Tonial**

**Resumo**

O presente estudo busca compreender a educação como forma de promover a sustentabilidade ambiental, minimizando os problemas socioambientais advindos da sociedade de consumo. A relevância da temática é decorrente do crescimento do consumo e, consequentemente, do descarte de bens na sociedade contemporânea, fator que desencadeia preocupação com o cenário socioambiental. Pondera-se que os consumidores, moldados por um sistema em que o capitalismo é o modelo econômico predominante, aliam-se ao consumo não apenas para atender suas demandas necessárias, mas sim, como pressuposto para se sentirem inseridos no próprio meio social. A par disso, vislumbram-se os desafios do Balcão do Consumidor da UPF na prática de ações sociais que visam a promoção da sustentabilidade, por meio da educação, através de atividades de extensão. Objetiva-se estudar os impactos da atuação do Balcão do Consumidor na comunidade, em prol do desenvolvimento sustentável, à luz Código de Defesa do Consumidor. Para o desenvolvimento da pesquisa utiliza-se o método hermenêutico e a técnica de pesquisa, a bibliográfica, aliada ao levantamento de dados. Constata-se que as ações educativas promovidas pelo Balcão do Consumidor da UPF-Casca promovem a proteção do consumidor e fomentam a sustentabilidade, pela solidariedade entre as presentes e futuras gerações, revelando-se como uma ação transformadora, que efetiva direitos humanos e fundamentais.

**Palavras-chave:** Balcão do consumidor, Consumidor, Educação, Meio ambiente, Sustentabilidade

**Abstract/Resumen/Résumé**

The present study seeks to understand education as a way to promote environmental sustainability, minimizing the socio-environmental problems arising from the consumer society. The relevance of the theme is due to the growth of consumption and, consequently, the disposal of goods in contemporary society, a factor that triggers concern with the socio-environmental scenario. It is considered that consumers, shaped by a system in which capitalism is the predominant economic model, ally themselves with consumption not only to meet their necessary demands, but also as a prerequisite to feel inserted in their own social environment. In addition, the challenges of the UPF Consumer Desk in the practice of social actions aimed at promoting sustainability, through education, through extension activities,

can be seen. The objective is to study the impacts of the performance of the Consumer Counter in the community, in favor of sustainable development, in the light of the Consumer Protection Code. For the development of the research, the hermeneutic method and the research technique, the bibliographic, are used, combined with data collection. It can be seen that the educational actions promoted by the UPF-Casca Consumer Desk promote consumer protection and foster sustainability, through solidarity between present and future generations, revealing itself as a transformative action, which makes human and fundamental rights effective.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Consumer desk, Consumer, Education, Environment, Sustainability

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo busca compreender a educação como forma de promover a sustentabilidade ambiental, minimizando os problemas socioambientais advindos da sociedade de consumo. Pretende-se, analisar as ações realizadas pelo projeto de extensão Balcão do Consumidor da Universidade de Passo Fundo (UPF), através de sua unidade no Campus de Casca/RS, que visam a promoção da sustentabilidade ambiental através da educação.

O tema justifica-se importante em face do crescimento do consumo e, consequentemente, do descarte de bens na sociedade contemporânea, fator que desencadeia preocupação com o cenário socioambiental. Pondera-se que os consumidores, moldados por um sistema em que o capitalismo é o modelo econômico predominante, aliam-se ao consumo não apenas para atender suas demandas necessárias, mas sim, como pressuposto para se sentirem inseridos no próprio meio social. Com isso, a temática insere-se nos direitos fundamentais à proteção dos direitos do consumidor e ao meio ambiente, positivados na Constituição Federal.

Diante deste cenário, vislumbram-se os desafios do Balcão do Consumidor da UPF na prática de ações sociais que visam a promoção da sustentabilidade, por meio da educação, através de atividades de extensão.

Desse modo, o presente trabalho possui um duplo objetivo: primeiramente, retratar o atual contexto social, sob a ótica do consumismo, que origina diversos problemas socioambientais e com isso produz preocupação com a situação vital do meio ambiente. Somado a isso, analisar a importância da atuação do Balcão do Consumidor da UPF, Campus Casca, RS, na busca pela sustentabilidade ambiental, por meio de práticas extensionistas que promovem a educação para o consumo, a educação financeira e a educação ambiental.

## 2 OS PROBLEMAS SOCIOAMBIENTAIS DECORRENTES DA SOCIEDADE DE CONSUMO

O contexto social é caracterizado pelo consumo desenfreado de bens e serviços, ou seja, revela-se uma sociedade de consumo. Desse modo, além de suprir necessidades, as pessoas consomem por desejo, como se o ato de comprar gerasse felicidade. Tal situação cria a sociedade do hiperconsumo e, por sua vez, todos os sujeitos são tidos como consumidores.

