XV ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI ALICANTE - ESPANHA

DIREITO E RELAÇÕES DE CONSUMO

ANTÔNIO CARLOS DINIZ MURTA

RAYMUNDO JULIANO FEITOSA

Copyright © 2026 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
Educação Jurídica
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP
Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello – UFMS – MS
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

Comissão Especial
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ
Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG
Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito e relações de consumo[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Raymundo Juliano Feitosa; Antonio Carlos Diniz Murta.– Florianópolis: CONPEDI, 2026.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5274-676-4
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Meio ambiente e sustentabilidade: perspectivas globais e locais na agenda 2030

2. Direito. 3. Relações de consumo. XV Encontro Internacional do CONPEDI Alicante - Espanha (1: 2026: Florianópolis, Brasil).
CDU: 34



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

XV ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI ALICANTE - ESPANHA

DIREITO E RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

Novamente na Espanha nos encontramos para discutir temas da mais alto relevância jurídica. Em especial, o temática de relações de consumo. Deparamo-nos com artigos da mais alta qualidade e de instigação científica relevante. Artigos tendo como objeto arquiteturas de consumo e vulnerabilidade digital, moda circular ou moda aparência, direito à educação e informação ambiental, trataemnto institucional do superendividamento e, finalmente, os vícios dos produtos e serviços digitais. Todos os conteúdos propostos nos fazem refletir profundamente sobre como as relaçoes de consumo nacional brasileiro são frequentemente sujeitas a críticas, merecendo de toda comunidade juridica, notadamente aqueles que atuam no âmbito da pesquisa de pós graduação estrito sensu, a buscar novas formas de interpretar o direito consumierista posto; mormente num momento em que convivemos numa relação muitas vêzes desiquilibrada entre fornecedor e consumidor. O fato de nos encontrarmos para tal reflexão jurídica em terras estrangeiras, em terras de Espanha, na belíssima e charmosa Alicante, nos permite um distanciamento, por um breve momento, de nossos afazeres profisssionais /acadêmicos fazendo, assim, que tenhamos uma visao conjunta e sistêmica emnriquecedora de doutrina provocadora e efetivamente enriquecedora. Parabéns a todos os autores pelo seu erudito trabalho e contribuição à ciência do direito consumerista.

O DIREITO À EDUCAÇÃO E INFORMAÇÃO AMBIENTAL AO CONSUMIDOR

THE RIGHT TO ENVIRONMENTAL EDUCATION AND INFORMATION FOR CONSUMERS

Jhon Wesley Leite Uchoa [1]
Marina Panazzolo
Manuel Andrés Andrés Jesús De Lama

Resumo

O presente artigo analisa os fundamentos constitucionais e normativos da formação do consumidor sustentável no ordenamento jurídico brasileiro, com especial atenção ao papel do direito à educação e à informação ambiental nas relações de consumo. Parte-se da compreensão de que a crise ambiental contemporânea impõe a necessidade de ressignificação dos padrões de produção e consumo, atribuindo ao consumidor papel ativo na concretização do direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. A pesquisa examina a constitucionalização da proteção ambiental a partir da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, destacando a corresponsabilidade da coletividade e a centralidade da educação ambiental como instrumento de efetivação da sustentabilidade. No plano infraconstitucional, analisa-se a integração entre o Código de Defesa do Consumidor e a Política Nacional de Educação Ambiental, evidenciando o direito à educação e à informação adequada como elementos essenciais para a autonomia crítica do consumidor. Adota-se metodologia qualitativa, com abordagem dedutiva, baseada em pesquisa bibliográfica e documental, apoiada em doutrina jurídica, legislação e referenciais teóricos sobre consumo e sustentabilidade. Conclui-se que a formação do consumidor sustentável constitui pilar fundamental da cidadania ecológica contemporânea, na medida em que possibilita escolhas conscientes, fortalece o controle social sobre as práticas de mercado e contribui para a conformação de um modelo de desenvolvimento comprometido com a justiça socioambiental, a dignidade da pessoa humana e a solidariedade intergeracional.

Palavras-chave: Consumidor sustentável, Educação ambiental, Direito do consumidor, Informação ambiental, Sustentabilidade

Abstract/Resumen/Résumé

This article analyzes the constitutional and normative foundations of the formation of the sustainable consumer within the Brazilian legal system, with special emphasis on the role of environmental education and information in consumer relations. The study is grounded in the understanding that the contemporary environmental crisis demands a redefinition of production and consumption patterns, attributing an active role to consumers in the realization of the fundamental right to an ecologically balanced environment. The research

