

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DE CONHECIMENTO DAS CIÊNCIAS JURÍDICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO
MESTRADO ACADÊMICO

ANA CAROLINE MIOTTI NOUALS

**CONSUMO CONSCIENTE AMBIENTAL COMO MECANISMO DE PROTEÇÃO
DO DEVER FUNDAMENTAL AO MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL**

CAXIAS DO SUL

2024

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DE CONHECIMENTO DAS CIÊNCIAS JURÍDICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO
MESTRADO ACADÊMICO

ANA CAROLINE MIOTTI NOUALS

**CONSUMO CONSCIENTE AMBIENTAL COMO MECANISMO DE PROTEÇÃO
DO DEVER FUNDAMENTAL AO MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL**

Dissertação apresentada no programa de pós-graduação *stricto sensu* em Direito da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Direito. Área de concentração: Direito Ambiental e Sociedade. Linha de Pesquisa: Direito Ambiental e Novos Direitos.

Professora Orientadora: Dra. Cleide Calgaro

CAXIAS DO SUL

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

N924c Nouals, Ana Caroline Miotti

Consumo consciente ambiental como mecanismo de proteção do dever fundamental ao meio ambiente e desenvolvimento sustentável [recurso eletrônico] / Ana Caroline Miotti Nouals. – 2024.

Dados eletrônicos.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Direito, 2024.

Orientação: Cleide Calgaro.

Modo de acesso: World Wide Web

Disponível em: <https://repositorio.ucs.br>

1. Sociedade de consumo. 2. Desenvolvimento sustentável. 3. Direito ambiental. 4. Meio ambiente. I. Calgaro, Cleide, orient. II. Título.

CDU 2. ed.: 366.1

Catalogação na fonte elaborada pela(o) bibliotecária(o)
Carolina Machado Quadros - CRB 10/2236

**“CONSUMO CONSCIENTE AMBIENTAL COMO MECANISMO DE PROTEÇÃO
DO DEVER FUNDAMENTAL AO MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL”**

Ana Caroline Miotti Nouals

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pela Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Direito – Mestrado da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Direito, Área de Concentração: Direito Ambiental e Sociedade.

Linha de pesquisa: Direito Ambiental e Novos Direitos.

Caxias do Sul, 02 de agosto de 2024.

Profa. Dra. Cleide Calgaro (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Carlos Alberto Lunelli
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Alexandre Cortez Fernandes
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Gustavo Borges da Silveira
(Universidade do Extremo Sul Catarinense)

Ao meu Deus e a minha família que esteve ao lado me dando
o apoio necessário para a realização desse sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois sem Ele eu não teria seguido o meu caminho e feito a minha opção pelo Mestrado Acadêmico.

Agradeço aos meus pais, pois confiaram em mim e me deram esta chance de concretizar e encerrar mais uma jornada da minha vida, uma vez que não mediram esforços para que este sonho se realizasse.

Aos amigos que me apoiaram e sempre estiveram ao meu lado durante esta árdua graduação.

A minha orientadora, Dra. Cleide Calgaro, pela ajuda contínua no decorrer deste estudo, pela motivação e principalmente pelos ensinamentos passados.

A todos da Universidade de Caxias Do Sul que me ajudaram direta e indiretamente em razão de todo conhecimento adquirido.

A estes, eterna gratidão, sem a ajuda, confiança e compreensão dos quais este sonho não se estaria realizando.

*“Subestimar a necessidade de preservar o meio ambiente
é caminhar para extinção.”
(Lara Santos Silva)*

RESUMO

O estudo proposto tem como contexto a crescente preocupação com os impactos do consumo desenfreado sobre o meio ambiente, exacerbado pelo avanço científico e tecnológico que caracterizou a sociedade de consumo. Esse cenário gerou ameaças globais, como riscos ambientais, químicos, nucleares e econômicos, desafiando a preservação do meio ambiente para as presentes e futuras gerações. Nesse sentido, a pesquisa visa explorar a relação entre o consumo consciente, o dever fundamental de proteção ao meio ambiente e o desenvolvimento sustentável, considerando a Constituição Federal de 1988 como referência central. Diante dos desafios ambientais e sociais decorrentes do modelo de consumo atual, a pesquisa se propõe a analisar as práticas de consumo consciente como forma de proteção do meio ambiente e efetivação do desenvolvimento sustentável. Para isso, serão abordados temas como a sociedade de consumo, obsolescência, dever fundamental de proteção ao meio ambiente, políticas públicas de consumo consciente e a relação entre consumo, sustentabilidade e cidadania. A metodologia empregada será uma revisão bibliográfica com abordagens dialética e analítica, buscando compreender tanto os aspectos dinâmicos quanto os elementos estáticos relacionados ao tema. A pesquisa se justifica pela relevância social e ambiental do tema, destacando a importância da promoção de práticas de consumo mais sustentáveis e responsáveis em face dos desafios ambientais globais. Diante das incertezas geradas pelo intenso desenvolvimento industrial e consumo desenfreado, torna-se necessário investigar como o consumo consciente pode contribuir para a efetividade do dever de proteção ao meio ambiente e para o alcance do desenvolvimento sustentável. A pesquisa visa contribuir para uma maior compreensão dos desafios e oportunidades relacionados ao consumo consciente, fornecendo subsídios para a formulação de políticas públicas e práticas sociais mais sustentáveis.

Palavras-chave: Sociedade de consumo. Direito e dever ambiental. Consumo consciente. Meio ambiente. Desenvolvimento Sustentável.

ABSTRACT

The proposed study has as its context the growing concern about the impacts of unrestrained consumption on the environment, exacerbated by the scientific and technological advances that characterize the consumer society. This scenario generated global threats, such as environmental, chemical, nuclear and economic risks, challenging the preservation of the environment for present and future generations. In this sense, the research aims to explore the relationship between conscious consumption, the fundamental duty to protect the environment and sustainable development, considering the 1988 Federal Constitution as a central reference. Faced with the environmental and social challenges arising from the current consumption model, the research aims to analyze conscious consumption practices as a way of protecting the environment and implementing sustainable development. To this end, topics such as consumer society, obsolescence, the fundamental duty to protect the environment, public policies for conscious consumption and the relationship between consumption, sustainability and citizenship will be addressed. The methodology used will be a bibliographical review with dialectical and analytical approaches, seeking to understand both the dynamic aspects and the static elements related to the topic. The research is justified by the social and environmental relevance of the topic, highlighting the importance of promoting more sustainable and responsible consumption practices in the face of global environmental challenges. Faced with the uncertainties generated by intense industrial development and unrestrained consumption, it is necessary to investigate how conscious consumption can contribute to the effectiveness of the duty to protect the environment and to the achievement of sustainable development. The research aims to contribute to a greater understanding of the challenges and opportunities related to conscious consumption, providing support for the formulation of more sustainable public policies and social practices.