O consumo é essencial e indispensável para a sobrevivência do ser humano, sendo considerado, basicamente, característico de sua própria condição de existência e ocupação

(BAUMAN, 2008, p. 41). Nesse sentido, consumir é característica indispensável do próprio exercício da "cidadania econômico-social", pois

> consumo é igualdade, é ser cidadão-econômico ativo, é aproveitar das benesses do mercado liberal e globalizado. Consumo é inclusão na sociedade, nos desejos e benesses do mercado atual. Em outras palavras, consumo é para as pessoas físicas a realização plena de sua liberdade e dignidade, no que podemos chamar de verdadeira "cidadania econômico-social (MARQUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 10).

Contudo, esse consumo desenfreado de mercadorias traz a preocupação com o meio ambiente e social, ocasionada pelo consequente descarte destes produtos (ARENDT, 2007, p. 68-69).

Assim, observa-se que a humanidade está vivenciando a era do consumismo, momento em que tudo gira em torno do consumo, "consumir por consumir, por prazer, por *status,* por vaidade, por ansiedade, por recompensa. Compramos a ideia de que consumir é sinônimo de felicidade" (MARIMPIETRI, 2009, p. 69). O incentivo à aquisição de bens e serviços fez com que o ato de consumir aumentasse sua importância[1], momento em que as pessoas passaram a confundi-lo com a própria ideia de felicidade. Nesse contexto, os meios virtuais são considerados instrumentos que proporcionam maior facilidade e celeridade ao processo de consumo (DEBORD, 1997. p. 16-17).

Compreende-se que o consumo natural e consciente, faz parte do processo de economia e objetiva atender às demandas dos indivíduos. Entretanto, o consumismo, "torna as pessoas escravas de um modelo que privilegia a produção descartável, comprometendo não só a saúde financeira, mas também a sustentabilidade." Logo, o desenfreado acesso ao mercado de consumo acaba gerando aquisições excessivas e, por vezes, desnecessárias, o que "compromete ainda mais a já frágil capacidade do planeta" (REIS; SILVA, 2013, p. 226).

Observa-se que, o consumismo tem sua origem no capitalismo, que promoveu grandes alterações no meio social. "O consumismo tornou-se a principal válvula de escape, o último reduto de autoestima em uma sociedade que está perdendo rapidamente a noção de família, de

[1] Com isso, as necessidades dos consumidores estão cada vez maiores e mais diversificadas, ou seja, são ilimitadas e insaciáveis. Na cultura do consumidor as necessidades de cada um de nós são insaciáveis. Essa sensação de insaciabilidade é interpretada de duas formas distintas. A primeira vê como uma consequência da sofisticação, do refinamento, da imaginação e da personalização dos desejos e necessidades das pessoas/ou da vontade individual de progresso econômico e social. A segunda, como uma exigência do sistema capitalista para a sua sobrevivência. A necessidade deste por um crescimento permanente cria uma ansiedade acerca da possibilidade de algum dia essas necessidades serem satisfeitas ou financiadas (BARBOSA, 2008. p. 34).

convivência social, e em cujo seio a violência, o isolamento e o desespero dão sinais alarmantes de crescimento" (PENNA, 1999, p. 216).

Outro fator que tem papel influente na sociedade de consumo é o crédito[2]. Aliado à sua oferta e possibilidade de concessão, provoca o aumento do consumo e isso faz com que as empresas passem a produzir em maior escala e, consequentemente, ampliem a geração de empregos, fator que aumenta a renda das pessoas e faz girar a cadeia de produção da economia. Logo, o acesso ao crédito além de aumentar a capacidade de consumo, faz crescer a oferta de empregos. Assim, é inegável que o crédito possui significativa importância na sociedade, sendo, inclusive, capaz de transformá-la através do desenvolvimento da economia, que se fortalece sobretudo por meio da inclusão do maior de número de pessoas à sociedade de consumo.

Nessa linha, a oferta de um limite de crédito para o consumidor é condição necessária para promover a circulação da economia de mercado, pois financia o desenvolvimento de projetos, fortalece o crescimento da uma região, de um país ou de um bloco econômico e está intrinsecamente ligada ao exercício do princípio da dignidade humana (SECURATO, 2013).

Cumpre mencionar que, a oferta e concessão de crédito relaciona-se com a dignidade da pessoa humana[3], ou seja, com a proteção do consumidor, "não só porque esta proteção estende-se à proteção da vida, da saúde e da liberdade do consumidor, mas, principalmente, porque o consumo é o acesso primário ao mínimo existencial em uma sociedade capitalista justa e solidária". Logo, a possibilidade de inserção no mercado de consumo através da concessão de crédito é um importante indicador de uma sociedade digna e igualitária (DORINI, 2010, p. 45-46).

Vislumbra-se que, o crédito passou a ser considerado um produto comercializado no mercado e que a sua concessão desempenha uma importante função social. Nesse cenário, compreende-se que o endividamento seguro e estável do consumidor é considerado além de normal e importante, um fator intrínseco decorrente do mercado econômico.