[1] Mestrando em Direito pela Universidade de Caxias do Sul - UCS. Membro do grupo de pesquisa Metamorfose Jurídica - UCS. Lattes: http://lattes.cnpq.br/3989546811226110. Orcid: https://orcid.org/0009-0008-2280-0099. E-mail: jhonwluchoa@gmail.com

examines the constitutionalization of environmental protection under the 1988 Federal Constitution, highlighting the shared responsibility of society and the strategic role of environmental education in promoting sustainability. At the infra-constitutional level, the integration between the Consumer Defense Code and the National Environmental Education Policy is analyzed, emphasizing the right to education and adequate information as essential elements for the development of the consumer's critical autonomy. A qualitative methodology is adopted, with a deductive approach, based on bibliographic and documentary research, supported by legal doctrine, legislation, and theoretical frameworks on consumption and sustainability. The study concludes that the formation of the sustainable consumer constitutes a fundamental pillar of contemporary ecological citizenship, as it enables conscious choices, strengthens social control over market practices, and contributes to the construction of a development model committed to socio-environmental justice, human dignity, and intergenerational solidarity.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Sustainable consumer, Environmental education, Consumer law, Environmental information, Sustainability

INTRODUÇÃO

A intensificação da crise ambiental contemporânea, caracterizada pela exploração excessiva dos recursos naturais, pela ampliação das desigualdades socioambientais e pela consolidação de padrões de produção e consumo insustentáveis, impõe novos desafios ao direito e às políticas públicas. Nesse contexto, o consumo deixa de ser compreendido como mero ato individual e privado, passando a assumir dimensão social, política e ambiental relevante, capaz de influenciar diretamente a conformação dos modelos de desenvolvimento adotados pelas sociedades contemporâneas. A emergência do consumidor como agente central nesse processo evidencia a necessidade de repensar os fundamentos jurídicos que orientam as práticas de consumo, especialmente à luz da sustentabilidade e da proteção ambiental.

No ordenamento jurídico brasileiro, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 inaugurou um paradigma normativo que reconhece o meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental de titularidade difusa, impondo deveres tanto ao Estado quanto à coletividade. Essa constitucionalização da proteção ambiental projeta efeitos sobre diversos ramos do direito, dentre os quais se destaca o direito do consumidor, na medida em que as escolhas de consumo impactam diretamente os processos produtivos, a exploração dos recursos naturais e a geração de resíduos. Nesse cenário, a formação do consumidor sustentável emerge como exigência jurídica e ética indispensável para a efetividade do direito fundamental ao meio ambiente equilibrado e para a promoção da dignidade da pessoa humana.

A educação e a informação ambiental ao consumidor assumem papel estratégico na construção desse novo paradigma. O reconhecimento normativo do direito à educação ambiental, aliado ao direito à informação adequada e clara nas relações de consumo, revela a preocupação do legislador em promover a autonomia crítica do consumidor e em possibilitar escolhas conscientes e responsáveis. Todavia, apesar da existência de um arcabouço constitucional e infraconstitucional consistente, persistem desafios relacionados à efetividade desses direitos, especialmente diante das assimetrias informacionais do mercado, da complexidade das cadeias produtivas e da proliferação de práticas enganosas, como o *greenwashing*.

Diante desse contexto, o problema de pesquisa que orienta o presente artigo consiste em investigar de que modo os fundamentos constitucionais e normativos do ordenamento jurídico brasileiro contribuem para a formação do consumidor sustentável, com especial atenção ao papel do direito à educação e à informação ambiental como instrumentos de

efetivação da sustentabilidade nas relações de consumo. Busca-se compreender em que medida a constitucionalização da proteção ambiental e a normatização infraconstitucional das relações de consumo oferecem bases jurídicas suficientes para a construção de uma cidadania orientada por práticas de consumo conscientes e ambientalmente responsáveis.

O objetivo geral do artigo é analisar os fundamentos constitucionais e normativos da formação do consumidor sustentável no Brasil, evidenciando a centralidade do direito à educação e à informação ambiental ao consumidor como elementos estruturantes desse processo. Como objetivos específicos, pretende-se: (i) examinar a constitucionalização da proteção ambiental e sua repercussão sobre o direito do consumidor; (ii) analisar o tratamento conferido à educação e à informação ambiental no âmbito do Código de Defesa do Consumidor e da Política Nacional de Educação Ambiental; e (iii) discutir a contribuição da educação ambiental crítica para a construção da cidadania ecológica e do consumo consciente.

A relevância da pesquisa justifica-se tanto no plano teórico quanto no plano prático. No âmbito teórico, o estudo contribui para o aprofundamento do diálogo entre o direito ambiental e o direito do consumidor, áreas que, embora tradicionalmente tratadas de forma autônoma, revelam crescente interdependência no contexto da sustentabilidade. No plano prático, a análise dos fundamentos jurídicos da formação do consumidor sustentável oferece subsídios para a formulação de políticas públicas, para a atuação dos órgãos de defesa do consumidor e para o fortalecimento do controle social sobre as práticas de mercado.

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa adota o método dedutivo, partindo da análise dos princípios constitucionais e das normas gerais que estruturam a proteção ambiental e o direito do consumidor, para, em seguida, examinar sua aplicação específica à formação do consumidor sustentável. Utiliza-se a técnica de pesquisa bibliográfica e documental, com base em doutrina jurídica nacional e estrangeira, legislação constitucional e infraconstitucional, bem como em documentos normativos e referenciais teóricos relacionados à educação ambiental e ao consumo sustentável. A abordagem é predominantemente qualitativa, orientada pela análise crítica e sistemática do arcabouço normativo e teórico pertinente ao tema.