Keywords: Consumer society. Environmental law and duty. Conscious consumption. Environment. Sustainable development.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CC - Código Civil

CDC/ONU - Comissão de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas

CF - Constituição Federal

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. CONSUMO CONSCIENTE EM UMA SOCIEDADE DE CONSUMO	16
2.1 CONTORNOS DE UMA SOCIEDADE DE CONSUMO E CULTURA CONSUMISTA	16
2.2 OBSOLESCÊNCIA E O CONSUMO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES	29
2.3 A SOCIEDADE DE CONSUMIDORES COMO PROPULSORA DA DEGRADAÇÃO AMBIENTAL.....	33
2.4 DO CONSUMO SUSTENTÁVEL	43
3. O DEVER FUNDAMENTAL DE PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE.....	50
3.1 REFLEXÕES TEÓRICAS DO DEVER FUNDAMENTAL	50
3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DEVER DE PROTEÇÃO AMBIENTAL.....	53
3.3 PROTEÇÃO AMBIENTAL COMO DEVER FUNDAMENTAL.....	60
3.3.1 Prevenção e prevenção ambiental	67
3.3.2 A coletividade, o indivíduo e o Estado.....	70
3.3.3 O papel do indivíduo/consumidor na consolidação da proteção ambiental	73
3.4 POLÍTICAS PÚBLICAS DE CONSUMO CONSCIENTE PARA EFETIVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	79
4. A PRÁTICA DO CONSUMO CONSCIENTE E O DEVER FUNDAMENTAL AO MEIO AMBIENTE	85
4.1 CONSUMO E SUSTENTABILIDADE	86
4.2 O CONSUMO CONSCIENTE	89
CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
REFERÊNCIAS	110

1. INTRODUÇÃO

O avanço científico e tecnológico, firmado com a Revolução Industrial, constituiu decisivamente o sistema capitalista, originando o consumo de massa e, por conseguinte, provocou o aumento da pressão exercida sobre o meio ambiente, buscando atender a demanda exacerbada. Desde as últimas décadas, a humanidade vive um consumo intenso e excessivo de bens e serviços. Desta forma, o consumo tornou-se um problema global¹.

A sociedade de consumo originou as ameaças globais, como os riscos ecológicos, químicos, nucleares, genéticos e econômicos, que atingem várias nações e classes sociais, sem distinção².

Assim, destaca-se que a efetiva defesa e preservação de um meio ambiente ecologicamente equilibrado para as presentes e futuras gerações, estão vinculadas, portanto, à concretização das normas constitucionais. Pois, dentre as várias normas que regem o direito ambiental, muitas estão determinadas na Constituição Federal de 1988 – dentre elas, a norma que estabelece o direito fundamental ao meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado. Neste contexto, a Constituição é o eixo central de todo o ordenamento, e os preceitos constitucionais devem guiar – e se sobrepor a – todas as outras normas^{3 4}.

Diante das normas ambientais, a sociedade deveria estar efetivamente comprometida com a busca da sustentabilidade, porém embora haja significativos avanços normativos no sentido de se atribuir ao meio ambiente a condição de direito fundamental, estes não foram capazes, por si só, de assegurar a diminuição dos impactos ocasionados pelo homem à natureza. A ressignificação da sociedade de consumo, assim denominada por diversos autores, ampliou ainda mais as possibilidades de colocar em risco o ambiente, tornando ainda mais difícil a consecução do dever fundamental ao meio ambiente.

Frente o conceito de dever fundamental de proteção ambiental diante da Constituição de 1988 e do Desenvolvimento Sustentável, e verificadas tantas incertezas fabricadas pelo intenso e descomedido desenvolvimento industrial da era contemporânea, é necessária a

¹ BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. 2. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

² BECK, U. **La sociedad del riesgo global**. Trad. de Jesús Alborés Rey. Madrid: Siglo XXI de España, 2002.

³ BOSSELMANN, K. **O princípio da sustentabilidade: transformando direito e governança**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

⁴ CANOTILHO, J. J. G.; LEITE, J. R. M. **Direito Constitucional Ambiental Brasileiro**. (org). 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

construção de uma sociedade reflexiva, o que exige a ação ativa dos consumidores em escala global⁵.

Isto porque, para que se alcance uma qualidade de vida sadia, é essencial que a sociedade cumpra, eficazmente, o desenvolvimento sustentável e o consumo consciente. Neste panorama, é notório que todos devem operar em favor da preservação do meio ambiente, o que atribui a atuação tanto do Poder Público, quanto da sociedade civil, como determina o art. 225 da Constituição da República Federativa do Brasil.

Assim, a delimitação desta dissertação está relacionada as práticas de consumo consciente ambiental como forma de proteção do dever fundamental ao meio ambiente previsto no artigo 225 da Constituição Federal CF/88 e efetivação do desenvolvimento sustentável.

Neste sentido, a pesquisa realizada enquadra-se na linha de pesquisa Direito Ambiental, Políticas Públicas e Desenvolvimento Socioeconômico, eis que visa estudar e analisar a legislação que promove a proteção da natureza e do meio ambiente, e também o que se caracteriza como uma sociedade de consumo, ao tempo em que também incentiva políticas públicas ambientais no âmbito brasileiro, para assim verificar de que forma o consumo consciente é capaz de efetivar esse dever. Pois, descobrindo a forma de atuação consequentemente é possível dar publicidade a estas práticas sociais, se são de fato práticas, se estão na ordem social e também às políticas públicas sociais como mecanismo de proteção ambiental.

O direito ambiental desempenha um papel fundamental na regulação e proteção das questões relacionadas ao consumo. Sua amplitude abrange uma variedade de temas que estão intrinsecamente ligados às práticas de consumo e seus impactos no meio ambiente. Uma das áreas em que o direito ambiental atua é na regulamentação das atividades industriais e comerciais que podem resultar em danos ambientais, como poluição do ar, água e solo. Isso inclui a imposição de normas e padrões de emissão, descarte de resíduos e utilização de recursos naturais, visando mitigar os impactos negativos dessas atividades.

O direito ambiental também aborda questões relacionadas à responsabilidade ambiental das empresas e dos consumidores. Isso envolve a imposição de obrigações legais para prevenir, remediar e compensar danos ambientais causados por produtos ou práticas de

⁵ RECH, A. U.; Direito ambiental, políticas públicas e desenvolvimento socioeconômico: instrumentos jurídicos de tutela do meio ambiente. In: RECH, A. U.; MARIN, J.; AUGUSTIN, S. (Orgs.). **Direito Ambiental e Sociedade**. Caxias do Sul: Educs, 2015.

consumo. Por exemplo, as legislações podem exigir que as empresas adotem práticas sustentáveis em sua cadeia de suprimentos, reduzam o uso de materiais não renováveis e implementem políticas de reciclagem e reutilização.

Outro aspecto importante é a proteção dos direitos dos consumidores em relação à informação e transparência sobre os impactos ambientais dos produtos e serviços que consomem. Isso inclui o direito à rotulagem ambiental, que permite aos consumidores fazer escolhas informadas com base no desempenho ambiental dos produtos. Além disso, o direito ambiental também pode abordar questões como publicidade enganosa ou greenwashing, garantindo que as empresas não façam alegações falsas ou exageradas sobre a sustentabilidade de seus produtos. Em suma, a amplitude do direito ambiental permite que ele desempenhe um papel crucial na regulação e promoção de práticas de consumo mais sustentáveis e responsáveis.

Uma vez que o sujeito, em sua condição de cidadão, tornou-se não somente destinatário desse direito, mas também sujeito ativo do dever fundamental de resguardar a natureza, partindo daí a importância de se discutir práticas que conduzam ao consumo consciente.

Portanto, a relevância social deste estudo está em enfatizar que a preservação dos recursos naturais e da própria vida na Terra depende, cada vez mais, do respeito dos seres humanos aos limites do planeta. Pois, com o ligeiro desenvolvimento econômico nas últimas décadas, é inevitável que o consumo crescente de água, energia e alimentos tenham um impacto na natureza. Porém, esses efeitos podem ser substancialmente reduzidos se práticas sustentáveis, de simples execução, forem seguidas por todos, demonstrando-se assim a necessidade de estudos que abordem estas questões para a sociedade.

Sabendo-se que não é possível o aumento perpétuo da produção material/energética, exigindo o fim do crescimento econômico em algum momento para que a capacidade de suporte do planeta não seja ultrapassada, este estudo tem sua relevância acadêmica por propor debates sobre o dever de proteção ao meio ambiente, para chegarmos ao desenvolvimento sustentável. Pois, apesar dos esforços de alguns pesquisadores em buscar mecanismos de colocar o consumo sustentável em prática, continua uma lacuna entre os conhecimentos disponíveis e as ações reais que deverão ser direcionadas para atingi-lo em contextos específicos, sendo este um dos motivadores para o desenvolvimento deste estudo. Neste sentido, a partir dessas premissas, pesquisas que discutem a questão central para a economia

direcionada ao meio ambiente são importantes por chamar a atenção na busca de meios fazer para que a economia funcione considerando a existência dos limites do planeta.