Logo, a oferta de produtos e serviços financeiros aumentou expressivamente e, em decorrência disso, os fornecedores buscam ferramentas para acompanhar essas mudanças e

[2] Marques compreende que crédito é "um serviço especializado e oneroso que só pode ser prestado por alguns fornecedores do Sistema Financeiro Nacional. Crédito é um contrato real (se perfectibiliza com o ato da entrega do dinheiro pelo fornecedor-banco, administradora do cartão ou financeira), em que cabe ao consumidor-devedor a prestação típica, 'pagar' os juros (preço do crédito) e devolver o principal corrigido, e mais algumas taxas pelo uso desse tipo de crédito" (2010, p. 18).

[3] Comparato, explica que "a compreensão da dignidade da pessoa humana e de seus direitos, no curso da História, tem sido, em grande parte, o fruto da dor física e do sofrimento moral. A cada grande surto de violência, os homens recuam, horrorizados, diante da ignomínia que afinal se abre claramente diante de seus olhos; e o remorso pelas torturas, as mutilações em massa, os massacres coletivos e as explorações aviltantes faz nascer nas consciências, a exigência de novas regras de uma vida mais digna para todos" (1999. p. 30-31).

explorar essa atividade. Contudo, essas práticas acabam sendo cada vez mais agressivas, utilizando-se de massiva publicidade e da inovação diária para fins de vincular operações de crédito a toda espécie de negociação de consumo. Explicam Marques, Lima e Bertoncello que

> a oferta de produtos e serviços financeiros tem-se ampliado progressivamente, e os fornecedores vêm adotando práticas comerciais cada vez mais agressivas, recorrendo à publicidade maciça e a novos artifícios para vincular operações de crédito a toda espécie de transação de consumo diariamente empreendida pela população (2010, p. 10).

Nesta senda, verifica-se que as novas tecnologias e a globalização aliadas a possibilidade de concessão de crédito, incentivam a publicidade direcionada ao consumo, uma vez que transcendem os limites territoriais e encurtam distâncias para a comunicação. Ainda, o surgimento da internet disseminou a facilidade e a rapidez na concessão de crédito e na aquisição de bens, o que promove o consumismo.

Uma das características do consumismo é o "descarte". Essa descartabilidade de mercadorias vivenciada é originada pela constante troca de produtos, tanto de mercadorias, quanto de pessoas e, consequentemente, altera o funcionamento de toda a sociedade, que será regrada sob tais moldes (PEREIRA; BOSSARDI, 2011, p. 112).

Falar sobre descartabilidade e exploração de recursos, indiscutivelmente, remete à ideia de exaurimento e escassez. Denota-se que, os recursos naturais envolvidos na produção desses produtos são finitos e "não são renováveis, ou em sendo renováveis, são consumidos com uma velocidade que torna difícil sua reposição" (PINTO; SGRIGNOLLI, 2018). Com isso, há necessidade de conscientização de que as relações interpessoais, associadas ao conhecimento e a educação superam toda e qualquer tecnologia.

Ainda, como característica da sociedade de consumo aparece a obsolescência programada, que estimula o mercado de consumo, em virtude de tornar os produtos inutilizáveis ou ultrapassados, despertando a demanda por um novo produto e a necessidade de descartar o que está em desuso (FRANCO, 2014, p. 45).

Através da estratégia da obsolescência programada, o mercado garante um consumo intenso e constante, através da insatisfação. Isso porque, os produtos param de funcionar ou possuem sua funcionalidade limitada, tornando-se, à curto prazo, obsoletos e com necessidade de substituição. O impacto dessa conduta é claramente visível na sociedade, tanto no aumento do consumo, quanto no esgotamento dos recursos naturais e no crescimento da produção de lixo (pós-consumo) (EFING; SOARES; PAIVA, 2016, p. 1269).

Para Latouche (2009, p. 17-18) os três grandes responsáveis pelo crescimento da sociedade de consumo, através da produção e comercialização de bens, são: “a publicidade, que cria o desejo de consumir; o crédito, que fornece os meios; e a obsolescência acelerada e programada dos produtos, que renova a necessidade dele”.

É sob esse aspecto que se encontra o principal problema da sociedade atual: consumir de modo desenfreado - fomentado pelos meios tecnológicos, publicidade e obsolescência programada. É inegável, pois, que a produção e o descarte não acompanham a regeneração natural do planeta, pois se produz e se consome muito mais do que se tem capacidade para reciclar, resultando, por exemplo, no aumento e acúmulo excessivo de lixo, que desencadeia um grave problema ambiental e social (VIEIRA; REZENDE, 2017).

Esse hiperconsumo não respeita limites e degrada o meio ambiente. O incentivo ao consumo contínuo provoca, de um lado, o esgotamento dos recursos naturais e, de outro, a produção de grande quantidade de resíduos lançados no meio ambiente. Os bens, em sua grande maioria são produzidos com matéria prima extraída da natureza, provocando a “dilapidação do capital natural” e a “geração de lixo” (CECHIN, 2010, p. 42).