Quanto à estrutura, o artigo está organizado em três seções, além desta introdução e das considerações finais. A primeira seção analisa a constitucionalização da proteção ambiental e o papel formativo do consumidor à luz da Constituição de 1988. A segunda seção examina o direito à educação e à informação ambiental do consumidor no sistema normativo infraconstitucional, com destaque para o Código de Defesa do Consumidor e a Política Nacional de Educação Ambiental. A terceira seção discute a educação ambiental crítica, o

consumo consciente e a cidadania ecológica, evidenciando os desafios e as potencialidades da formação do consumidor sustentável no contexto contemporâneo.

Com essa estrutura, pretende-se demonstrar que a formação do consumidor sustentável não constitui mero ideal abstrato, mas resultado de um projeto normativo constitucionalmente orientado, que articula educação, informação, participação social e responsabilidade compartilhada na construção de um modelo de desenvolvimento comprometido com a justiça socioambiental.

2 A CONSTITUCIONALIZAÇÃO DA PROTEÇÃO AMBIENTAL E O PAPEL FORMATIVO DO CONSUMIDOR

A formação do consumidor sustentável apresenta-se como uma exigência jurídica e ética incontornável no contexto da crise ambiental contemporânea, marcada pela intensificação dos padrões de produção e consumo e pela progressiva degradação dos recursos naturais. O modelo econômico dominante, historicamente orientado pela lógica do crescimento ilimitado e pela maximização do lucro, demonstrou-se incapaz de compatibilizar desenvolvimento econômico, proteção ambiental e justiça social. Diante desse cenário, o direito assume papel estratégico na reorganização das relações sociais e econômicas, incorporando a sustentabilidade como valor normativo estruturante. Para (Fischer et al.2023), faz se necessário compreender que essa área é desafiadora e promissora, assim:

> Antes de começarmos, consideramos útil revelar e discutir o que torna o "consumo sustentável" uma área ao mesmo tempo desafiadora e promissora para o ensino. Iniciamos com uma breve introdução sobre como o consumo sustentável emergiu no campo das políticas públicas, bem como no âmbito da educação para o desenvolvimento sustentável. Em seguida, refletimos sobre os significados subjacentes ao "consumo sustentável" enquanto área temática e, embora não exista uma forma ideal de dividir esse tema, organizamos nossas reflexões em três tópicos, que serão analisados sucessivamente: "sustentabilidade", "consumo" e "mudança social".
>
> Façamos um breve retorno às origens políticas a partir das quais emergiu a compreensão atual de "consumo sustentável". A necessidade de formas mais sustentáveis de consumo e produção vem sendo debatida no cenário internacional de políticas públicas há décadas. Em 1972, representantes reunidos na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, em Estocolmo, posicionaram-se contra o consumo excessivo e desperdiçador de recursos naturais. No mesmo ano, foi publicado o Relatório Meadows, *Limites do Crescimento*, que chamou a atenção para a intensidade no uso de recursos associada a estilos de vida materialistas. No Simpósio das Nações Unidas em Oslo, em 1994, o consumo e a produção sustentáveis foram definidos como o uso de serviços e produtos relacionados para atender às necessidades básicas e assegurar qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se minimiza o esgotamento de recursos e os impactos ambientais negativos, tanto no presente quanto para as futuras gerações. (Fischer et al. 2023, p. 5) (tradução nossa)

Com isso, pode-se observar que cada parte dessa divisão deve ser apreciada e observada com certa proeza, uma vez que abrange várias áreas de atuação em busca de um denominador comum. A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 inaugurou um novo paradigma jurídico ao reconhecer expressamente o meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental de titularidade difusa. O artigo 225 da constituição cidadã assim diz:

> Todos têm direito 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.
> § 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao Poder Público:

Com isso, assim consagra este direito como bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo ao Poder Público (Milaré, 2015, p. 787) e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações. Conforme destaca Édis Milaré, a Constituição de 1988 promoveu uma verdadeira constitucionalização do direito ambiental, elevando a proteção do meio ambiente à condição de pressuposto da própria dignidade da pessoa humana (Milaré, 2015).

A centralidade conferida ao meio ambiente no texto constitucional representa ruptura significativa com concepções tradicionais que o tratavam como mero objeto de apropriação econômica. A proteção ambiental deixa de ser acessória e passa a orientar a interpretação de todo o ordenamento jurídico, irradiando efeitos sobre áreas como o direito econômico, o direito urbanístico e, de modo especial, o direito do consumidor. A formação do consumidor sustentável encontra, assim, fundamento direto na Constituição, na medida em que o consumo passa a ser compreendido como prática social dotada de relevância jurídica e ambiental.