Neste panorama, a realização de estudos sobre as funções de promoção do consumo sustentável que sejam apropriados ao contexto brasileiro adotam grande relevância. Por isso, esta dissertação tem caráter de ineditismo ao dar suporte no desenvolvimento de conhecimentos sobre as estratégias e os instrumentos que sejam capazes promover o consumo sustentável no contexto brasileiro, como mecanismo de proteção do dever fundamental ao meio ambiente. Partindo-se da necessidade de encontrar proposições que buscam ligar consumo e meio ambiente de maneira mais pragmática e oferecer alternativas para identificar pontos de partida plausíveis e direções para ações futuras. Daí a importância de analisar os papéis que devem ser cumpridos pelos governos, empresas e sociedade civil para promover o consumo sustentável.

Quanto à viabilidade, o pretense trabalho é viável de ser realizado, pois, além de ser um assunto válido e interessante, é possível pesquisá-lo com os recursos a que se tem acesso, especificamente quanto a recursos humanos, materiais e disponibilidade de tempo. Logo, o estudo sobre a consumo consciente ambiental como mecanismo de proteção do dever fundamental ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável é de extrema importância para as demais gerações futuras, além da efetivação das normas constitucionais e infraconstitucionais no Brasil, que foi escolhido para reproduzir a evolução no reconhecimento dos deveres de proteção de todas as formas de vida no meio ambiente.

Diante das destruições que alguns setores industriais e a própria sociedade causam ao desenvolver suas atividades de maneira irracional, o problema geral de pesquisa desta dissertação consiste em saber: De que forma o consumo consciente e práticas ambientais podem contribuir para a efetividade do dever de proteção ao meio ambiente previsto no artigo 225 da CF/88 e do desenvolvimento sustentável?

Como problemas específicos, busca-se responder:

a) Qual a definição de sociedade de consumo frente a cultura consumista com viés ambientalista/ecologista?

b) Quais as práticas de proteção do dever fundamental ambiental baseadas na Constituição Federal de 1988 e como as políticas públicas ambientais podem incentivar práticas de desenvolvimento sustentável?

c) De que forma se pode publicizar à sociedade maneiras de densificação da prática de consumo consciente ambiental, que contribuem para o desenvolvimento sustentável, a partir de da educação ambiental e sua aplicabilidade?

As possíveis respostas ao problema, são:

a) Na sociedade de consumo, “tudo (ou quase tudo) é descartável” e as tendências e modas vêm e vão com velocidade assustadora, em que todos os objetos de desejo se tornam obsoletos, antes que tenhamos tempo de usufruí-los. Vive-se a era do descartável, que é definida como uma das principais razões da denominada sociedade do desperdício;

b) A omissão administrativa no desenvolvimento e execução de políticas públicas na seara ambiental deve ser arduamente combatida não apenas pelo Ministério Público, mas por toda a sociedade, com o intuito de impedir que a inércia estatal viole os cânones constitucionais. Contudo, o fato de a administração do direito fundamental ao meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado ficar sob a custódia do Poder Público não retira o dever da sociedade de operar na conservação e preservação do direito do qual é titula;

c) O consumo consciente e a preservação do meio ambiente dependem de uma consciência ecológica, e a constituição desta consciência depende da educação, sobretudo, da educação ambiental, pois a partir dela que se alcança a mudança de comportamento das pessoas, sendo o mais eficaz meio preventivo de proteção do meio ambiente.

Desta forma, vê-se como objetivo geral: contextualizar e apresentar as contribuições que a prática (e se cabe ou não) do consumo consciente pode oferecer para a implementação do dever fundamental do meio ambiente.

Como objetivos específicos, no primeiro capítulo denominado “Consumo consciente em uma sociedade de consumo”, os pontos analisados são: Contornos de uma sociedade de consumo e cultura consumista, Obsolescência e o consumo, A sociedade de consumidores como propulsora da degradação ambiental e Do consumo consciente, onde busca-se entender a definição de sociedade de consumo com viés ambientalista/ecologista. Em seguida, no segundo capítulo a respeito de “O dever fundamental de proteção ao meio ambiente”, os pontos analisados são: Evolução histórica do dever de proteção ambiental, A proteção ambiental como dever fundamental e Políticas públicas de consumo consciente para efetivação do desenvolvimento sustentável, em que se busca apresentar as práticas de proteção do dever fundamental ambiental baseadas na Constituição Federal de 1988, e ainda

expor um estudo de políticas públicas ambientais como práticas de desenvolvimento sustentável.

E por fim, no terceiro capítulo denominado “A prática do consumo consciente e o dever fundamental ao meio ambiente”, os pontos analisados são: Consumo e sustentabilidade, O consumo consciente, e As contribuições da educação ambiental para compreensão do dever fundamental de proteção ambiental, em que se pretende publicizar à sociedade formas de densificação da prática de consumo consciente ambiental, que contribuem para o desenvolvimento sustentável, mencionando premissas referentes a educação ambiental e sua aplicabilidade.

Para alcançar o objetivo desta dissertação, o estudo foi estruturado em três capítulos principais:

a) Consumo consciente em uma sociedade de consumo: é destacada a atuação do homem como propulsor da degradação ambiental gerada pelo consumo descontrolado de bens materiais, uso de energia e de matérias-primas naturais, sobrecarregando a natureza em sua capacidade de renovação de seus recursos, causando o prejuízo ambiental, a partir do consumo desenfreado, e da relação obsolescência e consumo;

b) O dever fundamental de proteção ao meio ambiente: é exposta uma abordagem que situa esta proteção a um dever fundamental, esclarecendo a função do Ministério Público na consolidação da proteção ambiental;

c) A prática do consumo consciente e o dever fundamental ao meio ambiente: é demonstrado que o alto padrão de consumo é um dos principais elementos causadores do atual estágio de degradação ambiental, mas que há alternativas para a reversão deste quadro, vez que meio ambiente, consumo e cidadania mostram-se intimamente interligados, e a proteção do meio ambiente não depende apenas da existência de normas protetivas, mas do comprometimento e da participação de toda a sociedade.

Em relação ao alcance dos objetivos, delineia-se como pesquisa bibliográfica e documental desenvolvida com base nas produções de livros e artigos científicos agregadores do arcabouço teórico-metodológico definido, além da legislação pertinente e documentos específicos, bem como visitas às comunidades dos povos envolvidos para aprofundar o contato com os atores principais do objeto estudo desta dissertação.

Considerando os limites deste estudo, trata-se de uma pesquisa qualitativa, em que os métodos empregados são: Dialético e Analítico. Dialético, pois o objeto de estudo desta dissertação deve inserir-se na dinâmica histórica, cultural e social da sociedade

contemporânea; e analítico, pois estuda o objeto estático, como as legislações, normativas e jurisprudências. Quanto às técnicas e instrumento de recursos, trata-se de um estudo bibliográfico de natureza exploratória, a fim de levantar fontes relacionadas ao conteúdo em questão, que abordem o dever fundamental do meio ambiente, frente ao consumo descontrolado da sociedade. No tocante ao marco teórico, a dissertação interage com as correntes teóricas de Bauman (2008, 2010), Baudrillard (2010), Bosselmann (2015), Canclini (2015), Carqui (2015), Solomon (2016), Sirvinskas (2015) e Pereira e Calgaro (2015).