Assim, verifica-se que o consumo, indiscutivelmente, serve para atender as necessidades de vida dos seres humanos, porém, quando ele se transforma em instrumento para satisfação de desejos, desencadeia problemas tanto no âmbito social quanto ambiental. Nas palavras de Calgaro: “A ameaça mais perigosa ao meio ambiente de nosso planeta pode ser a busca desenfreada por poder e benefícios que a relação de consumo nos traz, representando uma das graves ameaças estratégicas que se enfrenta na atualidade” (2009, p. 45).

Nesta senda, Pereira explica que, no âmbito da natureza, “são muitos os problemas ecológicos que resultam da sociedade atual, dos métodos de consumo de energia, de matéria-prima e, principalmente, dos rejeitos dos produtos eliminados no ambiente”. Segundo o autor, “o meio ambiente é deixado de lado, o que importa e produzir e consumir. Danos ao meio ambiente são problemas criados pelos denominados, pejorativamente, de ‘ecochatos’. Ou seja, se está diante de uma produção sem ética social e, muito menos, ambiental” (2009, p. 19).

Denota-se, pois, que a produção de bens é uma necessidade antropológica, e o consumo, quando tem por objetivo suprir as necessidades naturais e sociais inerentes à existência do ser humano, é um direito fundamental. Tem-se nítido que “não foi o capitalismo que inventou a produção de bens ou a transformação dos bens potencialmente existentes na natureza. O capitalismo apenas facilitou a troca desses bens” (RECH, 2009, p. 29).

Portanto, o consumismo gera problemas socioambientais e, concomitantemente a estes, a preocupação com a efetiva tutela dos consumidores e do meio ambiente, previstos na Constituição Federal como direitos fundamentais.

Desse modo, há necessidade de buscar alternativas viáveis para a formação de uma sociedade que preze pela sustentabilidade, principalmente, no que tange ao meio ambiente, e que vise a garantia do bem-estar, da qualidade de vida e da dignidade da pessoa humana, tanto para a geração atual, quanto para as futuras. Assim, importante compreender o papel da educação para o consumo e da educação ambiental na promoção do desenvolvimento sustentável.

## 3 A EDUCAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE EFETIVAÇÃO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL: AS AÇÕES DO BALCÃO DO CONSUMIDOR DA UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO EM PROL DA SUSTENTABILIDADE

Previstas na Constituição Federal de 1988, tanto a proteção do consumidor, quanto a proteção ao meio ambiente, são direitos fundamentais[4] de natureza difusa ou transindividual, visto que transcendem os indivíduos e têm como titulares todas as pessoas[5].

Sobre direitos difusos, Bonavides explica que "não se destinam especificamente à proteção dos interesses de um indivíduo em um grupo ou em um determinado Estado", visto que, eles têm por "destinatário o gênero humano mesmo, num momento expressivo de sua afirmação como valor supremo em termos de existencialidade concreta" (1993, p. 481).

A proteção ao meio ambiente encontra guarida no artigo 225, *caput*, da Lei Maior, local onde o legislador declarou o direito fundamental "ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações" (BRASIL, 2024).

---

[4] Sobre direitos e garantias fundamentais, Ferrajoli elucida o que é um direito universal e indivisível, quando menciona que: "*Se um diritto fondamentale è rivendicato da taluni, allora Esso é rivendicato per tutti. È sulla base di questa solidarietà, conseguente all'indivisibilità dei diritti fondamentali, Che se sviluppano l' amor próprio, cioè Il senso della própria identità di persona e di cittadine, insieme, Il reconoscimentodegli altri como uguali*" (2007, p. 64). Tradução livre: "Se um direito fundamental é reivindicado para alguns, então esse é reivindicado para todos. E com base nesta solidariedade, conseguinte a universalidade e a indivisibilidade dos direitos fundamentais, que se desenvolvem através do amor próprio, isto é o sentido da própria identidade dos cidadãos, junto ao reconhecimento dos outros como iguais".

[5] Barroso explica que "o direito fundamental ao meio ambiente equilibrado, direito difuso, de terceira geração, decorre diretamente do direito à vida, em sua acepção qualidade de vida. Ao contrário dos direitos fundamentais individuais e sociais, traz como principais características a transindividualidade, tendo por destinatário todo o gênero humano, sua desvinculação de critérios patrimoniais e o abandono da ideia tradicional de direito subjetivo, que demanda a individualização de um titular" (1996, p. 57).

A proteção do consumidor, por sua vez, restou positivada no artigo 5°, inciso XXXII, da Carta Magna, sendo definida como um direito fundamental, através da seguinte redação: "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor". Posteriormente, essa garantia foi regulamentada através de Código de Defesa do Consumidor (CDC), que tem por fundamento a vulnerabilidade[6] do consumidor (BRASIL, 2024).

