



Ministério da Justiça

Secretaria Nacional do Consumidor
SENACON

Departamento de Proteção
e Defesa do Consumidor - DPDC



CONSUMO SUSTENTÁVEL

Caderno de Investigações Científicas

Volume 3

Brasília - DF
2013



2013 © Secretaria Nacional do Consumidor

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio, salvo com autorização por escrito da Secretaria Nacional do Consumidor.

Esplanada dos Ministérios, Bloco “T”, Palácio da Justiça Raymundo Faoro, Edifício Sede, 5º andar, Sala 542 – Brasília, DF, CEP 70.964-900.

Tiragem: 2.500 exemplares

Impresso no Brasil

Caderno de Investigações Científicas – Volume 3: Consumo Sustentável

Edição e Distribuição

Ministério da Justiça

Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON

Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC

Escola Nacional de Defesa do Consumidor - ENDC

Equipe Técnica

Autores

Patrícia Faga Iglecias Lemos

Marcelo Gomes Sodré

Rita Moraes de Andrade

Manuela Prado Leitão

Lisa Gunn

João Múcio Amado Mendes

Revisão Acadêmica

Manuela Prado Leitão

João Múcio Amado Mendes

Supervisão

Danilo Cesar Maganhoto Doneda

Andiara Maria Braga Maranhão

Hágatta Guedes Fonseca de Brito

Luciana Caetano Silva Fernandes

Coordenação

Patrícia Faga Iglecias Lemos

Juliana Pereira da Silva

Amaury Martins de Oliva

342.5 B823c Brasil. Secretaria Nacional do Consumidor. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Consumo sustentável / Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor ; Patrícia Faga Iglecias Lemos [et al]; coordenação de Patrícia Faga Iglecias Lemos, Juliana Pereira da Silva e Amaury Martins Oliva. -- Brasília : Ministério da Justiça, 2013.

223 p.: il. (Caderno de investigações científicas, v.3)

ISBN: 9788585820404

1. Direito do consumidor 2. Desenvolvimento sustentável 3. Consumidor – direitos e deveres I. Lemos, Patrícia Faga Iglecias II. Silva, Juliana Pereira da, coord. III. Oliva, Amaury Martins, coord. IV. Título.

CDD

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca do Ministério da Justiça

APRESENTAÇÃO

A Secretaria Nacional do Consumidor, por meio da Escola Nacional de Defesa do Consumidor, apresenta com satisfação o terceiro volume da coleção Caderno de Investigações Científicas, que trata do tema Consumo Sustentável.

Elaborado por diversos especialistas no tema, coordenados pela autora e também professora Patrícia Iglecias, cujo trabalho é referência nesta área, a obra procura contribuir concretamente para a reflexão sobre o papel desempenhado pelo consumo na nossa sociedade e para a consideração de parâmetros e valores representativos da sustentabilidade nas políticas públicas de defesa do consumidor.

Esta iniciativa reflete o novo momento da Política Nacional das Relações de Consumo, no qual a proteção do consumidor, nas bases já consolidadas pelo advento do Código de Defesa do Consumidor, transformou-se em política de Estado e veio a se somar à consciência de que as relações de consumo devem ser abordadas conjuntamente com matérias que com ela interagem diretamente, como é o caso da proteção ao meio ambiente.

Neste sentido, as discussões em torno da sustentabilidade nas relações de consumo tem ganhado grande projeção e, com o fim de incentivar a reflexão acerca dos impactos do consumo e das interfaces entre as normas ambientais e a legislação consumerista foi idealizada esta publicação, em torno dos seguintes subtemas: do mundo do consumo ao consumo sustentável; eixos do desenvolvimento inclusivo e sustentável; a proteção do consumidor e o consumo sustentável; e a política nacional de resíduos sólidos na perspectiva da tutela do consumidor.

Na obra, destaca-se a importância do papel desempenhado pelos consumidores para a sustentabilidade, seja ao colaborarem com a redução dos impactos decorrentes do consumo, seja optando pela compra de produtos que revelam menor potencialidade de geração de danos ao meio ambiente, realizando escolhas ecologicamente conscientes, ou colaborando com a gestão dos resíduos e respectivos sistemas de logística reversa implantados.

Para que o consumidor possa exercer este papel com plenitude, cabe verificar o respeito ao seu direito de ser suficientemente informado e esclarecido sobre as características e riscos dos produtos e serviços ofertados no mercado, inclusive sobre o modo adequado do descarte e dos respectivos resíduos. Da mesma forma, a opção consciente por produtos e serviços sustentáveis não pode representar ao consumidor, em si, um ônus.

Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor
Secretaria Nacional do Consumidor
Ministério da Justiça

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO DOS AUTORES	8
CAPITULO 1 - DO MUNDO DO CONSUMO AO CONSUMO SUSTENTÁVEL	17
1.1. A Revolução do Consumo	17
1.2. Consumo e Moda.....	23
1.3. As fases da sociedade de consumo e o momento atual.....	30
1.4. O consumo sustentável	37
CAPITULO 2 - EIXOS DO DESENVOLVIMENTO INCLUSIVO E SUSTENTÁVEL	55
2.1. Eixo Econômico.....	57
2.1.1. Desenvolvimento sustentável e economia verde.....	57
2.1.2. Produção e consumo sustentáveis	63
2.2. Eixo Ambiental.....	71
2.3. Eixo Social.....	84
CAPITULO 3 - A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E O CONSUMO SUSTENTÁVEL	105

3.1. O Código de Defesa do Consumidor e a legislação ambiental	107
3.2. O impacto das escolhas do consumidor sobre o meio ambiente	114
3.3. Direito à informação ambiental nas relações de consumo	119
3.4. <i>Marketing</i> verde.....	125
3.4.1. Certificações	128
3.4.2. Maquiagem verde (<i>Greenwashing</i>)	134
3.5. O papel dos órgãos e das entidades de proteção e defesa do consumidor
.....	142

CAPITULO 4 - A POLITICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS NA PERSPECTIVA DA TUTELA DO CONSUMIDOR	151
4.1. Disciplina jurídica dos resíduos sólidos	153
4.2. Hierarquia de resíduos	159
4.3. Responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos	162
4.4. Logística reversa	168
4.5. Coleta seletiva	190
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	201

APRESENTAÇÃO DOS AUTORES

Patrícia Faga Iglecias Lemos



Livre-docente (2011), doutora (2007) e mestre (2002) em Direito pela Universidade de São Paulo (USP). Graduada em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (1991). Professora Associada da Faculdade de Direito da USP e orientadora dos Programas de Pós-Graduação em Direito (FD/USP) e em Ciência Ambiental (PROCAM/USP). Pesquisadora líder do Grupo de Estudos Aplicados ao Meio Ambiente (GEAMA/USP), do Centro Multidisciplinar de Estudos em Resíduos Sólidos (CeRSOL/USP) e do Centro de Estudos e Pesquisas sobre Desastres no Estado de São Paulo (CEPED/USP). Realiza pesquisa em Direito Civil Ambiental, com ênfase em: responsabilidade pós-consumo, resíduos sólidos, áreas contaminadas, logística reversa, consumo sustentável, design sustentável do produto e prevenção de desastres. Vice-presidente da região Sudeste do Instituto O Direito por um Planeta Verde. Coordenadora, para o Estado de São Paulo, da Associação dos Professores de Direito Ambiental do Brasil (APRODAB). Membro da European Environmental Law Association (EELA). Membro do Conselho Estadual do Meio Ambiente (CONSEMA). Advogada e consultora ambiental em São Paulo.

Marcelo Gomes Sodré



Doutor (2003), mestre (2000) e graduado (1979) em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Graduado em Filosofia pela Universidade de São Paulo (1986). Professor de graduação e pós-graduação na PUC/SP na área de direitos difusos. Possui pesquisa com ênfase em Direito das Relações de Consumo, Direito Ambiental e Filosofia do Direito. Diretor Adjunto da Faculdade de Direito da PUC/SP (quadriênio 2009 a 2013). Procurador do Estado, com atuação na Consultoria Jurídica da Secretaria do Meio Ambiente de São Paulo. Integra os Conselhos Diretores das seguintes associações civis: IDEC e ALANA. Diretor do PROCON de São Paulo de 1988 a 1994. Presidente do Conselho do Greenpeace Brasil de 2009 a 2011. Assessor da comissão que redigiu o Código de Defesa do Consumidor.

Rita Morais de Andrade



Pós-doutoranda pelo Programa Avançado de Cultura Contemporânea (PACC/UFRJ), com o tema de pesquisa “Indumentária em Museus e Coleções no Brasil”. Doutora em História pela PUC/SP (2008). Mestre em História dos Tecidos e do Vestuário pela Universidade de Southampton, Reino Unido (2000). Coursou

Museologia (*lato sensu*) pelo Instituto de Museologia de São Paulo – FESP (1996). Professora Adjunta do Programa de Pós-graduação da Arte e Cultura Visual e do Bacharelado em Design de Moda da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás (desde 2006). Pesquisa, especialmente, a história da indumentária e dos têxteis (artefatos e imagens), sua patrimonialização (com ênfase em coleções brasileiras) e inserção na cultura contemporânea. Membro do Conselho Editorial da revista *dObras* (desde 2007) e pesquisadora convidada dos seguintes grupos de pesquisa: Comunicação, Comportamento e Estratégias Corporais, do Instituto ETHOS; Núcleo Interdisciplinar de Estudo da Imagem e do Objeto (NIO/UFRJ); e Moda, Cultura e Historicidade (UFJF). Membro de Comitê Científico do Colóquio de Moda e do Congresso Internacional de Moda e Design (CIMODE). Membro do Conselho Consultivo da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisa em Moda (ABEPEM) e do Costume Committee/ICOM. Foi idealizadora e editora da versão brasileira da *Fashion Theory* - a revista da Moda, Corpo e Cultura (2002-2006). Foi consultora do Projeto Replicar do Museu Paulista/USP (2010-2011). Participou como autora da premiada publicação internacional Berg's Encyclopaedia of World Dress and Fashion (2010).

Manuela Prado Leitão



Mestre em Direito Constitucional (2010) pela Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra e bacharel em Direito (2007) pela Universidade de São

Paulo (USP). Pesquisadora do Grupo de Estudos Aplicados ao Meio Ambiente (GEAMA/USP) e do Centro Multidisciplinar de Estudos em Resíduos Sólidos (CeRSOL/USP). Sua área de pesquisa atual é o Direito Civil Ambiental, com ênfase nos seguintes temas: direito à informação ambiental, rotulagem ecológica, proteção do consumidor e do meio ambiente, consumo sustentável, resíduos sólidos, responsabilidade pós-consumo, design sustentável do produto, áreas contaminadas e vulnerabilidade socioambiental. Autora da obra “Rotulagem Ecológica e o Direito do Consumidor à Informação”, da Editora Verbo Jurídico, e de artigos jurídicos nos temas supramencionados. Professora convidada em cursos de extensão e advogada em São Paulo.

Lisa Gunn



Mestre em ciência ambiental (2001) pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental (PROCAM/USP) e especialização em Desenvolvimento Sustentável pela Carl Duisberg Gesellschaft (2000). Graduada em sociologia e antropologia pela IFCH/UNICAMP (1997). Tem experiência na área de Sociologia e Antropologia, com pesquisa sobre os temas meio ambiente, mudança tecnológica, direitos do consumidor e consumo sustentável. Atuou, por dez anos, no Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) como

pesquisadora, gerente de comunicação e coordenadora executiva. Diretora de Comunicação e Mobilização do Greenpeace Brasil.

João Múcio Amado Mendes



Mestrando em Direito Civil (2014) e Bacharel em Direito (2010) pela Universidade de São Paulo (USP), com graduação-sanduíche na Faculdade de Direito da Ludwig-Maximilians-Universität München (2007-2008). Pesquisador do Grupo de Estudos Aplicados ao Meio Ambiente (GEAMA/USP), do Centro Multidisciplinar de Estudos em Resíduos Sólidos (CeRSOL/USP), do Centro de Estudos e Pesquisas sobre Desastres no Estado de São Paulo (CEPED/USP) e da Escola de Direito de São Paulo da Fundação Getulio Vargas (DIREITO GV). Sua área de pesquisa atual é o Direito Civil Ambiental, com ênfase nos seguintes temas: responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, proteção do consumidor e do meio ambiente, função socioambiental da propriedade e da posse, resíduos sólidos, áreas contaminadas, resíduos de equipamentos eletroeletrônicos, logística reversa, consumo sustentável, obsolescência planejada, design sustentável do produto e prevenção de desastres. Foi bolsista do Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD) e da Pró-Reitoria de Cultura e Extensão da USP. Atualmente, realiza estágio supervisionado em docência em Direito Civil na USP, com bolsa do Programa de Aperfeiçoamento do Ensino (PAE). Foi

coordenador do Projeto de Direito Internacional do Meio Ambiente do Núcleo de Estudos Internacionais, na Faculdade de Direito da USP (2008-2011). Autor de artigos jurídicos em diversas áreas. Membro da International Solid Waste Association (ISWA) e associado benemérito do Instituto Saúde e Sustentabilidade. Professor convidado em cursos de pós-graduação e extensão, consultor ambiental e advogado em São Paulo.

CAPÍTULO 1 – DO MUNDO DO CONSUMO AO CONSUMO SUSTENTÁVEL

1.1. A Revolução do Consumo

A cultura do consumo não é a única maneira de realizar o consumo e reproduzir a vida cotidiana; mas é, com certeza, o modo dominante, e tem um alcance prático e uma profundidade ideológica que lhe permite estruturar e subordinar amplamente todas as outras.¹ (Don Slater)

O século XX foi o século do consumo. A expansão das despesas com o consumo chegou a níveis extraordinários, jamais imaginados. O Relatório de Desenvolvimento Humano de 1998 do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) foi preciso ao apresentar números sobre esse crescimento:

O consumo mundial se expandiu a um ritmo sem precedentes ao longo do século XX, com as despesas de consumo privado e público a atingirem 24 trilhões de dólares americanos em 1998, o dobro do nível de 1975 e seis vezes mais do que o de 1950. Em 1900, a despesa de consumo real era de apenas 1,5 trilhões de dólares.²

E o desenvolvimento a acontecer no século XXI continua a apontar na mesma direção. Tudo na sociedade contemporânea gira em torno do ato de

¹ SLATER, Don. **Cultura do Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002, p. 17.

² UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. **Human Development Report 1998: Consumption for Human Development**. New York: UNDP, Oxford University Press, 1998, p. 1, tradução livre. Disponível em: <<http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr1998/chapters>>. Acesso em: 9 abr. 2013.

consumir e não se veem perspectivas imediatas de superação desse modelo civilizatório em crise.

Neste item, de maneira introdutória, abordar-se-á o tema do consumo sustentável a partir das seguintes questões centrais: Quando se iniciou o desenvolvimento da sociedade de consumo? Qual o papel do consumo na sociedade atual? Aonde a humanidade chegará com esse modelo de vida social?

Como se pode notar, a primeira questão remete basicamente às origens da chamada “sociedade de consumo”. A segunda se refere ao funcionamento da sociedade atual e ao papel desempenhado pelo consumo. A terceira, por sua vez, concerne ao futuro e aos seus riscos.

Em relação à origem da sociedade de consumo, não existe uma data precisa. Embora o comércio de bens e serviços desde sempre tenha existido, foi em um determinado momento histórico que o mercado conquistou uma certa centralidade passando a dominar as demais relações sociais. Foi justamente nesse instante que nasceu a sociedade de consumo.

Grant McCracken aponta os primórdios do que hoje se conhece como “sociedade de consumo” na passagem do século XVI para o XVII, na Inglaterra, ainda na corte da Rainha Elizabeth I:

Nos últimos vinte e cinco anos do século XVI, ocorreu um espetacular *boom* de consumo. Os homens nobres da Inglaterra elizabetana começaram a gastar com um novo entusiasmo e em uma nova escala. Neste processo, eles transformaram dramaticamente seu mundo de bens e a natureza do consumo ocidental. Reconstruíram seus sítios no campo de acordo com um novo modelo grandioso e começaram a assumir a despesa adicional de manter uma residência em Londres. Do mesmo modo, mudaram também seus padrões de hospitalidade,

inflando amplamente seu caráter cerimonial e os custos aí implicados. Os nobres elizabetanos entretiam-se [sic] uns aos outros, bem como a seus subordinados e ocasionalmente a sua monarca, às expensas de um gasto arruinador.³

A corte elizabetana utilizou-se da moda para efetuar um controle social e político. Os antigos senhores feudais precisaram sair de seus domínios e participar, durante grande parte de seu tempo, da corte. Para tanto, tinham de tomar parte nos rituais da nobreza, o que os colocava em um grau de dependência em relação à Rainha e, ao mesmo tempo, deles exigia investimentos elevados na competição que se desenvolvia na vida da corte. Nesse processo, os bens e a aparência passaram a apresentar uma função social. Conforme será tratado mais à frente, a *moda* e o *consumo* nasceram juntos.

Por outro lado, um dos estudos seminais sobre o assunto, de autoria de Neil McKendrick, é categórico ao sustentar que a sociedade de consumo teria nascido, em verdade, no século XVIII, ao mesmo tempo em que ocorria a Revolução Industrial:

A revolução do consumo ocorreu na Inglaterra no século XVIII ao lado da revolução industrial. A revolução do consumo foi, do lado da demanda, o análogo à revolução industrial, do lado da oferta. Todas as classes participaram de tal revolução, caracterizada por nova prosperidade, e nova produção e técnicas de comercialização. A revolução do consumo marca um ponto de virada na história da experiência humana.⁴

³ McCracken, Grant. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, p. 30.

⁴ McKendrick, Neil. The Consumer Revolution of Eighteenth-Century England. In: GOODWIN, Neva R.; ACKERMAN, Frank; KIRON, David (ed.). **The consumer society**. Island Press: Washington, 1997, p. 132, tradução livre.

A principal contribuição a ser apreendida com esse autor é a profunda relação existente entre a sociedade de consumo e a Revolução Industrial. É interessante notar que durante anos tem se estudado, nas escolas, sobre a Revolução Industrial. Sabe-se tudo sobre suas fases (1ª e 2ª), as máquinas que moveram tal Revolução, as diferentes fontes de energia que a alimentaram, as modificações experimentadas nos transportes, a importância das ferrovias, etc.

No entanto, um tema raramente abordado é o outro lado da moeda, isto é, o mundo do consumo. De fato, a análise tradicional da Revolução Industrial só se voltava para o lado da produção. Mas o que será que acontecia do outro lado?

A resposta normalmente flerta com duas alternativas, ambas equivocadas: ou se supõe que a sociedade de consumo sempre teria existido, uma vez que o consumo estaria presente desde o início da vida social; ou se crê que do nada, como se fosse fruto de uma espécie de geração espontânea, a sociedade de consumo teria surgido em meados do século XX, já que é nesse período que ela veio a aflorar com a força atual.

Acreditar em qualquer uma dessas posições, ainda que de modo inconsciente, é simplesmente retirar o consumo de seu contexto histórico, o que impediria a compreensão de seu efetivo papel na sociedade atual.

Seja como for, a ideia central a ser compreendida é que Revolução Industrial e Revolução do Consumo são dois lados da mesma moeda, isto é, o desenvolvimento do sistema capitalista que se instaura como vitorioso no século XVIII, sobretudo na Inglaterra, e que se desenvolve de forma avassaladora no século XIX.

É certo que após esse nascimento conjunto, capitalismo e consumo passaram a viver atavicamente juntos. Assim, a tendência vigente a partir desse período não é mais a de simplesmente herdar as tradições e bens da família, mas a de construir sua própria fortuna, adquirindo novos bens. Dessa forma, o interesse se volta para o novo e se rompem as amarras com o passado. Como bem expõe Grant McCracken⁵, a pátina entra em declínio e o que interessa são as novidades, de modo que as tradições, inclusive a honra, começam a perder muito de sua força no mundo moderno.

Outros autores, por sua vez, sustentam que a sociedade de consumo se estabelece como tal efetivamente no século XIX. Nessa linha, vale destacar a obra “Dream Worlds: mass consumption in nineteenth century France”, de Rosalind H. Williams⁶. Para a autora, os padrões de consumo que estavam fechados na corte sobrevivem à queda da monarquia francesa e ganham as ruas. Assim, os novos padrões de consumo estabelecidos no âmbito privado – a corte fechada – passam a se abrir também para o público em geral. Um exemplo de processo é que os responsáveis pela gastronomia da nobreza vieram a inaugurar seus restaurantes nas ruas de Paris.

É no século XIX que surgiram e se estabeleceram as conhecidas lojas de departamento, que rapidamente tomaram conta da capital francesa. A famosa loja de departamento *Le Bon Marché*, por exemplo, é criada em 1869. Fazer compras nessas lojas passa a ser um passeio, um novo tipo de lazer, algo como ir a um museu. As vitrines ganham uma projeção inusitada. Aliás, os artistas da época são

⁵ McCracken, op. cit., p. 53.

⁶ Apud ibidem, p. 44.

convidados para criar as vitrines dessas lojas. Com isso, abandona-se a noção da compra de itens específicos diante de uma necessidade concreta, para se ir às compras meramente pelo desejo de participar daquela nova vida.

O *marketing* e a publicidade passam a ter um papel essencial nesse modo de vida da burguesia urbana. Émile Zola, o grande escritor realista francês do século XIX, traçou um interessante retrato desse momento no seu romance “O Paraíso das Damas” (lançado como folheto, de dezembro de 1882 a março de 1883), que vale a pena transcrever:

O grande poder do magazine era sobretudo a publicidade. Mouret chegava a gastar trezentos mil francos por ano em catálogos, anúncios e cartazes. Para sua grande venda de moda de verão, ele lançara duzentos mil catálogos, dos quais cinquenta no estrangeiro, traduzidos em todas as línguas. Agora, ele os mandava ilustrar com gravuras, acrescentava amostras, coladas nas folhas. Era uma superabundância de mercadorias, o Paraíso das Damas saltava aos olhos do mundo inteiro, invadia muros, até as cortinas de teatro. Ele professava que a mulher não tinha forças para o reclame, que acabava fatalmente seguindo a agitação. Além disto, depois de estudá-la como um grande moralista, ele lhe preparava armadilhas inteligentes. Assim, ele descobrira que ela não resistia a um desconto, que comprava sem necessidade quando pensava estar fazendo um negócio vantajoso; e sob esta observação ele baseava seu sistema de diminuição de preços, baixando progressivamente artigos não vendidos, preferindo vendê-los com perda, fiel ao princípio da renovação rápida de mercadorias. Então ele penetrara ainda mais fundo no coração da mulher ao imaginar o sistema de ‘devoluções’, uma obra de arte da sedução jesuítica. ‘Leve de qualquer forma, senhora: poderá nos devolver o artigo se ele deixar de agradá-la’. E a mulher que ainda resistia, achava ali uma desculpa: a possibilidade de voltar atrás sobre uma loucura: ela levava qualquer coisa com a consciência apaziguada. Agora, as devoluções e a baixa de preços entravam no funcionamento clássico do novo comércio.⁷

⁷ ZOLA, Émile. **O Paraíso das Damas**. São Paulo: Estação Liberdade, 2008, p. 283.

Como facilmente se percebe, inicia-se, nesse momento, o hoje denominado *consumo de massa*. Contudo, o que é um pouco mais difícil de perceber é que, a partir de então, *cultura* e *consumo* passaram a andar de braços dados. Tal casamento terá profundos reflexos na formação do indivíduo do século XX.

Antes de adentrar os temas da moda e do consumo, vale questionar se seria acertado utilizar a expressão *Revolução do Consumo*. Abstraindo-se desse conceito a ideia de uma ruptura político-econômica rápida e violenta, é possível recorrer ao seu uso de forma adequada. O que ocorreu foi uma contínua e profunda mudança nas relações sociais a ponto de se legitimar o uso da expressão *revolução*.

Ao se comparar o mundo medieval com o atual, pode-se realmente constatar que nos últimos trezentos anos se assistiu a uma *revolução do consumo*. Descrever a relação entre consumo e moda parece ser uma boa trilha para se iniciar a compreensão de como se deram essas transformações.

1.2. Consumo e moda

Cécile de Schomberg, como todas as meninas de sua classe, usa combinação e justilho rígido ainda bem criança. Como seu irmão, ela passa quase sem transição a usar roupa de mulher adulta; teve sua primeira polonesa aos 9 anos e seu primeiro roupão aos 7 anos. O guarda-roupa e as roupas-brancas de Cécile copiam em escala menor o de sua mãe; suas roupas e as do irmão são substituídas à medida que eles crescem. As crianças absorvem a cultura de aparências já bem cedo na vida⁸. (Daniel Roche)

⁸ ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**: uma história da indumentária (séculos XVII e XVIII). São Paulo: Senac, 2007, p. 207-208.

Não fosse pelo vocabulário estranho para os dias de hoje, pouca coisa poderia denunciar a época retratada por Daniel Roche nesse trecho utilizado como epígrafe. Ao estudar determinados inventários de cortesãos da nobreza parisiense do final do século XVIII, a exemplo do que ocorre na família do barão de Schomberg, o historiador francês revela o prenúncio do triunfo das aparências na sociedade moderna.

Conforme se observa, há elementos no estudo de Daniel Roche que permitem a compreensão do poder que a moda passou a ter nos hábitos de consumo das pessoas, os quais, germinados séculos antes, perduram nas sociedades atuais, especialmente nas ocidentais modernas⁹.

O modo de se vestir da aristocracia foi, por repetidas vezes, o maior incentivador do crescimento do mercado de consumo. Vale referir que existe um consenso entre historiadores de que foi na corte de Versalhes (e antes dela, na corte de Borgonha) que se acentuaram a propaganda e a difusão de práticas indumentárias (termo utilizado por Roche), o que, com o decorrer do tempo, levou à popularização de determinados usos e costumes que chegaram à atualidade.

Um marco histórico a ser ressaltado é o fato de que em 1793 o governo revolucionário francês editou um decreto pondo fim à normatização indumentária do Antigo Regime e livrando os cidadãos franceses de cumprirem as leis suntuárias que determinavam como cada classe social deveria se vestir¹⁰. Assim, ao mesmo

⁹ Ver a respeito também: LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

¹⁰ Decreto do Governo Revolucionário, 1793. Cf. ROCHE, op. cit., especialmente o subcapítulo “História, moda e sistemas indumentários do século XVII ao século XIX”, p. 57-76.

tempo em que se instalavam as liberdades civis, ficavam abertas as portas para a democratização acentuada da moda ao longo do século XIX.

Mas que inferência se pode realizar a respeito da proximidade secularmente estabelecida entre moda e consumo? O que não muda há milênios é a estreita relação entre o modo de vida das pessoas e a forma de se vestirem. As práticas indumentárias da sociedade, além de revelarem modelos tecnológicos de produção e preferências estéticas, denunciam também aspectos culturais variáveis da história da humanidade.

A roupa é, provavelmente, o produto mais tangível e popular da moda. Por isso, o estudo do vestuário ou da indumentária é capaz de gerar a aproximação da cultura de diversas épocas históricas, permitindo, inclusive, abordar as práticas sociais de consumo das sociedades mais recentes e compreendê-las.

As vestes amplas usadas na Grécia e Roma antigas, feitas com muitos metros de tecido e presas ao corpo por determinadas amarrações, ou alfinetadas por broches e fíbulas, foram cedendo lugar, na Idade Média, para roupas de estrutura formada por partes segmentadas e unidas por costura.

A manufatura de tecidos foi ao mesmo tempo alimentando e sendo alimentada por outras manufaturas especializadas, constituindo lentamente uma indústria cujos produtos se tornaram fundamentais para praticamente todas as sociedades, vale dizer, a do vestuário. Nessa linha, muitos historiadores afirmam que a Revolução Industrial começou justamente com os tecidos.

Dessa forma, a história das roupas indica transformações importantes nos hábitos e práticas do consumo moderno. Além da tecnologia têxtil, que muito colaborou e ainda hoje colabora para as mudanças no vestuário, a forma das roupas

sinaliza uma mudança de mentalidade em relação ao processo de individualização das pessoas e seus hábitos de consumo.

Com efeito, foi por volta da entrada na era moderna – meados do século XIV – que as vestes soltas, arranjadas e presas sobre os corpos por poucas costuras começaram a ser substituídas por outras construções vestimentárias.

Até o final da Idade Média, o principal componente das roupas era o tecido: era ele que lhes dava forma, textura e volume. A distinção social era observada pela qualidade e quantidade de tecido utilizado na manufatura de um traje, bem como pelo conjunto de objetos que compunham a aparência, como sapatos, bolsas, adereços de cabeça, maquiagem e penteado.

O tecido foi, portanto, o produto por excelência vinculado às modas do vestuário e, notadamente a partir da era moderna, também dos interiores: palácios, mobiliário e até mesmo carruagens eram forradas de tecidos. Durante o período medieval, as variadas técnicas de tecelagem eram realizadas manualmente, em espaços domésticos ou em pequenas manufaturas, corporações de ofícios chamadas guildas, que foram crescendo paulatinamente.

O mercado para bens de luxo se expandia em determinadas regiões da Europa, especialmente motivado pela prática relativamente nova para a época de se acumular bens individuais. O processo de individualização das pessoas passou pela acumulação de bens individuais e por mudanças na forma de se vestir. Por mais que a história atual naturalize a experiência de consumo, foram as condições específicas do início da Idade Moderna que acentuaram o consumo e a produção de luxo e, por consequência, da moda, em diferentes esferas.

A Itália teve uma especial participação nessa transformação, não apenas pela produção e comércio de tecidos de luxo, mas também por meio do estudo da morfologia do corpo¹¹, que trouxe uma importante e significativa mudança na cultura da moda de vestir: a modelagem realizada com corte e costura de partes que, uma vez integradas, passaram a formar roupas que imitavam o corpo humano, revestindo-o e modificando sua silhueta.

As muitas e contínuas transformações da modelagem e do formato das roupas, aliadas às invenções da indústria têxtil, constituíram a engrenagem que alimentou o mercado com novidades em produtos de moda. As novidades foram, por sua vez, alimentando uma cultura de moda, como um sistema cada vez mais organizado e institucionalizado.

Assim, passou a ser gerada uma série de produtos mais populares visando atender aos novos mercados de consumo formados pela crescente classe média. Lipovetsky¹² identificou esse fenômeno das novidades e da fantasia como sendo um aspecto formativo da moda que, para esse autor, nasceu nas sociedades modernas ocidentais.

O papel central da novidade na moda e no consumo está intimamente ligado à Revolução Industrial. As invenções mecânicas ligadas à cadeia têxtil, a ascensão social da burguesia investidora e a ampliação do comércio e da comunicação são

¹¹ Estudos da anatomia e da morfologia do corpo humano deram importantes contribuições à análise da modelagem das roupas, principalmente as roupas de corte para produção e consumo de bens de luxo. No contexto do Renascimento, assistiu-se a artistas como Michelangelo e Leonardo da Vinci estudarem o corpo, assim como o médico Andreas Vesalius se ocupou em analisar a anatomia com base no estudo direto do corpo humano, publicando, em 1543, o atlas de anatomia “De Humani Corporis Fabrica”.

¹² Cf. LIPOVETSKY, op. cit., 1989.

ingredientes de um mesmo contexto. As invenções de máquinas para fiação, tecelagem e costura, por exemplo, contribuíram para aumentar a produtividade de tecidos (principal matéria-prima do vestuário) e também sua diversidade estética e de qualidade. Dessas invenções, destacam-se:

- a fiadora Jenny (patenteada por James Hargreaves em 1764) que acelerou a produção de fios, demandando maior produtividade na manufatura de tecidos;
- o tear Jacquard (criado por Joseph-Marie Jacquard em 1804) que permitiu a criação de diversos desenhos produzidos automaticamente por meio da programação mecânica de fios no tear.

Porém, foi a máquina de costura inventada no início do século XIX e popularizada por Singer em meados de tal século que acelerou a propagação de práticas de vestir, as quais até então estavam associadas apenas à alta costura. Não é por acaso que o século XIX viu nascerem as grandes lojas de departamentos, conforme já relatado no item anterior. E a formação do indivíduo moderno consumidor se dá nesse quadro de desenvolvimento social.

Além disso, a imprensa teve um papel fundamental na construção desse novo cenário: o de disseminar estilos e modelos de roupas que foram imitados, copiados e interpretados por milhares de donas de casa e costureiras. Elas atendiam a um público pequeno, realizando encomendas de clientes de bairros e até mesmo de uma clientela específica de roupas para festas, o que ainda hoje se vê em diversas cidades brasileiras.

As revistas femininas de moda e moldes circulam desde pelo menos o século XIX, mas foi no século XX, com a expansão das comunicações e o aumento das classes médias que essas revistas passaram a ter tiragens maiores e com alguma variedade. Novidades no mercado editorial também contribuíram muito para a formação de padrões estéticos, de beleza e de comportamento entre as mulheres, em especial com o aparecimento da figura da editora de moda das chamadas “revistas femininas”. Tais revistas, na primeira metade do século XX, descreviam as principais novidades da moda europeia e norte-americana, bem como indicavam o que era de bom-tom a uma mulher vestir e os modos de comportamento apropriados.

Nessa direção, moda e consumo andam juntos e apontam para o fato de que no mundo moderno as aparências se impõem como um fator determinante na individualização das pessoas. Conforme será visto mais à frente, os bens da moda vieram a ter uma função de marcadores sociais e o cotidiano da vida das pessoas passou, em certo momento histórico, a girar em torno desses bens. Com isso, a centralidade deixou de estar na pessoa para se localizar no bem da moda e seus produtos de consumo.

No mais, vale notar que o processo de individualização do homem urbano moderno nos séculos XVII, XVIII e XIX ocorreu ao mesmo tempo em que se impuseram os valores do consumo, da moda e, como consequência, do *marketing* nascente, de modo totalmente interligado. A seguir, de forma mais detalhada, serão apresentadas as características do desenvolvimento desse processo histórico.

1.3. As fases da sociedade de consumo e o momento atual

Uma nova modernidade nasceu e ela coincide com a “civilização do desejo” que foi construída ao longo da segunda metade do século XX.¹³
(Gilles Lipovetsky)

Das diversas obras que tratam da sociedade de consumo, escolheu-se abordar aquela que talvez seja a mais didática e se preocupa em classificar o consumo em fases históricas: “A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo”, de Gilles Lipovetsky.

Tal autor parte da premissa de que na atualidade “o capitalismo do consumo tomou o lugar das economias de produção”¹⁴. Passou-se de uma sociedade centrada na oferta para uma sociedade focada na procura. E o consumidor, nesse novo mundo, ganhou um protagonismo nunca antes vivenciado.

Cidadania e consumo são conceitos que se interligam, não em termos de institucionalização de direitos, mas no sentido de que o consumo passou a ser alvo e objeto de todas as atenções da vida das pessoas, o que significa que o mercado se tornou o grande espaço público de vivência.

Do ponto de vista da sociedade, essa mudança indica que o hedonismo tomou o lugar das militâncias e que as culturas antagônicas foram eliminadas. É o que Lipovetsky chama de “consumo-mundo”. Está-se vivendo uma nova revolução copernicana, com o consumo se tornando o foco de todas as atenções. Nesse sentido, pode-se indagar:

¹³ LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 11.

¹⁴ *Ibidem*, loc.cit.

- as pessoas se encontram mais livres nessa sociedade de hiperconsumo?
- a felicidade está mais presente na vida das pessoas?

É nesse aspecto que o referido autor traz a questão da *situação paradoxal* dos dias de hoje. Quanto mais parece livre, mais esse consumidor resta preso; quanto mais a felicidade bate à sua porta, mais as suas angústias aumentam:

Quanto mais o hiperconsumidor detém um poder que lhe era desconhecido até então, mais o mercado estende sua força tentacular; quanto mais o comprador está em situação de auto-administração, mais existe extrodeterminação ligada à ordem comercial.¹⁵

[...]

A noiva é tão bela quanto esse primeiro plano fotográfico sugere? A imensa maioria se diz feliz, contudo a tristeza e o estresse, as depressões e as ansiedades formam um rio que engrossa de maneira inquietante... Somos cada vez mais bem cuidados, o que não impede que os indivíduos se tornem uma espécie de hipocondríacos crônicos. Os corpos são livres, a miséria sexual é persistente. As solicitações hedonísticas são onipresentes: as inquietudes, as decepções, as inseguranças sociais e pessoais aumentam. Aspectos que fazem da sociedade de hiperconsumo a civilização da *felicidade paradoxal*¹⁶.

E como se chegou a essa *situação paradoxal*? Lipovetsky busca explicar o atual momento por meio da exposição da história da sociedade de consumo em três fases.

¹⁵ Ibidem, p. 15.

¹⁶ Ibidem, p. 16, destaque do autor.

Fase I: o nascimento dos mercados de massa (invenção do consumo-sedução)

Para Gilles Lipovetsky, esse período vai de 1880 a 1945 (fim da Segunda Guerra) e tem as seguintes características:

- surgimento dos grandes mercados nacionais, tornados possíveis por conta da infraestrutura moderna e das comunicações;
- invenção das máquinas de fabricação contínua (produção em massa);
- reestruturação das fábricas, com organização científica do trabalho;
- possibilidade de baixa dos preços de venda;
- e democratização do acesso aos bens de consumo, com destaque para o papel do *marketing*¹⁷.

Segundo o mesmo autor, ainda nesse período, ocorreu uma tríplice invenção: a marca, o acondicionamento dos produtos e a publicidade. Assim, tendo em vista que os produtos não são mais anônimos, tornou-se possível o mundo do *marketing* de massa. Por óbvio, uma economia baseada nas marcas alterou completamente a relação consumidor/mercado: o cliente tradicional transformou-se no consumidor moderno. Além disso, a garantia passou a ser centralizada na figura do fabricante.

¹⁷ Ibidem, p. 26.

Por outro lado, com o surgimento dos grandes magazines (em torno de 1860), ocorreu o que Lipovestky denomina como a *primeira revolução comercial moderna*, de modo que nesse novo mundo:

- a distribuição passou a ser em massa, com enormes transformações nas políticas de estoques e preço;
- aumentou a variedade de produtos;
- as portas das lojas se abriam para todos, tornando-se locais *públicos*;
- e a publicidade ganhou importância jamais vista.

Nessa primeira fase, surge o chamado *consumidor do período moderno*, com acesso a bens e mercados antes fechados a ele. Com efeito, o processo de afirmação da burguesia e da classe média urbana se dá simultaneamente à abertura dos mercados.

Conforme já demonstrado ao se tratar do tema da moda, a individualização das pessoas e a construção de sua subjetividade coincidem com a fundação do consumo moderno. É por isso mesmo que o referido autor denomina essa primeira fase como a da *democratização do desejo* ou da *invenção do consumo-sedução*.

Fase II: a sociedade de consumo de massa (sociedade da abundância/desejo)

Para Lipovetsky, essa segunda fase ocorreu entre os anos de 1950 a 1980 e apresenta as seguintes características:

- excepcional crescimento econômico, com o desenvolvimento da sociedade da abundância;
- *democratização* da compra;
- disponibilidade de acesso a quase todos os produtos emblemáticos da sociedade de consumo como geladeira, fogão e televisão;
- predomínio da lógica da quantidade;
- modificações profundas na esfera industrial e da distribuição;
- revolução comercial, com o surgimento dos supermercados, autosserviços, hipermercados, dentre outros estabelecimentos;
- e crescimento do crédito ao consumidor.

Nesse período, inicia-se um processo de segmentação do mercado e se consolida a ideia do consumo como um marcador social. Assim, cada vez menos a cidadania se constrói pela participação na formulação das práticas coletivas e cada vez mais a vida *pública* se relaciona com a capacidade de participação no mercado.