Ao realizar uma revisão bibliográfica com abordagens dialética e analítica, o pesquisador busca explorar tanto os aspectos dinâmicos e contextuais quanto os elementos estáticos e normativos relacionados ao tema de estudo. A abordagem dialética permite uma análise das interações e contradições presentes na dinâmica histórica, cultural e social da sociedade contemporânea, reconhecendo a complexidade e as mudanças ao longo do tempo. Isso inclui considerar como o tema em questão é influenciado por diferentes contextos históricos, culturais e sociais, e como esses fatores moldam suas interpretações e aplicabilidade.

Por outro lado, a abordagem analítica visa examinar de forma mais detalhada os elementos estáticos, como legislações, normativas e jurisprudências, que são fundamentais para compreender o arcabouço legal e regulatório relacionado ao tema. Isso envolve uma análise crítica das leis e regulamentos existentes, identificando lacunas, inconsistências e tendências ao longo do tempo. Ao combinar essas duas abordagens, o pesquisador pode obter uma compreensão mais abrangente e aprofundada do tema, integrando aspectos dinâmicos e estáticos para uma análise mais completa e informada.

A interseção entre a abordagem analítica, voltada para a análise detalhada de elementos estáticos como legislações e normativas, e a abordagem dinâmica, que explora aspectos mais fluidos e mutáveis do tema, revela-se fundamental para a pesquisa socioambientalista e de consumo. No contexto do socioambientalismo, compreender as leis e regulamentos relacionados ao tema é essencial para avaliar o panorama legal e identificar oportunidades e desafios para a promoção da sustentabilidade. Ao mesmo tempo, a análise dos aspectos dinâmicos, como as tendências de consumo e os padrões de comportamento dos indivíduos em relação ao meio ambiente, permite uma compreensão mais holística das questões socioambientais contemporâneas. Dessa forma, a combinação dessas abordagens oferece uma perspectiva ampla e aprofundada, capaz de informar estratégias eficazes de

intervenção e políticas públicas voltadas para a promoção do socioambientalismo e do consumo sustentável.

2. CONSUMO CONSCIENTE EM UMA SOCIEDADE DE CONSUMO

Na sociedade em que vivemos, o ato do consumo é algo quase inato para todos. Os consumidores, ao encontrarem novas mercadorias, ainda que o seu atual produto o atenda, acabam escolhendo pelo novo, já que é a tendência da vez. Numerosos fatores cooperam para esta atitude, desde propagandas que estimulam o consumo, e o fato de “estar na moda” na sociedade contemporânea, porque quando não nos ajustamos ao produto da vez, somos nomeados de ultrapassados.

A constante busca por novidades, mesmo quando o produto atual atende às necessidades, ilustra a influência da cultura do consumo e da pressão social para se manter atualizado e relevante. A menção às propagandas e à moda como fatores que impulsionam esse comportamento evidencia a influência dos meios de comunicação e das tendências sociais na formação das escolhas de consumo. Além disso, a preocupação em evitar ser considerado ultrapassado ressalta a importância atribuída à aceitação e à imagem social na decisão de compra. Em suma, esse comentário destaca a complexidade e a multidimensionalidade dos fatores que moldam o comportamento de consumo na sociedade contemporânea.

2.1 CONTORNOS DE UMA SOCIEDADE DE CONSUMO E CULTURA CONSUMISTA

O termo “sociedade de consumo” de acordo com Lipovetsky⁶, apareceu entre os anos 1920 e popularizou-se entre os anos 1950 e 60. Segundo o autor, este demarca a era contemporânea do capitalismo em que o crescimento da economia e a geração do lucro encontra-se sobretudo na elevação da atividade comercial e, conseqüentemente, no consumo. A sociedade de consumidores representa um modo de vida inteiramente consumista e abandona todas as outras preferências.

Conforme Bauman⁷, a sociedade de consumo representa o tipo que causa, anima ou avigora a opção de um modo de vida e uma estratégia existencial consumista, e que, portanto, abdica de todas as alternativas culturais. Trata-se de uma sociedade em que se afeiçoar aos princípios da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os objetivos e escopos

⁶ LIPOVESTKY, G. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia da Letras, 2010.

⁷ BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 71.

práticos, a única opção consentida de modo incondicional, ou ainda uma alternativa viável e, assim, plausível – uma espécie de afiliação.

Diz respeito a um movimento da modernidade acomodada pelo realce do consumo que demarca a entrada ao consumismo como típico da sociedade contemporânea, ou seja, uma sociedade que foca na aquisição excessiva^{7,8}.

Bauman⁷ cita que nesta sociedade, o ter importa mais do que o ser. Roupas, aparatos tecnológicos e grandes perfis nas redes sociais são a definição do consumidor na sociedade contemporânea – essa é a sociedade de consumidores. No conforto rápido, propiciado pela aquisição de produtos e pela indústria do entretenimento, procura-se, desesperadamente, uma pequena parcela de felicidade⁹.

Bauman¹⁰ destaca o medo do desajuste nessa sociedade, em que o ser humano não se adequa a ela, já que os sujeitos buscam produtos para se tornarem notáveis, para que sejam desejados pelo mercado.

O autor Bauman¹¹ confirma: “o medo de não conseguir conformar-se foi posto de lado pelo medo da inadequação, mas nem por isso se tornou menos apavorante”. Assim fica claro o quão as pessoas precisam para compor o meio.

E neste sentido, o mercado tira proveito desta alienação dos consumidores, já que para o capitalismo existir, é preciso a produção e o consumo de mercadorias, e para isso permanecer, é necessário a compra de itens que antes eram vistos como desnecessários, havendo assim, um fetiche de produtos.

Karl Marx¹² conceitua “fetichismo de produtos” como o caráter que as mercadorias têm, no capitalismo, de esconder as relações sociais de exploração do trabalho, que por consequência, dissemina-se por toda a sociedade.

Bauman cita que:

O fetichismo da subjetividade, tal como, antes dele, o fetichismo da mercadoria, baseia-se numa mentira, e assim é pela mesma razão de seu predecessor [...]. Ambas as variações tropeçam e caem diante do mesmo obstáculo: a teimosia do sujeito humano, que resiste bravamente às repetidas tentativas de objetificá-lo¹³.

⁸ GIDDENS, A. **Mundo em Descontrole**. Trad. Maria Luísa Borges. São Paulo: Ed. Record, 2000.

⁹ COLOMBO, L. O. R.; FAVOTO, T. B.; CARMO, S. N. A evolução da sociedade de consumo. **Akrópolis**, Umarama, v. 16, n. 3, p. 143-149, jul./set. 2008.

¹⁰ BAUMAN, 2008, op. cit.

¹¹ BAUMAN, 2008, op. cit., p. 79.

¹² MARX, K. **O Capital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

¹³ BAUMAN, 2008, op. cit., p. 30.

Nota-se que o mercado se apega nessa ideia do falso valor de uso vista nas publicidades com termos em que associa a mercadoria para além da sua real imputação¹⁴. Assim, o consumidor é direcionado a comprar estes produtos, que muitas vezes nem precisa.

Bauman¹⁵ afirma que “o consumo é uma atividade um tanto solitária (talvez até o arquétipo da solidão), mesmo quando, por acaso, é realizado na companhia de alguém”. Sendo que um dos principais predicados de uma sociedade do consumo é a ação enérgica nos mercados de consumo por parte dos seus membros. O sentimento que está, nesse panorama, pode ser explicado como: Se eu não consumir, não me adequo e sou excluído da comunidade.

Se refletirmos sobre a nossa ação quando adquirimos algo, possivelmente vamos notar que estamos em busca dos nossos desejos e necessidades. Que estamos buscando a felicidade – uma falsa felicidade.