O objetivo do CDC é estabelecer um equilíbrio entre as partes, tratando os desiguais de modo desigual, na medida de sua desigualdade. Com isso, até julho de 2021, o CDC elencava, em seu artigo 6° e seus nove incisos, um rol, exemplificativo[7], de direitos básicos do consumidor, a saber: a proteção da vida e da segurança; a educação para o consumo; a liberdade de escolha de produtos e serviços; a informação; a proteção contra publicidade enganosa e abusiva; a proteção contratual; a indenização; o acesso à justiça; a facilitação da defesa dos seus direitos e a qualidade dos serviços públicos (BRASIL, 2024).

Contudo, a partir de julho de 2021, a Lei do Superendividamento (Lei nº 14.181/2021), aperfeiçoou a disciplina do crédito ao consumidor e dispôs sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. O artigo 6º do diploma consumerista passou a elencar mais três novos direitos, quais sejam: o primeiro, disposto no inciso XI, que regula "a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial [...]"; o segundo, pelo inciso XII, que estabelece " a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito"; e por fim, o terceiro, pelo inciso XIII, que dispõe sobre "a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso" (BRASIL, 2024).

Acerca da questão ambiental, antes da vigência da Lei do Superendividamento, o CDC também previa no seu artigo 4°, inciso III, a "harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se

[6] "A vulnerabilidade, portanto, é o requisito essencial para a formulação de um conceito de consumidor; está na origem da elaboração de um Direito do Consumidor; é a espinha dorsal que sustenta toda a sua filosofia. Reconhecendo a desigualdade existente, busca estabelecer uma igualdade real entre as partes nas relações de consumo. As normas desse novo direito estão sistematizadas a partir dessa ideia básica de proteção de determinado sujeito: o consumidor, por ser ele vulnerável. Só se justifica a aplicação de uma lei protetiva em face de uma relação de desiguais. Entre partes iguais não se pode tratar privilegiadamente uma delas sob pena de violação do princípio da igualdade" (CAVALIERI FILHO; 2014, p. 08).

[7] O rol disposto no art. 6°, do CDC não é taxativo, de modo que, além desses, outros direitos podem ser garantidos, objetivando, sobretudo, a efetiva proteção dos consumidores. Isso porque, como o próprio nome já diz, estão previstos apenas alguns direitos, os quais são considerados "básicos, mínimos e essenciais à tutela do consumidor" (SOUZA, 2018. p. 38-39).

funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores" (BRASIL, 2024).

Verifica-se que, o diploma consumerista trata expressamente da "educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações", direito que abrange a necessidade de promover uma educação para o consumo sustentável. Essa norma jurídica revela a preocupação com a proteção jurídica do consumidor e do meio ambiente em seu aspecto preventivo (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 101-102).

Assim, com o advento da Lei nº 14.181/2021 houve a ampliação do leque de proteção ao meio ambiente, com a inclusão no artigo 4°, de um inciso. Logo, o inciso IX, passou a dispor, de modo direto e claro, sobre o "fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores" (BRASIL, 2024).

Com isso, por disciplinar interesses de natureza coletiva, o Código de Defesa do Consumidor também trata de forma breve acerca da questão ambiental em seu artigo 37, § 2º, quando trata acerca da coibição da publicidade abusiva, pois compreende que esse tipo de publicidade desrespeita os valores ambientais, quando instigam os consumidores à prática de consumo excessivo, que diretamente estimulam a lesão, das mais diversas formas, ao meio ambiente (GRAU, 1993, p. 183-189).

Observa-se que, os aspectos ambiental, econômico e social da sustentabilidade andam em sintonia e "permeiam uma íntima relação de dependência, pois as ações do mercado repercutem sensivelmente no cotidiano da sociedade, que por sua vez trará consequências ao meio ambiente" (PILAU SOBRINHO, 2017, p. 30). Assim, a sustentabilidade "importa em transformação social, sendo conceito integrador e unificante; isso implica a celebração da unidade homem/natureza, na origem e no destino comum, o que pressupõe um novo paradigma" (CRUZ, 2019, p. 3).

No artigo 225, inciso VI, da Constituição Federal, encontra-se a obrigação do Poder Público de promover, em todos os níveis de ensino, a educação ambiental, além da conscientização púbica para a preservação do meio ambiente. Para fins de concretizar esse direito, em meados de 1999, esse dispositivo foi regulamentado pela Lei n° 9.795, que instituiu a Política Nacional de Educação Ambiental (BRASIL, 2024).

Com isso, necessária se faz a construção de uma "ética ambiental" que rejeite "os ideais de uma sociedade materialista na qual o sucesso é medido pelo número de bens de consumo que alguém é capaz de acumular". Nesse sentido, aduz Pilau Sobrinho que *"it is possible to establish another way of reconciling capitalism as a form of accumulation of capital, with the*

*use of profit for the implementation of respect for the dignity of the human person as a process of respect for morality"*[8] (2020, p. 59).