A referência expressa à coletividade no artigo 225 evidencia que a tutela ambiental não se limita à atuação estatal, mas pressupõe a participação ativa da sociedade. Nesse contexto, o consumidor emerge como sujeito central na concretização do direito ao meio ambiente equilibrado. As decisões de consumo, quando consideradas de forma agregada, influenciam diretamente os padrões de produção, a exploração dos recursos naturais e a geração de resíduos e poluentes. Como observa José Rubens Morato Leite, a proteção ambiental no Estado Constitucional contemporâneo está intrinsecamente vinculada à ideia de corresponsabilidade social, o que impõe deveres não apenas ao Estado, mas também aos particulares (Leite, 2017).

A formação do consumidor sustentável insere-se, portanto, nessa lógica de corresponsabilidade constitucional. Ao exercer suas escolhas no mercado, o consumidor

participa ativamente da conformação das práticas econômicas e ambientais. A ausência de consciência ambiental no consumo compromete a efetividade do direito fundamental ao meio ambiente equilibrado, ao passo que escolhas informadas e responsáveis contribuem para a indução de padrões produtivos mais sustentáveis. O consumo deixa de ser um ato puramente privado para assumir dimensão pública e política.

A proteção ambiental constitucionalmente assegurada encontra-se indissociavelmente ligada ao princípio da dignidade da pessoa humana, erigido como fundamento da República Federativa do Brasil. Não há dignidade possível em um contexto de degradação ambiental generalizada, no qual direitos básicos como o acesso à água potável, ao ar limpo e a condições mínimas de salubridade são sistematicamente violados. Nesse sentido, a formação do consumidor sustentável revela-se como instrumento de concretização da dignidade humana, ao promover práticas de consumo compatíveis com a preservação da vida e com a justiça socioambiental.

A Constituição de 1988 reconhece expressamente a dimensão educativa da proteção ambiental ao estabelecer, no inciso VI do §1º do artigo 225, o dever do Poder Público de promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente. Trata-se de comando normativo de elevada densidade jurídica, que atribui à educação papel central na construção de uma sociedade ambientalmente responsável. A educação ambiental, nesse sentido, não se restringe ao ambiente escolar, mas deve alcançar todos os espaços de formação social, inclusive aqueles relacionados ao consumo.

A educação ambiental assume natureza de direito fundamental instrumental, na medida em que viabiliza o exercício consciente de outros direitos e deveres constitucionais. Sem acesso à educação e à informação adequadas, o consumidor permanece vulnerável às estratégias de mercado e incapaz de avaliar criticamente os impactos ambientais associados aos produtos e serviços que consome. Como destaca Paulo Affonso Leme Machado, a informação ambiental é condição indispensável para a participação democrática e para a efetividade da proteção do meio ambiente (Machado, 2016).

Nesse contexto, destaca-se o direito à educação e à informação ambiental ao consumidor como elemento estruturante da formação do consumidor sustentável. O acesso a informações claras, corretas e transparentes sobre os impactos ambientais dos produtos e serviços permite que o consumidor exerça sua autonomia de forma consciente e responsável. A informação ambiental, quando associada a processos educativos contínuos, contribui para a

construção de valores e atitudes compatíveis com a sustentabilidade, superando abordagens meramente comportamentais ou pontuais.

A formação do consumidor sustentável exige, portanto, um processo educativo permanente, capaz de articular conhecimento técnico, reflexão ética e engajamento social. Trata-se de um processo que transcende a simples aquisição de informações e envolve a internalização de valores relacionados à solidariedade, à responsabilidade intergeracional e ao respeito aos limites ecológicos do planeta. O direito, ao reconhecer e normatizar o dever de promover a educação e a informação ambiental, cria as bases para a construção de uma cidadania orientada pela sustentabilidade. Com isso, (Fischer et al. 2023), alega que:

> Para alguns autores, o consumo é meramente um ato de manipulação promovido por uma "indústria cultural" composta por agências de marketing e comunicação, com "zumbis consumidores" que seriam apenas vítimas de um impulso incessante para consumir cada vez mais coisas de que não necessariamente precisam (Adorno & Horkheimer, 1944/2002). Nessa perspectiva, o consumo é um ato irrefletido, desprovido de qualquer reflexividade. Em uma perspectiva oposta, o ato de consumir é dotado de significado e simbolismo. Ao comprar bens, não apenas comunicamos algo sobre quem somos, mas também compartilhamos momentos com outras pessoas. Rituais fundamentais da vida são frequentemente marcados pelo consumo, seja por meio da troca de presentes, seja ao convidar pessoas para nossas casas para uma refeição (Douglas & Isherwood, 1979). Ambas as perspectivas podem ser corretas, mas nenhuma delas é suficiente para explicar todas as formas de consumo.(Fischer et al. 2023, p. 8-9) (tradução nossa)

A incorporação da variável ambiental nas relações de consumo reflete, assim, uma transformação paradigmática no modo como o direito compreende o papel do consumidor. O consumidor sustentável não é apenas destinatário de proteção jurídica, mas sujeito ativo na concretização de direitos fundamentais. A formação desse consumidor constitui condição indispensável para a efetividade do direito ao meio ambiente equilibrado e para a construção de um modelo de desenvolvimento comprometido com a justiça social e ambiental.