É impraticável a separação entre capitalismo e consumo, já que os dois estão arrançados com o intuito de alcance de lucro. Para que aconteça um aditamento do consumo, o mercado fundamenta-se em vários artifícios: marketing, promoções, propagandas; para que se tenha uma elevação de consumo, de forma que as pessoas comprem logo, conferindo a eles uma impressão de falsa felicidade^{16,17}.

Para Bauman¹⁸ consumo não é um sinônimo de felicidade, tampouco uma ação que promove um contentamento pleno. De tal modo, a sociedade de consumo nos direciona a um ciclo vicioso de compras. Lipovetsky¹⁹ cita que a felicidade não se compra. Ele afirma que vivemos em uma sociedade do desapontamento; atualmente, atormentamo-nos por não realizar nossos desejos, e não entendemos o motivo da infelicidade.

Neste sentido, segundo Debord²⁰: “o consumidor real torna-se um consumidor de ilusões. A mercadoria é esta ilusão efetivamente real, e o espetáculo a sua manifestação geral”, e neste processo a publicidade e o marketing tem função essencial. Assim, a propaganda, disseminada por todos os meios de comunicação, internet e televisão, nos faz crer na promessa de satisfação mediante consumo, mas que na verdade tem por base a contínua insatisfação dos desejos^{21,22}.

¹⁴ BAUDRILLARD, J. **Significação da Publicidade**. in LIMA, Luiz Costa (org.), Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

¹⁵ BAUMAN, 2008, op. cit., p. 101.

¹⁶ KOTLER, P. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

¹⁷ MATOS, D. C. Felicidade e sentido de vida na sociedade de consumo. **Revista Logos & Existência: revista da associação brasileira de logoterapia e análise existencial**, v. 1, n. 1, p. 72-78, 2012.

¹⁸ BAUMAN, 2008, op. cit.

¹⁹ LIPOVESTKY, 2010, op. cit.

²⁰ DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 36.

²¹ BAUMAN, 2008, op. cit.

Bauman²³ esclarece que a vida útil dos produtos que consumimos está reduzindo cada dia mais. Com este pensamento, Baudrillard^{24,25} enfatiza a definição de obsolescência como sendo um intenso movimento da nossa sociedade, em que a mídia e a publicidade beneficiam a diminuição da vida útil do produto.

Contudo, sabe-se que a velocidade com que um objeto sai de moda também estimula esse processo. Assim, a publicidade desenvolve o prodígio de um orçamento considerável gasto com apenas uma finalidade, não de adicionar, mas de retirar o valor de uso dos objetos, de reduzir o seu valor/tempo, submetendo-se ao valor/moda e à renovação rápida.

Neste panorama, tudo é feito no intuito de atrair o consumidor. As imagens preenchem um papel extraordinário, sendo firmemente conduzidas pela mídia publicitária, elevando assim o nosso contato com a abundância de novidades existentes.

Marx²⁶ afirma que na sociedade de consumidores da era industrial, o consumidor não era o mais importante da comunidade, mas sim o produtor, pois era este que concentrava o mercado. Enquanto na sociedade de consumidores da atualidade, o consumidor passa a ser o grande protagonista que tem como espaços os “shoppings”, os restaurantes, os shows, os jogos de futebol, as festas, enfim, qualquer lugar que abrigue o chamado consumidor nato, sem importar idade, sexo e cor²⁷. O que contribui, segundo Harvey²⁸ para a disseminação territorial de consumo, enfim, intensificam os fluxos de modo geral e favorecem absolutamente a terciarização da economia.

Bauman²⁹ cita que, enquanto a sociedade dos nossos precursores era uma sociedade de fabricantes, a nossa é de consumidores. O período moderno engajava seus componentes como produtores e soldados, sendo moldados desta forma.

A norma que aquela sociedade constituía para seus membros era a de que tivessem capacidade e desejo de cumprir essas duas funções, mas como se sabe, isso mudou.

Para Bauman³⁰, a forma como a sociedade contemporânea ajusta seus componentes é definida pelo dever de exercer o papel de consumidor.

²² BAUDRILLARD, 1978, op. cit.

²³ BAUMAN, 2008, op. cit.

²⁴ BAUDRILLARD, 2010, op. cit.

²⁵ BAUDRILLARD, 1978, op. cit.

²⁶ MARX, 2006, op. cit.

²⁷ FREITAS, R. **Comunicação e espaços urbanos de consumo**: o imaginário dos shoppings centers. In: Olhares Urbanos. Estudos sobre a metrópole comunicacional. São Paulo: Summus editorial, 2011.

²⁸ HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

²⁹ BAUMAN, Z. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

³⁰ BAUMAN, 1999, op. cit.

O autor quer dizer que a nossa sociedade opera a partir de um preceito que leva em consideração a importância da capacidade e anseio de seus componentes serem bons consumidores. Consequentemente, nas duas sociedades sempre existiu a produção de bens de consumo.

Por conta disso, Bauman³¹ afirma que: “a diferença entre os dois estágios da modernidade é ‘apenas’ de ênfase e prioridades, mas essa mudança de ênfase faz uma enorme diferença em praticamente todos os aspectos da sociedade, da cultura e da vida individual”.

A sociedade de produtores estimava qualidade de vida para todos, onde a alacridade e o contentamento tinham como razão de ser valores classificados como eternos. Já a sociedade líquido-moderna (da atualidade) recusa aquela maneira de valorização e atribui importância ao ato de consumir, isto principalmente para atender sua própria vontade e “ego”³².

Nota-se, portanto, que houve duas fases da sociedade, a sociedade de produtores que foi aquela na qual se priorizavam valores de segurança, rotina e durabilidade, e a atual sociedade de consumidores que valoriza os desejos dos consumidores e os seus anseios materiais, ao passo que satisfazendo-os obtêm-se a felicidade plena.

Acredita-se que as diferenças são tão intensas que abonam falar da nossa sociedade como um tipo diferenciado, em que no passado, perguntavam-se se o homem trabalhava para viver ou vivia para trabalhar.

As ideias mudaram tanto que, ainda conforme Bauman: “o dilema sobre o qual se cogita hoje em dia é se é necessário consumir para viver ou se o homem vive para poder consumir”³³.

Desta forma, o autor quer dizer que o consumidor em uma sociedade de consumo é inteiramente dessemelhante dos consumidores em quaisquer outras sociedades. Pois, em uma sociedade de consumo, nada deve ser abrangido intensamente por um consumidor, nada deve determinar um acordo ‘até que a morte nos separe’³⁴. Assim, nenhuma necessidade pode ser notada como absolutamente satisfeita e nenhum desejo como o último:

O que realmente conta é apenas a volatilidade, a temporalidade interna de todos os compromissos; isso conta mais do que o próprio compromisso, que de qualquer forma não se permite ultrapassar o tempo necessário para o consumo do objeto do desejo, ou melhor, o tempo suficiente para desaparecer a conveniência do objeto³⁵.

³¹ BAUMAN, 1999, op. cit., p. 88.

³² CANCLINI, N. G. **O consumo serve para pensar**. In: _____ Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. 8 ed., 2 reimpr., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015b.

³³ BAUMAN, 1999, op. cit., p. 89.

³⁴ MILLER, D. **Teoria das Compras**. São Paulo: Nobel, 2002.

³⁵ BAUMAN, 1999, op. cit., p. 90.

Sabe-se que para os consumidores da sociedade contemporânea, importa a sensação do novo, enquanto o que se ambiciona ainda é sonho de consumo.

Bauman³⁶ esclarece que a vontade do novo é mais intensa do que o contentamento de se ter o que se aspirava.

Nota-se que é comum o sujeito ser movido pela necessidade de possuir algo, isso é mais forte do que verdadeiramente ter aquilo que se anseia. Verifica-se que a relação entre necessidade e satisfação é revertida, no sentido de a promessa de contentamento do desejo ser mais forte do que a necessidade efetiva de apontado objeto. Quando os bens de consumo são alcançados, provocam um contentamento imediato, contudo, logo aparece o constrangimento e o cobiça por outra novidade.