O processo de construção do sujeito caminha para um processo de individualização por meio da participação pessoal no mercado consumidor. A tradição, a compra para a família, a inserção em determinada classe social, tudo isso é substituído pela posição social adquirida com a aquisição dos objetos da moda, por meio da compra individual. Não interessa o que se é, mas o que se aparenta. O desejo de consumir um estilo de vida torna-se o motor da sociedade: comprar o produto da marca e vestir-se com a roupa de moda.

Diferentemente da fase I, que tinha a *sedução* como centro, a fase II se caracteriza pela centralidade do *desejo* e a tradução dos desejos em imagens

garante a circulação em massa de modelos de vida. Todos passam a ter desejos infinitos. Nesse sentido, a fase II prenuncia a *segunda revolução individualista*, “marcada pelo culto hedonista e psicológico, pela privatização da vida e a automatização dos sujeitos em relação às instituições coletivas”¹⁸. Mas já se está tratando da terceira fase.

Fase III: a sociedade do hiperconsumo (tempos atuais)

Para Gilles Lipovetsky, está-se hoje no auge da terceira fase. Se na fase II o foco era o consumo para fins de *status* social, na fase III se inicia uma corrida aos prazeres por meio do consumo hedonista individualista¹⁹. O consumo ordena-se cada dia mais em função dos gostos e de critérios individuais: “as motivações privadas superam muito as finalidades distintivas”²⁰ e “o consumo para si suplantou o consumo para o outro”²¹.

A civilização do hiperconsumo se caracteriza pelo fato de que as lutas concorrenciais por produtos que dão *status* social já não são mais o principal motor do mercado: o prazer individual é que movimenta a economia. É o que esse autor denomina por *consumo emocional*. Trata-se do mundo da abundância e do descarte.

¹⁸ Ibidem, p. 36.

¹⁹ Ibidem, p. 41.

²⁰ Ibidem, loc. cit.

²¹ Ibidem, p. 42.

Nesse universo, os produtos cada vez mais têm uma vida menor. Se o consumo é *emocional*, nunca cessa o prazer de adquirir produtos e modelos novos, muitos dos quais sequer ainda lançados. Assim, a lógica do mercado é primeiramente vender, depois produzir. A cada período, são colocadas no mercado linhas novas e sempre existirão *razões* para o consumidor trocar um produto que tenha adquirido recentemente. O inovacionismo suplantou o produtivismo repetitivo do fordismo.

Além disso, cada vez mais os produtos são segmentados, para grupos também segmentados. Por exemplo, os modelos de tênis são os mais diversos possíveis, para as variadas situações (caminhada, futebol, corrida, etc.) e de acordo com o pé de cada um. Se antes o consumidor tinha um tênis, hoje ele precisa ter cinco ou seis para *satisfazer* suas necessidades. As adolescentes, por sua vez, encontram dezenas de xampus à sua disposição: para cabelos finos, crespos, quebradiços, rebeldes ao sol, etc. Já os lançamentos imobiliários apresentam edifícios de mais de 30 andares com uma ampla variedade de tipos de plantas de apartamentos e de serviços que passam a atender indivíduos no lugar de famílias. E assim por diante.

Em resumo, o mundo do *consumo emocional* conseguiu um “milagre”: inventar a produção personalizada de massa²². Graças à tecnologia, ao *marketing* e à receptividade emocional dos consumidores, é possível produzir produtos que preenchem dois requisitos incompatíveis: ser diferente e igual ao mesmo tempo.

Os principais aspectos a serem compreendidos acerca dessa fase são, por um lado, o hedonismo e, por outro, o abandono das lutas por mudanças estruturais

²² Ibidem, p. 79.

na sociedade. O que se deseja é sempre mais consumo, custe o que custar. Não se vive mais o mundo do consumo, mas o mundo do desejo do hiperconsumo, do consumo emocional.

É nesse contexto que se deve enfrentar o tema do consumo sustentável e questionar: é necessário e possível incluir a pauta da responsabilidade ambiental no mundo do *consumo emocional*?

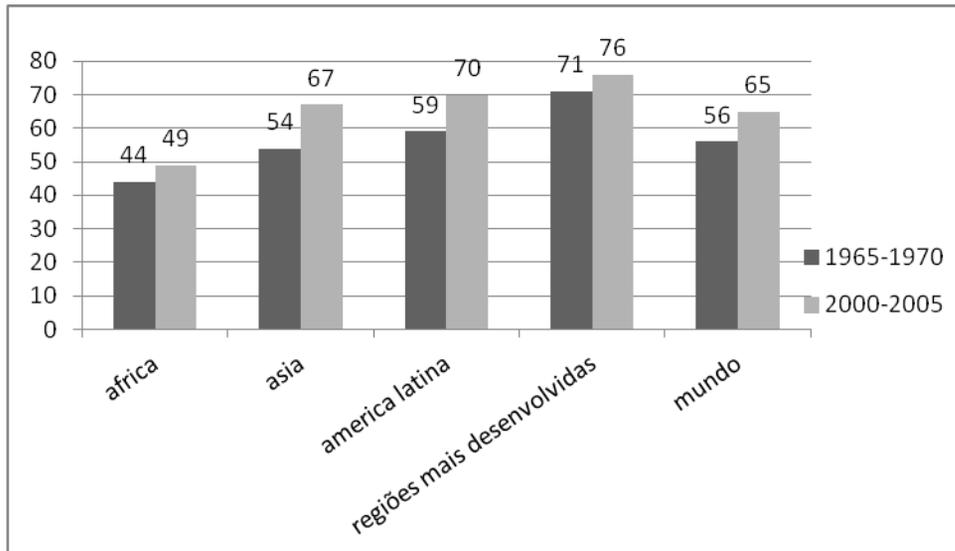
1.4. O consumo sustentável

Se 7 bilhões de pessoas fossem consumir tanta energia e recursos como nós do ocidente fazemos hoje, necessitaríamos de 10 mundos e não apenas de um para satisfazer todas as nossas necessidades.²³ (Gro Harlem Brundtland)

A criação da sociedade de consumo trouxe vários benefícios à humanidade. Talvez o principal deles seja o fato de que nunca se viveu tanto. Do início do auge da sociedade de consumo (em meados da década de 1960) até 2005, a expectativa de vida da população mundial, em média, subiu de 56 para 65 anos. Nas regiões mais desenvolvidas, tal expectativa subiu de 71 para 76 anos. O gráfico a seguir permite visualizar melhor tal constatação:

²³ Cf. Anais da reunião da Comissão para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas de 1994.

Expectativa de vida por região do planeta



Fonte: United Nations, 2002 – World Population Prospects

Além disso, as situações relacionadas à saúde, abastecimento, moradia, nutrição, saneamento, transporte, dentre outras, apontam para uma melhoria geral da qualidade de vida da população. Nunca as pessoas tiveram condições tão plenas para o desenvolvimento de seu potencial. O nível de escolaridade só tem aumentado. O acesso ao lazer é uma realidade. A distribuição dos serviços públicos de água, energia e telefonia caminha para a universalização. Enfim, os padrões de consumo chegaram aos patamares mais altos já vividos, tendo sido vertiginoso o crescimento da população mundial no decorrer do século XX.

Segundo o Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA)²⁴, há mais de 2 mil anos a população mundial era de 300 milhões de pessoas. Por volta do ano 1800, a população já era de 1 bilhão. E passados cerca de duzentos anos a população planetária chegou a 7 bilhões (2011). Para os demógrafos, esse crescimento populacional mundial somente será minorado próximo a 2050, quando a população será de quase 10 bilhões de pessoas, embora alguns deles acreditem em sua estabilização apenas no ano 2100, com aproximadamente 15 bilhões de pessoas, ou seja, o dobro do que hoje se verifica.

Diante desses dados, a questão que se coloca é se existem condições materiais no planeta para sustentar de forma digna uma quantidade tão grande de pessoas. Seja como for, as pressões sociais por conta desse aumento de população continuarão a aumentar, assim como as pressões relativas aos recursos naturais.

Assim, existiriam condições materiais para sustentação desse crescimento populacional? Deve-se considerar que não se trata de um mero crescimento numérico, mas de um acréscimo de pessoas que sonham em ter acesso a padrões de produção e consumo elevados, conforme já se analisou no presente estudo.

Em resumo, por conta da instituição da sociedade de consumo, nunca tantas pessoas tiveram amplo acesso a bens de consumo de modo a facilitar seu dia a dia. De fato, os benefícios do consumo se expandiram. Geladeira, fogão, televisão, automóveis e mais recentemente computadores passaram a ser bens de fácil acesso a um número bastante razoável de pessoas. E todos os desejam.

²⁴ UNITED NATIONS. **The Determinants and Consequences of Population Trends**. New York: UN, 1973. v. 1; cf. idem. **World Population Prospects: The 1998 Revision**. New York: Department of Economic and Social Affairs Population Division, 1999. v. 1.

A busca pela comodidade passou a ser uma das principais aspirações da sociedade, o que é um desejo legítimo. Obviamente, existe uma relação entre o tema do desenvolvimento humano e a instituição da sociedade de consumo. Nessa perspectiva, o consumo contribui para o desenvolvimento das pessoas quando²⁵:

- aumenta a capacidade e enriquece suas vidas sem afetar negativamente o bem-estar dos outros;
- é justo tanto com as gerações futuras quanto com as atuais;
- estimula indivíduos e comunidades vivos e criativos.

Outra questão a ser respondida é se a humanidade caminha em direção a essa trilha de felicidade e continuidade. Ao refletir sobre essa questão, deve-se ponderar que esse suposto mundo de maravilhas também apresenta seu lado obscuro e perigoso:

- as desigualdades entre ricos e pobres só se ampliaram;
- o individualismo egoísta invadiu a alma das pessoas, colocando uma névoa nas discussões sobre uma solidariedade global;
- o risco de destruição do planeta atingiu uma escala impensável.

²⁵ Cf. UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME, op. cit., p. 1.

Já abordado o individualismo na sociedade atual, passar-se-á para dois outros temas: a desigualdade na sociedade de consumo e os riscos para o planeta Terra (e sua civilização).

Segundo dados do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)²⁶, constata-se que as desigualdades do consumo são extremas: 20% dos habitantes mais pobres do planeta ficaram excluídos do mundo do consumo, enquanto os 20% mais ricos foram os que efetivamente se beneficiaram com tal desenvolvimento.

De acordo com o referido Relatório de Desenvolvimento Humano do PNUD (1998)²⁷, 20% da população mundial nos países de mais alto rendimento contribuem com 86% em relação às despesas totais de consumo privado, ao passo que os 20% dentre os mais pobres contribuem com apenas 1,3%.

Ainda nesse relatório do PNUD, verifica-se, mais especificamente, que o quinto mais rico da população mundial:

- consome 45% de toda a carne e peixe – o quinto mais pobre, 5%.
- consome 58% da energia total – o quinto mais pobre menos de 4%.
- tem 74% de todas as linhas telefônicas – o quinto mais pobre, 1,5%.
- consome 84% de todo o papel – o quinto mais pobre, 1,1%.
- possui 87% da frota mundial de veículos – o quinto parte mais pobre menos de 1%.²⁸

A sociedade de consumo é uma sociedade de profundas desigualdades. Os benefícios são grandes, mas boa parte da população tem ficado apenas com as

²⁶ UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME, op. cit., p. 2.

²⁷ Ibidem, loc. cit.

²⁸ Ibidem, loc. cit., tradução livre.

sobras, os resíduos desse desenvolvimento. A propósito, seria possível pensar em um consumo sustentável sem mudar a estrutura mundial de distribuição de riquezas? A resposta somente poderá ser negativa.

Como se verá a seguir, muitos autores fogem desse debate, defendendo a ideia de que as descobertas tecnológicas serão a saída para um consumo sustentável. Esquecem-se, porém, de que quando o problema é abordado pelo ponto de vista da distribuição da renda e acesso aos bens de consumo, a tecnologia é concentradora de renda, não sendo jamais um instrumento de realização da justiça social.

Se o planeta no século XX viveu um processo de desenvolvimento acentuado, se o mundo do consumo trouxe comodidades nunca antes imaginadas para a vida urbana, se mesmo indiretamente todos partilharam desse desenvolvimento, isso não significa que se caminha a passos largos para um mundo melhor e mais seguro. Nesse sentido, muitas vezes se rompem os vínculos entre *desenvolvimento e consumo*:

[...] e quando o são, os padrões e tendências de consumo tornam-se avessos ao desenvolvimento humano. O consumo de hoje está a minar a base dos recursos ambientais. Ele está exacerbando desigualdades. E a dinâmica da conexão consumo-pobreza-desigualdade-meio ambiente está se acelerando. Se as tendências continuarem sem alteração – sem redistribuição dos consumidores de alta renda para os de baixo rendimento, sem mudar de bens e tecnologias de produção poluidores para outros mais limpos, sem promover bens que capacitem os produtores pobres, sem mudar a prioridade do consumo de ostentação para a satisfação de necessidades básicas – os problemas atuais do consumo e desenvolvimento humano irão se agravar.²⁹

²⁹ Ibidem, p. 1, tradução livre.

Portanto, vive-se em uma época na qual o elo entre *desenvolvimento humano* e *consumo* se rompeu. Utilização irresponsável dos recursos naturais, mudanças climáticas globais, concentração de renda em pequena parte da população, poluição, destruição das florestas, utilização da tecnologia para aumentar os lucros de uma produção insustentável, tudo isso demonstra o esgotamento do atual modelo de produção e consumo.

Estudo preparado pela Consumers International (CI)³⁰ para subsidiar as discussões da ECO-92 demonstrou de forma didática a relação entre os padrões de consumo e os mais importantes impactos ambientais enfrentados na atualidade.

Os dois principais problemas globais – mudanças climáticas e buraco na camada de ozônio – são causados, respectivamente, pelas emissões de gases no processo produtivo e pela emissão de substâncias químicas presentes nos aerossóis e nas geladeiras. Já os dois problemas regionais de maior importância – poluição do ar e perda da biodiversidade – são causados respectivamente pelas emissões dos automóveis e o crescimento das zonas urbanas. Por fim, os dois problemas locais de maior relevância – os resíduos urbanos e a contaminação do solo – possuem relação direta, respectivamente, com o modelo de compra de produtos e seu descarte, e a irresponsabilidade empresarial ao negligenciar a destinação final ambientalmente adequada dos resíduos industriais.

Nesses casos, a relação entre consumo e impacto ambiental é direta, mas para fins de percepção das pessoas, é bem mais fácil a alguém compreender suas

³⁰ CONSUMERS INTERNATIONAL; PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Além do Ano 2000: a transição para um consumo sustentável. In: SODRÉ, Marcelo Gomes (ed.). **Consumo sustentável**. Trad. de Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente, IDEC, CI, 1998, p. 21-62.

responsabilidades pessoais quanto ao descarte de seus próprios resíduos do que reconhecer alguma responsabilidade sua com o problema das mudanças climáticas.

Enquanto o lixo se vê e é palpável, as mudanças climáticas globais são uma abstração mais difícil de ser compreendida. Por isso mesmo, quanto mais global o problema ambiental, mais árduo demonstrar ao consumidor que ele tem alguma responsabilidade nesse processo.

Como já afirmado, muitos sustentam que a saída para tais problemas é investir em tecnologia e não em mudanças nos padrões de consumo. Afinal, quem gostaria de abrir mão de um padrão de consumo já conquistado em prol de toda a sociedade?

Ocorre que o mundo pós-moderno é o mundo da tecnologia e essa está a serviço do incremento dos atuais padrões de produção e consumo (e não da sua transformação), tornando tênue a linha divisória entre desenvolvimento e risco civilizacional. Nesse sentido, a sociedade de consumo caminha sobre o fio da navalha.

O sociólogo alemão Ulrich Beck realizou, na década de 1980, uma análise teórica dessa temática que não quer calar até os dias de hoje: “No processo de modernização, cada vez mais forças destrutivas também acabam desencadeadas, em tal medida que a imaginação humana fica desconcertada diante delas”³¹.

E o filósofo alemão Hans Jonas, ao constatar que a ética tradicional não atende mais às necessidades de hoje, questiona-se se é possível uma ética que se preocupe com o futuro: “A técnica moderna introduziu ações de uma tal ordem de

³¹ BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**: rumo a uma nova modernidade. São Paulo: Ed. 34, 2010, p. 25.

grandeza, com tais objetivos e consequências que a moldura de ética antiga não consegue mais enquadrá-las”.³²

É nesse contexto delicado que se deve pensar o tema do *consumo sustentável*. Tal expressão significa a necessidade de aproximar dois conceitos que nasceram separados: consumo e meio ambiente. Alguns documentos oficiais internacionais podem ajudar a compreender melhor as origens dessa discussão:

- a Agenda 21 e a Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento;
- e as Diretrizes da ONU para a Proteção dos Consumidores.

Na ECO-92, foram produzidos documentos internacionais importantíssimos em relação à sustentabilidade e respeito às futuras gerações, dentre os quais se encontram a Declaração do Rio e a Agenda 21.

Nesse diapasão, o Princípio 3 da Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento³³ estabeleceu que: “O direito ao desenvolvimento deve ser exercido de modo a atender equitativamente às necessidades de desenvolvimento e ambientais das gerações presentes e futuras”.

³² JONAS, Hans. **O princípio responsabilidade**: ensaio de uma ética para a civilização tecnológica. Rio de Janeiro: Contraponto, Ed. PUC-Rio, 2006, p. 39.

³³ UNITED NATIONS. Rio Declaration on Environment and Development. In: THE UNITED NATIONS CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT, Rio de Janeiro, 1992. **Report...** Disponível em: <www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm>. Acesso em: 10 abr. 2013. Tradução livre.

Tal fato coloca em pauta um dos temas mais complexos da atualidade: gerações futuras possuem direitos? Quais direitos? Mesmo que haja uma dificuldade em responder a tais questões, não se pode fugir da ideia de que a geração atual tem deveres a cumprir em relação a seus descendentes.

Com efeito, não é possível simplesmente dilapidar o planeta de recursos naturais e esquecer que a vida saudável de gerações futuras restará comprometida. Dessa premissa, nasce a noção de deveres de uma geração para com as próximas que virão, portanto, intergeracionais. E é nessa linha que o Capítulo 4 da Agenda 21 fez um importante diagnóstico sobre a situação atual no que se refere aos padrões de consumo:

[...] as principais causas da deterioração ininterrupta do meio ambiente mundial são os padrões insustentáveis de consumo e produção, especialmente nos países industrializados. Motivo de séria preocupação, tais padrões de consumo e produção provocam o agravamento da pobreza e dos desequilíbrios³⁴.

Pela primeira vez, um documento internacional afirmou que a principal razão da deterioração do meio ambiente eram os padrões de produção e consumo da sociedade vigente e repreendeu os países de primeiro mundo por sua irresponsabilidade diante do planeta. Ante tal diagnóstico, esse documento impõe a todos os governos uma pauta de ações na busca de um consumo sustentável:

³⁴ NAÇÕES UNIDAS. Agenda 21. In: CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, Rio de Janeiro, 1992. **Relatório...** São Paulo: Secretaria de Meio Ambiente, 1997, p. 35.

4.17. Nos anos vindouros os Governos, trabalhando em colaboração com as instituições adequadas, devem procurar atender aos seguintes objetivos amplos:

(a) Promover a eficiência dos processos de produção e reduzir o consumo perdulário no processo de crescimento econômico, levando em conta as necessidades de desenvolvimento dos países em desenvolvimento;

(b) Desenvolver uma estrutura política interna que estimule a adoção de padrões de produção e consumo mais sustentáveis;

(c) Reforçar, de um lado, valores que estimulem padrões de produção e consumo sustentáveis; de outro, políticas que estimulem a transferência de tecnologia ambientalmente saudáveis para os países em desenvolvimento³⁵.

Por sua vez, as *Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor*, aprovadas por meio da Resolução n. 39/248, de 4 de abril de 1985, no âmbito da ONU, estabeleceram os direitos básicos dos consumidores em nível mundial.

Vale destacar que inicialmente tal documento não fazia qualquer alusão ao consumo sustentável, mas passados dez anos e sob o impacto da ECO-92, acabaram sendo introduzidas importantes modificações por meio de deliberação tomada na ONU em 26 de julho de 1999, nele inserindo essa pauta: “Consumo sustentável inclui atender as necessidades de bens e serviços das gerações presentes e futuras de modo tal que sejam sustentáveis do ponto de vista econômico, social e ambiental”.³⁶

³⁵ Ibidem, p. 37.

³⁶ UNITED NATIONS. **United Nations guidelines on consumer protection**: as expanded in 1999. Genebra: UNCTAD, 2011, p. 11, tradução livre. Disponível em: <<http://unctad.org/en/Docs/poditccclpm21.en.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

E prossegue o documento:

A responsabilidade pelo consumo sustentável é compartilhada entre todos os membros e organizações da sociedade, incluídos os consumidores informados, governos, empresas, organizações laborais, consumeristas e ambientais, que desempenham funções particularmente importantes. Os consumidores informados têm uma função essencial na promoção do consumo que é sustentável do ponto de vista ambiental, econômico e social, inclusive pelos efeitos de suas escolhas sobre os produtores. Os governos devem promover o desenvolvimento e a implementação de políticas para o consumo sustentável e a integração dessas políticas com outras políticas públicas. As políticas públicas governamentais devem ser formuladas com consultas às organizações empresariais, ambientais e de consumidores, bem como a outros grupos interessados. As empresas têm uma responsabilidade na promoção do consumo sustentável mediante o design, produção e distribuição de bens e serviços. As organizações de defesa do meio ambiente e de consumidores têm a responsabilidade de promover a participação e o debate públicos no que diz respeito ao consumo sustentável, informar os consumidores e trabalhar com o governo e as empresas em prol do consumo sustentável.³⁷

É possível extrair três conclusões importantes após a análise desses documentos:

- a ideia do consumo sustentável inclui uma responsabilidade com as gerações futuras;
- a responsabilidade por um consumo sustentável é de toda a sociedade;
- tal responsabilidade é comum, mas diferenciada.

³⁷ Ibidem, p. 11, tradução livre.

Por mais redundante que possa parecer, o movimento de proteção dos consumidores sempre teve como objetivo a afirmação dos *direitos* dos consumidores. Desde o conhecido discurso do Presidente Kennedy³⁸, discutem-se quais são os direitos dos consumidores e como devem ser implementados.

Em 1985, como já visto, o tema ganhou contornos mundiais quando as Nações Unidas promulgaram a Resolução n. 39/248 estabelecendo quais eram esses direitos, a saber: proteção contra os riscos à saúde e segurança; proteção dos interesses econômicos dos consumidores; acesso à informação adequada a respeito dos produtos e serviços; educação para o consumo; reparação de danos; e liberdade de associação e participação da sociedade civil organizada nos processos de tomada de decisões que a afetem.

Na sequência, as Nações Unidas alteraram tal Resolução para acrescentar, como nova dimensão consumerista, também a promoção de padrões de consumo sustentáveis. Com essa inclusão realizada pela ONU em 1999, percebeu-se que algo mudou. Todos os direitos listados até então na redação original eram efetivamente direitos, ao passo que o *novo direito* aponta notadamente um *dever* de todos: a preservação da vida como a conhecemos.

A inserção da pauta do consumo sustentável traz uma situação nova: o fim da reciprocidade estanque entre direitos e deveres. Em vez de antepor direitos dos consumidores a obrigações dos fornecedores, está-se diante de deveres de ambos.

³⁸ Cf. KENNEDY, John F. Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest. **Public Papers of the Presidents**. Washington, 15 mar. 1962. Disponível em: <<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=9108&st=&st1=>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

Nesse sentido, todos têm o dever de agir em prol de um planeta saudável para a proteção das futuras gerações.

A discussão deixa de ser de oposição para ser de cooperação. No entanto, se a responsabilidade de fornecedores e consumidores passou a ser comum, ela deve ocorrer em grau e modo diferenciados. Um raciocínio baseado na razoabilidade e na proporcionalidade permite perceber que o estilo de vida atual é absolutamente alimentado por um modelo insustentável de produção e oferta de produtos.

Ao mesmo tempo em que as empresas fazem um discurso por uma economia verde, persistem em priorizar os lucros imediatos a qualquer custo, inclusive o ambiental. Seja como for, cada um – seja fornecedor ou consumidor – deve responder no limite de suas ações. Assim, os consumidores também devem reconhecer que possuem alguma responsabilidade ambiental no mundo do hiperconsumo. Temas como resíduos e mudanças climáticas apontam nessa direção.

Portanto, tal responsabilidade deve ser diferenciada e escalonada. Convém observar que as diretrizes das Nações Unidas se referem à responsabilidade dos consumidores *informados*, ou seja, consumidores desinformados não podem, em princípio, ser responsabilizados.

Avançando ainda mais, consumidores em situação de dificuldade econômica extrema também não podem ser responsabilizados pelo consumo insustentável: acesso a bens e serviços de primeira necessidade é o primeiro dos direitos dos consumidores, e viver em um mundo menos desigual do ponto de vista do consumo é um direito coletivo de toda a sociedade.

A agenda que se extrai desses documentos é a da responsabilidade escalonada e compartilhada de todos para um consumo sustentável. Mas governos e empresas correspondem aos grandes responsáveis pelas ações positivas a serem realizadas nessa seara. E os consumidores têm direito de ser educados para um consumo sustentável de modo que também possam assumir seus deveres nesse desafio.

Por fim, vale indicar as seguintes conclusões relativas a este item:

- o consumismo desenfreado leva o indivíduo a se fechar no seu mundo egoísta, sem observar quem está ao seu lado e sem impor qualquer limite ético às suas ações;
- o mercado tomou os espaços públicos de discussão e de solidariedade, igualando os conceitos de cidadão e consumidor;
- para a sociedade como um todo, os atuais padrões de produção e consumo apontam para uma tragédia ambiental coletiva;
- algo está errado no modelo civilizatório atual e precisa ser alterado;
- enquanto o setor empresarial continua no mundo competitivo que tem por limite final o lucro, exsurge a necessidade e a oportunidade de mudança dos padrões de produção e consumo na busca de um consumo sustentável, do ponto de vista ambiental, econômico e social, atento às necessidades das presentes e futuras gerações.

CAPÍTULO 2 – EIXOS DO DESENVOLVIMENTO INCLUSIVO E SUSTENTÁVEL

Nós apenas pedimos o mundo emprestado aos nossos filhos, um dia vamos ter que lho devolver. (Provérbio Hindu)

Entende-se como desenvolvimento inclusivo e sustentável aquele que toma em conta a dignidade da pessoa humana e está diretamente relacionado à proteção dos direitos do consumidor, sem descuidar do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e à sadia qualidade de vida, no interesse das presentes e futuras gerações.

A dignidade humana, aliás, é um dos fundamentos da República Federativa do Brasil, nos termos do art. 1º, III, da Constituição Federal de 1988. Cuida-se de princípio inspirador da estrutura das normas da ordem econômica que dá a tônica da base ética da atividade econômica. Nesse sentido, a ordem econômica, fundada na valorização do trabalho e na livre iniciativa, deve desenvolver-se com vistas a garantir a todos uma existência digna.³⁹

Dessa forma, espera-se que o crescimento econômico experimentado pelo Brasil não signifique degradação ambiental. Está-se diante da oportunidade de adotar um novo padrão de desenvolvimento calcado na sustentabilidade inclusiva.

Com efeito, a variável ambiental deve ser considerada nos contratos de consumo, de modo a ensejar uma forte ligação entre a proteção do consumidor e a tutela ambiental, possibilitando o desenvolvimento sustentável e a sadia qualidade

³⁹ LEMOS, Patrícia Faga Iglecias. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2012, p. 46.

de vida.

Assim, o fornecedor, que coloca produtos e/ou serviços no mercado, deve respeitar também as normas ambientais, sob pena de prática abusiva, conforme se verifica do art. 39, VIII, do Código de Defesa do Consumidor. Além disso, as cláusulas que infrinjam ou permitam a infração de normas ambientais são consideradas abusivas e, portanto, nulas de pleno direito, nos termos do art. 51, XIV, do mesmo diploma legal.

O art. 4º do Código de Defesa do Consumidor prevê, entre os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, “o atendimento das necessidades dos consumidores” e “a melhoria da sua qualidade de vida”. De fato, verifica-se que:

[...] o consumo está estreitamente ligado à satisfação das necessidades do ser humano. Não apenas as necessidades primárias, de cunho biológico, mas também outras que têm sido agregadas com o decorrer do tempo e a evolução da sociedade. Já não é novidade o reconhecimento de que o consumo é um ato eminentemente social, permeado por fatores de ordem cultural e econômica.⁴⁰

Exatamente em razão de ser um ato social, que se realiza a partir de padrões culturais, o legislador reconheceu a fragilidade em que se situa o consumidor, donde decorre a presunção legal de sua vulnerabilidade. Essa situação tem reflexos diretos na forma como devem ser desenvolvidos a produção e o consumo.

É fato que o modo de produção praticado nos últimos anos tem contribuído para uma grande perda de biodiversidade, especialmente em função da demanda

⁴⁰ Ibidem, p. 24.

por recursos naturais⁴¹, que são finitos e cada vez mais escassos. Ora, não há como se falar em consumo sustentável sem produção sustentável. Daí a importância de se recorrer ao conceito de “economia verde”.

2.1. Eixo econômico

2.1.1. Desenvolvimento sustentável e economia verde

A Conferência do Rio de Janeiro, de 1992, com a produção de diversos documentos internacionais importantes, dentre os quais a Declaração do Rio, em muito contribuiu para o reconhecimento do direito da humanidade à preservação do equilíbrio ecológico do planeta, reafirmando a necessidade de aplicação do princípio do desenvolvimento sustentável.

O Princípio 1 da Declaração do Rio de Janeiro prevê, por exemplo, que os seres humanos estão no centro das preocupações com o desenvolvimento sustentável e têm direito a uma vida saudável e produtiva, em harmonia com a natureza.

Nesse sentido, “o princípio do desenvolvimento sustentável está umbilicalmente ligado à ampla proteção ao meio ambiente, que deve ser

⁴¹ Veja-se que o Relatório de Avaliação Ecológica do Milênio, de 2005, apontou para a utilização insustentável ou degradação de cerca de 60% dos serviços ambientais obtidos dos ecossistemas, incluindo o problema da água, do ar e da regulação climática tanto local quanto regional. Mais informações disponíveis em: <<http://www.unep.org/maweb/en/About.aspx#3>>. Acesso em: 11 abr. 2013.

viabilizada também pelo controle da produção e do consumo.”⁴²

Por isso mesmo, não é possível realizar uma análise desse princípio sem inter-relacioná-lo com o direito e com a economia. Aliás, um dos principais pontos de discussão é exatamente o questionamento em torno do atual modelo econômico e sua sustentabilidade/insustentabilidade.

A propósito, mesmo anteriormente, no âmbito da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano realizada em 1972, os Princípios 5 e 8 da Declaração de Estocolmo já flertavam com a premissa do desenvolvimento sustentável, prevendo que⁴³:

- “Os recursos não renováveis da Terra devem ser empregados de maneira a se evitar o perigo de seu esgotamento e a se assegurar que os benefícios de tal emprego sejam compartilhados por toda a humanidade” (Princípio 5);
- “O desenvolvimento econômico e social é essencial para assegurar ao homem um ambiente de vida e trabalho favorável e para criar, na Terra, as condições necessárias à melhoria da qualidade de vida” (Princípio 8).

Vale lembrar que o princípio do desenvolvimento:

⁴² LEMOS. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 50.

⁴³ UNITED NATIONS. Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment. In: UNITED NATIONS CONFERENCE ON THE HUMAN ENVIRONMENT, Estocolmo, 1972. **Report...** Disponível em: <<http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=97&ArticleID=1503&l=en>>. Acesso em: 10 abr. 2013. Tradução livre.

[...] deve ser entendido em consonância com os demais princípios de proteção ambiental. O bem que propicia o desenvolvimento econômico, social, cultural, político é o mesmo que importa para a manutenção da sadia qualidade de vida. Por isso, não tem sentido que o desenvolvimento se dê de forma desordenada, causando dano ao meio ambiente.⁴⁴

Veja-se ainda a definição de desenvolvimento sustentável exarada pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente, segundo a qual se cuida daquele que “atende as necessidades do presente sem comprometer as necessidades de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades”.⁴⁵ Significa, portanto, desenvolvimento com preservação do meio ambiente.

Nesse contexto, a economia verde é definida como aquela que resulta em melhoria do bem-estar humano e da igualdade social e, ao mesmo tempo, reduz significativamente os riscos ambientais e a escassez ecológica, ou seja, não gera aumento da pegada ecológica⁴⁶, uma vez que adota o conceito de ecoeficiência.⁴⁷ São exemplos de estratégias associadas ao conceito de economia verde: a redução das emissões de carbono; uma maior eficiência energética; e a prevenção da perda

⁴⁴ LEMOS, Patrícia Faga Iglecias. **Meio ambiente e responsabilidade civil do proprietário: análise do nexos causal**. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2012, p. 63.

⁴⁵ COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991, p. 46.

⁴⁶ A pegada ecológica corresponde à “área de solo utilizada para a produção de um bem ou para o cálculo do nível de consumo individual ou coletivo”: WEIZSACKER, Ernst Ulrich von; LOVINS, L. Hunter; LOVINS, Amory B. *Factor 4: duplicar el bienestar con la mitad de los recursos naturales*. Trad. de Adan Kovacsics. Barcelona: Galáxia Gutenberg, 1997, p. 293 et seq..

⁴⁷ Cf. UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. **How is a green economy defined?** Disponível em: <<http://www.unep.org/greeneconomy>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

da biodiversidade e dos serviços ecossistêmicos.

De fato, há necessidade de que tais estratégias sejam catalisadas e amparadas por investimentos públicos e privados, o que envolve reformas políticas e alterações regulatórias. É preciso preservar, fortalecer e, quando necessário, promover a reconstrução do capital natural como um ativo econômico crítico e fonte de benefícios públicos, principalmente para aqueles cujas existências dependem intrinsecamente dos serviços da natureza.⁴⁸

O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) lançou a iniciativa Economia Verde, em 2008, com vistas a apoiar um plano global de transição para uma economia verde. Foi elaborado o Relatório “Rumo à economia verde: caminhos para o desenvolvimento sustentável e a erradicação da pobreza”, contemplando entre seus objetivos a demonstração de que a utilização da economia verde não significa necessariamente reduzir o crescimento econômico e o nível de emprego.⁴⁹

Com efeito, deve haver um estímulo aos investimentos públicos e privados que considerem a transição para uma economia verde. Nessa linha, ganham destaque as compras públicas sustentáveis, que vêm apresentando um crescimento significativo, bem como a necessidade de adoção de políticas que identifiquem falhas de mercado e propiciem sua correção, com investimentos sustentáveis.

O referido Relatório aponta que um investimento de 2% do PIB global em dez setores chave pode combater a pobreza e gerar um crescimento mais verde e

⁴⁸ PAVESE, Helena Boniatti. Delineamento de uma economia verde. **Política Ambiental: Economia verde: desafios e oportunidades**. Belo Horizonte, Conservação Internacional, n. 8, p. 21, jun. 2011.

⁴⁹ *Ibidem*, p. 17.

eficiente. O estudo considerou os seguintes setores como fundamentais para tornar a economia mais verde: agricultura, setor imobiliário, setor energético, pesca, silvicultura, indústria, turismo, transportes, gestão de resíduos e água.⁵⁰

O documento final da Rio+20, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável realizada em 2012 no Rio de Janeiro, por sua vez, reconhece que a economia verde é um dos mais importantes instrumentos para se alcançar o desenvolvimento sustentável e afirma que qualquer política de economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza deve:

- a) Ser compatível com o direito internacional;
- b) Respeitar a soberania nacional de cada país sobre seus recursos naturais, tendo em conta as suas especificidades nacionais, objetivos, responsabilidades, prioridades e espaço político em relação às três dimensões do desenvolvimento sustentável;
- c) Apoiar-se em um ambiente favorável e no bom funcionamento dos estabelecimentos de todos os níveis, com um papel de liderança para os governos e com a participação de todas as partes interessadas, incluindo a sociedade civil;
- d) Promover um crescimento econômico sustentável e inclusivo, favorecer a inovação, as oportunidades, benefícios e capacitação para todos e garantir o respeito de todos os direitos humanos;
- e) Levantar em conta as necessidades dos países em desenvolvimento, particularmente aquelas em situações especiais;
- f) Reforçar a cooperação internacional, incluindo a provisão de recursos financeiros, capacitação e transferência de tecnologia para países em desenvolvimento;
- g) Evitar a imposição de condições injustificadas para a assistência pública ao desenvolvimento e ao financiamento;
- h) Não constituir um meio de discriminação arbitrária ou injustificável, ou uma restrição disfarçada ao comércio internacional, evitando ações

⁵⁰ Ibidem, p. 18.

unilaterais para lidar com desafios ambientais fora da jurisdição do país importador, e assegurar que as medidas de luta contra os problemas ambientais transfronteiriços ou globais, tanto quanto possível, baseiem-se em um consenso internacional;

i) Contribuir para preencher as lacunas de tecnologia entre países desenvolvidos e em desenvolvimento e reduzir a dependência tecnológica dos países em desenvolvimento, utilizando todas as medidas adequadas;

j) Melhorar o bem-estar dos povos indígenas e suas comunidades, de outras comunidades locais e tradicionais, e das minorias étnicas, reconhecendo e apoiando a sua identidade, cultura e seus interesses, e evitar pôr em perigo a sua herança cultural, suas práticas e conhecimentos tradicionais, preservando e respeitando as abordagens não comerciais que contribuem para a erradicação da pobreza;

k) Melhorar o bem-estar das mulheres, crianças, jovens, pessoas com deficiência, pequenos agricultores e agricultores de subsistência, pescadores e aqueles que trabalham em pequenas e médias empresas, e melhorar as condições de vida e capacitação dos grupos pobres e vulneráveis, em particular nos países em desenvolvimento;

l) Mobilizar todo o potencial que oferecem homens e mulheres, e assegurar sua contribuição de forma igualitária;

m) Promover, nos países em desenvolvimento, atividades produtivas que contribuam para a erradicação da pobreza;

n) Atender às preocupações com as desigualdades e promover a inclusão social, incluindo os pisos de proteção social;

o) Promover os modos de consumo e de produção sustentáveis;

p) Dar continuidade aos esforços realizados para estabelecer abordagens para um desenvolvimento equitativo e inclusivo, que permita combater a pobreza e a desigualdade.⁵¹

⁵¹ NAÇÕES UNIDAS. O Futuro que queremos. In: CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (RIO+20), Rio de Janeiro, 2012. **Resolução n. 66/288**. Versão em português revisada por Júlia Crochemore Restrepo. Rio de Janeiro: Comitê Facilitador da Sociedade Civil Catarinense Rio+20, ONU, 2012, p. 11-12. Disponível em: <https://www.utl.pt/admin/docs/4808_O-Futuro-que-queremos1.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

2.1.2. Produção e consumo sustentáveis

Os bens e serviços ambientais devem ser entendidos como um potencial produtivo que depende tanto dos limites físicos e da escassez de recursos como de estratégias sociais que possam administrar os potenciais ecológicos da natureza.⁵² (Enrique Leff)

O conceito de produção mais limpa foi definido, no início dos anos 1990, pela Organização para Desenvolvimento Industrial das Nações Unidas (UNIDO) e pelo Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas (PNUMA). Nessa linha, impõe-se a aplicação contínua de uma estratégia ambiental preventiva integrada aos processos, produtos e serviços, buscando o aumento da ecoeficiência e a redução dos riscos à saúde e ao meio ambiente, mediante tecnologias que promovam, por exemplo:

- redução do uso de água e/ou energia no processo produtivo;
- redução do uso de matérias-primas ou ainda sua substituição por insumos menos poluentes;
- prevenção e redução dos resíduos e dos rejeitos gerados na produção;
- reaproveitamento de resíduos e outras formas de destinação final ambientalmente adequada.