A educação para o consumo, representa, pois, o meio mais eficaz e preventivo para diminuir o consumo insustentável e, consequentemente, proteger e manter o meio ambiente equilibrado social e culturalmente, tanto para as atuais, quanto para as futuras gerações. A promoção da educação para o consumo pode acontecer de inúmeras maneiras, seja através de atendimentos, palestras ou cursos, tanto para aos consumidores quanto para os fornecedores; ações socais; atividades envolvendo crianças, jovens, adultos e idosos; pesquisas; publicações; projetos de extensão, dentre outros (SESCOOP, 2016).

Destarte, compreende-se que, a educação para o consumo é dever do poder público, mas a participação e mobilização da sociedade para propor ações de complemento às políticas públicas direcionadas a esse fim, são imprescindíveis e de extrema importância, tanto para o bem-estar social quanto ambiental. Sob este viés, analisa-se o importante papel desempenhado pelo órgão de defesa do consumidor Balcão do Consumidor da UPF, Campus Casca, RS, através de ações em prol da educação para o consumo sustentável.

O Balcão do Consumidor é um projeto de extensão da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, em parceria com os municípios sede de campi da UPF e o Ministério Público Estadual, idealizado pelo professor Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho. O objetivo deste órgão é possibilitar a conciliação nas relações de consumo conflituosas, de maneira extrajudicial, bem como promover a educação para o consumo sustentável (PILAU SOBRINHO; SILVA, 2018, p. 84).

O primeiro Balcão do Consumidor da UPF foi inaugurado em 29 de setembro de 2006 e instalado, primeiramente, no Campus III da Universidade de Passo Fundo, na cidade de Passo Fundo, RS. No decorrer do tempo, o projeto também passou a atuar com unidades nos campi da Universidade de Passo Fundo, nas cidades de Carazinho, Casca, Lagoa Vermelha, Soledade e Sarandi. Atualmente, o Balcão do Consumidor tornou-se um modelo referencial para o país, em que inúmeras outras instituições de ensino passaram a ter Balcão do Consumidor.

No município de Casca[9], além dos consumidores e fornecedores locais, o Balcão do Consumidor abrange em sua área de atuação os municípios de: São Domingos do Sul[10],

[8] Tradução livre: "É possível estabelecer outra forma de conciliar o capitalismo como forma de acumulação de capital, com a utilização do lucro para a implementação do respeito à dignidade da pessoa humana como processo de respeito à moralidade".
[9] População estimada 2022: 9.464 pessoas (IBGE, 2022).
[10] População estimada 2022: 2.755 pessoas (IBGE, 2022).

Vanini[11], Santo Antônio do Palma[12], Paraí[13], Nova Araçá[14] e David Canabarro[15], fator que revela a inserção do projeto na comunidade regional. Ainda, importa frisar, que conforme convênio consolidado com o Procon-RS, o Balcão do Consumidor opera o Pro Consumidor – Sistema Nacional de Atendimento ao Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança Pública (UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO, 2024),

As principais atividades desempenhas pelo projeto são: o atendimento direto aos consumidores e fornecedores visando a mediação nas relações de consumo conflituosas e, o desenvolvimento de ações sociais que visam a promoção da educação para o consumo junto à comunidade regional atendida pelo Campus Casca da UPF. Buscando um melhor desempenho, inserção e aderência do público ao projeto social, o Balcão do Consumidor criou o personagem "Tchê Consumidor", o qual através de histórias em quadrinhos e de vídeos, dialoga com público de todas as idades, chamando a atenção para as complexidades da relação de consumo. O projeto conta, também, com um veículo equipado para fazer o atendimento externo e participar de eventos (UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO, 2024).

Denota-se, pois, que através dessas atividades, o Balcão do Consumidor da UPF realiza um importante trabalho de inclusão e de cidadania na sociedade, por meio da educação para o consumo, educação financeira e educação ambiental de crianças e adultos.

Portanto, de extrema relevância social a atuação deste órgão visando a promoção da educação, tanto para o presente quanto para as futuras gerações. Com isso, o Balcão do Consumidor da UPF realiza ações para formar e preparar cidadãos, de quaisquer idades, para o consumo consciente, para a organização orçamentária de suas finanças, bem como para conhecer seus direitos e deveres enquanto consumidores. Tal desiderato vai de encontro com a razão de ser dessa instituição de ensino, que possibilita promover o efetivo desenvolvimento e cidadania no meio social, na qual está inserida.

## 4 CONCLUSÃO

A sociedade contemporânea retrata que os consumidores constituem a razão de ser do sistema capitalista de produção e circulação de bens. Inegável, pois, que os desejos são criados

[11] População estimada 2022: 2.004 pessoas (IBGE, 2022).
[12] População estimada 2022: 2.091 pessoas (IBGE, 2022).
[13] População estimada 2022: 7.205 pessoas (IBGE, 2022).
[14] População estimada 2022: 4.968 pessoas (IBGE, 2022).
[15] População estimada 2022: 4.324 pessoas (IBGE, 2022).

e se mostram insaciáveis, momento que as pessoas são levadas a consumir muitas vezes sem necessidade, fomentando o surgimento da sociedade do hiperconsumo.