De tal modo, para o Bauman³⁷, o consumidor que não se nivela às mercadorias vendíveis, não contempla a sociedade de consumidores, pois o homem, ao consumir, aspira, não somente atender seus desejos e vontades, mas ainda sua comodificação ou recomodificação. Prova disso é o termo “crédito” que acomete a sociedade contemporânea^{38,39}.

Percebe-se que “viver a crédito” e em dívida é essencial à própria circunstância de consumidor. Portanto, o consumismo ajusta-se perfeitamente nesse contexto líquido, no qual a indução à compra de mercadorias e a facilidade para o crédito financeiro compõem estratégias para aproximar uma grande massa de consumidores.

Desta forma, Lipovestky⁴⁰ afirma que o crédito ao consumo é um item condicionante da sociedade contemporânea, muitas das vezes, induzindo o consumidor ao superendividamento. Bauman⁴¹ ainda acrescenta que dentre os reflexos da sociedade de consumo o consumidor deve se encontrar em uma posição de supressão social, ou ainda superendividado.

Martins e Viegas⁴² afirmam que o consumidor superendividado é avaliado como um “consumidor falho”, desviado da sociedade de consumidores, e o superendividamento é uma decorrência da sociedade de consumo moderna.

³⁶ BAUMAN, 2008, op. cit.

³⁷ BAUMAN, 2008, op. cit.

³⁸ BAUDRILLARD, 2010, op. cit.

³⁹ BAUMAN, 2008, op. cit.

⁴⁰ LIPOVESTKY, 2010, op. cit.

⁴¹ BAUMAN, 2008, op. cit.

⁴² MARTINS, T. L. G.; VIEGAS, T. E. de S. **Sociedade de consumo e superendividamento**: uma discussão sobre a proposta de alteração do código de defesa do Consumidor, 2013.

Segundo Canclini⁴³, o consumidor que alcança o estado de superendividamento transforma-se em consumidor falho, já que perde o poder de consumo, originando uma exclusão social na própria sociedade em que vive.

Jean Baudrillard⁴⁴ também investiga as singularidades culturais que são vistas na sociedade. Para ele, o consumidor da atualidade não é exclusivamente aquele que consome com a finalidade de abastecer suas necessidades básicas, mas é aquele que contrai produtos e mercadorias de todos os tipos de forma extrapolada.

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, o significado de consumidor é qualquer pessoa física ou jurídica que compra ou usa mercadoria ou serviço como sendo o destinatário final⁴⁵. O consumo consubstancia-se assim no fato de que quando o consumidor compra, adquire algum produto, e isto atende suas necessidades básicas⁴⁶.

Conforme Bauman: “[...] consumir é atividade inerente à humanidade, conduta atemporal e pré-requisito de subsistência humana[...]”. Já o consumismo é um tipo de disposição social que resulta da reciclagem de anseios e aspirações humanas rotineiras⁴⁷.

Para Oliveira⁴⁸, o consumismo é distinto do consumo, já que o consumidor não precisa do produto que adquire, porém o compra para contentar sua aspiração, mesmo que, muitas das vezes, tais produtos sejam totalmente desnecessários. O autor menciona ainda que o consumidor patológico não necessita do produto que contrai, não obstante o compra para atender sua vontade, mesmo, não consolidando uma necessidade real.

Canclini⁴⁹ afirma que na atualidade, acontece uma ressignificação social do consumo, ou seja, o consumo excede a significação de aquisição de bens e serviços de utilização pessoal, degenerando-se e transformando-se em “consumismo”.

Ou seja, nota-se que o fato de as pessoas apreciarem as novidades faz elevar a oferta de produtos, elevando, desta forma, a quantidade de lançamentos divulgados para os consumidores. Verifica-se que as transformações constantes nas tecnologias de produção, no

⁴³ CANCLINI, N. C. **Consumidores do século XXI, cidadão do século XVIII**. In: _____ **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8 ed., 2 reimpr., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015a.

⁴⁴ BAUDRILLARD, J. **Para uma crítica da economia política do signo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995b.

⁴⁵ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. 1990.

⁴⁶ OLIVEIRA, C. **Consumo e Consumismo: Saiba qual é a diferença e o que fazer para não cair nessa armadilha**, 2017.

⁴⁷ BAUMAN, 1999, p. 77, op. cit.

⁴⁸ OLIVEIRA, 2017, op. cit.

⁴⁹ CANCLINI, 2015a, op. cit.

design dos objetos, nas comunicações entre as sociedades provocam grandes expectativas e expandem os desejos dos sujeitos por produtos novos.

Por conseguinte, o descontentamento pelo que não se pode ter fica mais manifesto e a descartabilidade das mercadorias aumenta. Percebe-se assim o descontentamento contemporâneo em meio a tantas novidades e a velocidade com que os produtos ficam desatualizados. Nota-se que, atualmente, a insatisfação com o que se possui é um tema muito discutido.

Há duas maneiras de interpretar o descontentamento contemporâneo provocado pela globalização. Alguns autores pós-modernos se concentram nos setores em que o problema não é tanto a falta, mas o fato de o que possuem tornar-se a cada instante obsoleto ou fugaz⁵⁰.

Logo, uma das razões do desgosto moderno pode estar relacionada ao fato das coisas serem passageiras, ou seja, possuírem uma durabilidade muito curta. Assim, tem-se a “cultura do efêmero”, um movimento de valorização do novo e da busca intensa da troca dos produtos que se desatualizam ligeiramente. Destaca-se que assim como a cultura do efêmero foi composta fundamentada na maneira como acontecem as relações entre os homens, todas estas alterações vindas a partir da globalização e das revoluções tecnológicas também sofreram impacto dos relacionamentos dos homens.

A importância da interação entre as pessoas está no fato de se edificar sentidos em sociedade. Entretanto, deve-se levar em conta que ao consumir, também se pensa, se opta e se reelabora o significado social. Logo, devemos nos perguntar se ao consumir não estamos edificando uma nova forma de ser.

Canclini afirma que consumir é:

[...] o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais⁵¹.

Assim, consumir não se trata apenas de comprar. Portanto, consumir é uma forma de ser. E admite-se que no consumo se levanta parte da integração e da comunicação dentro de

⁵⁰ CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Trad. Maurício Santana Dias. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

⁵¹ CANCLINI, 2006, p. 60, op. cit..

uma sociedade. O consumo é um processo em que os anseios se transformam em demandas e em ações que são socialmente regulados por meio dos sentidos culturais.

Canclini cita que a vontade de ter o novo depende da cultura coletiva a que se compete:

Nós homens intercambiamos objetos para satisfazer necessidades que fixamos culturalmente, para integrarmo-nos com outros e para nos distinguirmos de longe, para realizar desejos e para pensar nossa situação no mundo, para controlar o fluxo errático dos desejos e dar-lhes constância ou segurança em instituições e rituais⁵².

Ou seja, verifica-se a importância do consumo e do significado que este pode ter na concepção do sujeito que está inserido em um apontado meio social. Verifica-se o valor que o sentido relacionado ao consumo de apontados objetos tem na vida dos indivíduos, na sociedade contemporânea. Trata-se de pensar no tempo atual e nas influências que sofremos com as transformações tecnológicas, com a fluidez na comunicação, com a quantidade de informações circulantes e, sobretudo, com a moda.

Carqui⁵³ também comenta a diferença entre consumo e consumismo ao mencionar que “a nova configuração econômica de sociedade fluída tem como alicerce o consumismo que, diferentemente do consumo, se caracteriza pela aquisição de tudo aquilo que possa proporcionar a felicidade e o alívio [...]”.