O processo produtivo deve sofrer alterações, de forma que a própria

⁵² LEFF, Enrique. **Racionalidade ambiental**: a reapropriação social da natureza. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006, p. 185.

concepção do produto – seu *design* – seja mais sustentável e gerador de menores impactos ambientais. Assim, esse padrão de produção deve contribuir inclusive para a menor geração de gases de efeito estufa (GEE), constituindo, portanto, uma “produção de baixo carbono”.

Por outro lado, é importante notar que mudanças tecnológicas que propiciem tecnologias mais limpas estão ligadas ao processo de inovação, que corresponde a todas as atividades geradoras de mudanças tecnológicas e à interação dinâmica entre elas, como explica Maria Cecília Junqueira Lustosa:

Ao inovar, a empresa está buscando solução para um determinado problema, que é resolvido dentro de um paradigma tecnológico, isto é, dentro de determinados padrões de soluções amplamente aceitos baseados nos princípios das ciências naturais. Assim, uma vez estabelecido o paradigma tecnológico, as inovações tornam-se seletivas na capacidade de solucionar problemas, ao mesmo tempo em que encobrem outras soluções que estariam fora do paradigma tecnológico – caracterizando uma “cegueira” do paradigma tecnológico predominante. As tecnologias são eleitas no processo seletivo, que de acordo com as características predominantes no ambiente seletivo, escolhem determinadas tecnologias e não outras.⁵³

Lustosa ressalta ainda que as mudanças tecnológicas no sentido da adoção de tecnologias ambientalmente saudáveis (TAS) – definidas como “o conjunto de conhecimentos, técnicas, métodos, processo, experiências e equipamentos que utilizam os recursos naturais de forma sustentável e que permitem a disposição adequada dos rejeitos industriais, de forma a não degradar o meio ambiente” – são

⁵³ LUSTOSA, Maria Cecília Junqueira. Inovação e tecnologia para uma economia verde. **Política Ambiental**: Economia verde: desafios e oportunidades. Belo Horizonte, Conservação Internacional, n. 8, p. 115, jun. 2011.

obtidas por meio de inovações ambientais.⁵⁴

Entretanto, afirma que a inovação na empresa não se dá simplesmente com base em fatores internos, mas contempla relações entre ela, seus clientes e fornecedores, bem como os ambientes institucional, cultural e social, além da infraestrutura, dos aspectos macroeconômicos e do próprio sistema de inovação. Por isso, discutir soluções no contexto da economia verde envolve não apenas analisar a empresa, mas também realizar uma abordagem sistêmica.⁵⁵

Esse processo fica mais claro a partir da análise do físico e economista norte-americano Robert Ayres, ao destacar que o maior desafio da economia verde consiste em reformar a atual forma de gestão do sistema, que toma por base a economia fóssil, permitindo que se dobre o montante de energia que se extrai de um barril de petróleo, ou do equivalente em termos de carvão e gás.⁵⁶

Para tanto, é preciso investir em inovação industrial. Pelos cálculos de Robert Ayres, o atual sistema econômico desperdiça 80% da energia extraída da Terra, o que traz um forte indicativo do potencial de reciclagem e de reutilização industriais, possibilitando que venha a se atenuar a escassez de energia e de matérias-primas. Como se percebe, essa visão permite o relativo “descasamento”

⁵⁴ Ibidem, p. 115-116.

⁵⁵ Ibidem, p. 116-117. Nessa obra, a autora aponta ainda o papel das competências específicas da empresa para resolução dos problemas; a capacidade de absorção das informações pela empresa; as eventuais dificuldades de acesso às inovações desenvolvidas por terceiros, que normalmente têm um custo alto, bem como fatores externos como “o paradigma tecnológico vigente, o Sistema Nacional de Inovação, o contexto macroeconômico, as medidas de caráter regulatório e o grau de competição do mercado no qual a empresa está inserida”.

⁵⁶ Cf. ABRAMOVAY, Ricardo. Desafios da economia verde. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, p. 3, 27 jun. 2011.

entre o crescimento da produção e o aumento do uso de materiais e energia.⁵⁷

É importante verificar quais os reais efeitos desse descasamento. Como esclarece Abramovay, cada unidade de produto hoje é obtida com menor uso de materiais. Em 2002, cada unidade do PIB mundial foi produzida, em média, com 26% menos de recursos materiais em comparação ao ano de 1980. Entretanto, o crescimento do PIB compensou esse ganho em eficiência com o aumento do consumo absoluto de materiais em 36%. Para o período 2002/2020, espera-se que o consumo de materiais seja quase 50% superior, o que implica impacto devastador sobre os ecossistemas e o clima. Por isso, é preciso repensar os padrões de consumo, os estilos de vida e o próprio crescimento econômico.⁵⁸

A legislação brasileira contém previsões que permitem a necessária adoção de medidas visando à eficiência da atividade econômica. De fato, o Brasil dispõe de uma situação privilegiada, pois pode trabalhar no sentido de uma transição para uma economia de baixo carbono, buscando a redução nos padrões de consumo. Assim, “os padrões de consumo atuais, tão concentrados em produtos alimentares de má qualidade, num padrão de mobilidade urbana insustentável e em formas de moradia apoiadas em imenso desperdício, devem ser discutidos e modificados”.⁵⁹

Nos termos do art. 3º, XIII, da Lei n. 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos, *padrões sustentáveis de produção e consumo* são

⁵⁷ Ibidem, loc. cit.

⁵⁸ Ibidem, loc. cit.

⁵⁹ ABRAMOVAY, Ricardo. **Economia de baixo carbono: o desafio brasileiro.** [22 de novembro, 2010]. São Paulo: Revista do Instituto Humanitas Unisinos On-line, n. 351. Entrevista concedida a Patrícia Fachin. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3654&secao=351> . Acesso em: 10 mar. 2013.

definidos como “produção e consumo de bens e serviços de forma a atender as necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras”.

Com efeito, Martín Mateo sublinha a relevância de se adotar práticas de minimização quantitativa e qualitativa, ou seja, a busca estratégica da redução do uso dos recursos utilizados no processo de produção e comercialização de bens em termos absolutos via, por exemplo, a recuperação de energia e a prevenção de embalagens desnecessárias. Do ponto de vista qualitativo, é o caso de se buscar o emprego de matérias-primas mais abundantes e menos contaminantes, assim como energias preferencialmente renováveis.⁶⁰

A Lei n. 12.305/2010, seguindo o modelo da Diretiva 2008/98/CE, em seu art. 9º, prevê uma ordem de prioridade na gestão e no gerenciamento de resíduos sólidos, que são decorrentes das atividades de produção e consumo, questão essa diretamente associada à ideia de economia verde:

- não geração;
- redução;
- reutilização;
- reciclagem;
- tratamento dos resíduos sólidos;
- e disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos.

⁶⁰ MATEO, Ramón Martín. **Manual de derecho ambiental**. Madrid: Trivium, 1998, p. 200.

Conforme será abordado mais à frente no Capítulo 4, “a não geração, a redução, a reutilização, exigem mudanças na atividade econômica, busca de novas tecnologias, emprego de mecanismos de gestão ambiental, que propiciem melhor aproveitamento dos bens envolvidos no processo produtivo”.⁶¹

O Processo de Marrakesh⁶², iniciado em 2003 no âmbito das Nações Unidas, definiu a produção sustentável como sendo aquela que incorpora as melhores alternativas possíveis para minimizar impactos ambientais e sociais ao longo de todo o ciclo de vida de bens e serviços.

O documento final da Rio+20, Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, conforme já se ressaltou, reconhece que, entre outros fatores, a promoção de modalidades sustentáveis de produção e consumo é requisito essencial para se falar em desenvolvimento sustentável.⁶³ Além disso, reforça a ideia de que o desenvolvimento sustentável deve ser um processo inclusivo e centrado nas pessoas, de forma a gerar a participação de todos, incluindo-se os jovens e as crianças.

Cabe destacar a importância da participação do consumidor nesse processo

⁶¹ LEMOS, Patrícia Faga Iglecias. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 53.

⁶² Mais informações disponíveis em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional/processo-de-marrakesh>>. Acesso: 13 abr. 2013.

⁶³ NAÇÕES UNIDAS. O Futuro que queremos. In: CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (RIO+20), Rio de Janeiro, 2012. **Resolução n. 66/288**. Versão em português revisada por Júlia Crochemore Restrepo. Rio de Janeiro: Comitê Facilitador da Sociedade Civil Catarinense Rio+20, ONU, 2012, p. 11-12. Disponível em: <https://www.utl.pt/admin/docs/4808_O-Futuro-que-queremos1.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013. Cf. especialmente os itens I.4 e II.B.31.

de mudança nos padrões de produção. Não se pode esquecer que o consumo tem reflexos que ultrapassam a pessoa do consumidor: quanto mais consumo, mais produção e maior geração de resíduos:

Na verdade, o consumo é um fenômeno social, não envolve apenas a satisfação das nossas necessidades. A escolha dos produtos não é individual, como se poderia pensar a princípio. Isso, porque há todo um contexto de inserção na vida em sociedade, fazendo com que nossas opções de consumo levem em consideração fatores econômicos e culturais.⁶⁴

De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), entende-se por “consumo sustentável”:

Fornecimento de serviços e produtos que atendam às necessidades básicas, proporcionando uma melhor qualidade de vida enquanto minimizam o uso dos recursos naturais e materiais tóxicos como também a produção de resíduos e a emissão de poluentes no ciclo de vida do serviço ou do produto, tendo em vista não colocar em risco as necessidades das futuras gerações.⁶⁵

Uma das questões chave é justamente a dificuldade que o consumidor tem de medir as consequências ambientais do consumo de determinado produto ou do seu similar. Assim, a informação passa a ser não apenas um instrumento de proteção do consumidor, mas também influencia nas suas decisões, a partir do conhecimento de todo o ciclo de vida do produto. Nesse sentido, é de suma importância a rotulagem dos produtos e o desenvolvimento de modelos

⁶⁴ LEMOS, **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 25-26.

⁶⁵ UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. **Global Outlook on Sustainable Consumption and Production Policies: Taking Action Together**. Paris: UNEP, 2012. Disponível em: <http://www.unep.org/pdf/Global_Outlook_on_SCP_Policies_full_final.pdf>. 10 mar. 2013.

institucionais informativos, conforme se verá no Capítulo 3.

A questão que se coloca é como atingir um paradigma produtivo de economia sustentável. Para Enrique Leff, “os bens e serviços ambientais devem ser entendidos como um potencial produtivo que depende tanto dos limites físicos e da escassez de recursos como de estratégias sociais que possam administrar os potenciais ecológicos da natureza”.⁶⁶

A mera edição de normas de controle das tendências dos padrões de produção e de consumo se mostra insuficiente. É necessário também adotar comportamentos de moderação no consumo, o que envolve mudanças culturais, práticas de reutilização ou reciclagem, e substituição de materiais mais escassos por outros mais abundantes. Isso sem esquecer que a reciclagem implica gasto energético, que deve ser oportunamente considerado.⁶⁷

O Brasil, em 23 de novembro de 2011, lançou o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS)⁶⁸, que contempla uma série de ações com enfoque participativo e de comunicação. O primeiro ciclo do plano engloba o período de 2011 a 2014, com esforços em seis áreas principais:

⁶⁶ LEFF, op. cit., p. 185.

⁶⁷ ALIER, Joan Martínez; JUSMET, Jordi Roca. **Economía ecológica y política ambiental**. 2. ed. México : Fundo de Cultura Económica, 2003, p. 370-372. Também LEMOS. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 43. Aqueles autores citados fizeram uma análise econômica da reciclagem, demonstrando que a demanda de um recurso, virgem ou reciclado, dobra a cada 25 anos, correspondendo a algo em torno de 3% ao ano. Em 75 anos, a taxa anual de extração se multiplica por oito no primeiro caso (recurso virgem) e por quatro no segundo (reciclado). Com isso, a reciclagem dobra a vida do recurso, mas não evita um crescimento exponencial insustentável de sua extração.

⁶⁸ Mais informações disponíveis em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional>>. Acesso em: 11 abr. 2013.

- educação para o consumo sustentável;
- varejo e consumo sustentáveis;
- aumento de reciclagem;
- compras públicas sustentáveis;
- construções sustentáveis;
- e uma agenda ambiental para a Administração Pública.

2.2. Eixo ambiental

O desenvolvimento sustentável também está atrelado a diversos fatores ambientais relevantes, com especial destaque para a preservação da biodiversidade e sua influência nas mudanças climáticas.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), tomando por base o “Livro Azul”, decorrente de movimento liderado pela Comissão para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (CDS), criou em 2002 os chamados Indicadores de Desenvolvimento Sustentável, que permitem o acompanhamento da sustentabilidade no padrão de desenvolvimento do país.

Posteriormente, com a sua atualização, em 2004, criou-se um sistema de informações, a partir do cruzamento de indicadores de sustentabilidade. Em 2012, na Rio+20, foi lançada nova edição, com 62 indicadores, revelando os ganhos e as fragilidades existentes.⁶⁹

⁶⁹ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável**: Brasil 2004. Rio de Janeiro: IBGE, Coordenação de Recursos Naturais e Estudos Ambientais, 2012. Disponível em:

Dentre os ganhos, ressaltam-se: a redução, em seis anos, de cerca de 77% no desflorestamento bruto anual da Amazônia Legal; o aumento do número de áreas protegidas; a queda da mortalidade infantil, pela metade, em uma década; e o crescimento do acesso às redes de esgoto e aos serviços de coleta de lixo.

Dentre as fragilidades, vale destacar a permanência das desigualdades socioeconômicas e de gênero.

Cerca de metade desses indicadores teve resultados favoráveis, com ressalvas em alguns deles. Nesse sentido, há grandes desafios quanto ao indicador saneamento, envolvendo coleta, destinação e tratamento de água, esgoto e resíduos. Os níveis de reciclagem estão mais associados aos catadores do que à implementação da coleta seletiva, ainda incipiente no Brasil.

São indicadores ambientais para análise de desenvolvimento sustentável e seus respectivos fatores considerados:

- Atmosfera: efeito estufa, destruição da camada de ozônio e poluição do ar;
- Terra: uso de fertilizantes, uso de agrotóxicos, áreas agrossilvipastoris, queimadas, incêndios florestais, desflorestamento da Amazônia e de outros biomas;
- Água doce: qualidade de águas interiores;
- Oceanos, mares e áreas costeiras: balneabilidade, produção de pescado marítimo e continental, população residente em áreas costeiras;
- Biodiversidade: espécies extintas e ameaçadas de extinção, áreas protegidas,

<www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/default_2012.shtm>. Acesso em: 10 mar. 2013.

tráfico, criação e comércio de animais silvestres, espécies invasoras;

- Saneamento: acesso a serviço de coleta de lixo doméstico, destinação final dos resíduos, acesso a sistema de abastecimento de água, assim como a esgotamento sanitário e tratamento de esgoto.

No período de 1992 a 2010, os dados do IBGE⁷⁰ apontam uma redução do consumo de substâncias destruidoras da Camada de Ozônio. Os desmatamentos na Amazônia e as queimadas nos cerrados são responsáveis por mais de 50% (cinquenta por cento) do total das emissões líquidas, enquanto a destruição de florestas e de outras formas de vegetação nativa é responsável por mais de 75% das emissões líquidas de CO₂.

Ademais, houve uma redução expressiva em relação às substâncias destruidoras da camada de ozônio: de 11.099 tPDO (tonelada de Potencial de Destruição da Camada de Ozônio) em 2000 para 1.208 tPDO em 2010. Dentre tais substâncias, vale mencionar a diminuição do consumo de clorofluorcarbono (CFC), para o mesmo período, de 9.278 tPDO para -14 tPDO, número negativo que representa exportação ou destruição de estoques remanescentes.

Realizada no Rio de Janeiro em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), conhecida também como ECO-92 ou Rio-92, reuniu mais de cem chefes de Estado que buscavam meios de conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação do meio ambiente.

⁷⁰ Ibidem.

A pauta da Conferência foi determinada pelas conclusões do Relatório Brundtland (sob o título “Nosso Futuro Comum”), o qual foi encomendado pela Assembleia Geral das Nações Unidas à Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento em 1983 e restou concluído em 1987.

Resultado de um esforço pioneiro para composição de “uma agenda global para a mudança”, o referido Relatório propunha uma visão estratégica de longo prazo para se alcançar o desenvolvimento sustentável frente ao diagnóstico da incompatibilidade entre o modelo de desenvolvimento dos países desenvolvidos, também seguido pelos países em desenvolvimento, e o uso excessivo dos recursos naturais a desconsiderar a capacidade de suporte dos ecossistemas.

A Rio-92 consagrou o conceito de desenvolvimento sustentável e foi um marco no debate ambiental internacional com o reconhecimento de alguns princípios, os quais, embora historicamente definidos, ainda continuam no centro das negociações internacionais, como o princípio das responsabilidades comuns mas diferenciadas. Reconheceu-se também a necessidade dos países em desenvolvimento receberem apoio financeiro e tecnológico das nações desenvolvidas para avançarem na direção do desenvolvimento sustentável.

Vale lembrar que a Eco-92 foi uma conferência bastante produtiva, pois dela nasceram a Carta da Terra, a Agenda 21 e três convenções-quadro, a saber, a de Diversidade Biológica, a de Desertificação e a de Mudança do Clima. Além da já referida Declaração do Rio, a qual consolidou princípios ambientais estratégicos, como o da precaução e o do poluidor-pagador, também restou produzida uma declaração de princípios sobre florestas, garantindo aos Estados o direito soberano de gerir suas florestas de modo sustentável.

A Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB)⁷¹ é o mais importante acordo internacional sobre biodiversidade. A CDB tem como pilares a conservação da diversidade biológica, a utilização sustentável de seus componentes e a repartição justa e equitativa dos benefícios derivados do uso dos recursos genéticos correspondentes.

O Brasil, país de proporções continentais com 8,5 milhões km² de área, é formado por biomas diversos como a Floresta Amazônica, maior floresta tropical úmida do mundo; o Pantanal, maior planície inundável; o Cerrado composto de savanas e bosques; a Caatinga constituída por florestas semiáridas; a Mata Atlântica que é floresta tropical pluvial; e os campos dos Pampas.

O território brasileiro também possui uma costa marinha de 3,5 milhões km², que inclui ecossistemas como recifes de corais, dunas, manguezais, lagoas e estuários. Além disso, abriga a maior biodiversidade do planeta, com mais de 20% do número total de espécies da Terra, ocupando a primeira posição entre os 17 países considerados megadiversos⁷².

A partir da Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB), em 1994, o governo brasileiro criou o Programa Nacional da Diversidade Biológica (Pronabio), instituído pelo Decreto n. 1.354, de 29 de dezembro de 1994, para coordenar a implementação dos compromissos da CDB.

⁷¹ NAÇÕES UNIDAS. **Convenção sobre Diversidade Biológica**. Brasília: MMA, ONU, 2000. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/estruturas/sbf_dpg/_arquivos/cdbport.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2013.

⁷² Mais informações disponíveis em: <<http://www.mma.gov.br/biodiversidade/biodiversidade-brasileira>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

Já o Decreto n. 4.339, de 22 de agosto de 2002, determinou que o Ministério do Meio Ambiente, por intermédio do Pronabio, deve coordenar a implementação dos princípios e diretrizes da Política Nacional da Biodiversidade, mediante a promoção de parceria entre o poder público e a sociedade civil para o conhecimento e conservação da biodiversidade, utilização sustentável de seus componentes e repartição justa e equitativa dos benefícios derivados.

O Decreto n. 4.703, de 21 de maio de 2003, por sua vez, alterou o Pronabio, adequando-o aos princípios e diretrizes para implementação da Política Nacional da Biodiversidade, e revogou o Decreto n. 1.354/1994, estabelecendo a Comissão Nacional da Biodiversidade (Conabio), composta por representantes de órgãos governamentais e organizações da sociedade civil.

Com efeito, a Conabio deve promover a implementação dos compromissos assumidos pelo Brasil junto à CDB, bem como identificar e propor áreas e ações prioritárias para pesquisa, conservação e uso sustentável dos componentes da biodiversidade.

A destruição dos ecossistemas é, sem dúvida, a causa principal da perda da biodiversidade. Apesar do arcabouço legal, lamentavelmente, uma grande parte das áreas dos biomas brasileiros já foi desmatada. Dentre as principais causas do desmatamento no Brasil, encontra-se a conversão das áreas florestais para cultivo de pastagens e para a expansão das áreas agrícolas produtoras de grãos como a soja.

Para conter o processo de desmatamento, entende-se como fundamental:

- realizar o ordenamento fundiário e territorial;

- garantir monitoramento e fiscalização eficiente;
- fomentar a agricultura nas áreas já desmatadas, uma vez que áreas mal manejadas costumam ser abandonadas após o esgotamento de sua fertilidade inicial;
- e favorecer mecanismos de incentivo para o desenvolvimento de alternativas econômicas para o uso dos recursos naturais que mantenham as florestas em pé.

Diversas iniciativas de manejo sustentável têm sido adotadas com sucesso no país, revelando que essa prática é capaz de manter o uso das florestas de modo contínuo e sustentável, além de contribuir para a melhoria da qualidade de vida e para a conservação dos recursos naturais.

É preciso ainda prosseguir com o estabelecimento de condições de mercado favoráveis aos produtos do manejo florestal adequado, disponibilizando-se instrumentos que estimulem as práticas sustentáveis e desestimulem as predatórias, por exemplo, com o desenvolvimento de instrumentos de fomento (crédito, assistência técnica, pesquisa tecnológica, incentivos e informação) para fazer com que o manejo das florestas se torne mais vantajoso do que o seu desmatamento.

A propósito, enfrentar o desmatamento e manter a floresta em pé são essenciais não apenas para proteger a biodiversidade, como também para reduzir as emissões de gases do efeito estufa, que provocam as mudanças climáticas.

Na Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças do Clima, produzida no âmbito da Rio-92, países desenvolvidos e em desenvolvimento se comprometeram a modificar o seu modelo de produção para reduzir os impactos ambientais e mitigar as mudanças climáticas.

Esse comprometimento tomou corpo no Protocolo de Quioto, de 1997, que estabeleceu metas de redução de emissões de gases de efeito estufa para os países desenvolvidos, mas que, notadamente, não contou com a adesão de um dos maiores emissores de gases de efeito estufa do planeta, os Estados Unidos.

Apesar da reconhecida urgência demandada pela questão do aquecimento global para a própria governança global, desde a Conferência das Partes realizada em 2009 em Copenhague, COP-15, as negociações multilaterais não conseguiram avançar na definição dos termos de um acordo substituto ao Protocolo de Quioto e da transferência de recursos financeiros para mitigação e adaptação às mudanças climáticas, que continuam sendo postergadas.

As alterações climáticas causam o aumento do número de eventos climáticos extremos, de modo que os desastres naturais estão se intensificando em todo o mundo, tanto em frequência quanto em intensidade, ocasionando grandes danos econômicos e inúmeras perdas humanas.

Projeções de aumento de temperatura no Brasil, feitas pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), apontam para diminuição do volume de chuvas na região Norte, aumento da temperatura no Centro Oeste, seca no Nordeste, assim como aumento de extremos de seca, chuva e temperatura no Sudeste, e aumento do volume de chuvas no Sul, mas com alta evaporação por causa do calor, o que afeta, por sua vez, o balanço hídrico⁷³.

⁷³ Informações disponíveis em: <<http://www.brasil.gov.br/sobre/meio-ambiente/climas/mudancas-climaticas>>. Acesso: 12 abr. 2013.

Em janeiro de 2010, logo após a COP-15, o Brasil assumiu metas voluntárias para reduzir as suas emissões de gases do efeito estufa: redução de 36,1% a 38,9% nas emissões de gases de efeito estufa projetadas para 2020.

Vale lembrar que as metas voluntárias foram incluídas na Política Nacional sobre Mudança do Clima (Lei n. 12.187, de 29 de dezembro de 2009), devendo ser estimulada a participação dos governos federal, estadual, distrital e municipal, assim como das universidades, empresas e sociedade civil organizada, na execução de ações relacionadas à mudança do clima.

Para alcançar as metas nacionais voluntárias de redução de emissão de gases de efeito estufa, a Política Nacional sobre Mudança do Clima prevê o desenvolvimento de planos de mitigação específicos para conter as emissões nos setores florestal, siderúrgico, agrícola, energético, industrial, de transporte e de mineração, que devem ser revistos periodicamente.⁷⁴

Entre 2005 e 2011, as emissões no Brasil caíram 35% devido, quase que exclusivamente, à redução das taxas de desmatamento, em especial na Amazônia e no Cerrado. Segundo Azevedo, o perfil das emissões brasileiras mudou completamente entre 2005 e 2012, tendo as emissões por mudança de uso da terra reduzido sua participação nas emissões totais de 65% para 36%.⁷⁵

⁷⁴ Informações disponíveis em: <<http://www.brasil.gov.br/cop18/mudanca-climatica/politica-nacional-sobre-mudanca-do-clima>>. Acesso: 12 abr. 2013.

⁷⁵ AZEVEDO, Tasso Rezende de. **Estimativas de Emissões de Gases de Efeito Estufa no Brasil 1990-2011**. Versão preliminar, nov. 2012. Disponível em: <https://docs.google.com/file/d/0B_UTBMo5IPXHRm5yVEdITHY3dE0/edit>. Acesso em: 12 abr. 2013.

Enquanto as emissões provenientes de desmatamento ou mudança de uso da terra apontam para uma forte tendência de redução, as emissões do setor de energia apresentam tendência de crescimento, com o setor de transporte em primeiro lugar, seguido pelo setor industrial e, por último, o setor de geração e transformação de energia. Prevê-se ainda que as emissões do setor de transporte, que já é a segunda maior fonte respondendo por cerca de 9% das emissões totais do país, continuarão aumentando até 2020.⁷⁶

A estimativa do governo federal é de que se emita 60% a mais de CO₂ do que em 2009, chegando a 270 milhões de toneladas de CO₂ em 2020. Com a taxa de crescimento anual das emissões de 4,7%, quase metade dessa projeção para 2020 será proveniente de automóveis (40%), seguido por caminhões (36%) e ônibus (13%)⁷⁷.

Considerando que nos últimos anos, grande parte da população brasileira entrou no mercado do consumo passando a ter acesso a bens de consumo, dentre eles, o automóvel, e que ainda há espaço significativo para o crescimento do mercado interno, torna-se imprescindível um grande esforço do poder público, das empresas e dos cidadãos para que seja possível garantir uma mobilidade mais sustentável com redução das emissões de gases do efeito estufa. Para tanto, torna-se necessário:

⁷⁶ Ibidem.

⁷⁷ BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **1º Inventário Nacional de Emissões Atmosféricas por Veículos Automotores Rodoviários**: Relatório Final. Brasília: MMA, jan. 2011, p. 66. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/estruturas/163/_publicacao/163_publicacao27072011055200.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

- avançar na eficiência energética de motores;
- promover a articulação entre governos federal, estaduais e municipais para investimentos adequados na melhoria do transporte coletivo e do transporte não-motorizado (uso de bicicletas e andar a pé);
- estimular o uso do etanol na frota nacional sem que isso implique a perda de cobertura vegetal natural;
- e planejar de forma integrada o espaço urbano com transporte.

Convém ressaltar que a melhoria tecnológica dos produtos industrializados, sejam automóveis ou outros produtos industrializados, incluindo aqui sua eficiência energética e menor consumo de recursos naturais, é extremamente importante mas não suficiente se considerado o aumento do número de consumidores e do respectivo consumo de bens.

Entre 2003 e 2008, cerca de 34 milhões de pessoas entraram no mercado de consumo brasileiro. As estimativas são de que até 2014 esse cenário será repetido, o que significa que 72% da população estará na classe média, tornando o Brasil um dos maiores mercados consumidores do mundo. Além disso, vivencia-se o consumismo, fenômeno sociológico que é a cultura do hábito e do desejo de consumir, o qual potencializa a expansão do consumo em termos quantitativos⁷⁸ (ver Capítulo 1).

⁷⁸ INTERNATIONAL CENTRE FOR TRADE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT. Consumo e crescimento: novas fronteiras para o debate sobre mudanças climáticas. **Pontes**. Genebra, ICTSD, n. 3, v. 6, set. 2010. Disponível em: <<http://ictsd.org/i/news/pontes/84705>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

Segundo Abramovay⁷⁹, muito mais que preços que incorporem os custos ambientais e inovações tecnológicas, é preciso uma profunda mudança, que vá além de instituições e incentivos, e atinja o cerne das motivações e do próprio sentido que as pessoas imprimem a suas vidas, para que o uso dos recursos necessários à reprodução das sociedades humanas seja compatível com a manutenção dos serviços básicos que lhes são prestados pelos ecossistemas. Nesse sentido, serão necessárias transformações na cultura das sociedades contemporâneas para que comportamentos sustentáveis superem o consumismo.

Para Veiga, apesar da redução da intensidade-carbono da economia mundial, que é a medida pelo peso de dióxido de carbono (CO₂) de origem fóssil emitido para cada unidade do PIB, isso não implicou a redução das emissões em termos absolutos⁸⁰. A quantidade de dólares em PIB gerada para cada tonelada de CO₂ equivalente emitida cresceu significativamente saindo de US\$ 200/tCO₂e em 2004 para cerca de US\$ 1600/tCO₂e em 2011⁸¹. Por outro lado, ainda que a média mundial de CO₂ emitido por unidade do PIB tenha sido reduzida, a maior eficiência não foi suficiente para reduzir as emissões globais, que se encontram em patamar 40% superior ao verificado em 1990 – ano-base do Protocolo de Quioto – e 60% superior ao de 1980⁸².

⁷⁹ ABRAMOVAY, Ricardo. Preços, tecnologia e Estado são a parte menor da história. **Valor Econômico**, São Paulo, p. D8, 29 jun. 2010.

⁸⁰ Cf. VEIGA, José Eli da. **Mundo em transe**: do aquecimento global ao ecodesenvolvimento. Campinas: Armazém do Ipê, 2009.

⁸¹ AZEVEDO, op. cit.

⁸² INTERNATIONAL CENTRE FOR TRADE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, op. cit.

Entre 1996 e 2006, o consumo mundial aumentou em 28% e mais que sextuplicou em relação aos níveis de 1960. Ainda que se considere o crescimento populacional – que se deu em uma razão de 2,2 no período de 1960 a 2006 –, o consumo *per capita* triplicou nesse intervalo. A quantidade de recursos naturais extraída para suprir essa demanda é 50% superior ao volume extraído em 1980. Assim, se todos consumirem como os americanos serão necessários três planetas⁸³.

Nesse cenário, segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o mundo pode viver uma “catástrofe ambiental” em 2050. As mudanças climáticas e as pressões sobre os recursos naturais e ecossistemas têm aumentado muito, independentemente do estágio de desenvolvimento dos países, e a menos que sejam tomadas medidas urgentes, o progresso do desenvolvimento humano no futuro estará ameaçado⁸⁴.

As principais vítimas do desmatamento, das mudanças climáticas, dos desastres naturais e da poluição são os países e as comunidades pobres. Viver em um ambiente limpo e seguro, assim como ter acesso a um consumo sustentável, é um direito de todos. Para isso, aqueles que consomem muito devem reduzir o seu

⁸³ WORLDWATCH INSTITUTE. **O estado do mundo, 2010**: transformando culturas: do consumismo à sustentabilidade. ASSADOURIAN, Erik (org.). Trad. de Claudia Strauch. Salvador: UMA, WWI, 2010. Disponível em: <http://www.worldwatch.org.br/estado_2010.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

⁸⁴ PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Relatório de Desenvolvimento Humano 2013**: A Ascensão do Sul: Progresso Humano num Mundo Diversificado. New York: PNUD, Camões, 2013. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh-2013.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2013. Cf. também: RELATÓRIO da ONU prevê 'catástrofe ambiental' no mundo em 2050, **Globo Natureza**, São Paulo, 14 mar. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/natureza/noticia/2013/03/relatorio-da-onu-preve-catastrofe-ambiental-no-mundo-em-2050.html>>. Acesso em 12 abr. 2013.

consumo para que aqueles que consomem pouco possam consumir o suficiente para a manutenção de uma vida digna. Um indiano que venha a nascer hoje consumirá ao longo de sua vida o correspondente a 4 toneladas de materiais anuais, enquanto um canadense vai consumir 25 toneladas⁸⁵.

A redução da desigualdade, a partir da mudança significativa dos padrões de produção e consumo, deve acontecer entre países desenvolvidos, emergentes e em desenvolvimento, assim como entre as diferentes classes sociais dentro de cada país.

Segundo estudiosos, a revisão do princípio do poluidor-pagador com a incorporação de critérios também baseados na responsabilidade pelo consumo pode servir como um primeiro passo na busca da “justiça ambiental”⁸⁶.

2.3. Eixo social

O eixo social do consumo não pode ser esquecido, uma vez que ele envolve, na sua essência, o comportamento dos indivíduos junto ao mercado e a influência deste sobre aqueles.

O consumo é estimulado, de um lado, pela racionalidade humana de adquirir o necessário à satisfação das necessidades básicas; de outro, é provocado por emoções e atitudes que fogem à razão, muitas vezes atrelando-o à ideia de busca pela felicidade.

⁸⁵ ABRAMOVAY, Ricardo. Rio+20 + Mudança Social. **Página 22**, São Paulo, FGV, n. 56, 4 set. 2011. Disponível em: <<http://pagina22.com.br/index.php/2011/09/rio-20-mudanca-social>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

⁸⁶ INTERNATIONAL CENTRE FOR TRADE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, op. cit.

De acordo com alguns teóricos, esse último aspecto do consumo, guiado pelo sentimento, tem o condão de desencadear o fenômeno do consumismo e da massificação, transformando o supérfluo em objeto de consumo de primeira necessidade. Desse modo, vive-se na sociedade do “hiperconsumo”, conforme indica Gilles Lipovetsky, já referido, e para quem a cultura do excesso e da urgência desencadeou a ideologia do *hiper* em tudo⁸⁷.

Nesse cenário, a publicidade desempenha um relevante papel, como preleciona Márcia Amaral Corrêa de Moraes:

O principal recurso da publicidade veiculada pela mídia é a criação de um vínculo emocional com o sujeito, a partir dos mitos, dos arquétipos que habitam o inconsciente coletivo, os quais emergem de maneira imperceptível para o consumidor, determinando que adote uma conduta específica direcionada para a utilização ou aquisição de produtos ou serviços.⁸⁸

A união entre felicidade e consumo na maior parte das vezes acarreta consequências drásticas para o próprio consumidor, a exemplo dos problemas desencadeados pela obtenção de crédito fácil, estimulando as compras de indivíduos que não possuem condições financeiras para honrar as obrigações de pagamento assumidas até o seu pleno adimplemento e o consequente superendividamento.

Além disso, potencializa os riscos de dano ao meio ambiente, na medida em que a produção e consumo evoluem em ritmo mais acelerado do que a capacidade

⁸⁷ LIPOVETSKY, op. cit., 2007, passim.

⁸⁸ MORAES, Márcia Amaral Corrêa. O Impacto da Mídia Publicitária e Relacional na Formação de Consumidores Jovens e Adultos. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, Curitiba, Bonijuris, n. 3, v. 2, p. 104, set. 2012.

do planeta de absorver todos os seus impactos.

Invocar o aspecto social de um consumo dito “sustentável” requer alteração de padrões de comportamento e fixação de valores cujos efeitos transcendem as atuais gerações, para serem experimentados pelas gerações futuras também. No entanto, trabalhar pela consolidação de uma nova modalidade de consumo, que requer menos aquisições e que demanda compras mais inteligentes do ponto de vista socioambiental é um desafio para todos: poder público, coletividade e o próprio núcleo familiar.

Para vencer esse desafio, urge repensar o impacto da informação e da publicidade. Com efeito, se até ontem o principal objetivo das mensagens publicitárias era a incitação ao consumo muitas vezes desenfreado e desnecessário em função do lucro, de hoje para o futuro caberá a sua reinvenção, a fim de estimular o consumo de produtos e serviços que pela sua qualidade socioambiental conquistem a confiança do consumidor.

Precisa-se, pois, de educação. Cite-se novamente Márcia Amaral Corrêa de Moraes:

Consumismo e consumo: faces de uma mesma moeda? O primeiro vincula-se a um projeto de mundo e de homem traduzido pela banalização, pelo descarte, pelo descuido, pela destruição, pelo instantâneo e imediato. O segundo, se comprometido, alia-se à ideia de mundo sustentável, fundado em valores de preservação, de respeito, de dignidade, de valorização da vida em seu sentido pleno.

[...]

Para vivermos na era do consumo, com seu caráter sustentável, é fundamental rompermos com a condição intelectual malabarista e dispensarmos mais atenção à prática consequente, à reflexão, à não massificação. Isso só será possível mediante projetos educativos firmes

e consistentes, que se implementem ao longo de toda a vida, além da elaboração de novos dispositivos legais de natureza preventiva e remediativa, que protejam o cidadão das armadilhas que a sociedade consumista lhe impõe. Não se trata de uma utopia – mas, sim, da possibilidade concreta de um mundo melhor.⁸⁹

A Constituição Federal de 1988 prevê o direito à educação como um direito social, pertencente à categoria dos direitos fundamentais de segunda dimensão, inserido no Capítulo III do Título VIII – Da Ordem Social (art. 205 e seguintes).

Ademais, o art. 225, § 1º, VI, do texto constitucional de 1988, estabelece que ao poder público incumbe “promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente”. Verifica-se, assim, a existência de um dever constitucional imposto ao poder público para que promova a educação, notadamente a educação ambiental.

Em regulamentação a tal dispositivo da Constituição, a Lei n. 9.795/99 introduziu no ordenamento jurídico brasileiro a Política Nacional de Educação Ambiental, a qual define a educação ambiental, em seu art. 1º, como:

[...] os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade.

A educação ambiental é prescrita pela norma⁹⁰ como componente essencial

⁸⁹ Ibidem, p. 110-111.

⁹⁰ Respectivamente, em seus arts. 2º e 5º.

e permanente da educação nacional, sendo seu objetivo a democratização das informações ambientais e o desenvolvimento de uma compreensão integrada de meio ambiente em suas múltiplas e complexas relações, abarcando, por exemplo, aspectos ecológicos, psicológicos, legais, políticos, sociais, econômicos, científicos, culturais e éticos.

Deve, ainda, servir de estímulo ao fortalecimento de uma consciência crítica sobre a problemática ambiental e social, inserindo a qualidade ambiental como valor intrínseco ao exercício da cidadania, incentivando a participação individual e coletiva na preservação do meio ambiente e fomentando a concretização do princípio da solidariedade.

Frise-se, ademais, a existência do já mencionado Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS), elaborado pelo Ministério do Meio Ambiente para o período entre os anos de 2011 e 2014 e posto em consulta pública, cujo objetivo é articular ações de forma integrada com as diversas vertentes do consumo e da produção sustentáveis, a exemplo do enfrentamento das mudanças climáticas, o combate à pobreza, a distribuição equitativa dos benefícios do desenvolvimento e a conservação da biodiversidade. Dentre as metas e os instrumentos contemplados pelo PPCS, encontra-se a educação para o consumo sustentável:

Educação para o consumo sustentável: para conceber e colocar em prática instrumentos como pesquisas, estudos de caso, guias e manuais, campanhas e outros, para sensibilizar e mobilizar o indivíduo/consumidor, visando mudanças de comportamento por parte da população em geral⁹¹.