3 O DIREITO À EDUCAÇÃO E À INFORMAÇÃO AMBIENTAL DO CONSUMIDOR NO SISTEMA NORMATIVO INFRACONSTITUCIONAL

A consolidação da formação do consumidor sustentável no ordenamento jurídico brasileiro encontra suporte decisivo na normatização infraconstitucional das relações de consumo, especialmente a partir do Código de Defesa do Consumidor, instituído pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. O CDC inaugura um modelo de tutela pautado no reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, estabelecendo um conjunto de direitos básicos destinados a reequilibrar relações marcadas por profundas assimetrias informacionais, técnicas e econômicas. Nesse contexto, a educação e a informação

assumem papel central como instrumentos de emancipação do consumidor e de promoção da justiça nas relações de mercado.

O direito à educação para o consumo adequado encontra previsão expressa no artigo 6º, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor, ao lado do direito à informação adequada e clara sobre produtos e serviços, previsto no inciso III do mesmo dispositivo. Assim segundo este artigo que diz:

> São direitos básicos do consumidor:
> I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;
> II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;
> III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem. (BRASIL, 1990)

Tais direitos não se limitam à proteção do interesse econômico imediato do consumidor, mas possuem nítida dimensão social e ambiental. Conforme observa Cláudia Lima Marques, o CDC consagra um verdadeiro direito fundamental à informação e à educação para o consumo, indispensável para a construção da autonomia do consumidor em um mercado complexo e tecnificado (Marques, 2016).

A formação do consumidor sustentável depende diretamente da efetividade desses direitos básicos. Sem acesso à educação e à informação adequadas, o consumidor permanece submetido às estratégias de persuasão do mercado, incapaz de avaliar os impactos ambientais e sociais dos produtos e serviços que consome. A informação ambiental, nesse sentido, constitui elemento essencial para a concretização do direito à escolha consciente, permitindo que o consumidor considere critérios como a origem dos insumos, os processos produtivos, o uso de recursos naturais e a destinação final dos resíduos.

O direito à educação e à informação ambiental ao consumidor emerge, assim, como desdobramento necessário dos direitos básicos previstos no Código de Defesa do Consumidor, em diálogo direto com o direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. A proteção do consumidor e a proteção ambiental deixam de operar em esferas estanques e passam a integrar um mesmo sistema normativo orientado pela sustentabilidade. Bruno Miragem destaca que o direito do consumidor contemporâneo deve ser interpretado à luz de valores constitucionais, entre os quais se insere a proteção ambiental, o que amplia o alcance dos deveres de informação e de lealdade dos fornecedores (Miragem, 2019).

A transparência informacional assume relevância ainda maior diante da crescente complexidade dos produtos e das cadeias de produção globalizadas. O consumidor médio, mesmo diligente, encontra dificuldades para identificar os impactos ambientais associados ao

ciclo de vida dos bens que consome. Essa realidade reforça a necessidade de um regime jurídico rigoroso de informação ambiental, capaz de traduzir dados técnicos em linguagem acessível e verificável. A omissão ou a distorção de informações ambientais compromete a autonomia do consumidor e viola os princípios da boa-fé e da confiança que estruturam as relações de consumo.

Nesse contexto, ganham destaque práticas abusivas como o *greenwashing*, caracterizadas pela utilização de discursos ambientais enganosos ou exagerados com o objetivo de induzir o consumidor a erro. Tais práticas afrontam diretamente o direito à informação e fragilizam a credibilidade das iniciativas empresariais voltadas à sustentabilidade. A repressão ao *greenwashing* não se limita à aplicação de sanções administrativas ou judiciais, mas exige a formação de consumidores capazes de identificar inconsistências entre discurso e prática. A educação ambiental, aliada à informação adequada, desempenha papel decisivo nesse processo.

O princípio da boa-fé objetiva, consagrado como cláusula geral no direito do consumidor, reforça a obrigação dos fornecedores de agir com lealdade, transparência e responsabilidade. A boa-fé objetiva impõe deveres anexos de informação, cooperação e cuidado, que se projetam sobre as informações ambientais prestadas ao consumidor. Conforme ensina Judith Martins-Costa, a boa-fé objetiva opera como padrão de conduta socialmente exigível, orientando o comportamento dos agentes econômicos e protegendo a confiança legítima do consumidor (Martins - Consta, 2018).

A formação do consumidor sustentável também se apoia na Política Nacional de Educação Ambiental, instituída pela Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que regulamenta o mandamento constitucional de promoção da educação ambiental. A PNEA define a educação ambiental como processo permanente, no qual indivíduos e coletividades constroem valores, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente e para a sustentabilidade. Essa definição revela o caráter abrangente e transformador da educação ambiental, que ultrapassa a mera transmissão de informações e busca promover mudanças culturais profundas.

A Política Nacional de Educação Ambiental adota princípios como a abordagem humanista, democrática e participativa, a visão holística do meio ambiente e a articulação entre ética, educação, trabalho e práticas sociais. Esses princípios fornecem base normativa sólida para a formação do consumidor sustentável, ao reconhecer que o consumo é prática social complexa, influenciada por valores, normas e estruturas institucionais. A educação

ambiental crítica, nesse sentido, contribui para a compreensão das interações entre consumo, meio ambiente e justiça social.