Se avaliado ao longo da história, pode-se dizer que o consumo é tão antigo quanto o próprio homem. A partir da revolução consumista, ocorrida durante a passagem da modernidade-sólida para a modernidade-líquida, houve uma mudança daquilo que era compreendido como consumo (que era vivida na sociedade de produtores) para o então denominado consumismo (vivida pela sociedade de consumidores)⁵⁴. Se antes era o trabalho que orientava as afinidades na sociedade, na sociedade de consumidores o núcleo foi deslocado para o próprio consumo.

Martins e Viegas⁵⁵ reforçam esta passagem ao sustentarem que para determinar a sociedade contemporânea, deve-se olhar a estrutura social moderna a partir do acontecimento do consumo e do excesso dele, ou seja, a partir do consumismo.

⁵² CANCLINI, 2006, p. 71, op. cit.

⁵³ CARQUI, V. B. C. O risco na sociedade de consumo: superendividamento como perda de capacidades. Minas Gerais: **Revista de Direito**, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, 2015, p. 260.

⁵⁴ BAUMAN, 2008, op. cit.

⁵⁵ MARTINS e VEGAS, 2013, op. cit.

Percebe-se que a busca por novos produtos guia o comportamento humano, e isto porque o atual “contrato social” impõe uma felicidade permanente ou eterna, uma felicidade, que segundo os adeptos desta cultura, só será alcançada mediante o consumo exacerbado dos mais diversos produtos. Se necessários ou não, isto não vem ao caso, o que importa é que tais produtos sejam capazes de produzir no homem a sensação de uma eterna felicidade. Assumindo o primeiro lugar na sua vida o consumo/consumismo se transforma num estilo de vida do homem moderno.

A grande missão do consumismo passa por consequência pela proposta de despertar desejos constantemente que conduzam a substituição dos objetos na busca de contentamento.

Neste sentido, nota-se que a valorização do novo beneficia uma transformação constante: o novo ligeiramente se torna velho. Assim, o produto antigo é desprezado em relação ao novo. E a busca infatigável por diversidades vai constituindo o movimento periódico de renovação, que quer dizer que o novo toma o lugar do anterior, que se tornou antigo.

Conforme Bauman⁵⁶, o importante na sociedade atual são os anseios dos consumidores, sobretudo os anseios ainda não alcançados, já que é por meio deles que os indivíduos buscam as novidades. Assim, nota-se a importância do desejo do consumidor como combustível para sustentar a sociedade de consumo. Esses numerosos desejos são campo fértil para o mercado inventar e ampliar suas ofertas.

Neste panorama, volta e meia se fala que o mercado de consumo atrai os consumidores, porém para fazê-lo, ele necessita de consumidores que aspirem ser atraídos. Nitidamente, o consumidor ideal é um sujeito que ambiciona sempre algo novo, ou seja, que renove repetidamente seu anseio de consumir. Assim, esse constante movimento do consumidor é essencial para o mercado.

Desta forma, Bauman⁵⁷ desenvolve uma comparação entre viajar e o desejo individual de consumir: “viajar esperançosamente é na vida do consumidor muito mais agradável que chegar. A chegada tem esse cheiro mofado de fim de estrada, esse gosto amargo de monotonia e estagnação que poria fim a tudo aquilo pelo que é para que vive o consumidor”.

Nota-se que o autor acredita que o consumidor vive em função do movimento das suas cobiças, ora quer uma coisa, ora quer outra. O autor afirmou que a percepção da chegada ao destino de uma viagem é análoga ao momento em que o consumidor alcança um bem

⁵⁶ BAUMAN, 1999, op. cit.

⁵⁷ BAUMAN, 1999, p. 92.

aspirado. Quando se alcança algo, finaliza todo o movimento em função daquele objeto de vontade.

A instabilidade dos anseios do homem e o seu descontentamento, assim como o consumo de maneira imediata e a concludente mudança ou retirada dos objetos já usados, assinalam os dias de hoje, em que a sociedade líquido-moderna exhibe rupturas e se diferencia da sociedade antecessora. A vida do “imediatos” e do “agora” dos consumistas é norteadada pela precisão de rejeitar e trocar, em vez de obter apenas o que supre o que é compreendido como necessidade básica^{58,59}.

Para Baudrillard⁶⁰, não consumimos coisas, mas apenas signos. Portanto, o autor afirma que o signo e a mercadoria se uniram para produzir o denominado "mercadoria-signo", ou seja, o agrupamento de uma ampla gama de uniões imaginárias e simbólicas, às mercadorias para torná-las mais sedutoras. Nota-se que os consumidores atuais estão mais interessados no sentido que apontado produto possa possuir, do que na funcionalidade da própria mercadoria.

Baudrillard cita que as relações atuais são fundamentadas no consumo, e alega que: “o consumo surge como modo ativo de relação, como modo de atividade sistemática e de resposta global, que serve de base a todo nosso sistema cultural.”⁶¹.

Ou seja, verifica-se a importância do consumo e do sentido que este pode possuir no relacionamento entre as pessoas.

Baudrillard destaca a influência do sentido dos objetos na vida das pessoas:

Raros são os objetos que hoje se oferecem isolados, sem o contexto de objectos que os exprimam. Transformou-se a relação do consumidor ao objecto: já não se refere a tal objecto na sua utilidade específica, mas ao conjunto de objectos na sua significação total⁶².

É possível notar que os objetos possuem em si um grupo de significados, de associações e isso está subentendido na venda.

Há um tipo de ênfase fantástico do consumo e da abundância, formada pela reprodução dos objetos, dos serviços e dos bens materiais. Assim, os homens não se deparam mais cercados de outros homens, mas sim de objetos, dada a fartura de objetos existentes no

⁵⁸ BAUMAN, 2008, op. cit.

⁵⁹ UNDERHILL, P. **Vamos às Compras**: a ciência do consumo. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

⁶⁰ BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

⁶¹ BAUDRILLARD, 1991, op. cit.

⁶² BAUDRILLARD, 1991, p. 17, op. cit.

mercado atual. Verificou-se que a nossa civilização vive condicionada aos objetos, diferente das civilizações anteriores, em que os objetos sobreviviam às gerações dos homens^{63,64}.

Baudrillard⁶⁵ cita que hoje:

Vivemos o tempo dos objetos: quero dizer que existimos segundo o seu ritmo e em conformidade com a sua sucessão permanente. Actualmente somos nós que os vemos nascer, produzir-se e morrer, ao passo que em todas as outras civilizações anteriores eram os objetos, instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam às gerações humanas.

A economia consumista tem como foco a movimentação dos produtos no mercado, e isto sendo retroalimentado constantemente, faz com que muitas mercadorias apanhadas se transformem em lixo, fazendo com que apareça novamente a necessidade de comprar novos bens^{66,67}.

Percebe-se, assim, que a economia consumista se fundamenta no exagero e no desperdício. O valor de uma sociedade consumista é a procura da felicidade e sua conquista de imediato, que se desfaz (líquida) em um meio vicioso, condensando suas necessidades existenciais no ato momentâneo de comprar mercadorias.

Sabe-se, contudo, que na vida e na sociedade, nem tudo se equivale à lógica matemática. O consumo não pode ser considerado um provedor da felicidade e satisfação pessoal, pois este é passageiro e não é capaz de contentar os anseios do ser humano.

Neste sentido, gera-se para o consumismo exagerado, fugindo do conceito de consumir o que é necessário abstendo-se dos exageros, sem solidariedade e responsabilidade^{68,69}.