⁹¹ BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Plano de Ação para a Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS)**. Brasília: MMA, SAIC, 2011-2014, p. 30. v. 1. Disponível em:

Note-se, pois, a existência de amparo legal para o desenvolvimento de uma educação mobilizadora da alteração de hábitos dos indivíduos e da sociedade como um todo. Apenas por meio da educação é possível a formação da opinião pública de modo consciente e responsável, permitindo o exercício do direito de participação popular na construção e fiscalização de políticas públicas.

A educação ambiental apresenta-se em caráter formal e não formal. A educação formal corresponde àquela lecionada nas escolas públicas e privadas, como disciplina específica da grade curricular. Já a educação não formal se identifica com as práticas educativas em geral, voltadas à sensibilização da coletividade sobre a proteção do meio ambiente.

No que tange especificamente ao consumo, José Geraldo Brito Filomeno considera como informal também aquela educação que se verifica mediante o acesso do consumidor à informação sobre produtos e serviços pelo seu *marketing*⁹². Como direito básico do consumidor, a sua transmissão, forma e conteúdo devem obedecer aos parâmetros legais estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor, com o duplo objetivo de protegê-lo e de educá-lo ao comportamento adequado.

É por essa razão que o viés principiológico do direito consumerista assegura o direito à informação, via publicidade ou não, para que ela alcance o consumidor de forma completa, cognoscível e eficiente – ou seja, apta a gerar

<http://www.consumosustentavel.gov.br/wp-content/uploads/ppcs_vo11-web.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2013.

⁹² FILOMENO, José Geraldo Brito. Dos Direitos básicos do consumidor. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense, 2011, p. 153.

mudanças de comportamento. Assim, o Código de Defesa do Consumidor também se torna relevante como instrumento para a educação ambiental.

Sob outro enfoque, a Lei n. 12.305/2010, que introduziu no ordenamento jurídico brasileiro a Política Nacional de Resíduos Sólidos, destaca como um de seus princípios abarcados no art. 6º o direito da sociedade à informação e ao controle social; entre seus objetivos, consoante o art. 7º, o estímulo à rotulagem ambiental e ao consumo sustentável; e ainda, como seu instrumento, a educação ambiental, de acordo com o art. 8º.

Há de se mencionar o fato da própria Política Nacional de Resíduos Sólidos ressaltar a importância do controle social ao defini-lo como “conjunto de mecanismos e procedimentos que garantam à sociedade informações e participação nos processos de formulação, implementação e avaliação das políticas públicas relacionadas aos resíduos sólidos”⁹³.

Em relação a esse diploma legal, é de se constatar que a dimensão social encontra-se presente e faz parte da visão sistêmica que a Lei n. 12.305/2010 visa aplicar à temática dos resíduos sólidos e da produção e consumo sustentáveis, demonstrando a sua transversalidade.

Nessa esteira de raciocínio, a Política Nacional de Resíduos Sólidos foi ainda mais além, envolvendo como fator de inclusão social o trabalho desempenhado por catadores de materiais. Sua atuação conjunta com os setores público e privado para viabilizar a responsabilidade compartilhada para determinadas espécies de resíduos, que em função de suas características e baixa nocividade à saúde humana permitam a intervenção de catadores, passa a ser

⁹³ Art. 3º, VI, da Lei n. 12.305/2010.

estimulada pelo poder público⁹⁴. O objetivo é promover-lhes a capacitação e o fortalecimento institucional das respectivas cooperativas, em prol da melhoria das condições de trabalho dessas pessoas e da garantia de seus direitos⁹⁵.

Um último aspecto a ser abordado ainda neste item diz respeito ao consumo infantil, nunca sendo demais recordar a importância do papel da criança e do adolescente no consumo sustentável. Nesse sentido, já se mencionou a essencialidade da educação ambiental nas escolas, o que configura um dos elementos centrais para a formação da consciência cidadã desde a infância. Inobstante, cumpre alertar para o fato de que esse não é um processo isolado, mas sim que deve ocorrer de forma articulada com outras políticas de proteção da criança no que tange à publicidade e ao consumo.

O art. 227 da Constituição Federal de 1988 evidencia a necessidade e o dever do Estado, da coletividade e da família de protegerem a criança, o adolescente e o jovem, assegurando os seus direitos com absoluta prioridade. Nessa mesma direção, o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n. 8.069/90) determina a sua proteção integral, com respaldo em sua liberdade e sua dignidade, levando-se em conta a sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento⁹⁶. Define a criança como pessoa de até doze anos de idade incompletos e o

⁹⁴ Art. 7º. “São objetivos da Política Nacional de Resíduos Sólidos: [...] XII – integração dos catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis nas ações que envolvam a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida de produtos. [...] Art. 8º. São instrumentos da Política Nacional de Resíduos Sólidos: [...] IV – o incentivo à criação e ao desenvolvimento de cooperativas ou de outras formas de associação de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis”. Cf. também arts. 33, § 3º, III, e 36, § 1º. Destaque para o Decreto n. 7.404/2010, que regulamenta a PNRS e traz um título inteiro dedicado à participação dos catadores de materiais recicláveis e reutilizáveis (Título V).

⁹⁵ Cf. art. 44 do Decreto n. 7.404/2010.

⁹⁶ Respectivamente, arts. 3º, 4º e 6º.

adolescente, aquele que tem entre doze e dezoito anos incompletos⁹⁷.

Vale destacar também o princípio de garantia do melhor interesse da criança e do adolescente, que permeia todo o microsistema jurídico estabelecido pelo Estatuto da Criança e do Adolescente e pela Constituição Federal. Nas palavras de Isabella Henriques, tal princípio deve guiar a atuação do poder público e dos particulares na aplicação da lei e na criação de políticas públicas, para excluir da infância e da adolescência as pressões, imperativos comerciais e a exploração econômica, propiciando uma infância saudável e feliz⁹⁸.

Assim, no conceito de proteção delineado desde o plano constitucional se insere também a proteção contra a publicidade infantil. O Professor Titular do Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, Yves de La Taille, invoca o conflito existente entre a dignidade da pessoa humana e a liberdade de expressão publicitária para justificar que é necessário afirmar o caráter absoluto do princípio da dignidade da criança e relativo da publicidade infantil, submetendo esta às limitações daquela. Isso porque a criança é ser vulnerável e passível de manipulação, em razão da ausência de capacidade de discernimento do viés indutor que essa prática comercial apresenta⁹⁹.

⁹⁷ Art. 2º, do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n. 8.069/90).

⁹⁸ HENRIQUES, Isabella. O marketing infantil e o Direito: a ilegalidade da publicidade dirigida às crianças. In: SOUZA, Ivone M. Candido Coelho (coord.). **Família Contemporânea: uma visão interdisciplinar**. Porto Alegre: IBDFAM, 2011, p. 116-117. Disponível em: <http://biblioteca.alana.org.br/banco_arquivos/arquivos/docs/biblioteca/artigos/artigo_ibdfam.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2013.

⁹⁹ TAILLE, Yves de La. Liberdade, dignidade e publicidade. **Carta Capital**, São Paulo, 12 dez. 2012. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/economia/liberdade-dignidade-e-publicidade>>. Acesso em: 7 fev. 2013. Nesse mesmo artigo, o autor afirma sequer ser possível

Com efeito, o Conselho Federal de Psicologia já manifestou ser preciso esperar, em média, a idade dos doze anos para que o indivíduo comece a apresentar cognição suficiente e independente dos fatores externos. Como a mídia acaba por revelar-se uma instituição de prestígio, exerce grande poder de influência sobre as crianças, de modo a fazê-las crer que o mundo é exatamente aquilo que a mídia mostra, inclusive as necessidades, valores e qualidades¹⁰⁰. Daí a acentuada vulnerabilidade infantil.

Além disso, dados obtidos pelo Instituto ALANA já revelaram que a criança tem influência em cerca de 80% sobre as compras gerais da casa, o que a torna alvo de publicitários como meio de persuasão sobre os pais para a aquisição de produtos e serviços¹⁰¹. Outros dados do Instituto lembram que altas porcentagens do portfólio de brinquedos no mercado são renovadas anualmente, o que demonstra a necessidade criada na criança de consumir cada vez mais. Por essa razão, o mercado publicitário para crianças tem-se revelado eficaz para aumento das vendas¹⁰².

Ademais, conforme trabalho conjunto realizado pelo Instituto ALANA e

defender a publicidade sob o prisma da liberdade de expressão, uma vez que ela não transmite opiniões ideológicas e valores da cidadania, mas apenas favorece a economia de mercado.

¹⁰⁰ Conclusões explicitadas pelo psicólogo Ricardo Moretzohn, na Audiência Pública 1388/2007, realizada em 30 de agosto 2007, na Câmara dos Deputados, “Debate sobre publicidade infantil”: apud HENRIQUES, op. cit., p. 118.

¹⁰¹ MENDES, Beatriz. Publicidade Infantil: proibir ou não proibir? **Carta Capital**, São Paulo, 4. jul. 2012. Disponível em: <www.cartacapital.com.br/sociedade/a-publicidade-infantil-em-debate>. Acesso em: 8 fev. 2013.

¹⁰² Cf. INSTITUTO ALANA. **Contribuição para o debate público sobre a Classificação Indicativa**. São Paulo, 14 nov. 2011. Disponível em: <<http://culturadigital.br/classind/files/2011/01/Instituto-Alana-Contribuição-ao-Debate-Público.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2013.

Ministério do Meio Ambiente, um levantamento do Ibope em 2011 constatou que, no Brasil, as crianças assistem à televisão, em média, por mais de 5 horas por dia: uma das maiores médias do mundo. Convém lembrar também que, segundo o IBGE, o sobrepeso das crianças dobrou nos últimos 34 anos e a obesidade infantil já atinge 15% da população infantil brasileira¹⁰³.

Conforme elucidada novamente Isabella Henriques:

[...] a exposição de crianças a todas as formas de mídia deve favorecer o seu pleno desenvolvimento, seja físico, mental ou emocional, mas não prejudicá-las, o que ocorre quando são expostas a mensagens comerciais e publicitárias que lhes são dirigidas¹⁰⁴.

Os resultados dessa tendência, portanto, são preocupantes e indicam um consumo insustentável, incluindo, dentre outros problemas¹⁰⁵:

- obesidade infantil;
- violência;
- desgaste das relações sociais;
- erotização e consumo de tabaco precoces;
- e materialismo excessivo com consequente produção de resíduos em demasia.

¹⁰³ Dados retirados de INSTITUTO ALANA; MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Consumismo infantil**: na contramão da sustentabilidade. São Paulo: Instituto Alana, MMA, 2011. Disponível em: <http://biblioteca.alana.org.br/banco_arquivos/Arquivos/downloads/ebooks/caderno.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

¹⁰⁴ HENRIQUES, op. cit., p. 117.

¹⁰⁵ Cf. INSTITUTO ALANA; MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, op. cit.

Para a mencionada autora, a comunicação mercadológica que se aproveita da natural credulidade da criança e de sua falta de posicionamento crítico submete os seus anseios naturais aos apelos do mercado e não permite o desenvolvimento da infância com liberdade¹⁰⁶.

Algumas tentativas de adoção de medidas mais restritivas da publicidade infantil vem sendo invocadas. Cite-se, em primeiro lugar, a crescente atuação do poder público na fiscalização e autuação de empresas que realizem práticas comerciais em dissonância com as regras estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor, a exemplo da atuação dos PROCONs¹⁰⁷ e da instauração de inquéritos civis e ações civis públicas pelo Ministério Público.

Em segundo lugar, como medida preventiva, frise-se o Projeto de Lei n. 5.921/01 e seus respectivos substitutivos, de iniciativa da Câmara dos Deputados, com o objetivo de regulamentar as hipóteses em que há propaganda comercial direcionada à criança e ao adolescente e a sua vedação ou restrição. O referido Projeto, no entanto, já tramita há quase doze anos na Câmara dos Deputados¹⁰⁸.

Com efeito, o Estatuto da Criança e do Adolescente não disciplina essa matéria e o Código de Defesa do Consumidor, apesar de prever que a publicidade que se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança é

¹⁰⁶ HENRIQUES, op. cit., p. 118.

¹⁰⁷ Para ilustrar, cf. BARBOSA, Mariana. PROCON fecha o cerco à publicidade infantil. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 18 set. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/66902-procon-fecha-o-cerco-a-publicidade-infantil.shtml>>. Acesso em: 24 fev. 2013.

¹⁰⁸ Disponível em:

<<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=43201>>. Acesso em: 8 fev. 2013.

publicidade abusiva, não a específica em pormenores. Na opinião de Isabella Henriques, no entanto, o ordenamento jurídico brasileiro já proíbe a publicidade infantil em função da interpretação sistemática do Código de Defesa do Consumidor, do Estatuto da Criança e do Adolescente, e da Constituição Federal, em prol da proteção e aplicação dos direitos fundamentais da criança¹⁰⁹.

De modo semelhante, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) editou recentemente algumas diretrizes para a veiculação de publicidade direcionada às crianças, em vigor desde 1º de março de 2013, restringindo, assim, o conteúdo e a forma dessas mensagens¹¹⁰. Vale salientar, porém, que o CONAR não dispõe de poder de polícia apto a sancionar aqueles que veiculam publicidade em desacordo com as suas diretrizes, limitando-se as suas observações à suspensão da publicidade ou à sua reelaboração.

Além disso, o Projeto Criança e Consumo, do Instituto ALANA, também prega a revisão da Classificação Indicativa de idade em determinados programas e chamadas audiovisuais, inclusive infantis, bem como suas faixas horárias de veiculação, a fim de restringir o acesso involuntário de crianças a mensagens de

¹⁰⁹ HENRIQUES, op. cit., p. 120-121.

¹¹⁰ CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. **Notícias:** Código veda ações de merchandising dirigidas a crianças. 1 fev. 2013. Disponível em: <www.conar.org.br>. Acesso em: 8 fev. 2013. Dentre os principais fundamentos éticos abordados pelo CONAR, encontram-se a proibição de uso de apelos imperativos de consumo destinados diretamente à criança; a vedação do emprego de crianças e adolescentes como modelos para a instigação ao consumo; a não-discriminação; a não-imposição da ideia de que um produto traga superioridade à criança; a ausência de provocações e situações que causem constrangimento, pressão psicológica ou violência nos pais ou responsáveis para impingir ao consumo; a utilização de anúncios que procurem contribuir para o desenvolvimento positivo das relações entre a criança e seu meio, bem como o respeito a valores morais e à ética, considerando a ingenuidade, a credulidade, a inexperiência e o sentimento de lealdade da criança; entre outros.

conteúdo mercadológico, lá inseridas como *merchandising*, logo, como prática comercial abusiva e ilegal¹¹¹.

Na mesma linha de raciocínio, advoga ainda contra o denominado *merchantainment*, uma estratégia de venda que associa a experiência de obtenção do produto ao entretenimento, utilizada por publicitários para atrair o público infantil a produtos, serviços e marcas¹¹². Essa prática trata, pois, de criar um relacionamento afetivo com a criança, invocando a sua emoção, a sua felicidade e a sua fantasia. Os jogos eletrônicos e os conteúdos de internet tampouco devem escapar a esse controle, já que em determinadas hipóteses também espelham essa estratégia¹¹³.

Interessante notar, ademais, a relação identificada pelo Projeto Criança e Consumo entre a publicidade infantil e a publicidade “verde” que muitas empresas vêm adotando. Tal relação consiste em transmitir a imagem de responsabilidade socioambiental adotada pela empresa por meio de um conteúdo publicitário destinado a crianças.

Se por um lado se alega que essa prática pode ser considerada uma forma de educação ambiental para as crianças, por outro, ela se utiliza de instrumentos, imagens, vozes, figuras e entretenimento que criam uma relação de afeto da criança com o consumo da marca, do produto ou do serviço, em função do apelo de proteção à natureza e da associação de valores de sustentabilidade com o consumo,

¹¹¹ Cf. INSTITUTO ALANA, op. cit.

¹¹² Ibidem.

¹¹³ Ibidem.

impulsionando as vendas desses produtos por intermédio da criança¹¹⁴.

Frise-se que a publicidade “verde”, como será visto adiante, é uma prática comercial adequada desde que realizada dentro das regras e princípios estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor e pela legislação ambiental.

Porém, ao direcionar essa publicidade exclusivamente à criança, que não apresenta recursos nem discernimento suficiente para entender o viés publicitário e sequer para aferir se a prática socioambiental alegada pela empresa é verdadeira, essa publicidade que aparenta ter conteúdo “ambientalmente correto” e sustentável, na realidade, pode mesmo levar a sua consideração como prática comercial abusiva, ilegal, “camuflada”, ao afrontar os dispositivos do diploma consumerista, bem como os princípios decorrentes do Estatuto da Criança e do Adolescente e da Constituição Federal.

Educar para o consumo sustentável, desde a infância, é um desafio. A propósito, convém mencionar algumas ideias que podem ser adotadas nas escolas e no âmbito da família¹¹⁵:

- dissociar personagens infantis de campanhas publicitárias, produtos, serviços e marcas;
- realizar uma alimentação saudável ao invés daquela industrializada e geradora de resíduos com suas embalagens;

¹¹⁴ Cf. notificação elaborada pelo Instituto ALANA em face de empresa que praticou abusivamente publicidade verde direcionada diretamente ao público infantil, disponível em: <<http://biblioteca.alana.org.br/biblioteca/CriancaConsumo/AcaoJuridica2.aspx?v=1&id=257>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

¹¹⁵ INSTITUTO ALANA; MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, op. cit.

- pais negarem a pressão de compra dos filhos quando desnecessário o consumo;
- estimular o uso compartilhado de brinquedos e roupas;
- e desenvolver atividades lúdicas que incluam a gestão de resíduos e o uso racional de água, preferencialmente em contato com a natureza, que permitam à criança utilizar a sua criatividade ao brincar, em vez de limitar-se aos jogos eletrônicos.

De fato, tanto no ambiente público quanto privado, deve-se buscar no aprendizado infantil a criação de valores sociais e de respeito ao meio ambiente, aptos a progressivamente rechaçar o consumo em massa. Para isso, é crucial impedir a inversão de prioridades que se verifica hoje, ou seja, urge afastar a necessidade de consumo da criança para ceder espaço, em primeiro lugar, à formação de uma cidadania responsável¹¹⁶. Trata-se de um esforço comum do poder público e da sociedade que deve se iniciar agora para surtir grandes e benéficos resultados no longo prazo.

Diante de todo o exposto, sob a perspectiva do eixo social do consumo sustentável, depreende-se que a sua consagração parte desde a Constituição Federal e se instrumentaliza em diversas frentes, algumas delas já regulamentadas em âmbito infraconstitucional, outras ainda em aprimoramento.

Além do aspecto legal, cumpre tornar efetiva a aplicação de políticas públicas que desenvolvam a educação ambiental, a proteção da criança e do adolescente contra influências e hábitos consumeristas prejudiciais, a erradicação

¹¹⁶ Ibidem.

da pobreza e que promovam a conscientização do consumidor como cidadão, a fim de que este progressivamente contribua com a sustentabilidade em cada uma de suas ações quotidianas.

Todas essas ações são necessárias para a eficácia do direito ao meio ambiente saudável e equilibrado e, por conseguinte, para o desenvolvimento da pessoa humana com dignidade.



CAPÍTULO 3

A proteção do consumidor e o consumo sustentável

CAPÍTULO 3 - A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E O CONSUMO SUSTENTÁVEL

O crescimento da ameaça letal se expande em vez de diminuir: a ameaça nuclear, a ameaça ecológica, a degradação da vida planetária. Ainda que haja uma tomada de consciência de todos esses problemas, ela é tímida e não conduziu ainda a nenhuma decisão efetiva. Por isso, faz-se urgente a construção de uma consciência planetária. (Edgar Morin)¹¹⁷

A tutela dos direitos do consumidor e a defesa do meio ambiente no contexto do consumo sustentável têm por base a concepção de vulnerabilidade, como já apontado.

De um lado, o consumidor é vulnerável em razão de seu déficit informacional em relação às características, componentes e riscos do produto, serviço ou contrato¹¹⁸, bem como pela perda da sua capacidade de controle da produção, devido à expansão dos seus processos em massa, gerando uma desigualdade material de sua posição nas relações de consumo¹¹⁹. A fim de restaurar a igualdade, foram estabelecidos direitos que propiciem a sua proteção.

¹¹⁷ MORIN, Edgar. **Os setes saberes necessários à educação do futuro**. Disponível em: <www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/educacao/0022g.html>. Acesso em: 13 abr. 2013.

¹¹⁸ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Ed. RT, 2010, p. 248.

¹¹⁹ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 42- 43.

De outro lado, existe a vulnerabilidade das gerações futuras¹²⁰ em função do impacto que o consumo tem sobre o meio ambiente hoje. O ambiente é objeto de exploração industrial e mercantil para a extração de matérias-primas e recursos em prol do abastecimento da humanidade, bem como, até pouco tempo atrás, era o destinatário de todo o resíduo produzido. É inegável a dificuldade ou até mesmo a impossibilidade de regeneração da natureza quando da ocorrência de um dano ambiental ou ecológico, o que justifica a disciplina jurídica para sua proteção também.

A grande questão emergente na segunda metade do século XX e, principalmente neste século XXI, é a integração entre ambas as esferas de proteção, estabelecendo entre elas direitos e deveres correlacionados, naquilo que se chamou de “consumo sustentável”¹²¹.

Sustentabilidade abarca a ideia de intergeracionalidade¹²², uma vez que corresponde à utilização de bens ecológicos pelas gerações atuais sem comprometer a qualidade ambiental das gerações futuras. Para que esse fim seja alcançado, é preciso repensar o consumo para torná-lo mais racional em termos socioambientais. Desse modo, a cultura de produção e consumo em massa requer

¹²⁰ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O Novo Direito Privado e a Proteção dos Vulneráveis**. 1. ed. Livro eletrônico. São Paulo: Ed. RT, 2012. Item 3.5.

¹²¹ KYE, Cecelia. Environmental Law and the Consumer in the European Union. **Journal of Environmental Law**, Oxford, n. 1, v. 7, p. 31 et seq., 1995.

¹²² Cf. WEISS, Edith Brown. **Un mundo justo para las futuras generaciones: derecho internacional, patrimonio común y equidad intergeneracional**. Trad. de Máximo E. Gowland. Madrid: Mundi-Prensa Libros, 1999, p. 127, 264 e 265.

modificações, a começar pela educação básica da população e pela disseminação dos direitos e deveres dos consumidores como ecocidadãos¹²³.

3.1. O Código de Defesa do Consumidor e a legislação ambiental

O consumidor foi identificado pela Constituição Federal de 1988 como um “agente a ser necessariamente protegido de forma especial”¹²⁴, dada a sua presumida vulnerabilidade diante da cadeia econômica, conforme já aludido. O consumidor é titular de direitos fundamentais, de modo que o constituinte impôs ao legislador o dever de regulamentar a proteção desse agente, conforme o seu art. 5º, XXXII, e o art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias.

Com efeito, a regulamentação prevista se deu com o advento do Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/90), norma de ordem pública e interesse social, que introduziu a Política Nacional de Relações de Consumo e disciplinou, entre outros, os direitos básicos do consumidor (art. 6º), tais como a proteção da vida, saúde e segurança, informação, qualidade de produtos e serviços, educação, proteção contra a publicidade enganosa e abusiva (e também os princípios que

¹²³ No sentido de uma cidadania “verde” ou ecocidadania, cf. HILSON, Chris. Greening citizenship: boundaries of membership and the environment. **Journal of Environmental Law**, Oxford, n. 3, v. 13, p. 335-338, nov. 2001. Ver também: RUMPALA, Yannick. Le réajustement du rôle des populations dans la gestion des déchets ménagers: du développement des politiques de collecte sélective à l’hétérorégulation de la sphère domestique. **Revue Française de Science Politique**, Paris, n. 45, v. 49, p. 616; GOMES, Carla Amado. Direito Administrativo do Ambiente. In: OTERO, Paulo; GONÇALVES, Pedro (coord.). **Tratado de Direito Administrativo Especial**. Coimbra: Almedina, 2009, p. 171. v. 1.

¹²⁴ MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, op. cit., p. 245.

regem a oferta e a publicidade, conforme os arts. 30, 36 e 37), revisão contratual, prevenção e reparação de danos, bem como acesso à justiça e aos órgãos administrativos (inclusive a tutela no microsistema processual coletivo, nos arts. 81 e seguintes).

Contemplou também as hipóteses de responsabilização do fornecedor por vício e fato do produto e do serviço (arts. 12 a 27) e a proteção por práticas abusivas (art. 39) e contratuais (art. 46 a 54). Tudo isso tem por fundamento a dignidade da pessoa humana e a melhoria da qualidade de vida, a fim de concretizar os princípios que regem as relações de consumo, previstos no art. 4º.

Esse Código, ademais, insere-se no contexto da defesa dos direitos difusos e coletivos, porque, em muitos casos, a ilicitude na relação de consumo não afeta apenas um único consumidor ou grupo de consumidores, mas toda a coletividade. O direito ambiental, por sua vez, é um direito difuso por natureza. Ambos são, pois, considerados direitos de terceira dimensão, de características metaindividuais.

Não obstante, o cerne do CDC é, como não poderia deixar de ser, o consumidor. A menção a valores ambientais ocorre apenas em dois dispositivos inseridos no diploma legal: ao vedar a publicidade abusiva e defini-la como aquela que viola, dentre outros, os valores ambientais (art. 37, § 2º)¹²⁵ e ao proibir

¹²⁵ Art. 37 § 2º “É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança”.

cláusulas contratuais abusivas, compreendendo, por exemplo, aquelas que infringjam ou possam infringir normas ambientais¹²⁶.

Verifica-se que à época em que o Código de Defesa do Consumidor foi promulgado, valores ambientais incluíam-se na sua proteção apenas quando relacionados ao conceito de “abusividade” abarcado pela lei¹²⁷. A ideia central era impedir a incitação de um comportamento social inadequado. Todavia, as exigências socioambientais emergentes vão além desse conceito de “abusividade” para invocarem a necessidade da incorporação dos valores ambientais em todos os aspectos do consumo e, conseqüentemente, da própria produção. No entanto, o diploma consumerista brasileiro, como se viu, não disciplina nem define o “consumo sustentável”.

Essa lacuna legislativa, porém, é meramente aparente e não significa que o consumo sustentável esteja desprovido de amparo legal. Não se pode esquecer que o Código de Defesa do Consumidor é uma lei principiológica¹²⁸, de modo que o seu conteúdo é capaz de se adaptar às novas necessidades de proteção do consumidor e incorporar uma interpretação extensiva, desde que mais benéfica à sua tutela.

¹²⁶ Art. 51. “São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] XIV - infringjam ou possibilitem a violação de normas ambientais”.

¹²⁷ Antonio Herman Benjamin discorre sobre a publicidade contra valores ambientais in: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010, p. 357. v. 1.

¹²⁸ CAVALIERI FILHO, op. cit., p. 15 e 28; NERY JÚNIOR, Nelson. Visão sobre a principiológica do Código de Defesa do Consumidor. **Revista do Advogado**, São Paulo, n. 14, p. 100, dez. 2011.

Além disso, o Plano Nacional de Consumo e Cidadania (Plandec), instituído pelo Decreto n. 7.963, de 15 de março de 2013, torna-se emblemático ao prever explicitamente como um de seus objetivos, em seu art. 3º, inciso V, a promoção do acesso a padrões de produção e consumo sustentáveis, o que evidencia a incorporação de sua tutela pelas normas regentes do Direito do Consumidor.

O ambiente, por sua vez, também teve seu *status* constitucional reconhecido pelo constituinte ao ter a sua proteção disciplinada num capítulo inteiro, no art. 225, e como princípio da ordem econômica, no art. 170, inciso VI, da Constituição Federal de 1988. Vale lembrar que a constitucionalização do direito ao ambiente saudável e equilibrado elevou-o à categoria de direito fundamental, como condição de desenvolvimento pleno da personalidade da pessoa humana¹²⁹.

A legislação ambiental brasileira é bastante vasta e busca disciplinar o uso e a proteção do meio ambiente em todas as suas vertentes. Com efeito, a legislação adotou um conceito amplo de meio ambiente, abarcando o natural, o artificial, o cultural e o laboral.

Vale referir que a Política Nacional do Meio Ambiente (Lei n. 6.938/81) conceituou o meio ambiente, em seu art. 3º, I, como “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”, possibilitando, portanto, um amplo escopo de proteção, que é reafirmado pela Constituição de 1988.

¹²⁹ LEITE, José Rubens Morato; AYALA, Patryck de Araújo. **Dano Ambiental**: do individual ao coletivo extrapatrimonial: teoria e prática. 4. ed. São Paulo: Ed. RT, 2011, p. 89-91.

Tal Política estabelece dentre os seus objetivos a compatibilização do desenvolvimento socioeconômico com a preservação da qualidade ambiental, estabelecendo-se critérios de qualidade ambiental e normas relativas ao uso e manejo de recursos ambientais (art. 4º). Entre os seus instrumentos, prevê o estabelecimento de padrões de qualidade ambiental, os incentivos à produção e à instalação de equipamentos e a criação ou absorção de tecnologia, voltados para a melhoria da qualidade ambiental (art. 9º).

Note-se a concepção de poluidor estatuída pela Lei: “pessoa física ou jurídica de direito público ou privado, responsável direta ou indiretamente por atividade causadora de degradação ambiental” (art. 3º, IV).

A responsabilidade civil do poluidor, prevista no seu art. 14, § 1º, é objetiva, ou seja, dá-se independentemente de culpa, para indenizar ou reparar os danos causados ao meio ambiente e a terceiros afetados. Prima-se pelo princípio da reparação integral do dano, em função do dispositivo constitucional do art. 225, §3º¹³⁰, que não limita essa reparação. Aliás, tal dispositivo determina também a responsabilização administrativa e criminal, na hipótese das condutas tipificadas pela Lei n. 9.605/98 e seu respectivo Decreto regulamentador.

Ademais, convém frisar a Política Nacional de Educação Ambiental (Lei n. 9.795/99), a qual regulamenta o dever de educação ambiental formal e não formal do poder público, ressaltando a transversalidade da matéria ambiental, conforme já mencionado no Capítulo 2.

¹³⁰ Art. 225, §3º: “As condutas e atividades consideradas lesivas ao meio ambiente sujeitarão os infratores, pessoas físicas ou jurídicas, a sanções penais e administrativas, independentemente da obrigação de reparar os danos causados”.

Além disso, não se poderia deixar de destacar a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei n. 12.305/2010), que introduz um marco legal para o fluxo e a gestão de resíduos em esfera nacional e traz em seu bojo o conceito e o estímulo ao consumo sustentável¹³¹, bem como, no seu art. 7º, inciso XV, o estímulo à rotulagem ambiental, e institui, como princípio e como dever dos fornecedores, no seu art. 6º, inciso V, a *ecoeficiência* a ser alcançada:

[...] mediante a compatibilização entre o fornecimento, a preços competitivos, de bens e serviços qualificados que satisfaçam as necessidades humanas e tragam qualidade de vida e a redução do impacto ambiental e do consumo de recursos naturais a um nível, no mínimo, equivalente à capacidade de sustentação estimada do planeta;

A legislação ambiental está longe de se esgotar nos referidos diplomas legais. Além das leis em sentido estrito, há de se observar ainda as Resoluções editadas pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA), órgão deliberativo e consultivo do Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA).

É de se verificar que também os consumidores possuem deveres decorrentes das normas jurídicas: sejam deveres de preservação ou abstenção de práticas lesivas ao meio ambiente, seja, a exemplo da já mencionada Política Nacional de Resíduos Sólidos, o dever de efetiva participação desse agente na

¹³¹ Cf. a Lei n. 12.305/2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos: “art. 3º. [...] XIII - padrões sustentáveis de produção e consumo: produção e consumo de bens e serviços de forma a atender as necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras”, conforme já referido no Capítulo 2.

gestão de resíduos, em cumprimento à responsabilidade compartilhada introduzida por essa Lei.

Cumpra salientar que, assim como o Direito do Consumidor, o Direito Ambiental funda-se em princípios explícitos ou implícitos na legislação em prol de sua proteção. Com efeito, podem ser indicados os seguintes princípios ambientais: a prevenção, a precaução, a participação pública, a publicidade, o poluidor-pagador, a solidariedade, a ecoeficiência e a já referida responsabilidade compartilhada.

Nesse diapasão, a proteção do consumidor e do ambiente em função da sustentabilidade socioambiental do consumo será alcançada por meio da interpretação dos princípios e regras estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor de forma integrada com aqueles basilares do Direito Ambiental e da legislação correlata. É a consagração da transversalidade do ambiente sobre as relações de consumo ou, conforme ensinamentos de Gomes Canotilho, uma ponderação ecológica¹³² de interesses, neste caso, a ser realizada sobre determinados aspectos do Direito do Consumidor¹³³.

¹³² Nas palavras do autor, “quando se fala em ponderação ecológica pretende-se dizer que os “decisores jurídicos” devem tomar em consideração nos seus juízos os efeitos ambientais de obras, atividades, serviços ou planos ecologicamente relevantes.” Assim, a questão ambiental deve ser ponderada nas decisões que envolvam múltiplos interesses, públicos e privados.(Cf. CANOTILHO, José Joaquim Gomes. Relações jurídicas poligonais, ponderação ecológica de bens e controlo judicial preventivo. **Revista Jurídica do Urbanismo e do Ambiente**, Coimbra, n. 1, p. 58/59, 1994).

¹³³ Cf. LEITÃO, Manuela Prado. **Rotulagem Ecológica e o Direito do Consumidor à Informação**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2012, p.149.

Isso também reflete a necessidade premente de se realizar um diálogo das fontes, na acepção trazida da doutrina alemã por Cláudia Lima Marques¹³⁴: para se alcançar níveis máximos de proteção, é preciso que o Código consumerista e a legislação ambiental dialoguem e busquem a melhor tutela de um consumo sustentável.

Por fim, para Fábio de Souza Trajano, o consumo sustentável ainda se justifica no princípio da sustentabilidade, como princípio implícito de direito do consumidor decorrente da proteção da dignidade da pessoa humana e da cidadania, previstas no art. 1º, incisos II e III da Constituição Federal de 1988, e que traz a base para o consumidor realizar escolhas conscientes em termos de impactos socioambientais¹³⁵.

3.2. O impacto das escolhas do consumidor sobre o meio ambiente

O papel do consumidor nos dias de hoje deixa de ser o de um mero agente passivo da cadeia econômica, destinatário de uma infinidade de produtos e da respectiva publicidade, que o incita ao consumo desenfreado e, por vezes, além dos seus limites econômicos. Ele é chamado a colaborar mediante a escolha consciente

¹³⁴ Resumidamente, o diálogo das fontes no âmbito consumerista pode ser entendido como a aplicação do Código de Defesa do Consumidor simultânea e coerentemente com outras leis, gerais e especiais, a fim de efetivar o valor constitucional de proteção ao consumidor. Cf. MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, op. cit., p. 61 a 63.

¹³⁵ TRAJANO, Fábio de Souza. O princípio da sustentabilidade como princípio fundamental constitucional e das relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, Curitiba, Bonijuris, n. 3, v. 1, p. 237-239, set. 2011.

dos produtos e serviços que adquire. O seu papel cresce, ainda, diante da perspectiva de que se vive em uma sociedade de risco, conforme elucidam Giddens e Beck¹³⁶. Portanto, é preciso agir desde o momento presente.

Com efeito, pesquisa recentemente realizada pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) em parceria com o Instituto Market Analysis demonstrou que o fator mais saliente aos olhos do consumidor nos rótulos dos produtos, nos últimos tempos, tem sido os apelos ambientais, totalizando mais da metade (53%) das mensagens transmitidas pelas embalagens. É uma informação que ganhou importância até mesmo sobre os benefícios do produto à saúde, a sua segurança para crianças, a economia proporcionada, entre outros. O aspecto de proteção ambiental mais percebido varia conforme a faixa etária e a classe socioeconômica do consumidor¹³⁷.

A escolha consciente do consumidor abrange os aspectos socioambientais dos produtos e serviços dispostos no mercado, quais sejam, a opção de compra daqueles que verdadeiramente revelem menor potencialidade de geração de danos ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e à sadia qualidade de vida¹³⁸.

¹³⁶ Cf. GIDDENS, Anthony. Risk and Responsibility. **Modern Law Review**, Londres, n. 1, v. 62, p. 1-10, jan. 1999; BECK, op. cit.

¹³⁷ O estudo envolveu a análise de 900 casos, entre os meses de janeiro e fevereiro de 2013, abrangendo as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife, Salvador, Porto Alegre, Curitiba, Brasília, Goiânia, Manaus e Belém e com faixa etária de pesquisados entre 18 e 69 anos. Cf. INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR; MARKET ANALYSIS. **A Percepção do Consumidor sobre os Apelos nas Embalagens**. São Paulo: IDEC, Market Analysis, mar. 2013, p. 10 e 37. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/consultas/testes-e-pesquisas/a-percepco-do-consumidor-sobre-os-apelos-nas-embalagens>>. Acesso em: 12 mar. 2013.

¹³⁸ Cf. SODRÉ, Marcelo Gomes. Padrões de Consumo e Meio Ambiente. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, Ed. RT, n. 31, p. 32, jul./set. 1999.

O tema do consumo sustentável abarca, portanto, uma responsabilidade coletiva e compartilhada. Com efeito, está previsto na Constituição Federal de 1988, no seu art. 225, *caput*, que a proteção ambiental é *dever de todos*:

Art. 225. 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.

É por essa razão que, de um lado, fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes de produtos e prestadores de serviço têm o dever de ecoeficiência que se inicia com a concepção do produto, para que, desde o seu projeto, recorram à tecnologia adequada à preservação dos recursos naturais e à prevenção de resíduos e de danos ao ambiente.

Nesse quesito, ainda, a legislação ambiental traz para determinados setores, considerados de maior impacto, alguns limites e exigências, a exemplo da obrigatoriedade de obtenção de licenças ambientais. Faz-se necessário, porém, agir em constante progressão e aprimoramento para níveis de qualidade ambiental preferencialmente superiores aos estabelecidos nas normas e nas licenças.

Para tanto, cumpre ao setor econômico realizar uma avaliação completa do ciclo de vida (ACV)¹³⁹ dos produtos e serviços que oferece, a fim de mapear todas as fases da cadeia produtiva que geram impactos, bem como os pontos de prevenção e economia de energia e recursos naturais. A tudo isso se soma o dever

¹³⁹ Sobre a ACV, cf. FERRÃO, Paulo Cadete. **Introdução à gestão ambiental**: a avaliação do ciclo de vida dos produtos. Lisboa: ST Press, 1998, p. 76-116; ver também SODRÉ, op. cit., p. 30.

do agente integrante da cadeia econômica de informar o consumidor sobre as características de seus produtos e serviços.

De outro lado, o consumidor, também por decorrência do mandamento constitucional, tem a obrigação de colaborar com a redução dos impactos decorrentes do consumo. Essa colaboração se inicia desde o momento da escolha de produtos e serviços que minimizem a potencialidade de danos ao meio ambiente – atuando, pois, sob um enfoque eminentemente preventivo –, passa pelo comportamento adequado no uso do bem ou do serviço, primando pela racionalidade do consumo e, por fim, encerra-se com a observância de seus deveres estabelecidos pela Política Nacional de Resíduos Sólidos, em relação ao acondicionamento e devolução dos resíduos.