A integração entre o Código de Defesa do Consumidor e a Política Nacional de Educação Ambiental evidencia a construção de um sistema normativo voltado à formação do consumidor sustentável. O direito à educação e à informação ambiental ao consumidor emerge como ponto de convergência entre esses diplomas legais, reforçando a necessidade de políticas públicas integradas que articulem proteção do consumidor, educação ambiental e regulação do mercado. Essa integração amplia o alcance do direito do consumidor, inserindo-o em um projeto mais amplo de desenvolvimento sustentável.

A efetividade desse sistema normativo depende, contudo, da atuação coordenada de diversos atores sociais. O Estado desempenha papel central ao formular e implementar políticas públicas de educação ambiental e de proteção do consumidor, fiscalizando práticas de mercado e promovendo a transparência informacional. As instituições de ensino, por sua vez, contribuem para a formação crítica dos cidadãos, incorporando a temática do consumo sustentável em seus currículos e práticas pedagógicas.

As empresas também possuem responsabilidade relevante na formação do consumidor sustentável, na medida em que detêm informações privilegiadas sobre seus processos produtivos e impactos ambientais. A prestação de informações claras, precisas e verificáveis constitui dever jurídico e ético dos fornecedores, decorrente tanto do Código de Defesa do Consumidor quanto dos princípios constitucionais da boa-fé e da defesa do meio ambiente. A responsabilidade empresarial, nesse contexto, não pode ser reduzida a estratégias de marketing, mas deve refletir compromissos efetivos com a sustentabilidade.

A formação do consumidor sustentável revela-se, assim, como processo multidimensional, que articula educação, informação, regulação e participação social. O direito à educação e à informação ambiental ao consumidor ocupa posição estratégica nesse processo, ao viabilizar escolhas conscientes e ao fortalecer a capacidade crítica do consumidor diante das práticas de mercado. Ao integrar proteção do consumidor e proteção ambiental, o ordenamento jurídico brasileiro oferece bases normativas consistentes para a promoção de padrões de consumo compatíveis com os limites ecológicos do planeta.

A formação do consumidor sustentável, para além de seus fundamentos normativos expressos, exige uma compreensão crítica do contexto econômico, social e cultural no qual se inserem as práticas de consumo contemporâneas. O consumo não pode ser interpretado como ato puramente individual ou neutro, mas como prática social condicionada por estruturas institucionais, por padrões culturais e por racionalidades econômicas que influenciam

comportamentos e expectativas. Nesse sentido, a formação do consumidor sustentável pressupõe a problematização do modelo de desenvolvimento hegemônico e das lógicas de mercado que estimulam o consumo excessivo e ambientalmente predatório.

4 EDUCAÇÃO AMBIENTAL CRÍTICA, CONSUMO CONSCIENTE E CIDADANIA ECOLÓGICA

As teorias críticas do consumo evidenciam que a autonomia do consumidor é frequentemente limitada por estratégias de mercado baseadas na indução artificial de necessidades, na publicidade agressiva e na obsolescência programada. Zygmunt Bauman observa que a sociedade de consumo transforma o ato de consumir em elemento central da identidade social, associando felicidade, pertencimento e sucesso à aquisição constante de bens e serviços (Bauman, 2008). Nesse cenário, a educação ambiental assume papel fundamental ao possibilitar a desconstrução dessas narrativas e a construção de uma consciência crítica sobre os impactos sociais e ambientais do consumo.

A formação do consumidor sustentável, portanto, não se limita à disponibilização de informações técnicas sobre produtos ambientalmente adequados, mas envolve um processo educativo mais profundo, orientado à emancipação do sujeito. A educação ambiental crítica permite que o consumidor compreenda os condicionantes estruturais do consumo e reconheça sua inserção em cadeias produtivas complexas, cujos impactos ultrapassam a esfera individual. Essa abordagem reforça a dimensão política do consumo, compreendido como espaço de exercício da cidadania e de afirmação de valores éticos. Assim, (Fischer et al. 2023), relata sobre o tema:

> Para os numerosos estudiosos vinculados à teoria das práticas sociais, o consumo, enquanto inserido em contextos sociomateriais, só pode ser compreendido em relação aos significados normativos sobre como as coisas devem ou deveriam ser feitas, às habilidades e competências das pessoas que desempenham essas práticas e aos arranjos materiais que tornam algumas práticas mais viáveis do que outras (Gram-Hanssen, 2011; Sahakian & Wilhite, 2014; Shove & Pantzar, 2005; ver Caixa Teórica 13.1). Em outras abordagens, mais econômicas, do consumo — ontologicamente opostas às teorias das práticas — prevalece a noção de escolha racional: consome-se para maximizar a utilidade, obter o máximo proveito das coisas e atender ao interesse próprio.(Fischer et al. 2023, p. 9) (tradução nossa)

Nesse contexto, o direito à educação e à informação ambiental ao consumidor revela-se elemento central para a efetivação da sustentabilidade. A informação ambiental, quando articulada a processos educativos críticos, possibilita que o consumidor exerça escolhas conscientes e responsáveis, resistindo a discursos mercadológicos enganosos e

exigindo maior responsabilidade socioambiental dos fornecedores. Conforme destaca Enrique Leff, a crise ambiental contemporânea é, antes de tudo, uma crise de racionalidade, que exige novos paradigmas de conhecimento e de ação social (Leff, 2011).