Observa-se que o ato de consumir excessivamente é provocado por uma atitude, que se configura como forma de compensação pela felicidade/infelicidade, satisfação/insatisfação, enfim revela a incorporação do consumo exagerado na cultura humana.

Assim, a incessante produção e descarte de bens, com intuito de manter o sistema capitalista, traz consequências nefastas ao meio ambiente. O sistema produtivo promove a degradação do meio ambiente, através da poluição do ar e da água, que desencadeia desajustes climáticos e esgotamento dos recursos naturais. Desse modo, a sustentabilidade apresenta-se como um novo paradigma a ser efetivado pelos Estados, pela sociedade e por cada um, em particular, pois envolve a solidariedade de todos.

No Brasil, a Constituição Federal positivou o direito à educação e à proteção do consumidor e do meio ambiente como garantias fundamentais, bem como foram editadas leis específicas que disciplinam sobre o assunto, como é o exemplo do Código de Defesa do Consumidor.

Desse modo, com intuito de promover a defesa do meio ambiente e do consumo sustentável, apresenta-se a educação como uma alternativa respeitar os direitos fundamentais e vencer os desafios socioambientais, advindos das relações de consumo. Somente a educação liberta e concretiza a cidadania, seja a educação para o consumo, a ambiental e a financeira.

A educação para o consumo visa formar consumidores que realizam um consumo consciente e fornecedores que compreendam que o lucro não pode se sobrepor a dignidade da pessoa humana; a educação ambiental para que haja consciência que o Planeta possui limites e que na condição de partícipes da natureza, todos são responsáveis e precisam adotar práticas de respeito ao meio ambiente, pois desse equilíbrio depende a vida de todos os seres vivos; e a educação financeira para evitar o superendividamento e efetivar a dignidade humana.

Logo, a educação para o consumo, a educação ambiental e a educação financeira são deveres do poder público, mas a participação e mobilização da sociedade para propor ações e participar das políticas públicas direcionadas a esse fim, são imprescindíveis, à luz do princípio da solidariedade entre a atual e as futuras gerações.

A par disso, o Balcão do Consumidor da UPF Casca/RS promove um importante processo educativo, através de ações sociais que visam a conscientização da população sobre a sustentabilidade. Nesse sentido, constata-se que através do desenvolvimento destas atividades, realiza-se uma ação transformadora, que efetiva direitos humanos e fundamentais. Com isso,

promovem a igualdade no meio social, por meio da defesa do consumidor, e a solidariedade entre a presente as futuras gerações pela proteção ao meio ambiente.

**Referências bibliográficas**


ARENDT, Hannah. **A condição humana.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 34.

BARROSO, Luis Roberto. **O direito constitucional e a efetividade de suas normas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 1996, p. 57.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 41.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de direito constitucional**. 4. ed. São Paulo: Malheiros, 1993.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 16 Jun 2024.
_____. Lei Federal n° 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em 16 Jun 2024.

_____. Lei Federal n° 14.181 de 01 de julho de 2021. **Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181. Acesso em 16 Jun 2024.

_____. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** – IBGE. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs. Acesso em 20 Abr 2022.

CALGARO, Cleide. **Desenvolvimento sustentável e consumo**: a busca do equilíbrio entre o homem e o meio ambiente. In: Relações de consumo: meio ambiente / org. Agostinho Oli Koppe Pereira, Luiz Fernando Del Rio Horn. – Caxias do Sul, RS: Educs, 2009.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

CECHIN, Andrei. **A natureza como limite da economia:** a contribuição de Nicholas Georgescu-Roegen. São Paulo: Editora Senac/Edusp, 2010.

COMPARATO, Fábio Konder. **Afirmação histórica dos direitos humanos**. São Paulo: Saraiva, 1999.

CRUZ, Paulo Márcio. **A sustentabilidade e o patrimônio cultural como elementos ambiental, social e econômico**. In: ANTUNES DE SOUZA, Maria Cláudia da Silva (Org.). Sustentabilidade e meio ambiente. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019. p. 7-20.

DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 16-17.

DORINI, João Paulo. Direito de Acesso ao Consumo. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, vol. 75/2010, p. 43 – 79, Jul – set, 2010.

FRANCO, Cristiano de Moraes. **A vulnerabilidade do consumidor ante a prática da obsolescência programada**. Porto Alegre,2014 p. 1-65. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/129626/000975723.pdf?sequence=1. Acesso em 05 Jun 2024, p. 45.

EFING, Antônio Carlos; SOARES, Alexandre Araújo Cavalcante; PAIVA, Leonardo Lindroth de. **Reflexões sobre o tratamento jurídico da Obsolescência Programada no Brasil: implicações ambientais e consumeristas.** Revista Novos Estudos Jurídicos. V. 21, n. 3, set.-dez. 2016, p. 1266-1292.