Ao poder público, por sua vez, incumbem a educação, a disciplina normativa e a fiscalização, esta podendo resultar na aplicação de sanções, conforme estabelecido em lei, além do planejamento e implantação de políticas públicas relacionadas.

Destarte, tanto o direito de produzir quanto o de consumir não são absolutos, mas sim limitados pelos próprios direitos fundamentais, como o direito ao meio ambiente saudável e equilibrado¹⁴⁰, e com respaldo na dignidade da pessoa humana.

O consumidor tem papel propulsor na formulação de estratégias e planos, pelo setor privado, para a melhoria dos aspectos socioambientais de produtos e

¹⁴⁰ CANOTILHO, José Joaquim Gomes; MOREIRA, Vital. **Constituição da República portuguesa anotada**: artigos 1º. ao 107º. 4. ed. Coimbra: Coimbra Editora, Ed, RT, 2007, p. 847. v. 1.

serviços. Se apto a realizar escolhas mais conscientes, poderá criar demanda para produtos e serviços que apresentem essa qualidade, fomentando uma “economia verde”, conforme já exposto.

Surge, portanto, um novo fator concorrencial que apresenta uma dupla benesse: a disputa mercantil, portanto lucrativa, pelo estímulo à inovação de tecnologias limpas e, como consequência, a preservação ambiental. Aquele que desenvolve ações de responsabilidade socioambiental e demonstra isso ao consumidor, mantendo preços acessíveis, ganha-lhe a confiança e, por conseguinte, o bolso.

No mais, fazendo a sua parte na gestão de resíduos, o consumidor se identifica como o “ponto de virada” em que o fim da relação de consumo se torna o início da cadeia do fluxo de resíduos nos sistemas de logística reversa e coleta seletiva. Por essa razão, seu comportamento adequado é fundamental¹⁴¹.

Além disso, o consumidor consciente de suas escolhas e dos problemas socioambientais é capaz de reivindicar medidas pertinentes e incentivos do poder público, principalmente junto aos órgãos de defesa do consumidor, órgãos ambientais e associações civis.

Deve-se salientar, todavia, que, para o consumidor poder exercer o controle daquilo que lhe é ofertado, é preciso que as regras e princípios do Código de

¹⁴¹ BOUCQUEY, Nathalie. Partage des responsabilités et transversalité: quels instruments pour les consommateurs? In: SEMINAIRE EUROPÉEN DE DROIT DE CONSOMMATION, 9, 1999, Louvain-la-Neuve. BOUCQUEY, Nathalie (ed.). **Le droit européen des consommateurs et la gestión des déchets**. Louvain-la-Neuve: Centre de Droit de la Consommation, Université Catholique de Louvain, 1999, p. 72.

Defesa do Consumidor e da legislação ambiental sejam observados. E isso começa com o fornecimento de informação adequada.

3.3. Direito à informação ambiental nas relações de consumo

Um dos grandes problemas enfrentados para a eficácia de um consumo sustentável é o desconhecimento do consumidor – seja de seus direitos, seja de seus deveres. Nesse contexto, a informação tem a sua importância reiterada, já que é a base para o consumidor realizar escolhas ecologicamente conscientes e colaborar com a gestão de resíduos.

Com efeito, o consumidor tem o “direito a conhecer”, conforme afirma Alexandra Aragão. De acordo com a autora, o primeiro momento de contato direto do consumidor com o produto (que na maior parte das vezes é um resíduo futuro) corresponde ao ato da compra. Logo, a responsabilidade daquele por criar uma demanda pela qualidade ambiental dos produtos ou serviços e pela prevenção de resíduos se inicia com a compra responsável, cuja primeira condição é o conhecimento das consequências de sua aquisição, a fim de avaliar objetivamente os seus efeitos¹⁴².

¹⁴² ARAGÃO, Maria Alexandra de Souza. A compra responsável e a prevenção de resíduos domésticos. In: CONFERÊNCIA NACIONAL SOBRE A QUALIDADE DO AMBIENTE, 6, Lisboa, 1999. *Actas*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 1999, p. 2-4. v. 1. No mesmo sentido, SODRÉ, op. cit., p. 32.

Alguns conceitos elucidados por Weizsacker e outros¹⁴³ podem auxiliar nessa tarefa de passar ao consumidor a noção de qualidade ambiental global do produto, tais como:

- Pegada ecológica: “corresponde à área de solo utilizada para a produção de um bem ou para o cálculo do nível de consumo individual ou coletivo”;
- Mochila ecológica: “representa a intensidade de material deslocado para a produção e uso do produto ao longo de seu ciclo de vida”.

Para o último conceito, o exemplo utilizado por Alexandra Aragão é o de um automóvel, cuja produção implicou a geração de 15 toneladas de resíduos, tendo, por conseguinte, esse valor como o peso de sua “mochila”, a despeito de o peso do veículo como produto ser inferior¹⁴⁴.

Outros aspectos interessantes de serem informados em prol da preservação ambiental e que encontram fulcro no Código de Defesa do Consumidor são a durabilidade de produtos e o modo de utilização para que se prolongue a sua vida útil ou contribua para a redução de impactos sobre o ambiente¹⁴⁵.

¹⁴³ WEIZSACKER, Ernst Ulrich von; LOVINS, L. Hunter; LOVINS, Amory B. **Factor 4**: duplicar el bienestar con la mitad de los recursos naturales. Trad. de Adan Kovacsics. Barcelona: Galáxia Gutenberg, 1997, p. 293 et seq. e 317 et seq.

¹⁴⁴ ARAGÃO, op. cit., 1999, p. 4.

¹⁴⁵ GUANABARA, Diogo Cardoso; LEITÃO, Manuela Prado. Conciliando o Direito dos Resíduos e o Direito do Consumidor: um Olhar Crítico sobre a Rotulagem e o Mecanismo de Logística Reversa Brasileiro. **Boletim de Direito Administrativo**, São Paulo, NDJ, n. 11, p. 1293, nov. 2010.

Nesse sentido, cada vez mais se poderá afirmar um direito à informação ambiental do consumidor, tendo em vista que, por vezes, a decisão pela aquisição ou não de um determinado produto ou serviço poderá ser determinada pela sua avaliação ambiental. Com efeito, se o consumidor é chamado a realizar uma compra responsável e se lhe apresentam deveres ambientais, os aspectos ecológicos dos produtos e serviços deveriam ser considerados seus elementos de qualidade e até mesmo dados essenciais¹⁴⁶.

Há respaldo para tanto no CDC, a partir de sua interpretação ecologicamente ponderada, como se afirmou anteriormente, sendo também defensor da incursão da questão ambiental nos direitos dos consumidores, José Geraldo Brito Filomeno¹⁴⁷. Veja-se como isso é possível dentro de alguns dos direitos básicos do consumidor, arrolados em seu art. 6º, I¹⁴⁸.

A proteção aos bens jurídicos invocados – vida, saúde e segurança – contra riscos está diretamente relacionada com os aspectos ambientais. De modo geral, produtos considerados perigosos para o consumidor também o são para o meio ambiente, como é o caso de produtos tóxicos e químicos. O referido inciso revela expressamente a teoria da qualidade¹⁴⁹, ou seja, produtos e serviços à disposição do consumidor devem trazer qualidade em relação à adequação para o consumo e à

¹⁴⁶ ARAGÃO, op. cit., 1999, p. 3-5. Cf. também SODRÉ, op. cit., passim; e LEITÃO, op. cit., p. 150-157.

¹⁴⁷ FILOMENO, op. cit., p. 150-153.

¹⁴⁸ Art. 6º. “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 [...]”.

¹⁴⁹ BENJAMIN apud MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, op. cit., p. 245.

sua segurança. O descumprimento desse dever acarreta consequências jurídicas para o fornecedor, a saber, a responsabilização por vício ou defeito do produto.

Vale mencionar também que o CDC disciplina rigorosamente, entre os arts. 8º e 10, a colocação de produtos e serviços no mercado que tragam riscos à saúde ou à segurança do consumidor, permitindo-a apenas para aqueles cujos riscos sejam considerados normais e previsíveis em função de sua natureza ou utilização. Reitera, nesses casos, a obrigatoriedade do fornecimento de informação, ostensiva e adequada, acerca da sua periculosidade.

Sob o aspecto ambiental, trata-se de dever pautado no princípio da prevenção e, no caso de riscos potenciais graves e cientificamente incertos, no princípio da precaução, ambos corolários tanto do Direito Ambiental quanto do Direito do Consumidor.

Já os incisos II e III, do art. 6º, do CDC¹⁵⁰, têm como objetivo a proteção da liberdade de escolha do consumidor, ou seja, a sua capacidade de realizar uma escolha informada e consciente no ato da aquisição de um produto ou contratação de um serviço. Refletem os princípios da transparência e da boa-fé objetiva¹⁵¹, pois inspiram a confiança no consumidor sobre a qualidade e as características do bem de consumo, tendo fulcro constitucional no art. 5º, XIV, da Constituição de 1988.

¹⁵⁰ Art. 6º. “São direitos básicos do consumidor: [...] II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem [...]”.

¹⁵¹ MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, op. cit., p. 248; CAVALIERI FILHO, op. cit., p. 89.

Ao mencionar a ideia de “consumo adequado” e de informação sobre as “características, composição, qualidade e riscos”, a vertente socioambiental certamente se faz presente. Inserem-se nesses conceitos os aspectos dessa natureza, a potencialidade do produto e de suas etapas de produção, ou do serviço, causarem alguma espécie de degradação ambiental e até mesmo dano sobre o meio ambiente.

Aplica-se aqui o princípio da precaução, diante dos riscos que se apresentam aos bens socioambientais; também o princípio da responsabilidade compartilhada e da solidariedade ao se falar em meios para o consumo se tornar ambientalmente adequado, segundo padrões de sustentabilidade.

O direito à informação tem como contrapartida o dever de informar do fornecedor, reconhecida a ilicitude de sua eventual omissão. Faz-se necessário destacar que a mera disposição de dados socioambientais sobre o produto, serviço ou seus resíduos não basta para o cumprimento desse dever, pois se disposto de modo estritamente técnico ou em excesso, impossibilitando a sua compreensão pelo consumidor, também haverá violação desse seu direito¹⁵², além de resultar na ineficácia de seu objetivo maior, que é a mudança do comportamento em prol da preservação ambiental.

Consequentemente, os princípios que direcionam o modo como essa informação deve ocorrer – a saber, a veracidade, a clareza, a precisão, a

¹⁵² Acerca dessa visão em relação às bulas de medicamentos, cf. MARZAGÃO, Nelcina C. de O. Tropari. **Da informação e dos efeitos do excesso de informação no Direito do consumidor**. 2005. Tese (Doutorado) – Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005, p. 200-242.

ostensividade e a transmissão em língua portuguesa¹⁵³ – devem ser respeitados pelo fornecedor ao disponibilizar a informação de cunho ambiental ao consumidor.

A proteção contra a publicidade enganosa e abusiva¹⁵⁴ espelha o corolário da boa-fê, a fim de assegurar a transparência e a lealdade nas relações de consumo, vinculando o fornecedor ao ofertado¹⁵⁵. Além disso, a publicidade também é passível de condicionar comportamento dos consumidores, razão pela qual o CDC coíbe a publicidade que incite práticas que violem valores morais, culturais, sociais e ambientais, tida como publicidade abusiva.

Frise-se, ainda, a proteção conferida ao consumidor diante da oferta e da publicidade de bens e serviços, conforme estabelecido nos arts. 30 a 37 do CDC, que também se aplicam no caso do *marketing* verde, como se analisará adiante.

Vale lembrar também, do ponto de vista do diploma consumerista, a responsabilização pelo vício ou fato do produto, prevista entre os arts. 12 e 25. O *vício* representa a inadequação ou impropriedade para o consumo, bem como a disparidade entre indicações constantes do recipiente, da embalagem, da rotulagem ou mensagem publicitária, conforme aduz o seu art. 18. Já o *fato* ou *defeito* corresponde à ausência de segurança que legitimamente se espera do produto ou serviço, vindo a causar um dano ao consumidor¹⁵⁶.

¹⁵³ MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, op. cit., p. 249; CAVALIERI FILHO, op. cit., p. 89.

¹⁵⁴ Art. 6º. “São direitos básicos do consumidor: [...] IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”, do CDC.

¹⁵⁵ MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, op. cit., p. 252.

¹⁵⁶ A esse respeito, cf. CAVALIERI FILHO, op.cit., p. 265.

Ressalte-se que essa responsabilidade independe de culpa do produtor ou fornecedor de serviço e abrange os danos decorrentes não apenas do produto em si, mas também da ausência de informações suficientes ou adequadas sobre a sua utilização e riscos (arts. 12 e 14). Isso sem olvidar a responsabilidade decorrente do não fornecimento de informação obrigatoriamente determinada pela legislação ambiental.

A importância da veiculação da informação ambiental de forma correta, nos moldes do Código de Defesa do Consumidor, seja por meio de publicidade, seja por simples informação sobre o produto ou serviço, tem respaldo não apenas na observância de direitos do consumidor “ecocidadão” como também na eficácia social da mensagem transmitida. De fato, conforme estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor e o Instituto Market Analysis, a influência da mensagem ambiental sobre a decisão de compra do consumidor depende também da confiança que ela transmite¹⁵⁷.

3.4. *Marketing verde*

O *marketing verde* configura publicidade, nos termos do Código de Defesa do Consumidor. Com efeito, Cláudia Lima Marques define a publicidade como “toda informação ou comunicação difundida como fim direto ou indireto de promover, junto aos consumidores, a aquisição de um produto ou a utilização de um serviço, qualquer que seja o local ou meio de comunicação utilizado”.

¹⁵⁷ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR; MARKET ANALYSIS, op. cit., p. 15 et seq.

Trata-se, pois, de um meio de incitação ao consumo¹⁵⁸, que, no caso de sua característica “verde”, encontra-se associado à preservação do meio ambiente, seja em seu aspecto antropocêntrico ou puramente ecocêntrico. A propósito, o *marketing* verde pode ocorrer de dois modos.

Pela primeira modalidade de *marketing* verde, verifica-se o conjunto publicitário elaborado pelo próprio agente econômico que visa à promoção do produto ou serviço, de modo a conferir-lhe visibilidade e atratividade pelos seus benefícios socioambientais. Baseia-se, pois, em critérios e padrões de informação escolhidos exclusivamente pelo produtor e sua veiculação está limitada às regras e princípios do direito consumerista e da autorregulamentação privada em matéria de publicidade.

Nesse sentido, embora a publicidade esteja fundada nos direitos à livre iniciativa e à liberdade de expressão, esses direitos não são absolutos, restando limitados pelos princípios abrangidos pela defesa do consumidor e, no caso específico do *marketing* verde, também pelos já referidos princípios de direito ambiental.

Especificamente do ponto de vista do direito do consumidor, o CDC deixa claro que a publicidade suficientemente precisa integra a oferta, vinculando o fornecedor à sua proposta, conforme seu art. 30. Assim, deve ser verdadeira, transparente, identificável e leal, vedando-se a prática de publicidade enganosa e abusiva (arts. 36, 37, 38). Prevê, ainda, ser direito básico do consumidor a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, no fornecimento de produtos e serviços (art. 6º, inciso IV).

¹⁵⁸ MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, op. cit., p. 727.

Com efeito, a publicidade é rigorosamente disciplinada pelo CDC porque ao estimular a aquisição de um produto ou serviço, ela cria uma determinada expectativa legítima no consumidor em relação ao desempenho ou qualidade daquele, gerando uma confiança que não pode ser quebrada¹⁵⁹. Do mesmo modo, por vezes, ela transmite uma mensagem sobre as características e qualidade do produto ou serviço, servindo-se de instrumento de divulgação de informação sobre ele, cujas consequências encontram-se regidas pela regra do art. 18 do CDC, qual seja, a responsabilidade pelo vício do produto ou serviço¹⁶⁰.

Significa, portanto, afirmar que o fornecedor obriga-se à mensagem ambiental prestada ao consumidor mediante publicidade verde nos mesmos termos que se obriga em relação à publicidade comum. Ao invocar os benefícios socioambientais, deve dispor de embasamento técnico e/ou científico.

Além do Código de Defesa do Consumidor, a publicidade também é regulamentada pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), entidade que trata de questões éticas relacionadas à atividade publicitária. Diante da emergente publicidade ambiental, o CONAR editou o “Anexo U – Apelos de Sustentabilidade”, para introduzir no Código Brasileiro de

¹⁵⁹ Ibidem, p. 654.

¹⁶⁰ Art. 18, *caput*, do CDC: “Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas”.

Autorregulamentação Publicitária diretrizes sobre a publicidade ambiental correta e idônea¹⁶¹.

Por se tratar de autorregulamentação privada, não são obviamente diretrizes com força de lei, porém são úteis dentro do âmbito publicitário para firmar essa ética no uso de valores ambientais na difusão de um produto ou serviço, ao determinarem a suspensão da veiculação da publicidade contrária a tais diretrizes.

A segunda modalidade de *marketing* verde é a *publicidade indireta*, consequência de um processo de certificação do produto ou serviço, já que, ao obter a aprovação em uma auditoria ambiental, conclui-se que o produto ou serviço em questão satisfaz um determinado número de requisitos e condições de qualidade, merecedor de ser assim identificado por todos os consumidores. Trata-se de *marketing* porque demonstra um importante aspecto concorrencial por meio da certificação ambiental.

3.4.1. Certificações

As certificações ambientais de produtos e serviços geralmente se encontram associadas à rotulagem ambiental. Todavia, cumpre esclarecer que ambos os conceitos não se confundem: enquanto a *certificação* se refere ao processo de verificação de qualidade de um produto ou serviço em função de critérios

¹⁶¹ Entre tais diretrizes, encontram-se a veracidade, a concretude, a exatidão, a clareza, a comprovação das fontes, a pertinência, a relevância, o absoluto e o marketing relacionado a causas. Cf. CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária**. Disponível em: <<http://www.conar.org.br>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

previamente estabelecidos por uma entidade terceira, autônoma, pública ou privada, competente para essa avaliação, a *rotulagem* se identifica pelo rótulo indicativo da qualidade ambiental do produto ou serviço.

Ambos estão inter-relacionados quando o procedimento para a obtenção de um determinado tipo de rótulo envolve a submissão do produto ou do serviço ao processo de certificação. Nesse caso, o rótulo corresponderá ao símbolo do atestado final de aprovação das qualidades ambientais do produto ou serviço, identificando-se com um selo de qualidade¹⁶².

A certificação pode ser realizada por uma entidade pública, por uma entidade privada credenciada por um órgão público ou exclusivamente por uma entidade privada, nesse último caso sendo geralmente de reconhecimento internacional. Vale lembrar também que a certificação pode restringir-se a apenas uma característica ambiental do produto ou abranger diversos aspectos ambientais, em ambos os casos, evidenciando uma das fases do ciclo produtivo ou o ciclo de vida completo¹⁶³.

De igual modo, os rótulos também podem diferenciar-se em função da quantidade de aspectos ambientais considerados ou do modo como as informações colhidas e avaliadas são destinadas ao consumidor.

Para ilustrar, vale mencionar as normas técnicas sobre rotulagem ambiental elaboradas pela International Standardization Organization (ISO), organização sediada em Genebra e internacionalmente reconhecida como fórum de

¹⁶² MATEO, Ramón Martín. **Nuevos instrumentos para la tutela ambiental**. Madrid: Trivium, 1994, p. 23. No mesmo sentido, KYE, op. cit., p. 39.

¹⁶³ Cf. pesquisas realizadas em LEITÃO, op. cit., p. 65-108.

normalização, representada no Brasil pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

No plano nacional, essas normas técnicas foram internalizadas por meio das normas ABNT NBR ISO 14024:2004 e ABNT NBR ISO 14021:2004, que respectivamente classificam a rotulagem ambiental em Tipo I e Tipo II, e a ABNT NBR ISO 14020:2002¹⁶⁴, que estabelece seus princípios gerais. Também há a norma ISO 14025:2006, a qual abarca a rotulagem Tipo III¹⁶⁵.

Vale ressaltar que essas normas não são obrigatórias, até porque emanam de uma entidade privada, salvo se alguma lei ou contrato fizer-lhe remissão expressa. As suas origem e voluntariedade são questionáveis do ponto de vista democrático, uma vez que impedem o conhecimento de seu conteúdo pela população em geral – que, aliás, sequer teve amplo acesso ao seu processo de elaboração¹⁶⁶.

Os rótulos Tipo I são baseados em critérios múltiplos e concedidos após avaliação por uma entidade terceira independente, mediante uma licença autorizadora de seu uso em produtos e serviços. Indicam, assim, uma preferência em termos ambientais por um determinado produto ou serviço dentro de uma categoria similar¹⁶⁷. No Brasil, um exemplo desse rótulo é o “Selo Verde ABNT”¹⁶⁸.

¹⁶⁴ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14020:2002**. Rótulos e declarações ambientais: princípios gerais. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

¹⁶⁵ Para o presente estudo, foi consultada a versão portuguesa dessa norma, ante a inexistência de versão brasileira traduzida pela ABNT. Cf. INSTITUTO PORTUGUÊS DA QUALIDADE. **NP ISO 14025:2009**: Rótulos e declarações ambientais: Declarações ambientais Tipo III: Princípios e procedimentos. Almada: IPQ, 2009.

¹⁶⁶ Cf. SODRÉ, op. cit., p.33.

¹⁶⁷ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14024:2004**: Rótulos e declarações ambientais: rotulagem ambiental do tipo I: princípios e procedimentos. Rio de Janeiro: ABNT, 2004, item 3.1.

Os rótulos Tipo II, por sua vez, correspondem às autodeclarações ambientais, ou seja, declarações que os produtores e prestadores de serviço fazem de si mesmos ou seus produtos e serviços. Podem abarcar variados critérios ou apenas um único aspecto ambiental. Nesse caso, não existe um processo de certificação do produto ou do serviço para a atribuição de um rótulo¹⁶⁹. Por essa razão, as autodeclarações pautam-se nas diretrizes estabelecidas pela norma do sistema ISO e são associadas à ideia de publicidade.

Por fim, os rótulos Tipo III são também conhecidos por “perfis ambientais”, uma vez que espelham os aspectos ambientais do produto ou serviço em todas as suas etapas de produção e consumo, abarcando seu ciclo de vida completo e cada um dos seus componentes. Em alguns casos, assemelham-se aos rótulos de perfil nutricional de alimentos. São os rótulos mais detalhados e completos dentre todos os expostos acima. Por essa razão, a informação neles contida pode revelar-se de linguagem mais técnica e complexa, motivo pelo qual os perfis ambientais são mais comumente usados nas relações entre agentes econômicos e menos nas relações de consumo¹⁷⁰.

Os processos de certificação envolvem, de modo geral, duas etapas:

¹⁶⁸ Conferido pela ABNT, entidade normalizadora que integra o sistema de metrologia brasileiro, conforme Resolução n. 7, de 24 de agosto de 1992, do Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (CONMETRO): **Rótulo Ecológico ABNT**. [Diversos documentos]. Disponível em: <<http://www.abntonline.com.br/rotulo/default.html>>. Acesso em: 3 dez. 2012.

¹⁶⁹ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14021:2004**. Rótulos e declarações ambientais: autodeclarações ambientais (Rotulagem do tipo II). Rio de Janeiro: ABNT, 2004.

¹⁷⁰ Cf. NP ISO 14025:2009, anteriormente referida.

- a fase de seleção de produtos passíveis de certificação e elaboração de critérios e padrões ambientais a serem considerados, a qual envolve a participação de técnicos, grupos da sociedade civil e poder público, principalmente quando o rótulo for oficialmente reconhecido em lei;
- e a fase de avaliação de um produto ou serviço específico quanto ao preenchimento daquelas condições previamente estabelecidas, após a qual se emite atestado de qualidade ambiental e se concede o uso do rótulo, mediante licença ou contrato¹⁷¹.

O país pioneiro na criação de rotulagem ambiental oficial para a melhoria do comportamento do consumidor foi a Alemanha, com o seu logotipo “Anjo Azul”. A partir da experiência alemã, outros países introduziram sistemas oficiais de rotulagem, sendo na atualidade um dos mais reconhecidos em razão de seu elevado padrão de qualidade o Rótulo Ecológico da União Europeia.¹⁷²

No Brasil, encontram-se alguns exemplos decorrentes da legislação, uns obrigatórios, outros voluntários: o SELO PROCEL sobre conservação e uso racional de energia (Decreto de 8 de dezembro de 1993); a certificação energética

¹⁷¹ Algumas obras podem ser citadas para se compreender e avaliar os mecanismos de rotulagem ecológica, vejam-se: NELSON, Elizabeth. Ecolabelling. **Environmental Liability**, n. 1, v. 1, p. 16-19, 1993; MATEO, Ramón Martín. **Manual de Derecho Ambiental**, 2. ed. Madrid: Trivium, 1998, p. 137-56, Cap. IX; HERRUP, Andrew. Eco-labels: Benefits Uncertain, Impacts Unclear? **European Environmental Law Review**, n. 5, v. 8, p. 144-153, 1999; FRAGUÍO, Pilar Dopazo. **El régimen jurídico de las marcas de calidad ambiental: etiqueta ecológica y tutela ambiental**. Madrid: Exlibris, 2001.

¹⁷² Informações, respectivamente, disponíveis em: <<http://www.blauer-engel.de/en/index.php>> e <www.ecolabel.eu>. Acesso em: 20 dez. 2012.

de equipamentos eletrodomésticos (Lei n. 10.295/2001 e Decreto n. 4.059/2001); a certificação energética de veículos (Portaria Inmetro n. 391/2008); e a certificação de alimentos orgânicos (Lei n. 10.831/2003 e Decreto n. 6.323/2007). Ademais, a própria Lei da Política Nacional de Resíduos Sólidos é clara ao prever o estímulo à rotulagem ambiental como um de seus objetivos arrolados em seu art. 7º.

Além das certificações que resultam na concessão de rótulos ambientais, faz-se necessário lembrar a existência de outras formas de certificação ambiental, geralmente concedidas a empresas, em razão do seu desempenho ambiental, como a certificação privada do sistema ISO 14000.

Diante do exposto, percebe-se que a certificação ambiental possibilita um maior controle e transparência da observância de critérios ambientais afirmados pelo produtor, tendo em vista que, em primeiro lugar, os critérios de qualidade ambiental são escolhidos e definidos pela entidade terceira certificadora, por meio de seu corpo técnico especializado e, em regra, com a participação da sociedade civil e poder público e, em segundo lugar, porque essa entidade é independente para verificar a real observância desses padrões de qualidade pelo agente econômico¹⁷³. Caso se constate a falta de cumprimento desses requisitos, o atestado de qualidade conferido pela certificação é cancelado.

Para o consumidor, por sua vez, a certificação é uma garantia de qualidade ambiental do produto ou serviço que adquire, bem como da responsabilidade socioambiental de seu produtor ou prestador do serviço, tornando-se característica facilmente identificável. O rótulo transforma-se em um elemento diferenciador e

¹⁷³ FRAGUÍO, op. cit., p. 40; SALZMAN, James (coord.). *L'étiquetage écologique des produits dans les pays de l'OCDE*. Paris: OCDE, 1991, p. 13 e 34.

base de comparação de impactos ambientais em relação a outros produtos que não o possuem ou cuja informação relativa aos impactos ao ambiente permanece obscura ao consumidor.

3.4.2. Maquiagem verde (*Greenwashing*)

“Greenwashing” é uma expressão utilizada na língua inglesa, a qual corresponde à ideia de usar símbolos, palavras ou conceitos alusivos a benefícios ambientais promovidos por um produto, serviço ou empresa sem que eles sejam integralmente verdadeiros. É a construção de uma imagem ecologicamente correta, sem que haja um real compromisso ambiental¹⁷⁴.

No contexto brasileiro, a melhor tradução aproximada da expressão parece ser “maquiagem verde” de produtos e serviços. Isso porque “maquiagem de produtos” já é jargão largamente utilizado, inclusive pelos órgãos públicos, quando da camuflagem de produtos por cores e tamanhos de embalagens que passam a impressão de aumento do seu conteúdo, quando, na realidade, ocorre uma redução de sua quantidade¹⁷⁵.

¹⁷⁴ Cf. TERRACHOICE ENVIRONMENTAL MARKETING Inc. **The Seven Sins of Greenwashing**: environmental claims in consumer markets: Summary Report: North America. Abr. 2009. Disponível em: <<http://www.sinsofgreenwashing.org/index3c24.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2013. Para um estudo mais aprofundado do tema, cf. LEITÃO, Manuela Prado. **Rotulagem Ecológica e o Direito do Consumidor à Informação**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2012, p. 112 et seq. Muitas das conclusões aqui traçadas refletem as pesquisas já realizadas no âmbito desse trabalho.

¹⁷⁵ BRASIL. Ministério da Justiça. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC). **Nota técnica n. 22**: CGAJ/DPDC/2006, de 1º de fevereiro de 2006, relativa a procedimentos e

Tendo em vista que o *greenwashing* é uma forma de “maquiar” a realidade com “tintas verdes”, a expressão maquiagem verde vem sendo aos poucos utilizada para a incidência do *greenwashing* em produtos, e apresentando seu sentido alargado também para serviços ou empresas que fazem a sua utilização.

O apelo a uma sustentabilidade ecológica e a busca pela certificação ambiental aumentaram como meio de a indústria transmitir ao consumidor a segurança e a tranquilidade de que seu produto é pouco nocivo ao ambiente. Todavia, ao lado do crescimento da certificação ambiental de produtos, serviços e empresas, também se expandiu a veiculação de imagens publicitárias aptas a desenvolverem uma compaixão do consumidor pelo ambiente e associá-lo a um produto ou serviço ou imagem de uma empresa, sem exatidão¹⁷⁶.

A maquiagem verde se revela, por um lado, no modo como a informação está disposta no produto, ou seja, se ela observa as regras de ostensividade e identificação previstas pelo Código de Defesa do Consumidor e se não é passível de confundir as características ambientais do produto com os de sua embalagem; por outro lado, verifica-se se o seu conteúdo é ou não adequado do ponto de vista ambiental.¹⁷⁷

Nos anos de 2007 a 2010, o instituto TerraChoice Environmental Marketing Inc. realizou um estudo sobre algumas espécies de produtos ofertados nos

processos administrativos, maquiagem de produto, alteração quantitativa das embalagens sem a adequada informação ao consumidor, principais teses adotadas. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/dpdc/data/Pages/MJ2DCA58D8ITEMIDA80C977D80824EF880322C83953CF145PTBRNN.htm>>. Acesso em: 18 dez. 2012.

¹⁷⁶ GREENPEACE. **Stop greenwash**. [Diversos textos sobre greenwashing]. Disponível em: <<http://stopgreenwash.org/history>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

¹⁷⁷ Cf. LEITÃO, op. cit., p. 116.

mercados dos Estados Unidos, Canadá, Austrália e Reino Unido a fim de averiguar a utilização de rótulos com apelos ambientais e a respectiva configuração de *greenwashing*¹⁷⁸.

No ano de 2010, o estudo foi elaborado também em âmbito brasileiro, pelo instituto de pesquisa Market Analysis, limitando-se ao mercado de Florianópolis, no Estado de Santa Catarina¹⁷⁹.

Esse mesmo instituto confirmou as pesquisas em novo estudo realizado no início de 2013, em parceria com o Instituto Brasileiro de Defesa da Concorrência (IDEC), incluindo também as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Belém, Manaus, Porto Alegre, Curitiba e Brasília¹⁸⁰. Constatou-se que a prática de maquiagem verde é mais frequentemente encontrada em sete modalidades, as quais a Terrachoice Environmental Marketing Inc. denominou de “os sete pecados do Greenwashing”, conforme seguem¹⁸¹:

- o custo ambiental camuflado: corresponde à evidência de um número restrito de aspectos ambientais do produto de baixo impacto ambiental, sem demonstrar

¹⁷⁸ TERRACHOICE ENVIRONMENTAL MARKETING Inc. **The Sins of Greenwashing**: a report on environmental claims made in the North American consumer market: Home and Family Edition. 2010. Disponível em: <<http://www.sinsofgreenwashing.org/findings/index.html>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

¹⁷⁹ MARKET ANALYSIS. **Greenwashing no Brasil**: um estudo sobre os apelos ambientais nos rótulos dos produtos. Florianópolis: Market Analysis, 2010. Disponível em: <http://www.marketanalysis.com.br/biblioteca/Relatorio_Greenwashing_FINAL.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2012.

¹⁸⁰ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR; MARKET ANALYSIS, op. cit., p. 20-27.

¹⁸¹ Cf. MARKET ANALYSIS, op. cit.

outros que poderão resultar em graves danos ao ambiente. Trata-se, pois, de uma informação sem expressa avaliação do ciclo de vida do produto, pois o benefício gerado em uma fase pode não compensar o passivo ambiental causado em outra;

- a ausência de provas: consubstancia-se na elucidação de benefícios ambientais sem que sejam passíveis de comprovação. Vale destacar que a ausência de provas pode se refletir na inexistência ou impossibilidade de obtê-las ou mesmo na sua inacessibilidade pelo consumidor (sob alegação de se tratar de informação sigilosa ou segredo de empresa, por exemplo);
- a incerteza: por ela, os estudos apontam a informação ampla, genérica ou imprecisa, que tem como consequência a dúvida do consumidor em relação aos reais benefícios ambientais do produto ou a razão desse benefício, causando-lhe confusão;
- o culto a falsos rótulos: revela a utilização de símbolos que transmitem a ideia de chancela conferida por entidade terceira, certificadora, quando na realidade se trata apenas de uma imagem desenvolvida pelo próprio produtor;
- a irrelevância: consiste em dispor ao consumidor informação que não lhe será útil ou cujo benefício conclamado, na verdade, é uma exigência legal. Logo, trata-se de informação em excesso e que passa uma imagem de inovação ecológica do produto quando, por sua vez, o não atendimento à condição ecológica não lhe permitiria sequer a comercialização;
- o “menos pior”: tal conduta corresponde ao oferecimento de uma informação que distraia o consumidor de seu real propósito, ou seja, evidencia que, dentro de uma categoria de produtos cujo consumo deveria ser desestimulado, porque altamente tóxicos, poluentes ou prejudiciais à saúde, um produto específico é “menos pior”

porque oferece algumas vantagens ambientais. Há um desvio de foco, uma vez que o correto em termos ecológicos seria o não consumo daquela modalidade de produto;

- a mentira: mais do que fazer alegações sem provas, a mentira é a inverdade ou a invenção sem qualquer fundamento. O nome é intuitivo de seu significado.

A maquiagem verde, nessa esteira de raciocínio, por configurar espécie de publicidade enganosa, com fulcro no art. 37 e §§ 1º e 3º, do Código de Defesa do Consumidor, viola os princípios da veracidade, transparência, clareza, adequação em relação à qualidade socioambiental do produto ou serviço e suas características dessa natureza¹⁸², tanto na forma comissiva, quanto pela publicidade enganosa por omissão, uma vez que o CDC também considera publicidade enganosa a ausência de informação essencial ao consumidor, induzindo-o em erro.

Assim, constituem hipóteses de enganosidade, dentre outras:

- a falta de comprovação dos benefícios socioambientais alegados;
- a aposição de informação dessa natureza em locais de difícil identificação pelo consumidor, colocando-o em dúvida se a qualidade se refere ao produto ou à sua embalagem;
- informar que o produto é reciclável sem que haja sistema de logística reversa ou coleta seletiva que viabilize a sua real reciclagem;

¹⁸² Nessa linha, primando por limitações à publicidade ecológica, cf. ARAGÃO, Maria Alexandra de Sousa. **O princípio do nível elevado de proteção e a renovação ecológica do direito do ambiente e dos resíduos**. Coimbra: Almedina, 2006, p. 606-610.

- e sustentar seu aspecto “natural” mesmo após ter sido industrializado.

Ressalte-se, também, que realizar afirmação falsa ou enganosa, e a omissão de informação relevante sobre as características, qualidade, quantidade, segurança e desempenho dos produtos são considerados crimes pela legislação consumerista, conforme os arts. 66 e 67, do CDC.

Vale mencionar a possibilidade de haver publicidade abusiva, sempre que discriminatória de qualquer natureza, que incite comportamentos inadequados para a vida em sociedade ou que coloque em risco a saúde e segurança do consumidor e, ainda, – de acordo com previsão expressa do CDC – aquela que desrespeite valores ambientais (art. 37, § 2º), conforme já indicado. Sobre esse aspecto, deveriam ser repensadas as práticas comerciais estimuladoras de consumismo, dados os impactos ambientais dele decorrentes.

De mais a mais, em se tratando de publicidade comparativa, sob o enfoque socioambiental, é preciso atentar para a forma como é feita a comparação – em função do mesmo produto em embalagem anteriormente disponível no mercado ou em relação aos demais à disposição do consumidor – e justificá-la de forma clara, mediante sua comprovação por dados facilmente acessíveis pelo consumidor.

A fim de uniformizar o uso de determinadas expressões que invocam o tema da sustentabilidade socioambiental e para auxiliar as autoridades na identificação da maquiagem verde, interessante notar o exemplo, nos Estados Unidos, da Federal Trade Commission (FTC), agência reguladora do mercado em termos concorrenciais e dos direitos do consumidor.

Essa agência editou um Anexo à sua regulamentação acerca das práticas comerciais desleais, indicando o contexto em que devem ser utilizados apelos ambientais e seu significado na publicidade. Esse Anexo foi revisto nos últimos dois anos e recentemente restou publicada a sua nova versão¹⁸³. Alguns exemplos mais comumente utilizados e que podem deixar o consumidor em dúvida estão no quadro abaixo:

<i>Compostável</i>	<i>Amigo do ambiente</i>	<i>50% mais reciclável</i>
<i>(Bio)degradável</i>	<i>Mais ecológico</i>	<i>Reciclável</i>
<i>100% Natural</i>	<i>Ambientalmente aprovado (referências a falsos rótulos ambientais)</i>	<i>Energia renovável</i>
<i>Amigo da camada de ozônio</i>	<i>Refil</i>	<i>Reduz emissões / aumenta créditos de carbono</i>

¹⁸³ FEDERAL TRADE COMMISSION (FTC). 16 CFR Part 260: Guides for the use of environmental marketing claims; Final Rule. **Federal Register**, n. 197, v. 77, p. 62122 a 62132, 11 out. 2012. Disponível em: <<http://www.ftc.gov/os/fedreg/2012/10/greenguidesfrn.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

Cf. também ARAU, Rafael Audivert. **Régimen Jurídico de la Etiqueta Ecológica**. Barcelona: Cedecs Editorial, 1996, p. 56 et seq. Para discussões no âmbito europeu, cf. EUROPEAN CONSUMER SUMMIT. **Environmental Claims**: Report from the Multi-Stakeholder Dialogue: Helping consumers make informed green choices and ensuring a level playing field for business. Bruxelas, 18-19 mar. 2013. Disponível em: <http://ec.europa.eu/consumers/events/ecs_2013/docs/environmental-claims-report-ecs-2013_en.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2013.

Cumpra ressaltar que, na maior parte das vezes, não é o uso em si dessas expressões que configura a maquiagem verde, segundo os padrões estabelecidos pela FTC, mas sim o seu emprego de forma *isolada*, *genérica*, *ambígua*, sem a possibilidade de viabilização prática dos dados alegados ou sem uma avaliação do ciclo de vida do produto ou serviço que permita identificar seus pontos favoráveis ao meio ambiente e seus (potenciais) danos. Por tal razão, em alguns casos, é mais adequado evitá-las.