O ordenamento jurídico brasileiro oferece fundamentos normativos para essa transformação paradigmática ao relativizar a centralidade do crescimento econômico e ao reconhecer limites ecológicos à atividade econômica. A Constituição Federal de 1988 consagra princípios como a função social da propriedade, a defesa do meio ambiente e a redução das desigualdades sociais, os quais impõem restrições à liberdade econômica em favor do interesse público. A formação do consumidor sustentável, ao internalizar esses valores, contribui para a conformação de um mercado orientado por critérios de sustentabilidade e justiça social.

A atuação do Estado assume papel decisivo na promoção da formação do consumidor sustentável, especialmente por meio da implementação de políticas públicas integradas. Instrumentos como programas de rotulagem ambiental, incentivos fiscais à produção sustentável e campanhas educativas voltadas ao consumo consciente constituem mecanismos relevantes para orientar comportamentos e induzir transformações no mercado. Contudo, tais instrumentos somente alcançam efetividade quando acompanhados de processos educativos contínuos e de acesso amplo à informação ambiental.

A Política Nacional de Educação Ambiental reforça essa perspectiva ao estabelecer que a educação ambiental deve ser desenvolvida de forma articulada, contínua e permanente, envolvendo o poder público, as instituições de ensino, os meios de comunicação e a sociedade civil. A formação do consumidor sustentável, nesse sentido, não pode ser tratada como responsabilidade exclusiva do indivíduo, mas como resultado de um esforço coletivo orientado pela corresponsabilidade social. Como assinala Carlos Frederico Marés, a proteção ambiental exige a construção de uma cultura jurídica e social comprometida com os direitos difusos e com a solidariedade intergeracional (Marés, 2010).

As empresas também desempenham papel relevante na formação do consumidor sustentável, na medida em que detêm controle sobre informações estratégicas relacionadas aos impactos ambientais de seus produtos e serviços. A transparência informacional constitui dever jurídico decorrente do Código de Defesa do Consumidor e dos princípios da boa-fé objetiva e da confiança. A omissão ou manipulação de informações ambientais compromete o direito à escolha consciente e fragiliza a legitimidade das iniciativas empresariais voltadas à sustentabilidade.

A repressão a práticas como o *greenwashing* insere-se nesse contexto como medida indispensável para a proteção do consumidor e do meio ambiente. A divulgação de atributos ambientais falsos ou exagerados não apenas viola o direito à informação, mas também compromete a construção de uma cultura de consumo sustentável. A formação do consumidor sustentável, ao fortalecer a capacidade crítica dos indivíduos, contribui para a identificação e o enfrentamento dessas práticas, reforçando o controle social sobre o mercado.

A sociedade civil organizada desempenha papel complementar na promoção da educação e da informação ambiental ao consumidor. Organizações não governamentais, movimentos sociais e iniciativas comunitárias atuam na difusão de informações, na fiscalização das práticas empresariais e na promoção do debate público sobre consumo e sustentabilidade. Essa atuação fortalece a democracia participativa e amplia os espaços de deliberação coletiva sobre os rumos do desenvolvimento.

A formação do consumidor sustentável deve ser compreendida, portanto, como processo dinâmico e permanente, capaz de se adaptar às transformações tecnológicas, econômicas e sociais. A digitalização das relações de consumo, a ampliação do comércio eletrônico e a complexificação das cadeias globais de produção impõem novos desafios à educação e à informação ambiental. O direito, ao reconhecer essa dinamicidade, deve atualizar continuamente seus instrumentos normativos e regulatórios, garantindo a efetividade dos direitos do consumidor e a proteção do meio ambiente.

À luz desses elementos, é possível afirmar que a formação do consumidor sustentável constitui pilar fundamental da cidadania ecológica contemporânea. Ao integrar educação ambiental, direito do consumidor e participação social, o ordenamento jurídico brasileiro oferece bases normativas consistentes para a promoção de padrões de consumo compatíveis com os limites ecológicos do planeta. A consolidação desse paradigma exige uma mudança cultural profunda, na qual o consumo seja ressignificado como prática ética e política.