FERRAJOLI, Luigi. Principia iuris. **Teoria Del diritto e della democracia**. v. 2. Editori Laterza: Roma-Bari, 2007, p. 64.

GRAU, Eros Roberto. **Interpretando o Código de Defesa do Consumidor:** algumas notas. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: RT, n. 05,1993, p. 183-189.

LATOUCHE, Serge. **Pequeno tratado do descrescimento sereno**. Trad. Claudia Berliner. São Paulo: 2009, p. 17-18.

MARQUES, Claudia Lima, LIMA, Clarissa Costa; BORTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento:** caderno de investigações científicas. Vol. 1. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE, 2010.

MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. **Revista de Direito do Consumidor**, Brasília, v. 75/2010, p. 9 – 42, jul./set. 2010.

MARIMPIETRI, Flávia. Consumismo e superendividamento. **Revista Magister de Direito Empresarial**. São Paulo: Lex, 2009.

PENNA, Carlos Gabaglia. **O estado do Planeta:** sociedade de consumo e degradação ambiental. Rio de Janeiro: Record, 1999.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe Pereira; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; PEREIRA, Mariana Mioranza Koppe. **Hiperconsumo e a ética ambiental**. In: Relações de consumo: meio ambiente / org. Agostinho Oli Koppe Pereira, Luiz Fernando Del Rio Horn. – Caxias do Sul, RS: Educs, 2009, p. 19.

PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; BOSSARDI, Rafaela Beal. **Relações de consumo ou o consumo de relações:** as relações afetivas na contemporaneidade. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. Relações de consumo humanismo. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011, p. 105-126.

PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogério da. **Balcão do Consumidor histórico do movimento consumerista em Passo Fundo.** 3° edição revisada e ampliada. Ed. Universidade de Passo Fundo, 2018.

_____. **Desafios da sustentabilidade na era tecnológica:** (im) probabilidade comunicacional e seus impactos na saúde e meio ambiente. Dados eletrônicos. Itajaí: UNIVALI, 2017.

_____. **Challenges of globalization and the environmental crisis: for a humanistic sustainability.** In: GARCIA, Heloise Siqueira; BODNAR, Zenildo; VIEIRA, Ricardo Stanziola (Org.). *Environmental and sustainable challenges and perspectives in the 21st century.* Perugia: Editora Unipg, 2020. p. 46-62. Disponível em: https://www.giurisprudenza.unipg.it/files/e-book_ingles_-_ambiental_e_sustentabilidade_-_perugia_-_30-11-2020.pdf . Acesso em 16 Jun 2024.

PINTO, Felipe Chiarello de Souza; SGRIGNOLLI, Ruth Carolina Rodrigues. **A (in)sustentável leveza da comunicação.** Revista Direito UFMS, Campo Grande/MS, volume .4, jul/dez, 2018.

RECH, Adir Ubaldo. **A sociedade de consumo e o desenvolvimento sustentável**. In: Relações de consumo: meio ambiente / org. Agostinho Oli Koppe Pereira, Luiz Fernando Del Rio Horn. – Caxias do Sul, RS: Educs, 2009, p. 29.

REIS, Jorge Renato dos; SILVA, Rogério da. **A implantação de políticas públicas voltadas para a educação:** uma preocupação com o consumismo infantil. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogério da. (Orgs.) Balcão do Consumidor: Diálogos Internacionais. Passo Fundo, RS, UPF: Itajaí, SC: Univali, 2013, p. 223-238.

SECURATO, José Roberto. **Crédito:** análise e avaliação de risco. 2. ed. São Paulo: Saint Paul, 2013.

SOUZA, Sylvio Capanema de. **Direito do consumidor.** Rio de Janeiro: Forense, 2018. p. 38-39.

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO. **Balcão do Consumidor**. Disponível em: https://www.upf.br/balcaodoconsumidor. Acesso em 16 Jun 2024.

_____. **Educação para o consumo é tema de atividade em Paraí**. 2021. Disponível em: https://www.upf.br/FD/noticia/balcao-do-consumidor-atividades-educacao-ambiental.. Acesso em 16 Jun 2024.

_____. **Balcão do Consumidor de Casca promove atividades de educação ambiental.** 2021. Disponível em: https://www.upf.br/FD/noticia/balcao-do-consumidor-atividades-educacao-ambiental. Acesso em 16 Jun 2024.

VIEIRA, Gabriella de Castro: REZENDE, Elcio Nacur. **A responsabilidade civil ambiental decorrente da obsolescência programada**. In: Pensamento jurídico. Bogotá, 2017, no. 46. p.

267- 285. Disponível em: file:///C:/Users/Geral/Downloads/51015-Texto%20del%20art%C3%ADculo-337320-1-10-20170626.pdf . Acesso em 16 Jun 2024.