Voltando-se ao contexto nacional, deve-se primar pela não utilização de mensagens genéricas e abstratas que induzam o consumidor em erro, que não guardem relação com a realidade brasileira de consumo, uso e descarte, ou que violem os princípios basilares relacionados à divulgação de informação e publicidade.

Nesse sentido, a utilização desses apelos deverá ser¹⁸⁴:

- precisa;
- verificável;
- comprovada;
- relevante;
- identificável;
- verdadeira.

¹⁸⁴ Cf. FEDERAL TRADE COMMISSION, *op.cit.*; CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA, *op. cit.*; e LEITÃO, *op. cit.*, p. 147-184. Ver também ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14021:2004**, *op.cit.*

Assim, no Brasil, diante da ausência de um documento normativo semelhante ao da FTC que venha a disciplinar o significado de cada um dos apelos socioambientais, a atuação dos órgãos públicos de fiscalização deverá se pautar pelas regras e princípios estabelecidos no próprio Código de Defesa do Consumidor quanto aos critérios de veiculação da informação nas relações de consumo, dentro dos limites traçados pela legislação ambiental e considerada a estrutura de gestão de recursos naturais e de resíduos efetivamente implantada¹⁸⁵.

Logo, as consequências jurídicas da prática da maquiagem verde não poderiam ser outras senão a responsabilização dos fornecedores, no âmbito cível, administrativo e até mesmo criminal.

3.5. O papel dos órgãos e das entidades de proteção e defesa do consumidor

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) foi instituído pelo Código de Defesa do Consumidor, no seu Título IV, e regulamentado pelo Decreto n. 2.181/97, com a redação mais recente do Decreto n. 7.738/2012. É coordenado pela Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), do Ministério da Justiça, e composto por órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais, bem como por entidades civis de defesa do consumidor.

Nesse contexto, merece destaque a criação, pelo Plano Nacional de Consumo e Cidadania (Decreto n. 7.963/2013), da Câmara Nacional das Relações

¹⁸⁵ LEITÃO, op. cit., p. 147-184.

de Consumo, no Conselho de Governo, composta pelo Conselho de Ministros – a quem compete orientar a formulação, a implementação, o monitoramento e a avaliação do Plandec – e pelo Observatório Nacional das Relações de Consumo – responsável pela promoção de estudos e propostas para a consecução dos objetivos do Plano e pelo acompanhamento da execução de suas políticas, programas e ações.

Cite-se ainda o objetivo do referido Plano de estimular a ampliação do atendimento do consumidor por meio de parcerias com Estados e Municípios, a promoção da participação social junto ao SNDC e o fortalecimento do papel dos PROCONs estaduais e municipais, que atendem às reclamações dos consumidores e associações, e atuam localmente na execução da Política Nacional de Defesa do Consumidor, fiscalizando e autuando aqueles que venham a infringir as disposições estabelecidas pelo CDC¹⁸⁶.

Vale lembrar que esses órgãos e entidades de proteção e defesa do consumidor apresentam um duplo papel: de um lado, possuem uma atuação eminentemente preventiva, de outro, tipicamente repressiva.

Quanto ao aspecto preventivo, dentro de suas respectivas competências, incumbe-lhes desempenhar uma função educativa, inclusive de promoção de campanhas de conscientização do consumidor para que venha a realizar um consumo de menor impacto ambiental, seja pelo estímulo ao conhecimento da concreta qualidade ambiental do produto ou serviço que esse consumidor pretenda adquirir, seja por meio de sua educação acerca do uso apropriado desse produto ou

¹⁸⁶ Art. 7º, do Decreto n. 7.963/2013.

serviço, e do descarte adequado de seus resíduos, de modo mais sustentável e consentâneo com a legislação ambiental.

Mais precisamente, pode-se mencionar o papel desses órgãos consumeristas, em conjunto com os órgãos ambientais, na difusão do significado de rótulos e mensagens ecológicas a fim de alertar o consumidor para a correta interpretação da informação transmitida em práticas comerciais. Um exemplo disso ocorre em relação aos rótulos e informações referentes à gestão de resíduos, tendo em vista que são logotipos amplamente utilizados pela indústria e que o consumidor, na maior parte das vezes, desconhece o seu significado¹⁸⁷.

Com o advento da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), é dever do fornecedor prestar ao consumidor as informações referentes à adequada gestão de resíduos e aos respectivos sistemas de logística reversa implantados, incumbindo ao poder público auxiliar na promoção dessa educação ambiental mediante campanhas educativas, por exemplo, por meio da divulgação dos pontos de coleta seletiva e do modo de acondicionamento adequado dos resíduos a ela relacionados.

Outro aspecto de suma relevância é a divulgação dos rótulos de certificação acreditada pelo Poder Público e o estímulo ao consumidor para a aquisição de produtos que contenham tais rótulos, a exemplo do Selo Verde ABNT e dos programas de rotulagem orgânica, energética, dentre outros, já mencionados. A importância da difusão dos rótulos concedidos mediante certificação se justifica

¹⁸⁷ GUANABARA, Diogo Cardoso; LEITÃO, Manuela Prado. Conciliando o Direito dos Resíduos e o Direito do Consumidor: um Olhar Crítico sobre a Rotulagem e o Mecanismo de Logística Reversa Brasileiro. **Boletim de Direito Administrativo**, São Paulo, NDJ, n. 11, p. 1290, nov. 2010.

não apenas para que se estimule o consumo desses produtos e serviços, como também para se evitar a confusão do consumidor no meio de uma “selva de rótulos”¹⁸⁸ com a qual se depara no seu cotidiano no mercado.

A partir da divulgação das informações ambientais e de outras ações educativas, busca-se, sobretudo, fomentar a participação pública, em atenção às bases de um Estado democrático, na tutela do meio ambiente ecologicamente equilibrado e da sadia qualidade de vida.

Já sob a perspectiva repressiva, em razão do seu poder de polícia, caberá aos órgãos administrativos a função de fiscalizar e autuar aqueles que veicularem mensagens enganosas e abusivas, contendo a maquiagem verde de produtos, com fulcro no art. 106, do CDC (além dos supra indicados), e nos arts. 3º, X, 4º, III e IV, 7º, 9º, 10, 12, IX, 13 e 19, do Decreto n. 2181/97.

Nesse contexto, poderão impor as sanções administrativas previstas nos art. 18 e 19, do Decreto n. 2.181/97, tais como a contrapropaganda, multas, intervenção administrativa, ou, se for o caso, celebrar Termos de Ajustamento de Conduta, nos termos do art. 6º, desse Decreto, e do art. 5º, § 6º, da Lei n. 7.347/85.

Com efeito, apesar da independência das esferas administrativa, civil e penal, o ideal é, se possível, buscar evitar a judicialização desse conflito, a fim de garantir uma resposta mais célere e menos custosa em face do problema. Todavia, isso não exclui a possibilidade da demanda em juízo com vistas à reparação de danos ao consumidor pela veiculação de informação enganosa, omissiva ou abusiva.

¹⁸⁸ “La jungle des logos”, cf. MAGNIN apud ARAGÃO, op. cit., 2006, p. 605.

Dentre os direitos básicos do consumidor, está justamente a efetiva reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos, de modo que, na hipótese de violação dos preceitos relacionados ao fornecimento de informação ou à publicidade que gerem algum dano, de ordem patrimonial ou moral, caberá certamente a responsabilização do fornecedor.

Nesses casos, serão ajuizadas demandas coletivas, quando o prejuízo ocorrer de modo transindividual, observado o rol de legitimados à propositura da ação civil pública constante do art. 5º, da Lei n. 7.347/85¹⁸⁹. Diante da existência de um dano meramente individual, a demanda deverá ocorrer, por sua vez, nos moldes tradicionais das ações individuais, com respaldo no Código de Processo Civil.

Frise-se, ainda, que o Ministério Público e a Defensoria Pública desempenham relevantes funções na proteção dos direitos dos consumidores e do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, na qualidade de interesses difusos, conforme as atribuições específicas de cada um definidas na Constituição Federal e nas respectivas leis orgânicas, seja na divulgação de informações e campanhas de mobilização, seja na defesa dos consumidores em sedes administrativa e judiciária.

¹⁸⁹Art. 5º “Têm legitimidade para propor a ação principal e a ação cautelar: I - o Ministério Público; II - a Defensoria Pública; III - a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios; IV - a autarquia, empresa pública, fundação ou sociedade de economia mista; V - a associação que, concomitantemente: a) esteja constituída há pelo menos 1 (um) ano nos termos da lei civil; b) inclua, entre suas finalidades institucionais, a proteção ao meio ambiente, ao consumidor, à ordem econômica, à livre concorrência ou ao patrimônio artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico”.

Por fim, cabe indicar o estabelecimento de parcerias entre órgãos públicos das diferentes entidades federativas e associações civis¹⁹⁰ para promoção do diálogo sobre políticas públicas e critérios de fiscalização, facilitando a uniformidade da interpretação do uso de determinadas expressões ambientais.

Diante de todo o exposto, verifica-se que os preceitos estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor e pela legislação ambiental conferem respaldo legal para a concretização do consumo sustentável e seu controle, seja pela sociedade civil, seja pelos órgãos de defesa do consumidor.

O cerne da questão está calcado na relevância da informação direcionada ao consumidor, a fim de orientar o seu comportamento e permitir a conscientização cidadã, para que venha a reivindicar do agente econômico e do próprio poder público o desenvolvimento de uma economia verde, pautada nos seus direitos fundamentais.

¹⁹⁰ SODRÉ, op. cit., p. 35.

CAPÍTULO 4 - A POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS NA PERSPECTIVA DA TUTELA DO CONSUMIDOR¹⁹¹

Se os resíduos são a memória material dos povos, que povo de triste memória nós seremos – memória vasta e longa, pesada herança de um estilo de vida de uso e abuso da Natureza. Se, como dizem os arqueólogos, os resíduos são um sinal do seu conteúdo social, que sociedade terá sido esta, que em vez de fazer lixo para viver, parecia viver para fazer lixo? (Alexandra Aragão)¹⁹²

Após duas décadas de tramitação, a Lei n. 12.305, de 2 de agosto de 2010, veio finalmente a instituir no ordenamento brasileiro a sua Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), por sua vez regulamentada pelo Decreto n. 7.404/2010 (Decreto PNRS).

O advento dessa lei federal, que dispõe, dentre outros aspectos, sobre princípios, objetivos, instrumentos, inclusive econômicos, metas, planos e diretrizes referentes à gestão integrada de resíduos sólidos e às responsabilidades dos diversos agentes de cadeia produtiva e de consumo, representa um marco jurídico importante para a formulação, implementação e avaliação de políticas públicas relacionadas aos resíduos, em todos os âmbitos da federação, em

¹⁹¹ Este capítulo reproduz parcialmente os resultados de *paper* aprovado para apresentação oral no Congresso Mundial de Resíduos Sólidos da ISWA, a ser realizado em Viena, em outubro de 2013: MENDES, João Múcio Amado; LEMOS, Patrícia Faga Iglecias. Sustainable production and consumption in Brazil: an approach towards economic and legal instruments from National Solid Waste Policy. In: ISWA WORLD SOLID WASTE CONGRESS, 2013, Viena. **Proceedings...** Viena: ISWA, 2013, prelo.

¹⁹² ARAGÃO, op. cit., 2006, p. 73.

consonância com o direito e dever fundamental de todos a um meio ambiente ecologicamente equilibrado.

A PNRS busca, dentre seus objetivos, estimular¹⁹³ a adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços, de modo a atender às necessidades das presentes e futuras gerações, garantindo-lhes melhores condições de vida, sem prejuízo da qualidade ambiental (art. 3º, XIII, e 7º, III).

Vale observar que a PNRS também assume a noção de desenvolvimento sustentável¹⁹⁴ como princípio explícito (art. 6º, IV), servindo como relevante premissa para a gestão integrada dos resíduos sólidos (art. 3º, XI), que deverá considerar as dimensões política, econômica, ambiental, cultural e social desse processo, sob a perspectiva da equidade intergeracional, além do princípio da ecoeficiência (art. 6º, V), já referido no Capítulo 3.

Nesse cenário, o consumo sustentável exsurge como um objetivo-chave da PNRS (art. 7º, XV), do qual decorrem inúmeros direitos e deveres à sociedade de

¹⁹³ O poder público, por exemplo, deverá dar prioridade nas aquisições e contratações governamentais para “bens, serviços e obras que considerem critérios compatíveis com padrões de consumo social e ambientalmente sustentáveis” (art. 7º, XI, “b”, da PNRS).

¹⁹⁴ A respeito das controvérsias em torno do conceito de desenvolvimento sustentável (DS), cf. NOBRE, Marcos. Desenvolvimento sustentável: origens e significado atual. In: NOBRE, Marcos; AMAZONAS, Maurício de Carvalho (org.). **Desenvolvimento sustentável**: a institucionalização de um conceito. Brasília: Edições IBAMA, 2002, p. 25-26: “o conceito de DS está longe de estabelecer um campo ‘neutro’ de disputa política. Mas é justamente a sua vaguidão que permitiu o engajamento por parte dos mais diferentes atores na disputa”. Segundo lições de Veiga, “o desenvolvimento de uma sociedade depende é da maneira como ela aproveita os benefícios de seu desempenho econômico para expandir e distribuir oportunidades de acesso a bens como liberdades cívicas, saúde, educação, emprego decente, etc.” e “terá pernas curtas se a natureza for demasiadamente agredida pela expansão da economia, que é um subsistema altamente dependente da conservação da biosfera” (VEIGA, José Eli da. **Sustentabilidade**: a legitimação de um novo valor. São Paulo: SENAC, 2010, p. 50).

consumidores, credora de informação e controle social¹⁹⁵, e responsável não apenas pelo seu eventual consumo, mas também pelo correspondente pós-consumo, na lógica jurídica da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, que se estende “do berço ao túmulo”¹⁹⁶, conforme expressão consagrada internacionalmente na doutrina dos resíduos, ou mais precisamente¹⁹⁷, desde antes de seu “nascimento” (concepção dos produtos) até depois de sua “morte” (destino final de seus resíduos ou rejeitos).

No entanto, ao passo que a produção corresponde a uma condição material do consumo e lhe antecede cronologicamente, vale lembrar que o cumprimento de alguns dos deveres dos consumidores, muitas vezes, dependerá do prévio cumprimento dos deveres dos produtores, acentuando-se, nesse sentido, a responsabilidade destes últimos na gestão integrada de resíduos sólidos.¹⁹⁸

4.1. Disciplina jurídica dos resíduos sólidos

Antes da Lei n. 12.305/2010, inexistia no direito brasileiro um instrumento legislativo abrangente, integrado e sistematizado, na esfera federal, que trouxesse, por exemplo, uma definição legal para os resíduos sólidos, de modo a delimitar o

¹⁹⁵ Por controle social, nos termos do art. 3º, VI, da PNRS, entenda-se o “conjunto de mecanismos e procedimentos que garantam à sociedade informações e participação nos processos de formulação, implementação e avaliação das políticas públicas relacionadas aos resíduos sólidos”.

¹⁹⁶ Em inglês, tal expressão é referida como “from cradle to grave”, sendo amplamente vertida para outras línguas, como “du berceau à la tombe” (em francês), “de la cuna a la tumba” (em espanhol) ou “von der Wiege bis zur Bahre” (em alemão).

¹⁹⁷ ARAGÃO, op. cit., 2006, p. 37.

¹⁹⁸ *Ibidem*, p. 587. Cf. também GUANABARA; LEITÃO, op. cit., p. 1282.

âmbito de responsabilidade de seus geradores, inclusive os consumidores. O próprio déficit regulatório contribuía para que, até então, poucos Tribunais houvessem enfrentado diretamente a questão dos resíduos no país.¹⁹⁹

Inicialmente, convém esclarecer que a PNRS optou por distinguir “resíduos sólidos” (art. 3º, XVI) de “rejeitos” (art. 3º, XV). Enquanto os resíduos sólidos estão sujeitos à denominada “destinação final ambientalmente adequada”²⁰⁰, os rejeitos nada mais são do que resíduos sólidos que, após o esgotamento de todas as possibilidades de tratamento e recuperação por processos tecnológicos disponíveis e viáveis economicamente, não apresentem possibilidade diversa que não a chamada “disposição final ambientalmente adequada”²⁰¹, ou seja, a sua distribuição ordenada em aterros²⁰².

¹⁹⁹ Mesmo antes da PNRS, vale mencionar pioneiro julgado a respeito da aplicação da responsabilidade pós-consumo decorrente dos resíduos de embalagens plásticas tipo PET de refrigerantes: PARANÁ. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. **Apelação Cível n. 118652-1**. Relator: Ivan Bortoleto. Curitiba. J. em 5 ago. 2002. Disponível em: <http://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/1393017/Ac%C3%B3rd%C3%A3o-118652-1#integra_1393017>. Acesso em: 16 fev. 2013.

²⁰⁰ Por “destinação final ambientalmente adequada”, deve-se entender a “destinação de resíduos que inclui a reutilização, a reciclagem, a compostagem, a recuperação e o aproveitamento energético ou outras destinações admitidas pelos órgãos competentes do Sisnama, do SNVS e do Suasa, entre elas a disposição final, observando normas operacionais específicas de modo a evitar danos ou riscos à saúde pública e à segurança e a minimizar os impactos ambientais adversos” (art. 3º, VII, da PNRS).

²⁰¹ “Disposição final ambientalmente adequada”, por sua vez, deve ser compreendida como: “distribuição ordenada de rejeitos em aterros, observando normas operacionais específicas de modo a evitar danos ou riscos à saúde pública e à segurança e a minimizar os impactos ambientais adversos” (art. 3º, VIII, da PNRS).

²⁰² A propósito, o prazo previsto pela PNRS, em seu art. 54, para implantação da disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos no país vence já em agosto de 2014, sendo a eliminação dos lixões um de seus desdobramentos esperados.

Realizada essa necessária associação conceitual, torna-se mais compreensível e contextualizada a definição de resíduos sólidos trazida pela PNRS, em seu art. 3º:

XVI - resíduos sólidos: material, substância, objeto ou bem descartado resultante de atividades humanas em sociedade, a cuja destinação final se procede, se propõe proceder ou se está obrigado a proceder, nos estados sólido ou semissólido, bem como gases contidos em recipientes e líquidos cujas particularidades tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgotos ou em corpos d'água, ou exijam para isso soluções técnica ou economicamente inviáveis em face da melhor tecnologia disponível.

A despeito de a PNRS não ter definido, em rigor, os resíduos em geral²⁰³, mas os resíduos sólidos, estes deverão compreender, para seus efeitos legais, também os resíduos no estado semissólido e mesmo aqueles nos estados líquido e gasoso diante de certas condições relacionadas à inviabilidade técnica ou econômica de seu lançamento na rede pública.

Na atualidade, a compreensão jurídica dos resíduos não mais se compatibiliza com a tradicional noção de *res derelictae*, cujo abandono implicaria a perda da propriedade da coisa (passando a pertencer ao patrimônio de ninguém, com possibilidade de aquisição por terceiros via ocupação) e conseqüentemente a exoneração da responsabilidade de seu titular (incorrendo na irresponsabilidade do

²⁰³ Diferentemente, por exemplo, da Diretiva 2008/98/CE do Parlamento Europeu e do Conselho da União Europeia, relativa aos resíduos, que recorreu a uma definição mais genérica, embora muito semelhante, em seu art. 3º, n. 1: “Resíduos”, quaisquer substâncias ou objectos de que o detentor se desfaz ou tem intenção ou obrigação de se desfazer”.

proprietário ou possuidor que viesse a abandonar a coisa anteriormente havida sob sua titularidade, em detrimento de toda a coletividade em face de sua potencialidade danosa), nos moldes do direito romano e mesmo ainda do Código Civil Brasileiro de 2002 (arts. 1.263 e 1.275, III, do CC/02).²⁰⁴

Aliás, na VI Jornada de Direito Civil, do Centro de Estudos Judiciários (CEJ), do Conselho de Justiça Federal, realizada em março de 2013 em comemoração aos 10 anos de vigência do Código Civil, restou aprovado o Enunciado 565²⁰⁵, com o seguinte teor: “Não ocorre a perda da propriedade por abandono de resíduos sólidos, que são considerados bens socioambientais, nos termos da Lei n. 12.305/2012”.²⁰⁶

Com efeito, torna-se hoje imprescindível uma interpretação atualizadora dos direitos reais, notadamente, dos institutos da propriedade, da posse e de sua função socioambiental (art. 1.228, § 1º, do CC/02²⁰⁷), bem como da cláusula geral do abuso de direito (art. 187, do CC/02), em razão do reconhecimento da tutela

²⁰⁴ LEMOS. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 87-88.

²⁰⁵ Vale registrar que tal Enunciado aprovado na VI Jornada de Direito Civil foi oportunamente proposto e defendido nesse evento pela Professora Associada Patrícia Faga Iglecias Lemos, da Faculdade de Direito da USP, a qual já vinha desenvolvendo pesquisas nessa linha, no âmbito do Grupo de Estudos Aplicados ao Meio Ambiente (GEAMA/USP).

²⁰⁶ Disponível em: <<http://www.jf.jus.br/cjf/CEJ-Coedi/jornadas-cej/VI%20JORNADA1.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2013.

²⁰⁷ Segundo Carlos Maluf, a cláusula geral da função socioambiental da propriedade estabelecida pelo art. 1.228, § 1º, do CC/02, que foi inovador nesse ponto, visa despertar no homem comum o exercício da cidadania (noção muito próxima à figura dos consumidores), impondo limitações de ordem social e também ambiental ao direito de propriedade. MALUF, Carlos Alberto Dabus. In: FIUZA, Ricardo (org.). **Novo Código Civil Comentado**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 1014.

ambiental como um direito fundamental de terceira geração (ou dimensão)²⁰⁸, diante de sua relevância para as presentes e futuras gerações (art. 225, *caput*, da Constituição de 1988)²⁰⁹.

Assim, a tutela ambiental pretendida deverá abranger não apenas os bens singulares do meio ambiente unitariamente considerado, mas também os chamados bens ambientais difusos, essenciais à sadia qualidade de vida, pouco importando se são bens de titularidade pública ou privada. Em lugar disso, convém reconhecer a dupla titularidade dos bens socioambientais ²¹⁰, a exemplo dos resíduos, cuja disposição inadequada poderá ocasionar diversos efeitos nocivos para o meio ambiente em si e para saúde pública, atingindo reflexamente os consumidores.²¹¹

²⁰⁸ A divisão dos direitos fundamentais em “gerações” foi desenvolvida por Norberto Bobbio. Entretanto, foi apresentada pela primeira vez por Karel Vasak, em conferência ministrada em 1979, no Instituto Internacional de Direitos Humanos, em Estrasburgo. Os direitos de primeira geração são os direitos de liberdade, oponíveis contra o Estado e os de segunda são os direitos de igualdade, que exigem a intervenção do Estado. Os direitos de terceira geração são chamados de direitos de solidariedade ou fraternidade, tendo em vista a sua aplicação transindividual ou universal. Ver: BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992, p. 69; e, SARLET, Ingo. **A eficácia dos direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1998, p. 51.

²⁰⁹ Cf. LEMOS. **Meio ambiente e responsabilidade civil do proprietário**, op. cit., p. 89 et seq.; ver também, da mesma autora, **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 87.

²¹⁰ LEMOS. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 87-88.

²¹¹ Apenas mais recentemente tem se dado maior destaque, no direito brasileiro e na mídia, para os danos ambientais relacionados à contaminação do solo, devendo ser mencionada no plano jurídico a edição em 2009 da Lei de Áreas Contaminadas do Estado de São Paulo: cf. MENDES, João Múcio Amado. A responsabilidade civil do proprietário de área contaminada: algumas reflexões sobre a Lei de Áreas Contaminadas do Estado de São Paulo (Lei n. 13.577/2009). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE DIREITO AMBIENTAL, 17, 2012, São Paulo. BENJAMIN, Antonio Herman et al. (org.). **Anais...** São Paulo: Instituto O Direito por um Planeta Verde, 2012, p. 315, v. 2. Disponível em: <http://www.planetaverde.org/anexos/anais_2012_vol2.pdf>. Acesso em: 22 fev.

Nessa linha, parece acertada a classificação dos resíduos como bens socioambientais, evidenciada a sua relevância intra e intergeracional, na medida em que geram responsabilidade pós-consumo para toda a cadeia proprietária ou possuidora, em atendimento à função socioambiental²¹² dessa mesma propriedade ou posse. Tal visão é corroborada pelo art. 6º, VIII, da PNRS, ao estabelecer que o resíduo sólido reutilizável e reciclável deve ser compreendido “como um bem econômico e de valor social, gerador de trabalho e renda e promotor de cidadania”.

Analogamente, mesmo o rejeito (art. 3º, XV, da PNRS) deverá ser havido como um bem socioambiental²¹³, dotado de dupla titularidade, uma vez que não poderá ser livremente disposto, sendo um imperativo a sua disposição final ambientalmente adequada, consistente na “distribuição ordenada de rejeitos em aterros, observando normas operacionais específicas de modo a evitar danos ou riscos à saúde pública e à segurança e a minimizar os impactos ambientais adversos” (art. 3º, VIII, da PNRS).

2013. Na mesma linha, Salles já sinalizava que uma possível explicação para esse descaso estaria relacionada às características específicas desse tipo de degradação ambiental, como o grande período de latência entre o fato causador e a manifestação de seus efeitos mais graves (SALLES, Carlos Alberto de. Propriedade imobiliária e obrigações propter rem pela recuperação ambiental do solo degradado. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, Ed. RT, n. 34, p. 9, abr./jun. 2004).

²¹² Nos dias atuais, de acordo com Patrícia Faga Iglecias Lemos, “o direito de propriedade deixa de ser um direito-garantia do proprietário e passa a ser um direito-garantia da sociedade e a função socioambiental passa a ser a própria razão pela qual a propriedade foi atribuída a um sujeito” (**Direito ambiental**: responsabilidade civil e proteção ao meio ambiente. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2008, p. 173-174).

²¹³ Cf. LEMOS. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 88.

Essa preocupação com o pós-consumo interessa particularmente à tutela dos direitos básicos dos consumidores (art. 6º, I e III, do CDC), cuja proteção da vida, saúde, bem-estar e segurança dependerá da adequada gestão de riscos diante da potencial nocividade ou periculosidade dos diferentes resíduos e rejeitos a serem gerados pela atividade de consumo, sendo essencial nesse processo que os possíveis consumidores estejam suficientemente informados e esclarecidos sobre as características e riscos dos produtos e serviços ora fornecidos, inclusive sobre as condições apropriadas de descarte de seus respectivos resíduos.

4.2. Hierarquia de resíduos

Influenciada pela Diretiva-quadro europeia sobre resíduos²¹⁴, a PNRS recorreu ao princípio da hierarquia dos resíduos, o qual preconiza uma ordem de prioridades do que geralmente constitui a melhor opção ambiental global na legislação e política de prevenção e gestão de resíduos.

Em seu art. 9º, *caput*, a PNRS estabelece a seguinte ordem de prioridade²¹⁵ no que concerne à gestão e gerenciamento de resíduos sólidos: 1) não geração; 2)

²¹⁴ De modo análogo, a Diretiva 2008/98/CE estabelece em seu art. 4º, n. 1, a denominada hierarquia dos resíduos, que deve ser aplicada enquanto princípio geral da legislação e da política de prevenção e gestão de resíduos na seguinte ordem: a) prevenção e redução; b) preparação para reutilização; c) reciclagem; d) outros tipos de valorização, como a valorização energética; e, e) eliminação. Por meio da referida Diretiva, busca-se auxiliar a União Europeia a se aproximar de uma “sociedade de reciclagem”, visando evitar a produção de resíduos e também utilizá-los como recursos sob um elevado nível de eficiência, de forma que a efetiva participação dos consumidores se torna fator imprescindível para a consecução desse ambicioso objetivo comunitário.

²¹⁵ Conforme já mencionado no Capítulo 2.

redução; 3) reutilização²¹⁶; 4) reciclagem²¹⁷; 5) tratamento dos resíduos; 6) disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos.

Além desses seis níveis hierárquicos, prevê-se no § 1º do referido dispositivo a possibilidade de utilização de tecnologias visando à recuperação energética dos resíduos sólidos urbanos, com a ressalva de que tenha sido comprovada a sua viabilidade técnica e ambiental, bem como implantado programa de monitoramento de emissão de gases tóxicos, aprovado pelo órgão ambiental.

Não menos importante, a compostagem²¹⁸ dos resíduos sólidos orgânicos também é prevista como uma das formas de destinação final ambientalmente adequada, sendo expressamente admitida pela PNRS (art. 3º, VII, e art. 36, V). A princípio, a compostagem poderia ser compreendida como uma forma de reciclagem, na medida em que os materiais orgânicos passam a ser reaproveitados após reprocessamento.²¹⁹

Vale observar que a hierarquia de resíduos requer uma abordagem integrada, de modo que, do ponto de vista prático, não se justifica adotar uma visão

²¹⁶ Nos termos do art. 3º, XVIII, da PNRS, “reutilização” significa “processo de aproveitamento dos resíduos sólidos sem sua transformação biológica, física ou físico-química, observadas as condições e os padrões estabelecidos pelos órgãos competentes”.

²¹⁷ Já “reciclagem” é definida, nos moldes do art. 3º, XIV, da PNRS, como “processo de transformação dos resíduos sólidos que envolve a alteração de suas propriedades físicas, físico-químicas ou biológicas, com vistas à transformação em insumos ou novos produtos, observadas as condições e os padrões estabelecidos pelos órgãos competentes”.

²¹⁸ Segundo a PNRS (art. 36, V), concretizando o princípio da responsabilidade compartilhada, caberá aos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos implantar sistema de compostagem para resíduos sólidos orgânicos, articulando com os agentes econômicos e sociais as formas de utilização do composto produzido, observado, se existente, o respectivo plano municipal de gestão integrada de resíduos.

²¹⁹ ARAGÃO, op. cit., 2006, p. 361-362.

inflexível para essas possíveis soluções na gestão de resíduos. Assim, na realidade, será necessário recorrer a uma abordagem conjunta, que contemple simultaneamente diversas soluções para enfrentar o complexo problema dos resíduos.²²⁰

Nesse sentido, a mencionada Diretiva-quadro europeia já sinalizava tal preocupação com a indicação da flexibilidade da hierarquia, na medida em que reconhecia a possibilidade de que viesse a ser necessário que certos fluxos específicos de resíduos se afastassem da hierarquia originalmente prevista, por razões de exequibilidade técnica, viabilidade econômica e proteção ambiental, todas globalmente consideradas.

Não obstante, a PNRS deixa bastante claro que o recurso à disposição final dos rejeitos em aterros somente restará admitido na perspectiva da hierarquia de resíduos, esgotadas todas as possibilidades de tratamento e recuperação por meio de processos tecnológicos disponíveis e economicamente viáveis, não se apresentando outra possibilidade que não a disposição final ambientalmente adequada (art. 3º, VIII e XV).

Como se percebe, a aplicação prática da hierarquia de resíduos depende não apenas da atuação responsável dos agentes econômicos ao longo da cadeia produtiva, mas também da cooperação e fiscalização do poder público²²¹, bem como da efetiva participação e colaboração dos consumidores, assegurado o controle social.

²²⁰ Ibidem, p. 315.

²²¹ A título de exemplo, prevê-se na PNRS como um de seus objetivos que o poder público priorize, nas suas contratações governamentais, a aquisição de produtos reciclados e recicláveis (art. 7º, XI, “a”).

4.3. Responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos

De forma inovadora, a PNRS trouxe para o ordenamento brasileiro o princípio da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, no âmbito da gestão integrada dos resíduos (art. 6º, VII), o qual pode ser visto como um desdobramento do princípio da cooperação entre as diferentes esferas do poder público, o setor empresarial e os demais segmentos da sociedade (art. 6º, VI), notadamente os consumidores, na medida em que partilham atribuições relacionadas à referida gestão.²²²

No âmbito da PNRS (art. 3º, IV), o denominado “ciclo de vida dos produtos” consiste em um conjunto de etapas que compreendem o desenvolvimento e concepção dos produtos, a obtenção de suas matérias-primas e insumos, o processo produtivo propriamente dito, o consumo e também o pós-consumo, culminando na destinação final ambientalmente adequada dos seus resíduos ou eventualmente na disposição final dos seus rejeitos.

Diante de tantas etapas e atores ciclicamente envolvidos, com um viés eminentemente preventivo, exsurge a “responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos” (art. 3º, XVII) como um plexo de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e manejo dos resíduos sólidos, e também dos consumidores, com vistas à minimização do

²²² Nessa linha, cf. BOUCQUEY, op. cit., p. 67-71; LEITÃO, op. cit., p. 177.

volume de resíduos e rejeitos gerados, assim como à redução dos impactos ambientais e à saúde humana decorrentes do ciclo de vida dos produtos.

Dentre os objetivos dessa responsabilidade compartilhada²²³, ora previstos na PNRS (art. 30, parágrafo único), vale destacar a compatibilização de interesses entre os agentes econômicos e sociais (inclusos os consumidores) pelo desenvolvimento de estratégias sustentáveis que integrem os processos de gestão empresarial, mercadológica e ambiental, propiciando que as atividades produtivas alcancem elevada eficiência e sustentabilidade.

Também deverão ser fortemente estimulados o aproveitamento e o direcionamento de resíduos para sua cadeia produtiva ou mesmo para outras, o desenvolvimento de mercado, produção e consumo de produtos derivados de materiais reciclados e recicláveis, a utilização de insumos ambientalmente menos agressivos, as boas práticas de responsabilidade socioambiental, bem como deverá ser buscada a redução dos resíduos sólidos gerados, do desperdício de materiais, água, alimentos e energia, da poluição e dos danos ambientais em geral.

No que concerne aos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos

²²³ Para Consuelo Yatsuda Moromizato Yoshida, “sob o influxo da lógica da sustentabilidade e da cultura do cumprimento das normas jurídicas, passa a ser mais apropriada [em lugar do predomínio do sistema de comando e controle de cunho notadamente corretivo-repressivo] a responsabilidade compartilhada dos diferentes elos da cadeia (atores estatais, econômicos e sociais), o que pressupõe a mobilização e participação de todos para desempenharem, cada qual, o papel, as funções, os deveres e as atribuições que lhes competem, sem se substituírem mutuamente e sem fazerem às vezes um do outro” (Responsabilidade civil das instituições financeiras: da atuação reativa à atuação proativa. In: OLIVEIRA; SAMPAIO (org.), **Instrumentos jurídicos para a implementação do desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: FGV Direito Rio, 2012, p. 121-122).

abrangerá inclusive o dever de se investir no desenvolvimento, na fabricação e na colocação no mercado de produtos que:

- após o uso pelo consumidor, sejam aptos à reutilização, reciclagem ou outra forma de destinação final ambientalmente adequada (art. 31, I, “a”, da PNRS);
- e cuja fabricação e uso gerem a menor quantidade possível de resíduos (art. 31, I, “b”, do referido diploma).

Já os consumidores, na qualidade de geradores de resíduos sólidos domiciliares, têm a sua responsabilidade pelos resíduos pós-consumo cessada com:

- a disponibilização adequada para coleta ou com a devolução, nos casos dos resíduos submetidos à obrigatoriedade de sistemas de logística reversa (arts. 28 e 33, da PNRS).

Para tanto, torna-se imprescindível que os demais atores da cadeia produtiva divulguem amplamente aos consumidores as informações relativas às formas de evitar, reciclar e eliminar os resíduos sólidos associados a seus respectivos produtos (art. 31, II).

A educação ambiental dos consumidores na gestão dos resíduos sólidos constitui um dos pressupostos para a efetividade da PNRS e, enquanto um de seus instrumentos (art. 8º, VIII), visará ao aprimoramento do conhecimento, dos valores, dos comportamentos e do estilo de vida relacionados à adequada gestão e

gerenciamento dos resíduos (art. 77, do Decreto PNRS). Nesse sentido, programas e ações de educação ambiental que promovam a não geração, redução, reutilização e reciclagem de resíduos deverão constar do conteúdo mínimo dos planos municipais de gestão integrada de resíduos sólidos (art. 19, X, da PNRS).

No mais, o poder público deverá promover a articulação da educação ambiental dos resíduos sólidos com a Política Nacional de Educação Ambiental (Lei n. 9.795/1999), desenvolvendo, por exemplo, ações educativas voltadas à conscientização dos consumidores sobre o consumo sustentável e os seus deveres no âmbito da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida do produto (art. 77, § 2º, II e IV, do Decreto PNRS), conforme mencionado no Capítulo 2.

Assim, espera-se de consumidores conscientes e esclarecidos a assunção de suas responsabilidades seja pela redução progressiva dos seus níveis de consumo, seja pela transição para consumos sustentáveis, em atendimento ao dever de consumo parcimonioso, diante da sociedade do hiperconsumo.

Nesse sentido, poderão incorrer em práticas desde o “desconsumo” em sentido estrito (abstenção deliberada de consumir bens materiais, daí se falar em “desmaterialização”²²⁴) até o “consumo duradouro” (meio de prolongamento

²²⁴ ARAGÃO, op. cit., 2006, p. 332: “desmaterialização (ou virtualização) é uma forma especial de desprodução pela via terciária que consiste em facultar o benefício de uma determinada função dispensando o clássico suporte material, o produto que desempenhava a função”, de modo que “existindo opção entre a mesma função poder ser desempenhada por um produto que é vendido, alugado ou franqueado ou por um serviço não corporificado em produtos, deve ser fortemente incentivada prestação do serviço sem suporte material em detrimento da transação do produto”, devendo inclusive ser desincentivada esta última opção. A título de exemplo, podem ser mencionados a digitalização e o acesso eletrônico via *Internet* de informações, jornais, revistas, livros, conteúdos diversos e até mesmo processos judiciais, além da prestação de serviços de caixa

ecológico do tempo de uso dos produtos, buscando evitar a residualidade precoce dos bens), exigindo o primeiro uma maior e mais “sacrificante” mudança de hábitos dos consumidores do que o segundo.²²⁵

Sob outra perspectiva, para além da tutela ambiental, o direito ao consumo duradouro²²⁶ se traduz ainda em direitos dos próprios consumidores em face dos fornecedores, que deverão se responsabilizar pelos vícios dos produtos e serviços, inclusive os relativos à sua durabilidade objetivamente esperada e exigível pelos consumidores, em detrimento das práticas correntes de obsolescência planejada²²⁷ (ou programada).

Com efeito, o CDC reconhece, dentre os princípios da Política Nacional das Relações de Consumo (art. 4º, II, “d”), a importância da ação governamental na proteção do consumidor pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

postal pelas próprias empresas de telecomunicação e também de serviços de compra e venda à distância, pela *Internet*, correio e telefone, dentre outros meios e inovações tecnológicas.

²²⁵ Ibidem, p. 586-587, 595 e 624.

²²⁶ Cf. ibidem, p. 624-630. O objetivo de consumo duradouro pode ser atingido por diversos meios, como pelo uso prolongado dos produtos materiais não consumíveis, pela reutilização (no sentido de uso reiterado de um mesmo produto para que possa continuar a cumprir a função para a qual foi concebido, em vez de se optar pelo descarte precoce), pela reciclagem, pelo reemprego (atribuindo-se uma nova utilidade para o produto, diferente da inicial que deixou de cumprir sua função) e ainda pela recusa do descarte prematuro de determinados bens, nos termos da legislação em vigor.