Em conclusão, a formação do consumidor sustentável, fundamentada nos princípios constitucionais e nas normas infraconstitucionais, revela-se instrumento essencial para a efetivação do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e para a promoção da dignidade da pessoa humana. O direito à educação e à informação ambiental ao consumidor ocupa posição estratégica nesse processo, ao viabilizar escolhas conscientes, fortalecer a autonomia crítica do consumidor e induzir transformações estruturais no mercado. A

consolidação desse modelo representa desafio permanente, mas também oportunidade concreta de construção de uma sociedade mais justa, solidária e ambientalmente responsável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos fundamentos constitucionais e normativos da formação do consumidor sustentável evidencia que o ordenamento jurídico brasileiro oferece bases sólidas para a incorporação da sustentabilidade como valor estruturante das relações de consumo. A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, ao reconhecer o meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental de titularidade difusa, inaugura um paradigma jurídico que transcende a lógica meramente econômica do consumo, atribuindo-lhe dimensão social, ambiental e ética. Nesse contexto, a formação do consumidor sustentável revela-se elemento indispensável para a efetividade do direito fundamental ao meio ambiente equilibrado e para a concretização da dignidade da pessoa humana.

Verificou-se que a constitucionalização da proteção ambiental projeta efeitos diretos sobre o direito do consumidor, ao reconhecer a corresponsabilidade da coletividade na defesa e preservação do meio ambiente. O consumidor, enquanto agente central das dinâmicas de mercado, assume papel ativo na conformação dos padrões de produção e consumo, de modo que suas escolhas individuais, quando consideradas de forma agregada, produzem impactos ambientais significativos. A formação do consumidor sustentável, nesse sentido, não se limita à ampliação de direitos, mas implica a internalização de deveres constitucionais orientados pela solidariedade intergeracional e pelo respeito aos limites ecológicos.

No plano infraconstitucional, constatou-se que o Código de Defesa do Consumidor e a Política Nacional de Educação Ambiental estabelecem um sistema normativo integrado voltado à promoção da educação e da informação ambiental ao consumidor. O reconhecimento do direito à educação para o consumo adequado e à informação clara e transparente sobre produtos e serviços constitui instrumento essencial para a redução das assimetrias informacionais que caracterizam as relações de consumo contemporâneas. A informação ambiental, quando associada a processos educativos contínuos, possibilita o exercício da autonomia crítica do consumidor e contribui para a construção de escolhas conscientes e responsáveis.

A pesquisa demonstrou que a educação ambiental crítica desempenha papel central na formação do consumidor sustentável, ao permitir a problematização dos modelos de produção e consumo hegemônicos e a compreensão do consumo como prática social dotada de

relevância política. A superação de abordagens meramente comportamentais exige processos educativos capazes de articular conhecimento técnico, reflexão ética e engajamento social, promovendo a ressignificação do consumo como espaço de exercício da cidadania ecológica. Nesse sentido, o direito à educação e à informação ambiental ao consumidor emerge como direito fundamental instrumental, indispensável à efetivação da sustentabilidade nas relações de mercado.

Evidenciou-se, ainda, que a efetividade da formação do consumidor sustentável depende da atuação coordenada de diversos atores sociais. O Estado possui responsabilidade central na formulação e implementação de políticas públicas integradas de educação ambiental e proteção do consumidor, bem como na fiscalização das práticas de mercado e na repressão a condutas abusivas, como o *greenwashing*. As empresas, por sua vez, devem assumir compromissos efetivos com a transparência informacional e com a responsabilidade socioambiental, superando estratégias meramente retóricas. A sociedade civil organizada, por fim, desempenha papel relevante na difusão de informações, no controle social e no fortalecimento da participação democrática.

Conclui-se que a formação do consumidor sustentável constitui pilar fundamental para a consolidação de um modelo de desenvolvimento comprometido com a justiça social e ambiental. O direito, ao integrar proteção ambiental, direito do consumidor e educação ambiental, oferece instrumentos normativos capazes de induzir transformações estruturais nas práticas de mercado e nos comportamentos sociais. Todavia, a consolidação desse paradigma exige esforços contínuos de atualização normativa, de fortalecimento institucional e de mudança cultural, de modo a acompanhar as transformações tecnológicas e econômicas que impactam as relações de consumo.

Por fim, destaca-se que futuras pesquisas podem aprofundar a análise empírica da efetividade das políticas públicas de educação e informação ambiental ao consumidor, bem como investigar os desafios específicos decorrentes da digitalização do consumo e da globalização das cadeias produtivas. Tais investigações poderão contribuir para o aprimoramento do sistema jurídico e para o fortalecimento da cidadania ecológica, reafirmando o papel do consumidor como sujeito ativo na construção de uma sociedade mais justa, solidária e ambientalmente responsável.

REFERÊNCIAS

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

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidência da República, 1988.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências (Código de Defesa do Consumidor). Brasília, DF: Presidência da República, 1990.

BRASIL. **Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999**. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1999.

FISCHER, Daniel et al. (Ed.). **Teaching and Learning Sustainable Consumption: A Guidebook.** Taylor & Francis, 2023.

LEFF, Enrique. **Racionalidade ambiental: a reapropriação social da natureza**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

LEITE, José Rubens Morato. **Direito ambiental: teoria e prática**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Direito ambiental brasileiro**. 24. ed. São Paulo: Malheiros, 2016.

MARÉS, Carlos Frederico. **A função social da terra**. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MARTINS-COSTA, Judith. **A boa-fé no direito privado: critérios para a sua aplicação**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

MILARÉ, Édis. **Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco.** 10. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.