²²⁷ Obsolescência planejada, programada ou embutida pode ser definida como um “processo pelo qual um produto se torna obsoleto e/ou não funcional após um certo período de tempo ou quantidade de uso de uma maneira planejada ou projetada pelo fabricante”: SURHONE, Lambert M.; TENNOE, Mariam T.; HENSSONOW, Susan F. (ed). **Planned obsolescence**: Obsolescence, Good, Manufacturing, Outline of Industrial organization, Consumer, Competition, Mass Production. Beau-Bassin Rose-Hill: Betascript Publishing, Wikipedia, 2010, p. 1, tradução livre.

Dentre outras medidas, o poder público deverá elaborar e implementar planos de produção e consumo sustentáveis, apoiando as pesquisas realizadas por órgãos oficiais, universidades, organizações não governamentais e setores empresariais, assim como a elaboração de estudos e a coleta de dados e informações sobre o comportamento do consumidor brasileiro, disseminando os conceitos relacionados com o consumo consciente (art. 77, § 2º, IV, V, VI e VIII, do Decreto PNRS).

Como já referido no Capítulo 2, o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS)²²⁸, lançado no país em 2011 pelo Ministério do Meio Ambiente, englobará em seu primeiro ciclo o período de 2011 a 2014, visando articular as principais políticas públicas ambientais e de desenvolvimento do país, dentre elas a PNRS, com destaque para as pautas da educação para o consumo sustentável e do aumento da reciclagem.

Não obstante, vale frisar que todas essas ações de educação ambiental a serem realizadas pelo poder público não excluem, de modo algum, as responsabilidades dos fornecedores no que concerne ao dever de informar os consumidores para a observância dos sistemas instituídos de logística reversa e coleta seletiva, conforme adverte o próprio Decreto PNRS (art. 77, § 3º).

A propósito, mesmo diante da mera potencialidade de dano, sob uma perspectiva preventiva²²⁹, o poder público deverá atuar, subsidiariamente²³⁰, para

²²⁸ Disponível em: <http://www.consumosustentavel.gov.br/wp-content/uploads/ppcs_voll-web.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2013.

²²⁹ Segundo Patrícia LEMOS, “no caso dos resíduos gerados após o consumo, a possibilidade de uma responsabilidade preventiva, que prescindia do dano imediatamente comprovado, assume ainda mais importância quando se levam em consideração as duas características bastante comuns nos

evitar, minimizar ou cessar o dano, assim que venha a tomar conhecimento de qualquer evento lesivo ao meio ambiente ou à saúde dos consumidores, no que se refere ao gerenciamento de resíduos sólidos, salientando-se que os responsáveis pelos danos correspondentes deverão ressarcir integralmente o poder público pelos valores ora despendidos (art. 29, *caput* e parágrafo único, da PNRS).

4.4. Logística reversa

Com o advento da PNRS, os sistemas de logística reversa foram institucionalmente fortalecidos como um dos principais instrumentos para implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos (art. 8º, III), na medida em que viabilizam a coleta e o retorno dos resíduos sólidos ao setor empresarial, a fim de serem reaproveitados nos diversos ciclos produtivos, realizando a sua destinação final ambientalmente adequada, ou no caso dos rejeitos, promovendo a sua disposição final ambientalmente adequada em aterros sanitários, que constitui a última opção na hierarquia de resíduos (art. 9º, *caput*).

danos pós-consumo: caracterização após o transcurso de um longo período de tempo e manifestação em locais distantes daqueles em que estão instaladas as atividades produtoras” (LEMOS. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 207). Na mesma linha, Lopez considera que essa responsabilidade civil preventiva, calcada nos princípios da prevenção e da precaução, traz maior segurança para os cidadãos na medida em que existem danos irreversíveis e para os quais a responsabilidade civil clássica não apresenta uma saída (LOPEZ, Teresa Ancona. **Princípio da precaução e evolução da responsabilidade civil**. São Paulo: Quartier Latin, 2010, p. 141).

²³⁰ Sobre a discussão se a responsabilidade do Estado seria subsidiária ou solidária, e uma crítica ao art. 29, da PNRS, cf. LEMOS. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., p. 226-227.

Para que se possa melhor compreender o conceito de logística reversa, até por uma questão de ordem lógica, convém distingui-la do significado da denominada logística direta (ou simplesmente logística), ambas as noções sendo provenientes das Ciências Administrativas²³¹:

- logística direta: processo divergente em que o produto parte de um produtor e chega a diversos clientes;
- logística reversa: processo convergente em que os produtos partem dos diversos clientes e chegam a uma ou a algumas empresas receptoras.

Segundo apontam Rogers e Tibben-Lembke²³², logística reversa pode ser conceituada como processo de planejamento, implementação e controle do fluxo efetivo e eficiente de matérias-primas, do inventário em curso, dos bens acabados e da informação relacionada, desde o ponto de consumo até o de origem, com o propósito de recuperação de valor ou de promover a sua disposição final adequada.

Na literatura, de um modo geral²³³, podem ser encontradas definições de logística reversa que ora enfatizam aspectos do gerenciamento físico de produtos

²³¹ MIGUEZ, Eduardo Correia. **Logística reversa como solução para o problema do lixo eletrônico**: benefícios ambientais e financeiros. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010, p. 5.

²³² ROGERS, Dale S.; TIBBEN-LEMBKE, Ronald S. **Going backwards**: reverse logistics trends and practices. Reno: University of Nevada, Reverse Logistics Executive Council, 1998, p. 2. Disponível em: <<http://www.rlec.org/reverse.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

²³³ Cf. MIGUEZ, op. cit., p. 7-8. Segundo Almeida, com a logística reversa, vista como novo segmento surgido dentro do campo da logística diante de uma “espiral crescente antiecológica” em formação, “combate-se, de uma só vez, não só a utilização desmesurada dos recursos naturais, mas também a questão do descarte dos resíduos sólidos” (ALMEIDA, Maria Cecília Ladeira de. *Lógica*

(foco no conjunto de etapas que podem englobar suas atividades, como coleta, transporte, armazenamento e processamento dos produtos descartados), ora destacam aspectos ambientais (preocupação com a destinação final ambientalmente adequada dos resíduos), ora evidenciam uma visão geral do processo (ênfase no planejamento, implementação e controle de fluxos reversos, contemplando o retorno dos resíduos pós-venda e pós-consumo ao ciclo produtivo).

Combinando aspectos das bases conceituais acima mencionadas, a PNRS definiu “logística reversa”, em seu art. 3º, XII, como um instrumento de desenvolvimento econômico e social consistente em um conjunto de ações, procedimentos e meios para possibilitar tanto a coleta quanto a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial para serem reaproveitados em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou ainda para receberem outra destinação final ambientalmente adequada.

Nesse sentido, a logística reversa possibilita a redução do desperdício de materiais, com geração de renda, trabalho e promoção da cidadania, além da já evidenciada preocupação ambiental.

Embora tal definição legal de logística reversa não inclua expressamente a disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos, uma interpretação sistemática da PNRS exigiria que se considerasse também no processo de logística reversa o encaminhamento de possíveis rejeitos para disposição final

reversa: opção de empresa sustentável. In: MESSA, THEOPHILO NETO, THEOFILO JUNIOR (coord.). **Sustentabilidade ambiental e os novos desafios na era digital**. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 22).

ambientalmente adequada, sob a responsabilidade dos fabricantes e importadores, conforme sinalizado pelo seu art. 33, § 6º.

Antes mesmo do advento da PNRS em agosto de 2010, já se podiam encontrar esparsamente no país algumas iniciativas regulatórias sobre gestão de resíduos sólidos e obrigações relativas à logística reversa, ora via legislação ordinária (em regra, estadual ou municipal; excepcionalmente, federal, em relação aos agrotóxicos), ora por meio de Resoluções do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA), órgão consultivo e deliberativo do Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA).

No âmbito regulatório federal, vale destacar a existência, desde o final da década de 1980, da Lei n. 7.802/1989, alterada pela Lei n. 9.974/2000, que dispõe, de forma pioneira, sobre a destinação final dos resíduos e embalagens de agrotóxicos no país, estabelecendo um eficiente²³⁴ sistema de logística reversa para esse segmento, o qual foi expressamente recepcionado pelo art. 14 do Decreto PNRS.

Ainda na esfera federal, contudo, infralegal, algumas Resoluções do CONAMA editadas anteriormente à PNRS já previam regras importantes de

²³⁴ De acordo com o Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (INPEV), que congrega 100% das empresas do setor de agrotóxicos, o Brasil é atualmente referência na logística reversa de embalagens vazias de agrotóxicos, retirando do campo e enviando para a destinação ambientalmente adequada 94% de suas embalagens primárias (aquelas que entram em contato direto com o produto), o que sinaliza a eficácia da legislação pioneira e das ações empreendidas pelo setor. Cf. INSTITUTO NACIONAL DE PROCESSAMENTO DE EMBALAGENS VAZIAS. **Volume de embalagens vazias de agrotóxicos destinado desde 2002**. São Paulo: INPEV, 2013. Disponível em: <<http://www.inpev.org.br/aplicacoes/publicador/02sql07/inc/arquivo.asp?arquivoId={95062F82-1820-492B-ABCB-B205CDEA7996}&tipo=1>>. Acesso em: 13 abr. 2013.

logística reversa, relacionadas a determinadas espécies de resíduos, dentre as quais se destacam:

- óleos lubrificantes (CONAMA n. 9/1993, revogada pela CONAMA n. 362/2005, alterada pela CONAMA n. 450/2012);
- pneus inservíveis (CONAMA n. 259/1999, revogada pela CONAMA n. 416/2009);
- pilhas e baterias (CONAMA n. 257/1999, revogada pela CONAMA n. 401/2008, alterada pela CONAMA n. 424/2010);
- e embalagens vazias de agrotóxicos (CONAMA n. 334/2003).

Já no plano regulatório estadual, ao menos a partir do início dos anos 1990, tem-se verificado a proliferação de uma série de Políticas Estaduais de Resíduos Sólidos, tentando lidar com a problemática ausência, à época, de uma lei federal com normas gerais para a gestão de resíduos sólidos no país, a exemplo das seguintes iniciativas estaduais:

- Rio Grande do Sul (Lei n. 9.921/1993);
- Paraná (Lei n. 12.493/1999);
- Espírito Santo (Lei n. 9.264/2009);
- Pernambuco (Lei n. 12.008/2001, substituída pela Lei n. 14.236/2010);
- Estado do Rio de Janeiro (Lei n. 4.191/2003);
- e Estado de São Paulo (Lei n. 12.300/2006).

Em que pese a existência de algumas experiências legislativas estaduais e municipais fragmentadas, além da edição de Resoluções do CONAMA sobre determinadas espécies de resíduos, percebe-se que as obrigações de logística reversa trazidas nesses precedentes regulatórios foram, em regra, consolidadas e fortalecidas pela PNRS, tornando-se menos vulneráveis a objeções quanto à constitucionalidade formal das respectivas leis estaduais ou municipais por suposta usurpação de competência legislativa, ou das próprias Resoluções do CONAMA por eventual violação do princípio da reserva legal, considerando que, na qualidade de resoluções, diferentemente das leis em sentido estrito, não poderiam inovar na ordem jurídica.

No contexto da responsabilidade compartilhada, a disciplina jurídica da logística reversa na PNRS resta estabelecida essencialmente em seu art. 33, de modo que atualmente são obrigados a estruturar e implementar sistemas de logística reversa, mediante retorno dos produtos após o uso pelo consumidor²³⁵, independentemente do poder público, os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes de determinadas espécies de resíduos, legalmente previstas, ora devido à sua periculosidade inerente, ora em virtude de sua tendência de acumulação em volumes significativos.

²³⁵ Para Patrícia Lemos, a inclusão do termo “consumidor” na PNRS pode dar margem a discussões quanto à natureza dessa figura, apontando que na Diretiva europeia de resíduos foi utilizada a expressão mais abrangente “possuidor de resíduos” (tradução preferível a “detentor de resíduos”, considerando o sentido vigente no contexto jurídico brasileiro), isto é, o produtor ou a pessoa singular ou coletiva que tenha resíduos em sua posse (LEMOS. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**, op. cit., 219). Nessa linha, entende a autora que, em face da teleologia da própria Política Nacional do Meio Ambiente (Lei n. 6.938/1981), “a interpretação do conceito de ‘consumidor’ deve ser a mais ampla possível, considerando-se como responsável todo aquele que tem a posse sobre o resíduo, ou seja, o poder de fato sobre o resíduo” (Ibidem, p. 225).

Em um rol não exaustivo, mas preliminar e exemplificativo, encontram-se desde já abrangidas pelas regras de logística reversa previstas na PNRS as seguintes espécies de resíduos (art. 33):

- agrotóxicos, seus resíduos e embalagens, assim como outros produtos cuja embalagem, após o uso, constitua resíduo perigoso (inciso I);
- pilhas e baterias (inciso II);
- pneus (inciso III);
- óleos lubrificantes, seus resíduos e embalagens (inciso IV);
- lâmpadas fluorescentes, de vapor de sódio e mercúrio e de luz mista (inciso V);
- e produtos eletroeletrônicos e seus componentes (inciso VI).

Diferentemente das quatro primeiras espécies de resíduos acima, que, conforme referido, já contam desde antes da Política Nacional de Resíduos Sólidos com algum tipo de instrumento regulatório para implementação de sua logística reversa²³⁶, previu-se, no art. 56, da PNRS, que a logística reversa das lâmpadas e eletroeletrônicos será, por sua vez, implementada progressivamente conforme cronograma estabelecido em regulamento, em face das dificuldades técnicas, regulatórias e operacionais antevistas.

Vale salientar que a PNRS não deu fechamento hermético ao rol de resíduos que deverão ser objeto de logística reversa, estabelecendo em seu art. 33,

²³⁶ Cf. também SALDANHA, Pedro Mallmann. Logística reversa: instrumento de solução para a problemática dos resíduos sólidos em face da gestão ambiental. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, Ed. RT, n. 65, p. 112, jan. 2012.

§ 1º, que os sistemas de logística reversa poderão ser estendidos a outros produtos e embalagens (inclusive as plásticas, metálicas ou de vidro), conforme seja disposto em regulamento, acordo setorial ou termo de compromisso firmado entre o poder público e o setor empresarial²³⁷.

Para tanto, deverão ser considerados prioritariamente o grau e a extensão do impacto à saúde e ao meio ambiente decorrente dos resíduos gerados, bem como a viabilidade técnica e econômica²³⁸ da logística (art. 33, § 2º, da PNRS), a ser aferida pelo Comitê Orientador para Implantação da Logística Reversa (CORI), de acordo com o art. 17, parágrafo único, do Decreto PNRS.

A propósito, as embalagens deverão ser fabricadas com materiais que propiciem a reutilização ou, se esta não for possível, a reciclagem, cabendo aos seus respectivos responsáveis²³⁹ assegurar que sejam restritas em peso e volume às dimensões necessárias à proteção do conteúdo e à comercialização do produto (art. 32, da PNRS), integrando a tutela ambiental à do consumidor.

De acordo com a sistemática de logística reversa obrigatória prevista pela

²³⁷ Vale destacar, por exemplo, que o Ministério do Meio Ambiente formou o Grupo de Trabalho Técnico sobre embalagens em geral, culminando na convocação de propostas para celebração de acordo setorial, como se verá adiante.

²³⁸ Para Wiesmeth e Häckl, o conceito de factibilidade econômica ("economic feasibility") é orientado para o bem-estar econômico dos consumidores, devendo-se considerar e respeitar os efeitos diretos e indiretos dessa política sobre eles (WIESMETH, Hans; HÄCKL, Denis. How to successfully implement extended producer responsibility: considerations from an economic point of view. **Waste Management & Research**, Viena, Sage, n. 29, 2011, p. 898. Disponível em: <<http://wmr.sagepub.com/content/29/9/891.full.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2013).

²³⁹ Nos termos da PNRS (art. 32), fica responsável pelo atendimento a esses requisitos de fabricação das embalagens, quem: "I - manufatura embalagens ou fornece materiais para a fabricação de embalagens; II - coloca em circulação embalagens, materiais para a fabricação de embalagens ou produtos embalados, em qualquer fase da cadeia de comércio".

PNRS, cumpre observar que:

- os consumidores ficarão responsáveis por devolver após o uso, aos comerciantes ou distribuidores, os produtos e embalagens ora considerados reversos (art. 33, § 4º), acondicionando adequadamente e de forma diferenciada os respectivos resíduos sólidos pós-consumo (art. 35, I)²⁴⁰;
- os comerciantes e distribuidores deverão efetuar a devolução, aos fabricantes ou aos importadores, dos produtos e embalagens devolvidos ou reunidos (art. 33, § 5º);
- os fabricantes e importadores, enquanto pontos de origem da cadeia, serão responsáveis por dar a destinação ambientalmente adequada aos resíduos reversos, reunidos ou devolvidos, e, no caso dos rejeitos, promoverão a sua disposição final ambientalmente adequada (art. 33, § 6º);
- já os titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos até poderão vir a se encarregar de algumas das atividades de responsabilidade dos demais agentes, contanto que sejam remunerados pela cadeia produtiva para tanto, na forma estabelecida em acordo setorial ou termo de compromisso celebrado com o setor empresarial (art. 33, § 7º).

²⁴⁰ Nesse processo, a cadeia produtiva (fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes) deverá divulgar amplamente para os consumidores informações sobre como evitar, reciclar e descartar adequadamente os resíduos relacionados aos seus produtos.

Com fundamento no princípio do poluidor-pagador²⁴¹, de vocação redistributiva²⁴², tal atuação subsidiária tenta reverter um tradicional cenário de injustiça social em que o poder público arcava com todos os custos ambientais relativos à gestão de resíduos sólidos, enquanto apenas determinados agentes particulares colhiam os lucros e benefícios das atividades de produção e consumo, à custa de toda a coletividade.

Há de se mencionar que, com exceção dos consumidores (art. 33, § 8º), todos os demais participantes dos sistemas de logística reversa deverão manter atualizadas – e disponíveis às autoridades competentes municipais e outras entidades – informações completas sobre a realização das ações sob sua responsabilidade, a fim de que seus dados possam ser coletados e sistematizados, com controle social.

Alicerçado no princípio da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, o instrumento da logística reversa se encontra ainda fortemente associado a outros princípios da PNRS (art. 6º, I e II), como os da prevenção, precaução, poluidor-pagador e protetor-recebido.

²⁴¹ Segundo Aragão, no âmbito dos resíduos, a aplicação do princípio do poluidor-pagador “significa que o responsável pelos resíduos é que deve suportar economicamente os custos sociais e ambientais dos resíduos” (ARAGÃO, Maria Alexandra de Sousa. **O direito dos resíduos**. Coimbra: Almedina, 2003, p. 13).

²⁴² Para Moreira, a principal vocação do princípio do poluidor-pagador é redistributiva, devendo-se “atribuir ao(s) poluidor(es) os custos de prevenção, reparação e repressão dos danos ambientais, que hoje recaem sobre a sociedade em geral”, internalizando as externalidades ambientais negativas nos processos de produção e consumo que lhes originam (MOREIRA, Danielle de Andrade. Responsabilidade ambiental pós-consumo. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, Ed. RT, v. 63, p. 163-164, jul./set. 2011).

Nesse sentido, a implementação de sistemas de logística reversa evita ou, ao menos minimiza, a ocorrência de danos e riscos ambientais resultantes da disposição inadequada dos resíduos, com possível impacto sobre a saúde pública, bem como possibilita que as externalidades ambientais negativas ou positivas sejam finalmente internalizadas no preço dos produtos, em vez de serem simplesmente socializadas, sem qualquer incentivo para a mudança de comportamento dos agentes econômicos e sociais, incluso os consumidores.

Com efeito, no capítulo da PNRS relativo aos instrumentos econômicos (art. 42, V), resta consignado que o poder público poderá instituir medidas indutoras e linhas de financiamento para atender, prioritariamente, dentre outros, às iniciativas de estruturação de sistemas de logística reversa. Dentre tais medidas indutoras, podem-se citar a cessão de terrenos públicos, as subvenções econômicas e o pagamento por serviços ambientais²⁴³ (art. 80, do Decreto PNRS).

Como exemplos de medidas concretas para implementação e operacionalização do sistema de logística reversa, vale mencionar²⁴⁴:

- a implantação de procedimentos de compra de produtos ou embalagens usadas;

²⁴³ A respeito do princípio do protetor-recebedor no contexto das discussões sobre pagamento por serviços ambientais, cf. NUSDEO, Ana Maria de Oliveira. **Pagamento por serviços ambientais: sustentabilidade e disciplina jurídica**. São Paulo: Atlas, 2012, p. 138: “A proposta de pagamento ao protetor, assim, trata de retirar da esfera daquele que preserva, total ou parcialmente, os custos da preservação, podendo chegar mesmo a permitir que aufera algum ganho com a proteção. Coloca-se então como o oposto do poluidor-pagador e do usuário-pagador. Essa relação de oposição pode até resultar na contraoposição do protetor-recebedor ao poluidor-pagador ou usuário-pagador na relação de pagamento”.

²⁴⁴ Cf. art. 3º, da PNRS, e art. 18, § 1º, do Decreto PNRS.

- a disponibilização de postos de entrega de resíduos reutilizáveis e recicláveis;
- e a atuação em parceria com associações de catadores desses materiais, especialmente no caso de embalagens pós-consumo.

Embora a PNRS tenha estabelecido instrumentos econômicos para favorecer a implementação da logística reversa, não restam afastados, mas combinados, mecanismos de comando e controle, como a possibilidade de aplicação de penalidades administrativas, no caso de descumprimento das obrigações previstas nos sistemas de logística reversa.

Assim, se não cumprirem com suas obrigações relativas à logística reversa:

- os consumidores estarão sujeitos à penalidade administrativa de advertência e, em havendo reincidência, poderá ser aplicada multa de 50 a 500 reais, a qual poderá ser convertida em prestação de serviços de preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental, nos termos do Decreto n. 6.514, de 22 de julho de 2008, que dispõe sobre as infrações e sanções administrativas ao meio ambiente, cuja redação de seu art. 62 veio a ser alterada pelo art. 84 do Decreto PNRS;
- já os fornecedores que não observarem suas obrigações e responsabilidades específicas estabelecidas no sistema de logística reversa ficarão submetidos à aplicação de multa de 5 mil a 50 milhões de reais, após laudo técnico de constatação lavrado pelo órgão ambiental competente.

Dentre os instrumentos de implantação dos sistemas de logística reversa (art. 15, do Decreto PNRS), são previstos:

- os acordos setoriais²⁴⁵ (de natureza contratual e participativa),
- os termos de compromisso²⁴⁶ (de natureza adesiva e com procedimento legal mais simplificado);
- e os regulamentos²⁴⁷ (de natureza impositiva e unilateral, expedidos via decreto pelo Executivo).²⁴⁸

Podendo ter abrangência nacional, regional, estadual ou municipal, os acordos setoriais e termos de compromisso de menor abrangência geográfica

²⁴⁵ Cujo regramento se encontra previsto nos arts. 19 a 29, do Decreto PNRS, inclusive seus requisitos.

²⁴⁶ “Art. 32. O Poder Público poderá celebrar termos de compromisso com os fabricantes, importadores, distribuidores ou comerciantes referidos no art. 18, visando o estabelecimento de sistema de logística reversa: I - nas hipóteses em que não houver, em uma mesma área de abrangência, acordo setorial ou regulamento específico, consoante estabelecido neste Decreto; ou II - para a fixação de compromissos e metas mais exigentes que o previsto em acordo setorial ou regulamento. Parágrafo único. Os termos de compromisso terão eficácia a partir de sua homologação pelo órgão ambiental competente do SISNAMA, conforme sua abrangência territorial” (Decreto PNRS).

²⁴⁷ “Art. 30. Sem prejuízo do disposto na Subseção I, a logística reversa poderá ser implantada diretamente por regulamento, veiculado por decreto editado pelo Poder Executivo. Parágrafo único. Na hipótese prevista no caput, antes da edição do regulamento, o Comitê Orientador deverá avaliar a viabilidade técnica e econômica da logística reversa. Art. 31. Os sistemas de logística reversa estabelecidos diretamente por decreto deverão ser precedidos de consulta pública, cujo procedimento será estabelecido pelo Comitê Orientador” (Decreto PNRS).

²⁴⁸ Nesse sentido, cf. PINZ, Greice Moreira. A responsabilidade ambiental pós-consumo e sua concretização na jurisprudência brasileira. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, Ed. RT, v. 65, p. 164-165, jan. 2012.

podem até ampliar, mas não abrandar, as medidas de proteção ambiental constantes daqueles com maior abrangência geográfica, os quais prevalecem sobre os primeiros no que forem contrários.

Relativamente à limitação da responsabilidade dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes pela realização da logística reversa dos resíduos gerados, a PNRS estabelece como limite mínimo a proporção dos produtos colocados no mercado interno, conforme metas progressivas, intermediárias e finais, estabelecidas no instrumento que venha a determinar a sua implementação (art. 18, § 2º, do Decreto PNRS).

Conforme estabelecido no Decreto PNRS (art. 20), vale destacar que os procedimentos para implantação da logística via acordos setoriais²⁴⁹ poderão ser iniciados tanto pelo poder público²⁵⁰ (precedidos por editais de chamamento) quanto pelo setor empresarial envolvido (precedidos da apresentação de proposta formal pelos interessados ao Ministério do Meio Ambiente).

Uma vez iniciados tais procedimentos, poderão participar da elaboração dos acordos setoriais os representantes do poder público, dos fabricantes, importadores, comerciantes e distribuidores da cadeia reversa, das associações de catadores, das

²⁴⁹ Enquanto instrumentos da PNRS e de implantação dos sistemas de logística reversa, os acordos setoriais se caracterizam como “atos de natureza contratual, firmados entre o Poder Público e os fabricantes, importadores, distribuidores ou comerciantes, visando a implantação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida do produto”, cujos procedimentos podem ser iniciados pelo poder público ou pelos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes dos produtos e embalagens legalmente previstos (arts. 18, *caput*, 19 e 20, *caput*, do Decreto PNRS).

²⁵⁰ Nos acordos setoriais de iniciativa da União, esses procedimentos terão início com a publicação de editais de chamamento pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA), a qual será precedida, contudo, da aprovação, pelo CORI, da avaliação técnica e econômica da implantação da logística promovida por grupo técnico.

indústrias e entidades dedicadas ao tratamento de resíduos sólidos, bem como das entidades representativas dos consumidores (art. 19, § 3º, do Decreto PNRS).

O Comitê Orientador para Implantação da Logística Reversa (CORI) foi instituído pelo Decreto n. 7.404/2010, sendo instalado pelo governo federal em 17 de fevereiro de 2011. Trata-se de um órgão composto por representantes de cinco Ministérios (Meio Ambiente - MMA; Saúde - MS; Fazenda - MF; Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA; e Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC), responsável por estabelecer orientação estratégica, definindo as diretrizes metodológicas para avaliação dos impactos socioeconômicos da implantação da logística reversa, bem como por aprovar a sua viabilidade técnica e econômica.²⁵¹

No âmbito do CORI, convém mencionar a criação, em 2011, de cinco Grupos Técnicos Temáticos, os quais discutem a logística reversa para cinco cadeias prioritárias de resíduos, com o objetivo de fornecer subsídios para os editais de chamamento de seus respectivos acordos setoriais:

- GTT01 – Descarte de Medicamentos (coordenado pelo MS);
- GTT02 – Embalagens em geral (coordenado pelo MMA);
- GTT03 – Embalagens de óleos lubrificantes e seus resíduos (coordenado pelo MAPA);
- GTT04 – Eletroeletrônicos (coordenado pelo MDIC);

²⁵¹ Informações disponíveis em: <<http://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-solidos/instrumentos-da-politica-de-residuos/comite-orientador-logistica-reversa>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

- GTT05 – Lâmpadas fluorescentes, de vapor de sódio e mercúrio e de luz mista (coordenado pelo MMA).

Em 19 de dezembro de 2012, foi assinado o primeiro Acordo Setorial para a Implantação de Sistema de Logística Reversa no país, pelo MMA e pelo setor de embalagens plásticas usadas de óleos lubrificantes²⁵². Para os efeitos desse Acordo, o consumidor será a “pessoa física ou jurídica que adquire o óleo lubrificante armazenado em embalagens plásticas para consumo próprio” (Cláusula Segunda, “r”), a quem caberá, após o uso, devolvê-las diretamente aos pontos de recebimento nos estabelecimentos varejistas (Cláusula Terceira, “a”).

Assim, resta consignado que os consumidores deverão devolver as embalagens plásticas de óleo lubrificante usadas, preferencialmente para o comerciante de quem comprou, seja no momento da troca do óleo, seja posteriormente, na hipótese de a operação envolvendo o uso do produto ter sido realizada pelo próprio consumidor fora do estabelecimento onde o tenha adquirido (Cláusula Quarta, § 3º).

Os comerciantes varejistas, por sua vez, obrigam-se a receber, na proporção por eles comercializada, as embalagens plásticas de óleo lubrificante que lhe forem devolvidas pelos seus consumidores e demais clientes, independentemente de quais sejam os fabricantes e importadores (Cláusula Quarta, § 4º, “a”).

No que concerne à educação ambiental, os signatários do referido Acordo Setorial ficam obrigados a realizar campanhas voltadas para o consumidor em

²⁵² Disponível em: <<http://www.abras.com.br/pdf/acordoembalagensoleo.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2013.

geral e para o público específico do setor, em frequência a ser definida pelos próprios signatários (Cláusula Quarta, § 1º, “e”), reconhecendo inclusive a importância do processo de comunicação como “mecanismo vital no esforço necessário à conscientização dos diversos agentes componentes da cadeia de responsabilidade compartilhada, em especial ao consumidor”, de modo que possam bem executar as suas obrigações relativas ao referido sistema de logística reversa (Cláusula Sétima).

Já os seus fabricantes e importadores terão de disponibilizar um sítio eletrônico na *Internet*, contendo informações pedagógicas ambientais e operacionais visando divulgar o funcionamento de tal sistema de logística reversa, bem como os resultados obtidos em seu plano de implantação e até mesmo atualidades relativas ao tema divulgadas pela mídia (Cláusula Sétima, § 1º). Também deverão dispor, por unidade da federação abrangida, de acesso telefônico gratuito voltado para o esclarecimento de dúvidas relativas ao Acordo (Cláusula Sétima, § 2º).

Em conjunto com os fabricantes e importadores, os comerciantes realizarão a distribuição, aos consumidores, de folhetos contendo orientações de natureza pedagógica, em estabelecimentos comerciais participantes e em eventos de divulgação do aludido sistema de logística reversa, instruindo tais consumidores de sua correta atuação no processo de destinação de tais embalagens, bem como promoverão a afixação de impressos de cunho pedagógico direcionados a comerciantes e consumidores nos pontos geradores de embalagens usadas (Cláusula Sétima, §§ 5º e 6º).

No que tange às embalagens em geral, frise-se ter sido publicado o extrato do Edital de Chamamento n. 2/2012, em 5 de julho de 2012²⁵³, para a elaboração do Acordo Setorial para a Implementação de Sistema de Logística Reversa de abrangência nacional para “embalagens que compõem a fração seca dos resíduos sólidos urbanos ou equiparáveis, exceto aquelas classificadas como perigosas pela legislação brasileira” (item 2.1.1)²⁵⁴.

O referido Edital de Chamamento determinou que a proposta a ser apresentada contemplasse, dentre outros aspectos²⁵⁵:

- a descrição das etapas do ciclo de vida em que o sistema de logística reversa restará inserido (item 5.1);
- a eventual contratação ou parcerias de entidades cooperativas ou outras formas de associação de catadores de materiais recicláveis ou reutilizáveis (item 5.3);
- a indicação das formas de participação do consumidor, bem como os meios de divulgação de informações educativas relativas à destinação ambientalmente adequada desses resíduos (itens 5.5 e 5.6);
- as metas de implantação progressiva do sistema, considerando, ainda a realização da Copa de Futebol da FIFA, para atribuir prioridade às cidades sede do evento e regiões metropolitanas (item 5.7);

²⁵³ Cf. Diário Oficial da União n. 129, 5 jul. 2012, seção 3, p. 138. Disponível em: <<http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?jornal=3&pagina=138&data=05/07/2012>> . Acesso em: 12 abr. 2013.

²⁵⁴ Disponível em: <<http://www.abras.com.br/pdf/editalembalagens.pdf>> . Acesso em: 12 abr. 2013.

²⁵⁵ Ibidem.

- a descrição do conjunto de responsabilidades e atribuições individualizadas e encadeadas dos atores envolvidos (item 5.10);
- e a forma de apresentação dos custos de implantação do sistema ao consumidor (item 5.15).

O prazo estabelecido para tanto foi de 180 dias, contados da publicação do mencionado Edital. A propósito, os representantes do segmento de embalagens apresentaram as suas propostas de Acordo Setorial, no dia 19 de dezembro de 2012.²⁵⁶

Na mesma data de 5 de julho de 2012, foi também publicado o extrato do Edital de Chamamento n. 01/2012, por meio do qual foram convocados os membros do setor de lâmpadas fluorescentes, de vapor de sódio e mercúrio e de luz mista, para a elaboração do respectivo Acordo Setorial para implantação do sistema de logística reversa desses produtos²⁵⁷.

No prazo de 120 dias, os interessados deveriam apresentar as suas propostas, contemplando novamente questões como a inclusão de catadores de materiais recicláveis, as formas de participação do consumidor, informação para gestão desses resíduos e o plano de comunicação a ser-lhe destinado (itens 5.3, 5.5,

²⁵⁶ Cf. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS. **Embalagens em geral**: proposta foi entregue à Ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira. 22 dez. 2012. Disponível em: <<http://www.abras.com.br/supermercadosustentavel/logistica-reversa/embalagens/embalagens-em-geral-proposta-foi-entregue-a-ministra-do-meio-ambiente-izabella-teixeira>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

²⁵⁷ Cf. Diário Oficial da União n. 129, 5 jul. 2012, seção 3, p. 138. Disponível em: <<http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?jornal=3&pagina=138&data=05/07/2012>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

5.6 e 5.7, respectivamente), o que veio a ocorrer em 1º de novembro de 2012, mediante entrega de minuta de Acordo Setorial pela Associação Brasileira de Importadores de Produtos de Iluminação (ABilumi).²⁵⁸

Evidenciada a preocupação com a educação ambiental, sobretudo a dos consumidores, visando tornar efetiva a gestão dessa espécie de resíduo, destacou-se ainda em tal Edital de Chamamento o conteúdo necessário relativo às peças publicitárias do setor de lâmpadas, a saber:

- a obrigatoriedade da destinação adequada das lâmpadas que contenham mercúrio, de forma separada dos demais resíduos sólidos;
- os cuidados necessários no manuseio e devolução das lâmpadas;
- os aspectos ambientais próprios de seu ciclo de vida;
- a localização dos pontos de coleta;
- e os custos associados ao processo de destinação final das lâmpadas.²⁵⁹

E como não poderia deixar de ser, enfatizou também o estabelecimento de metas progressivas para a implantação do sistema dentro de cinco anos (item 5.8),

²⁵⁸ Mais informações disponíveis em:

<http://www.abilumi.org.br/abilumi/index.php?option=com_content&task=view&id=20296>.
Acesso em: 13 abr. 2013.

²⁵⁹ Disponível em:

<http://www.abras.com.br/supermercadosustentavel/pdf/edital_chamamento_de_lampadas.pdf>.
Acesso em: 12 abr. 2013.

a realização de estudos sobre impactos socioeconômicos (item 5.12) e a responsabilidade compartilhada (item 5.13)²⁶⁰.

Em 13 de fevereiro de 2013, ocorreu, por sua vez, a publicação²⁶¹ do Edital de Chamamento n.1/2013²⁶², conclamando fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes de produtos eletroeletrônicos e seus componentes, para a elaboração e apresentação de proposta de Acordo Setorial, no prazo de 120 dias a contar de sua publicação, visando à implantação de Sistema de Logística Reversa de abrangência nacional para tais produtos.

Dentre outros requisitos mínimos das propostas de acordo setorial para o segmento de eletroeletrônicos, encontram-se as formas de participação do consumidor, de modo a maximizar a entrega e extinguir o descarte inadequado, bem como os mecanismos para a disseminação de informações referentes aos métodos existentes de recebimento e coleta para reciclagem e eliminação dos resíduos decorrentes de seus respectivos produtos.

É importante também que haja um plano de comunicação visando à informação dos consumidores sobre o funcionamento do sistema de logística

²⁶⁰ Ibidem.

²⁶¹ Cf. Diário Oficial da União n. 19, 13 fev. 2013, seção 3, p. 92-93. Disponível em: <<http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?jornal=3&pagina=92&data=13/02/2013>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

²⁶² Disponível em: <http://www.mma.gov.br/images/editais_e_chamadas/SRHU/fevereiro_2013/edital_ree_srhu_1812_2012.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2013.

reversa, nele se impondo necessariamente a abordagem dos seguintes tópicos a respeito dos resíduos eletroeletrônicos²⁶³:

- o caráter obrigatório da destinação final ambientalmente adequada, salientando que tais resíduos não devem ser dispostos junto aos resíduos sólidos urbanos;
- os cuidados imprescindíveis em sua devolução e manuseio;
- os aspectos ambientais específicos de seu ciclo de vida;
- as informações sobre os locais dos pontos de recebimento e coleta;
- e os custos relativos ao processo de sua destinação final.

Em 12 de junho de 2013, foram entregues para a avaliação do Ministério do Meio Ambiente (MMA) quatro propostas de Acordo Setorial visando à implantação do sistema de logística reversa dos REEE em âmbito nacional, contemplando as especificidades no descarte das diferentes categorias de produtos eletroeletrônicos, tais como celulares, computadores, televisões e eletrodomésticos de grande porte, conforme noticiado no site do próprio MMA (TOLENTINO, 2013).

Por fim, ainda que em breve nota, é de se ressaltar que, no que se refere ao Grupo de Trabalho Técnico para a elaboração do Acordo Setorial de Implantação

²⁶³ Acerca dos desafios regulatórios e oportunidades envolvendo a logística reversa dos resíduos de equipamentos eletroeletrônicos no Brasil (REEE; ou WEEE, em inglês), vale referir: MENDES, João Múcio Amado; LEMOS, Patrícia Faga Iglecias. Waste electrical and electronic equipment and its regulatory challenges in Brazil: opportunities for implementation of WEEE take-back systems. In: SARDINIA INTERNATIONAL WASTE MANAGEMENT AND LANDFILL SYMPOSIUM, n. 14, 2013, Pula, Cagliari. **Proceedings...** Cagliari: IWWG, 2013, prelo.

de Logística Reversa de Resíduos de Medicamentos (GTT01), coordenado pela ANVISA/MS, ocorreu, em 22 de fevereiro de 2013, a sua 9ª reunião entre representantes do setor empresarial, profissionais de saúde, poder público e sociedade, na qual foi debatida a minuta do respectivo Edital de Chamamento, para consequente submissão ao CORI, no âmbito da PNRS e seu Decreto Regulamentador.²⁶⁴

4.5. Coleta seletiva

Instrumento essencial da PNRS (art. 8º, III) para implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida do produto, a coleta seletiva consiste na coleta de resíduos sólidos previamente segregados de acordo com a sua composição ou constituição (art. 3º, V), cabendo aos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e manejo dos resíduos sólidos (art. 36, II) a implantação de sistema de coleta seletiva nos Municípios, com observância dos respectivos Planos Municipais de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos, caso existam.

Nos termos do Decreto PNRS (art. 9º, § 2º), tal sistema de coleta seletiva deverá estabelecer, no mínimo, a separação de resíduos secos e úmidos, e, progressivamente, ser estendido à separação dos resíduos secos em parcelas

²⁶⁴ Cf. BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **GTT de Medicamentos entra na etapa final para a construção do Acordo Setorial**. Brasília, 28 fev. 2013. Disponível em: <<http://pisast.saude.gov.br:8080/descartemedicamentos/news/gtt-de-medicamentos-entra-na-etapa-final-para-a-construcao-do-acordo-setorial>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

específicas (a exemplo dos plásticos, metais, papéis e vidros), segundo metas previstas nos respectivos Planos.

Antes mesmo da PNRS, é interessante mencionar que a Resolução CONAMA n. 275, de 25 de abril de 2001²⁶⁵, já havia estabelecido um “código de cores” para dez diferentes tipos de resíduos a ser adotado na identificação de coletores e transportadores, bem como nas campanhas informativas para coleta seletiva, considerando a importância de se prover um sistema de identificação de fácil visualização, de validade nacional e inspirado em formas de codificação já adotadas internacionalmente, com vistas a viabilizar a reciclagem de materiais.



²⁶⁵ Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=273>>. Acesso em: 01 mai. 2013. Ademais, a Resolução CONAMA n. 275/2001 ainda prevê que: “Art. 2º Os programas de coleta seletiva, criados e mantidos no âmbito de órgãos da administração pública federal, estadual e municipal, direta e indireta, e entidades paraestatais, devem seguir o padrão de cores estabelecido em anexo. § 1º Fica recomendada a adoção de referido código de cores para programas de coleta seletiva estabelecidos pela iniciativa privada, cooperativas, escolas, igrejas, organizações não-governamentais e demais entidades interessadas”. Em seu Anexo, consta o seguinte padrão de cores: “AZUL: papel/papelão; VERMELHO: plástico; VERDE: vidro; AMARELO: metal; PRETO: madeira; LARANJA: resíduos perigosos; BRANCO: resíduos ambulatoriais e de serviços de saúde; ROXO: resíduos radioativos; MARROM: resíduos orgânicos; CINZA: resíduo geral não reciclável ou misturado, ou contaminado não passível de separação”.



Fonte: Lixo.com.br, adaptado

Nesse sentido, os referidos titulares de serviços públicos deverão articular com os agentes econômicos e sociais, incluso os consumidores, medidas para que seja viabilizado o retorno ao ciclo produtivo dos resíduos sólidos reutilizáveis e recicláveis oriundos dos serviços de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos (art. 36, III da PNRS), definindo, em sua área de abrangência, os procedimentos para o acondicionamento adequado e disponibilização dos resíduos sólidos objeto da coleta seletiva (art. 10, do Decreto PNRS).

Independentemente dos sistemas de logística reversa instituídos, a implantação do sistema de coleta seletiva priorizará a participação de cooperativas ou de outras formas de associações de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis formadas por pessoas físicas de baixa renda (arts. 11, do Decreto PNRS), sendo havido como um instrumento fundamental para se atingir a meta de disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos, até 2014, com a eliminação dos lixões no país (art. 9º, § 1º, do Decreto PNRS, e art. 54, da PNRS).

Vale mencionar que as atividades de coleta seletiva poderão ainda ser englobadas pelas Microrregiões que vierem a ser instituídas pelos Estados, os quais, por sua vez, serão priorizados no acesso aos recursos da União destinados a empreendimentos e serviços relacionados à gestão de resíduos sólidos, de modo a integrar a organização, o planejamento e a execução das ações a cargo de Municípios limítrofes na referida gestão (art. 16, § 3º).

A propósito, a PNRS possibilita aos Estados a elaboração de Planos Microrregionais de Resíduos Sólidos (art. 14, III), que deverão atender ao previsto nos respectivos Planos Estaduais e estabelecer soluções integradas para a coleta seletiva e as diversas formas de destinação final ambientalmente adequada dos resíduos sólidos urbanos e, consideradas as peculiaridades microrregionais, também de outros tipos de resíduos (art. 17, § 3º).

Ainda no que concerne ao acesso aos recursos da União destinados a empreendimentos e serviços relacionados à limpeza urbana e ao manejo de resíduos sólidos (art. 18, § 1º, I), serão priorizados os Municípios (bem como o Distrito Federal) que venham a implantar a coleta seletiva com a participação de

cooperativas ou outras formas de associação de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis constituídas por pessoas físicas de baixa renda.

Com o objetivo de reduzir a quantidade de rejeitos encaminhados para os aterros, resta estabelecido que metas de coleta seletiva, assim como de redução, reutilização, reciclagem, dentre outras, deverão constar do conteúdo mínimo dos Planos Municipais de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos, sendo neles descritas as formas e os limites da participação do poder público local no sistema de coleta seletiva (art. 19, XIV e XV).

No âmbito de seus instrumentos econômicos, a PNRS prevê, em seu art. 42, V, que o poder público poderá instituir medidas indutoras e linhas de financiamento para atender, com prioridade, também às iniciativas de estruturação de coleta seletiva, assim como já mencionado em relação aos sistemas de logística reversa.

No tocante à educação ambiental na gestão dos resíduos sólidos, o poder público deverá, dentre outras medidas, divulgar os conceitos relacionados com a coleta seletiva, consumo consciente, logística reversa e minimização da geração de resíduos, bem como promover ações educativas voltadas aos fabricantes, importadores, comerciantes e distribuidores, com enfoque diferenciado para os agentes envolvidos direta e indiretamente com os sistemas de coleta seletiva e logística reversa (art. 77, § 2º, III e VIII, do Decreto PNRS).

Vale frisar, todavia, que tais ações de educação ambiental pelo poder público não excluirão, de forma alguma, a responsabilidade dos fornecedores quanto ao dever de informar e educar o consumidor para o cumprimento dos

sistemas de coleta seletiva e logística reversa instituídos (art. 77, § 3º, do Decreto PNRS), em sintonia com o já referido princípio da cooperação.

Em sendo estabelecido sistema de coleta seletiva pelo Plano Municipal de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos, sob a égide da responsabilidade compartilhada instituída pela PNRS (art. 35) e pelo Decreto PNRS (art. 6º, I e II), os consumidores ficarão obrigados a:

- acondicionar adequadamente e de forma diferenciada os resíduos sólidos gerados;
- e a disponibilizar os resíduos sólidos reutilizáveis e recicláveis para coleta.

Nesse processo, os consumidores não se eximirão de observar as regras de acondicionamento, segregação e destinação final dos resíduos previstas na legislação do titular do serviço público de limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos (art. 6º, parágrafo único, e 9º, § 3º, do Decreto PNRS).

Em caso de descumprimento pelos consumidores de suas obrigações relacionadas à coleta seletiva, restará configurada infração administrativa, de acordo com o já referido Decreto n. 6.514, de 22 de julho de 2008, que dispõe sobre as infrações e sanções administrativas ambientais, com redação modificada pelo art. 84 do Decreto PNRS.

Assim, o Decreto n. 6.514/2008 passa a incluir como infração administrativa a conduta de quem “deixar de segregar resíduos sólidos na forma estabelecida para a coleta seletiva, quando a referida coleta for instituída pelo titular do serviço público de limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos”,

sujeitando os consumidores que descumprirem as respectivas obrigações previstas nos sistemas de coleta seletiva às seguintes penalidades administrativas:

- advertência;
- penalidade de multa no valor de 50 a 500 reais, na hipótese de reincidência (art. 62, XIII, §§ 2º, 3º);
- prestação de serviços de preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental (art. 62, § 4º), em caso de conversão da pena de multa.

Sem prejuízo dos instrumentos de comando e controle previstos, nem sempre tão eficazes, é interessante destacar que a PNRS prevê ainda a possibilidade de os Municípios instituírem, na forma de lei municipal, incentivos econômicos aos consumidores que venham a participar efetivamente do sistema de coleta seletiva (art. 35, parágrafo único), com vistas a estimular à mudança de comportamento da população na gestão dos resíduos sólidos domiciliares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, Ricardo. Desafios da economia verde. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, p. 3, 27 jun. 2011.

_____. **Economia de baixo carbono**: o desafio brasileiro. [22 de novembro, 2010]. São Paulo: Revista do Instituto Humanitas Unisinos On-line, n. 351. Entrevista concedida a Patrícia Fachin. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3654&secao=351> . Acesso em: 10 mar. 2013.

_____. Rio+20 + Mudança Social. **Página 22**, São Paulo, FGV, n. 56, 4 set. 2011. Disponível em: <<http://pagina22.com.br/index.php/2011/09/rio-20-mudanca-social>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. Preços, tecnologia e Estado são a parte menor da história. **Valor Econômico**, São Paulo, p. D8, 29 jun. 2010.

ALIER, Joan Martínez; JUSMET, Jordi Roca. **Economía ecológica y política ambiental**. 2. ed. Cidade do México: Fundo de Cultura Económica, 2003.

ALMEIDA, Maria Cecilia Ladeira de. Lógica reversa: opção de empresa sustentável. In: MESSA, THEOPHILO NETO, THEOFILO JUNIOR (coord.). **Sustentabilidade ambiental e os novos desafios na era digital**. São Paulo: Saraiva, 2011.

ARAGÃO, Maria Alexandra de Souza. A compra responsável e a prevenção de resíduos domésticos. In: CONFERÊNCIA NACIONAL SOBRE A QUALIDADE DO AMBIENTE, 6, Lisboa, 1999. **Actas**. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 1999, p. 1-7. v. 1.

_____. **O direito dos resíduos.** Coimbra: Almedina, 2003.

_____. **O princípio do nível elevado de protecção e a renovação ecológica do direito do ambiente e dos resíduos.** Coimbra: Almedina, 2006.

ARAU, Rafael Audivert. **Régimen Jurídico de la Etiqueta Ecológica.** Barcelona: Cedecs Editorial, 1996.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14020:2002.** Rótulos e declarações ambientais: princípios gerais. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

_____. **NBR ISO 14021:2004.** Rótulos e declarações ambientais: autodeclarações ambientais (Rotulagem do tipo II). Rio de Janeiro: ABNT, 2004.

_____. **NBR ISO 14024:2004:** Rótulos e declarações ambientais: rotulagem ambiental do tipo I: princípios e procedimentos. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.

_____. **Rótulo Ecológico ABNT.** [Diversos documentos]. Disponível em: <<http://www.abntonline.com.br/rotulo/default.html>>. Acesso em: 3 dez. 2012.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS. **Embalagens em geral:** proposta foi entregue à Ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira. 22 dez. 2012. Disponível em: <<http://www.abras.com.br/supermercadosustentavel/logistica-reversa/embalagens/embalagens-em-geral-proposta-foi-entregue-a-ministra-do-meio-ambiente-izabella-teixeira>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

AZEVEDO, Tasso Rezende de. **Estimativas de Emissões de Gases de Efeito**

Estufa no Brasil 1990-2011. Versão preliminar, nov. 2012. Disponível em:
<https://docs.google.com/file/d/0B_UTBMo5lPXHRm5yVEdITHY3dE0/edit>.
Acesso em: 12 abr. 2013.

BARBOSA, Mariana. PROCON fecha o cerco à publicidade infantil. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 18 set. 2012. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/66902-procon-fecha-o-cerco-a-publicidade-infantil.shtml>>. Acesso em: 24 fev. 2013.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco:** rumo a uma nova modernidade. São Paulo: Ed. 34, 2010.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos.** Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BOUCQUEY, Nathalie. Partage des responsabilités et transversalité: quels instruments pour lês consommateurs? In: SEMINAIRE EUROPÉEN DE DROIT DE CONSOMMATION, 9, 1999, Louvain-la-Neuve. BOUCQUEY, Nathalie (ed.). **Le droit européen des consommateurs et la gestión des déchets.** Louvain-la-Neuve: Centre de Droit de la Consommation, Université Catholique de Louvain, 1999, p. 59-82.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 5.921**, de 12 de dezembro de 2001. Disponível em:
<<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=43201>>. Acesso em: 8 fev. 2013.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**, de 5 de outubro de 1988. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 11 abr. 2013.

_____. **Decreto de 8 de dezembro de 1993**. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/DNN/Anterior%20a%202000/1993/Dnn1927.htm>. Acesso em: 3 dez. 2012.

_____. **Decreto n. 1.354**, 29 de dezembro de 1994. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D1354.htm>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. **Decreto n. 2.181**, de 20 de março de 1997. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2181.htm>. Acesso em: 20 dez. 2012.

_____. **Decreto n. 4.059**, de 19 de dezembro de 2001. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2001/D4059.htm>. Acesso em: 3 dez. 2012.

_____. **Decreto n. 4.339**, de 22 de agosto de 2002. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4339.htm>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. **Decreto n. 4.703**, de 21 de maio de 2003. Disponível em: <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4703.htm>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. **Decreto n. 6.323**, de 27 de dezembro de 2007. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm>. Acesso em: 3 dez. 2012.

_____. **Decreto n. 6.514**, de 22 de julho de 2008. Disponível em: <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/decreto/D6514.htm>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. **Decreto n. 7.404**, de 23 de dezembro de 2010. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/Decreto/D7404.htm>.
Acesso em: 16 fev. 2013.

_____. **Decreto n. 7.738**, de 28 de maio de 2012. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7738.htm#art7>. Acesso em: 20 dez. 2012.

_____. **Decreto n. 7.963**, de 15 de março de 2013. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7963.htm>.
Acesso em: 25 abr. 2013.

_____. **Lei n. 6.938**, de 31 de agosto de 1981. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6938.htm>. Acesso em: 16 dez. 2012.

_____. **Lei n. 7.347**, de 24 de julho de 1985. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7347orig.htm> Acesso em: 10 fev. 2013.

_____. **Lei n. 7.802**, 11 de julho de 1989. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7802.htm>. Acesso em: 11 abr. 2013.

_____. **Lei n. 8.069**, de 13 de julho de 1990. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm> Acesso em: 10 fev. 2013.

_____. **Lei n. 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 11 abr. 2013.

_____. **Lei n. 9.605**, de 12 de fevereiro de 1998. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9605.htm>. Acesso em 16 dez. 2012

_____. **Lei n. 9.795**, de 27 de abril de 1999. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9795.htm>. Acesso em: 16 fev. 2013.

_____. **Lei n. 10.295**, de 17 de outubro de 2001. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/L10295.htm>. Acesso em: 3 dez. 2012.

_____. **Lei n. 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Disponível em:
<www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm>. Acesso em: 16 fev. 2013.

_____. **Lei n. 10.831**, de 23 de dezembro de 2003. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.831.htm>. Acesso em: 3 dez. 2012.

_____. **Lei n. 12.187**, de 29 de dezembro de 2009. Disponível em:
<www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/112187.htm>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. **Lei n. 12.305**, de 2 de agosto de 2010. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm>. Acesso em: 11 abr. 2013.

_____. Ministério da Justiça. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC). **Nota técnica n. 22**: CGAJ/DPDC/2006, de 1º de fevereiro de 2006, relativa a procedimentos e processos administrativos, maquiagem de produto, alteração quantitativa das embalagens sem a adequada informação ao consumidor, principais teses adotadas. Disponível em:
<<http://portal.mj.gov.br/dpdc/data/Pages/MJ2DCA58D8ITEMIDA80C977D80824EF880322C83953CF145PTBRNN.htm>>. Acesso em: 18 dez. 2012.

_____. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **GTT de Medicamentos entra na etapa final para a construção do Acordo Setorial**. Brasília, 28 fev. 2013. Disponível em:
<<http://pisast.saude.gov.br:8080/descartemedicamentos/news/gtt-de-medicamentos-entra-na-etapa-final-para-a-construcao-do-acordo-setorial>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial. **Portaria Inmetro n. 391**, de 4 de novembro de 2008. Disponível em:
<<http://www.inmetro.gov.br/rtac/pdf/RTAC001380.pdf>>. Acesso em: 3 dez. 2012.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **1º Inventário Nacional de Emissões Atmosféricas por Veículos Automotores Rodoviários**: Relatório Final. Brasília: MMA, jan. 2011. Disponível em:
<http://www.mma.gov.br/estruturas/163/_publicacao/163_publicacao27072011055200.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **Acordo Setorial para a Implantação de Sistema de Logística Reversa de Embalagens Plásticas Usadas de Lubrificantes**, de 19 de dezembro de 2012. Disponível em:
<<http://www.abras.com.br/pdf/acordoembalagensoleo.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **Chamamento para a Elaboração de Acordo Setorial para a Implantação de Sistema de Logística Reversa de Embalagens em Geral**. Disponível em:
<www.abras.com.br/pdf/editalembalagens.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **Chamamento para a Elaboração de Acordo Setorial para a Implantação de Sistema de Logística Reversa de Lâmpadas Fluorescentes, de Vapor de Sódio e Mercúrio e de Luz Mista.**

Disponível em:

<http://www.abras.com.br/supermercadosustentavel/pdf/edital_chamamento_de_la mpadas.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **Chamamento para a Elaboração de Acordo Setorial para a Implantação de Sistema de Logística Reversa de Produtos Eletroeletrônicos e seus Componentes.** Disponível em:

<http://www.mma.gov.br/images/editais_e_chamadas/SRHU/fevereiro_2013/edital_ree_srlu_18122012.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. Conselho Nacional do Meio Ambiente. **Resolução CONAMA n. 334**, de 3 de abril de 2003. Disponível em: <www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=356>. Acesso em: 8 jan. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. Conselho Nacional do Meio Ambiente. **Resolução CONAMA n. 362**, de 23 de junho de 2005. Disponível em: <www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=466>. Acesso em: 7 jan. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. Conselho Nacional do Meio Ambiente. **Resolução CONAMA n. 401**, de 4 de novembro de 2008. Disponível em: <www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=589>. Acesso em: 7 jan. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. Conselho Nacional do Meio Ambiente. **Resolução CONAMA n. 416**, de 30 de setembro de 2009. Disponível em:

<www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=616>. Acesso em: 8 fev. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS)**. Brasília: MMA, SAIC, 2011-2014, p. 30. v. 1. Disponível em: <http://www.consumosustentavel.gov.br/wp-content/uploads/ppcs_vol1-web.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2013.

_____. Ministério do Meio Ambiente. Secretaria de Recursos Hídricos e Ambiente Urbano. **Edital n. 1/2013** (Chamamento para a Elaboração de Acordo Setorial para a Implantação de Sistema de Logística Reversa de Produtos Eletroeletrônicos e seus Componentes), de 6 de fevereiro de 2013. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/images/editais_e_chamadas/SRHU/fevereiro_2013/edital_ree_sru_18122012.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2013.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes. Relações jurídicas poligonais, ponderação ecológica de bens e controlo judicial preventivo. **Revista Jurídica do Urbanismo e do Ambiente**, Coimbra, n. 1, p. 55-66, 1994.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes; MOREIRA, Vital. **Constituição da República portuguesa anotada**: artigos 1º. ao 107º. 4. ed. Coimbra: Coimbra Editora, Ed, RT, 2007. v. 1.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CONSELHO DE JUSTIÇA FEDERAL. Centro de Estudos Judiciários. **Enunciados aprovados na VI Jornada de Direito Civil**. Brasília: CEJ, 2013.

Disponível em: <<http://www.jf.jus.br/cjf/CEJ-Coedi/jornadas-cej/VI%20JORNADA1.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2013.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária**. Disponível em: <<http://www.conar.org.br>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. **Notícias:** Código veda ações de merchandising dirigidas a crianças. 1 fev. 2013. Disponível em: <www.conar.org.br>. Acesso em: 8 fev. 2013.

CONSUMERS INTERNATIONAL; PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Além do Ano 2000: a transição para um consumo sustentável. In: SODRÉ, Marcelo Gomes (ed.). Consumo sustentável. Trad. de Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente, IDEC, CI, 1998, p. 21-62.

ESPÍRITO SANTO. **Lei n. 9.264**, 15 de julho de 2009. Disponível em: <www.al.es.gov.br/antigo_portal_ales/images/leis/html/LO9264.html>. Acesso em: 8 fev. 2013.

EUROPEAN CONSUMER SUMMIT. **Environmental Claims:** Report from the Multi-Stakeholder Dialogue: Helping consumers make informed green choices and ensuring a level playing field for business. Bruxelas, 18-19 mar. 2013. Disponível em: <http://ec.europa.eu/consumers/events/ecs_2013/docs/environmental-claims-report-ecs-2013_en.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2013.

FEDERAL TRADE COMMISSION (FTC). 16 CFR Part 260: Guides for the use of environmental marketing claims; Final Rule. **Federal Register**, n. 197, v. 77, p. 62122 a 62132, 11 out. 2012. Disponível em: <<http://www.ftc.gov/os/fedreg/2012/10/greenguidesfrn.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

FERRÃO, Paulo Cadete. **Introdução à gestão ambiental**: a avaliação do ciclo de vida dos produtos. Lisboa: ST Press, 1998.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Dos Direitos básicos do consumidor. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense, 2011, p. 145-178.

FRAGUÍO, Pilar Dopazo. **El régimen jurídico de las marcas de calidad ambiental**: etiqueta ecológica y tutela ambiental. Madrid: Exlibris, 2001.

GIDDENS, Anthony. Risk and Responsibility. **Modern Law Review**, Londres, n. 1, v. 62, p. 1-10, jan. 1999.

GOMES, Carla Amado. Direito Administrativo do Ambiente. In: OTERO, Paulo; GONÇALVES, Pedro (coord.). **Tratado de Direito Administrativo Especial**. Coimbra: Almedina, 2009. v. 1.

GREENPEACE. **Stop greenwash**. [Diversos textos sobre greenwashing]. Disponível em: <<http://stopgreenwash.org/history>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010. v. 1.

GUANABARA, Diogo Cardoso; LEITÃO, Manuela Prado. Conciliando o Direito dos Resíduos e o Direito do Consumidor: um Olhar Crítico sobre a Rotulagem e o Mecanismo de Logística Reversa Brasileiro. **Boletim de Direito Administrativo**, São Paulo, NDJ, n. 11, p. 1281-1295, nov. 2010.

HENRIQUES, Isabella. O marketing infantil e o Direito: a ilegalidade da publicidade dirigida às crianças. In: SOUZA, Ivone M. Candido Coelho (coord.). **Família Contemporânea: uma visão interdisciplinar**. Porto Alegre: IBDFAM, 2011, p. 115-123. Disponível em: <http://biblioteca.alana.org.br/banco_arquivos/arquivos/docs/biblioteca/artigos/artigo_ibdfam.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2013.

HERRUP, Andrew. Eco-labels: Benefits Uncertain, Impacts Unclear? **European Environmental Law Review**, n. 5, v. 8, p. 144-153, 1999.

HILSON, Chris. Greening citizenship: boundaries of membership and the environment. **Journal of Environmental Law**, Oxford, n. 3, v. 13, p. 335-348, nov. 2001.

INSTITUTO ALANA. **Contribuição para o debate público sobre a Classificação Indicativa**. São Paulo, 14 nov. 2011. Disponível em: <<http://culturadigital.br/classind/files/2011/01/Instituto-Alana-Contribuição-ao-Debate-Público.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2013.

INSTITUTO ALANA; MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Consumismo infantil: na contramão da sustentabilidade**. São Paulo: Instituto Alana, MMA, 2011. Disponível em: <http://biblioteca.alana.org.br/banco_arquivos/Arquivos/downloads/ebooks/caderno_o.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR; MARKET ANALYSIS. **A Percepção do Consumidor sobre os Apelos nas Embalagens**. São Paulo: IDEC, Market Analysis, mar. 2013. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/consultas/testes-e-pesquisas/a-percepco-do-consumidor-sobre-os-apelos-nas-embalagens>>. Acesso em: 12 mar. 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável: Brasil 2004**. Rio de Janeiro: IBGE, Coordenação de Recursos Naturais e Estudos Ambientais, 2012. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/default_2012.shtm>. Acesso em: 10 mar. 2013.

INSTITUTO NACIONAL DE PROCESSAMENTO DE EMBALAGENS VAZIAS. **Volume de embalagens vazias de agrotóxicos destinado desde 2002**. São Paulo: INPEV, 2013. Disponível em: <<http://www.inpev.org.br/aplicacoes/publicador/02sql07/inc/arquivo.asp?arquivoId={95062F82-1820-492B-ABCB-B205CDEA7996}&tipo=1>>. Acesso em: 13 abr. 2013.

INSTITUTO PORTUGUÊS DA QUALIDADE. **NP ISO 14025:2009: Rótulos e declarações ambientais: Declarações ambientais Tipo III: Princípios e procedimentos**. Almada: IPQ, 2009.

INTERNATIONAL CENTRE FOR TRADE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT. Consumo e crescimento: novas fronteiras para o debate sobre mudanças climáticas. **Pontes**. Genebra, ICTSD, n. 3, v. 6, set. 2010. Disponível em: <<http://ictsd.org/i/news/pontes/84705>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

JONAS, Hans. **O princípio responsabilidade: ensaio de uma ética para a civilização tecnológica**. Rio de Janeiro: Contraponto, Ed. PUC-Rio, 2006.

KENNEDY, John F. Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest. Public Papers of the Presidents. Washington, 15 mar. 1962. Disponível em: <<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=9108&st=&st1=>>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

KYE, Cecelia. Environmental Law and the Consumer in the European Union. **Journal of Environmental Law**, Oxford, n. 1, v. 7, p. 31-54, 1995.

LEFF, Enrique. **Racionalidade ambiental**: a reapropriação social da natureza. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LEITÃO, Manuela Prado. **Rotulagem Ecológica e o Direito do Consumidor à Informação**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2012.

LEITE, José Rubens Morato; AYALA, Patryck de Araújo. **Dano Ambiental**: do individual ao coletivo extrapatrimonial: teoria e prática. 4. ed. São Paulo: Ed. RT, 2011.

LEMOS, Patrícia Faga Iglecias. **Direito ambiental**: responsabilidade civil e proteção ao meio ambiente. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2008.

_____. **Meio ambiente e responsabilidade civil do proprietário**: análise do nexu causal. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2012.

_____. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOPEZ, Teresa Ancona. **Princípio da precaução e evolução da responsabilidade civil**. São Paulo: Quartier Latin, 2010.

LUSTOSA, Maria Cecília Junqueira. Inovação e tecnologia para uma economia verde. **Política Ambiental: Economia verde: desafios e oportunidades**. Belo Horizonte, Conservação Internacional, n. 8, p. 111-122, jun. 2011.

MALUF, Carlos Alberto Dabus. In: FIUZA, Ricardo (org.). **Novo Código Civil Comentado**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Ed. RT, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O Novo Direito Privado e a Proteção dos Vulneráveis**. 1. ed. Livro eletrônico. São Paulo: Ed. RT, 2012.

MARKET ANALYSIS. **Greenwashing no Brasil**: um estudo sobre os apelos ambientais nos rótulos dos produtos. Florianópolis: Market Analysis, 2010.

Disponível em:

<http://www.marketanalysis.com.br/biblioteca/Relatorio_Greenwashing_FINAL.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2012.

MARZAGÃO, Nelcina C. de O. Tropardi. **Da informação e dos efeitos do excesso de informação no Direito do consumidor**. 2005. Tese (Doutorado) – Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

MATEO, Ramón Martín. **Manual de derecho ambiental**. Madrid: Trivium, 1998.

_____. **Nuevos instrumentos para la tutela ambiental**. Madrid: Trivium, 1994.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

McKENDRICK, Neil. The Consumer Revolution of Eighteenth-Century England. In: GOODWIN, Neva R.; ACKERMAN, Frank; KIRON, David (ed.). **The consumer society**. Island Press: Washington, 1997, p. 132-134.

MENDES, Beatriz. Publicidade Infantil: proibir ou não proibir? **Carta Capital**, São Paulo, 4. jul. 2012. Disponível em: <www.cartacapital.com.br/sociedade/a-publicidade-infantil-em-debate>. Acesso em: 8 fev. 2013.

MENDES, João Múcio Amado. A responsabilidade civil do proprietário de área contaminada: algumas reflexões sobre a Lei de Áreas Contaminadas do Estado de São Paulo (Lei n. 13.577/2009). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE DIREITO AMBIENTAL, 17, 2012, São Paulo. BENJAMIN, Antonio Herman et al. (org.). **Anais...** São Paulo: Instituto O Direito por um Planeta Verde, 2012, p. 315, v. 2. Disponível em: <http://www.planetaverde.org/anexos/anais_2012_vol2.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2013.

MENDES, João Múcio Amado; LEMOS, Patrícia Faga Iglecias. Sustainable production and consumption in Brazil: an approach towards economic and legal instruments from National Solid Waste Policy. In: ISWA WORLD SOLID WASTE CONGRESS, 2013, Viena. **Proceedings...** Viena: ISWA, 2013, prelo.

_____. Waste electrical and electronic equipment and its regulatory challenges in Brazil: opportunities for implementation of WEEE take-back systems. In: SARDINIA INTERNATIONAL WASTE MANAGEMENT AND LANDFILL SYMPOSIUM, n. 14, 2013, Pula, Cagliari. **Proceedings...** Cagliari: IWWG, 2013, prelo.

MIGUEZ, Eduardo Correia. **Logística reversa como solução para o problema do lixo eletrônico**: benefícios ambientais e financeiros. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.

MORAES, Márcia Amaral Corrêa. O Impacto da Mídia Publicitária e Relacional na Formação de Consumidores Jovens e Adultos. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, Curitiba, Bonijuris, n. 3, v. 2, p. 95-111, set. 2012.

MOREIRA, Danielle de Andrade. Responsabilidade ambiental pós-consumo. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, Ed. RT, v. 63, p. 163-164, jul./set. 2011.

MORIN, Edgar. Os setes saberes necessários à educação do futuro. Disponível em: <www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/educacao/0022g.html>. Acesso em: 13 abr. 2013.

NAÇÕES UNIDAS. Agenda 21. In: CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, Rio de Janeiro, 1992. **Relatório...** São Paulo: Secretaria de Meio Ambiente, 1997.

_____. **Convenção sobre Diversidade Biológica**. Brasília: MMA, ONU, 2000.

Disponível em:

<http://www.mma.gov.br/estruturas/sbf_dpg/_arquivos/cdbport.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2013.

_____. O Futuro que queremos. In: CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (RIO+20), Rio de Janeiro, 2012. **Resolução n. 66/288**. Versão em português revisada por Júlia Crochemore Restrepo. Rio de Janeiro: Comitê Facilitador da Sociedade Civil Catarinense

Rio+20, ONU, 2012, p. 11-12. Disponível em: <https://www.utl.pt/admin/docs/4808_O-Futuro-que-queremos1.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

NELSON, Elizabeth. Ecolabelling. **Environmental Liability**, n. 1, v. 1, p. 16-19, 1993.

NERY JÚNIOR, Nelson. Visão sobre a principiologia do Código de Defesa do Consumidor. **Revista do Advogado**, São Paulo, n. 14, p. 95-101, dez. 2011.

NOBRE, Marcos. Desenvolvimento sustentável: origens e significado atual. In: NOBRE, Marcos; AMAZONAS, Maurício de Carvalho (org.). **Desenvolvimento sustentável: a institucionalização de um conceito**. Brasília: Edições IBAMA, 2002.

NUSDEO, Ana Maria de Oliveira. **Pagamento por serviços ambientais: sustentabilidade e disciplina jurídica**. São Paulo: Atlas, 2012.

PARANÁ. **Lei n. 12.493**, de 22 de janeiro de 1999. Disponível em: <<http://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/pesquisarAto.do?action=exibir&codAto=2334&codTipoAto=&tipoVisualizacao=alterado>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. **Apelação Cível n. 118652-1**. Relator: Ivan Bortoleto. Curitiba. J. em 05 ago. 2002. Disponível em: <http://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/1393017/Ac%C3%B3rd%C3%A3o-118652-1#integra_1393017>. Acesso em: 16 fev. 2013.

PAVESE, Helena Boniatti. Delineamento de uma economia verde. **Política Ambiental: Economia verde: desafios e oportunidades**. Belo Horizonte, Conservação Internacional, n. 8, p. 15-23, jun. 2011.

PERNAMBUCO. **Lei n. 14.236**, de 13 de dezembro de 2010. Disponível em: <http://www.arpe.pe.gov.br/downloadDoc.php?d=imgLegislacao&f=LEI_Estadual__N_14236.pdf>. Acesso em: 8 fev. 2013.

PINZ, Greice Moreira. A responsabilidade ambiental pós-consumo e sua concretização na jurisprudência brasileira. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, Ed. RT, v. 65, p. 164-165, jan. 2012.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Relatório de Desenvolvimento Humano 2013**: A Ascensão do Sul: Progresso Humano num Mundo Diversificado. New York: PNUD, Camões, 2013. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh-2013.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2013.

RELATÓRIO da ONU prevê 'catástrofe ambiental' no mundo em 2050, **Globo Natureza**, São Paulo, 14 mar. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/natureza/noticia/2013/03/relatorio-da-onu-preve-catastrofe-ambiental-no-mundo-em-2050.html>> . Acesso em 12 abr. 2013.

RIO DE JANEIRO (ESTADO). **Lei n. 4.191**, de 30 de setembro de 2003. Disponível em: <alerjln1.alerj.rj.gov.br/CONTLEI.NSF/b24a2da5a077847c032564f4005d4bf2/cf0ea9e43f8af64e83256db300647e83?OpenDocument>. Acesso em: 8 fev. 2013.

RIO GRANDE DO SUL. **Lei Estadual n. 9.921**, de 27 de julho de 1993. Disponível em: <www.mp.rs.gov.br/ambiente/legislacao/id479.htm>. Acesso em: 8 fev. 2013.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**: uma história da indumentária (séculos XVII e XVIII). São Paulo: Senac, 2007.

ROGERS, Dale S.; TIBBEN-LEMBKE, Ronald S.. **Going backwards**: reverse logistics trends and practices. Reno: University of Nevada, Reverse Logistics Executive Council, 1998. Disponível em: <<http://www.rlec.org/reverse.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

RUMPALA, Yannick. Le réajustement du rôle des populations dans la gestion des déchets ménagers: du développement des politiques de collecte sélective à l'hétérorégulation de la sphère domestique. **Revue Française de Science Politique**, Paris, n. 45, v. 49, p. 601-630, ago./out. 1999.

SALDANHA, Pedro Mallmann. Logística reversa: instrumento de solução para a problemática dos resíduos sólidos em face da gestão ambiental. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, Ed. RT, n. 65, p. 112, jan. 2012.

SALLES, Carlos Alberto. Propriedade imobiliária e obrigações *propter rem* pela recuperação ambiental do solo degradado. **Revista de Direito Ambiental**, São Paulo, Ed. RT, n. 34, p. 9, abr./jun. 2004.

SALZMAN, James (coord.). **L'étiquetage écologique des produits dans les pays de l'OCDE**. Paris: OCDE, 1991.

SARLET, Ingo. **A eficácia dos direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1998.

SÃO PAULO (ESTADO). **Lei n. 12.300**, de 16 de março de 2006. Disponível em: <www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2006/lei%20n.12.300,%20de%2016.03.2006.htm>. Acesso em: 8 fev. 2013.

SLATER, Don. **Cultura do Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SODRÉ, Marcelo Gomes. Padrões de Consumo e Meio Ambiente. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, Ed. RT, n. 31, p. 25-35, jul./set. 1999.

TAILLE, Yves de La. Liberdade, dignidade e publicidade. **Carta Capital**, São Paulo, 12 dez. 2012. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/economia/liberdade-dignidade-e-publicidade>>. Acesso em: 7 fev. 2013.

TERRACHOICE ENVIRONMENTAL MARKETING Inc. **The Seven Sins of Greenwashing**: environmental claims in consumer markets: Summary

Report: North America. Abr. 2009. Disponível em:
<<http://www.sinsofgreenwashing.org/index3c24.pdf>>

_____. **The Sins of Greenwashing**: a report on environmental claims made in the North American consumer market: Home and Family Edition. 2010. Disponível em: <<http://www.sinsofgreenwashing.org/findings/index.html>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

TOLENTINO, Lucas. Descarte de celulares, computadores, geladeiras e televisões terão normas para proteger o meio ambiente. **InformMMA**: notícias. Brasília, 12 jun. 2013. Disponível em: <www.mma.gov.br/informma/item/9416-responsabilidade-compartilhada>. Acesso em: 12 ago. 2013.

TRAJANO, Fábio de Souza. O princípio da sustentabilidade como princípio fundamental constitucional e das relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, Curitiba, Bonijuris, n. 3, v. 1, p. 231-246, set. 2011.

UNIÃO EUROPEIA. **Directiva 2008/98/CE**, de 19 de novembro de 2008. Disponível em:<eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:312:0003:0030:pt:PDF>. Acesso em: 16 fev. 2013.

UNITED NATIONS. Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment. In: UNITED NATIONS CONFERENCE ON THE HUMAN ENVIRONMENT, Estocolmo, 1972. **Report...** Disponível em: <<http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=97&ArticleID=1503&l=en>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

_____. Rio Declaration on Environment and Development. In: THE UNITED NATIONS CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT, Rio

de Janeiro, 1992. **Report...** Disponível em: <[www.un.org/documents/ga/ conf151/ aconf15126-1annex1.htm](http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm)>. Acesso em: 10 abr. 2013.

_____. **The Determinants and Consequences of Population Trends**. New York: UN, 1973. v. 1.

_____. **United Nations guidelines on consumer protection**: as expanded in 1999. Genebra: UNCTAD, 2011, p. 11, tradução livre. Disponível em: <<http://unctad.org/en/Docs/poditcclpm21.en.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

_____. **World Population Prospects: The 1998 Revision**. New York: Department of Economic and Social Affairs Population Division, 1999, v. 1.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. **Human Development Report 1998: Consumption for Human Development**. New York: UNDP, Oxford University Press, 1998. Disponível em: <<http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr1998/chapters>>. Acesso em: 9 abr. 2013.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. **Global Outlook on Sustainable Consumption and Production Policies: Taking Action Together**. Paris: UNEP, 2012. Disponível em: <http://www.unep.org/pdf/Global_Outlook_on_SCP_Policies_full_final.pdf>. 10 mar. 2013.

_____. **How is a green economy defined?** Disponível em: <<http://www.unep.org/greeneconomy>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

VEIGA, José Eli da. **Mundo em transe**: do aquecimento global a o ecodesenvolvimento. Campinas: Armazém do Ipê, 2009.

_____. **Sustentabilidade**: a legitimação de um novo valor. São Paulo: SENAC, 2010.

WEISS, Edith Brown. **Un mundo justo para las futuras generaciones**: derecho internacional, patrimonio común y equidad intergeneracional. Trad. de Máximo E. Gowland. Madrid: Mundi-Prensa Libros, 1999.

WEIZSACKER, Ernst Ulrich von; LOVINS, L. Hunter; LOVINS, Amory B. **Factor 4**: duplicar el bienestar con la mitad de los recursos naturales. Trad. de Adan Kovacsics. Barcelona: Galáxia Gutenberg, 1997.

WIESMETH, Hans; HÄCKL, Denis. How to successfully implement extended producer responsibility: considerations from an economic point of view. **Waste Management & Research**, Viena, Sage, n. 29, 2011, p. 898. Disponível em: <<http://wmr.sagepub.com/content/29/9/891.full.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2013.

WORLDWATCH INSTITUTE. **O estado do mundo, 2010**: transformando culturas: do consumismo à sustentabilidade. ASSADOURIAN, Erik (org.). Trad. de Claudia Strauch. Salvador: UMA, WWI, 2010. Disponível em: <http://www.worldwatch.org.br/estado_2010.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

YOSHIDA, Consuelo Yatsuda Moromizato. Responsabilidade civil das instituições financeiras: da atuação reativa à atuação proativa. In: OLIVEIRA; SAMPAIO (org.). **Instrumentos jurídicos para a implementação do desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: FGV Direito Rio, 2012.

ZOLA, Émile. **O Paraíso das Damas**. São Paulo: Estação Liberdade, 2008.