Dentre os fatores que dirigem o consumo, citados até aqui, estão a condução da funcionalidade da mercadoria para valores como status social, entregue pelo consumo dela, e a falsa percepção de que o consumo preencherá buracos emocionais. Contudo, esse sistema é delineado para a que o contentamento nunca seja alcançado, e assim se perpetuar^{70,71}. O

⁶³ BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

⁶⁴ BASSI, M. C. P. C.; LOPES, C. C. A sociedade do consumo e suas consequências socioambientais. **Caderno PAIC**, v. 18, n. 1, p. 100-125, 2017.

⁶⁵ BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa. 70 edições: 2003, p. 56.

⁶⁶ CANCLINI, 2015a, op. cit.

⁶⁷ MORAES, K. G. de. **Obsolescência planejada e direito, (in)sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015b.

⁶⁸ BELL, D. **O advento da sociedade Pós- industrial**. São Paulo: Cultrix, 1997.

⁶⁹ MORAES, 2015b, op. cit.

⁷⁰ MORAES, 2015b, op. cit.

⁷¹ BASSI e LOPES, 2017, op. cit.

consumo busca distinguir e a estatuar os privilegiados que a ele têm acesso, e a fazer com que os que não possuem este acesso, busquem se inserir no sistema como consumidores.

O consumo está fundamentado justamente na frustração que sente o consumidor depois de adquirir o objeto: como ele fica somente parcialmente contente, e ainda se sentirá incompleto, a sua intenção é retornar a consumir.

Para Baudrillard:

É da frustrada exigência por totalidade residente no fundo do projeto que surge o processo sistemático e indefinido do consumo. Os objetos/signos na sua idealidade equivalem-se e podem se multiplicar ao infinito: devem fazê-lo para preencher a todo instante uma realidade ausente. Finalmente é porque se funda sobre uma ausência que o consumo vem a ser irreprímível⁷².

Além disso, as pessoas não entendem a seriedade do gasto exagerado, e deixam de associar a aquisição de novos produtos a necessidade de exploração de recursos naturais, o que vem gerando um crescente colapso ecológico a ponto de botar em risco a continuidade da vida no planeta.

Bauman^{73,74} confirma que o valor mais importante que é achado na sociedade de consumidores é uma vida feliz, no entanto, o autor cita ainda que a ação de consumir algo não é felicidade e nem uma atuação que solicite este estado. Portanto, a sociedade de consumidores tem como compromisso o contentamento pelos desejos humanos, todavia, esse compromisso sustenta-se na sedução, ao passo que o desejo continua pelo descontentamento⁷⁵.

Para Lipovetsky⁷⁶, a sedução é o que ajusta o consumo, as organizações, a educação e os costumes. Com a sua fartura de produtos, serviços, a sociedade de consumo manifesta a intensidade da técnica de atração. Bauman⁷⁷ concorda ao afirmar que “[...] quanto maior a demanda de consumo (ou seja, quanto mais eficaz for a sedução de potenciais clientes), mais segura e próspera será a sociedade de consumo [...]”.

Portanto, nota-se que nessa sociedade, o consumo exagerado representa sucesso, sustenta-se do aplauso público e da fama, alimentando cada vez mais a ideia de que ter e

⁷² BAUDRILLARD, 2010, p. 211.

⁷³ BAUMAN, 2008, op. cit.

⁷⁴ BAUMAN, Z. **Ética é possível num mundo de consumidores?**. Trad. Alexandre Werneck. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

⁷⁵ MATOS, 2012, op. cit.

⁷⁶ LIPOVETSKY, G. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri, SP: Manole, 2005.

⁷⁷ BAUMAN, 2008, p. 164.

consumir apontados objetos e praticar determinados estilos de vida são a condição necessária para a felicidade. Destacando-se que neste panorama há uma elevação dos volumes de produção onde os produtos possuem sua vida útil diminuída, com a finalidade de promover a renovação rápida destes, acelerando a “obsolescência programada”, vista na seção seguinte. Nesta circunstância, aparecem os shoppings centers, supermercados e hipermercados, originando um vínculo entre consumo e um estilo de vida orientado por valores materialistas e hedonistas, beneficiando o lazer, a vida cotidiana confortável e a busca pela felicidade.

2.2 OBSOLESCÊNCIA E O CONSUMO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES

Lipovetsky destaca que o materialismo, volta e meia presente na nossa sociedade, promove a clara substituição de bens. O autor afirma que: “...no império do valor de uso, não nos ligamos mais às coisas, muda-se facilmente de casa, de carro, de mobiliário; a era que sacraliza socialmente as mercadorias é aquela na qual nos separamos sem dor de nossos objetos”⁷⁸.

Portanto, nos tempos atuais, a valorização do novo é tão intensa que é corriqueiro notar a facilidade com que o sujeito moderno se desapega das coisas.

Sennett^{79,80} menciona que para viver no mundo contemporâneo, em que o novo é muito valorizado, é preciso que homens e mulheres mostrem um traço de caráter característico: devem estar dispostos a descartar-se das experiências já experimentadas.

Nota-se que para o autor, o indivíduo contemporâneo tem o desafio de estar disposto a abrir mão, ou seja, possibilitar que o passado fique para trás. Assim, caracteriza-se o consumidor atual como sendo sempre sedento por novidades e capaz de descartar bens antigos ainda que estejam em condições de uso.

De tal modo, a sociedade atual exhibe como característica principal o desapego às coisas. E por conta da valorização do desapego que aparecem os movimentos de descartabilidade dos produtos e o curto prazo de durabilidade destes. Percebe-se que essa caracterização da sociedade atual leva em conta a grande importância que as novidades têm para os consumidores contemporâneos.

⁷⁸ LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, p. 175.

⁷⁹ SENNETT, R. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

⁸⁰ DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

A definição de valorização do novo determina automaticamente na desvalorização do antigo. A cultura atual estimula a supervalorização do produto novo. Por conseguinte, o produto anterior, mesmo que ainda cumpra suas funções, é excluído.

Sennett⁸¹ cita a definição de “paixão consumptiva” como um traço do consumidor e dos tempos modernos. Consiste no desejo pelo que não se possui ser mais intenso, ou seja, a expectativa de ter algo é mais forte, do que o fato de ter o objeto de consumo. Quanto mais inacessível for o objeto de anseio, mais ele será cobiçado^{82,83}.

É como se o objeto de desejo perdesse o encanto após ser conquistado, ou melhor, após ser comprado. Igual a ideia de Bauman, apesar de não usar este termo. Ambos os pensadores acreditam que o anseio pelo novo é mais intenso do que a satisfação de se ter o objeto desejado.

Sennett⁸⁴ apresenta duas definições principais para esclarecer essa paixão de consumir: o “motor da moda” e a “obsolescência planejada”. Para o autor, “motor da moda” está relacionado à influência do marketing, da publicidade e dos meios de comunicação de massa que se desenvolveram para “ajustar” as ambições dos consumidores. A constante inovação da moda estimula os consumidores estarem sempre em busca de novidades, em que o próprio fato de haver a moda, beneficia a expectativa sobre o que será lançado e quais serão as próximas tendências^{85,86}.

Enquanto que “obsolescência planejada” está relacionada ao fato de que as coisas são desenvolvidas para não durar e, por conseguinte, quando as coisas não duram, as pessoas são obrigadas a comprar coisas novas⁸⁷. Neste sentido, a produção de baixa qualidade torna-se responsável pela constante renovação de novidades. A validade e durabilidade dos produtos se tornam cada vez menores^{88,89,90}.

Percebe-se que estas duas definições, a do “motor da moda” e a da “obsolescência planejada”, colocam o público consumidor em um lugar mais passivo do que ativo. Assim,

⁸¹ SENNETT, 2006, op. cit.

⁸² FREITAS, 2011, op. cit.

⁸³ SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

⁸⁴ SENNETT, 2006, op. cit.

⁸⁵ MORAES, 2015b, op. cit.

⁸⁶ FREITAS, 2011, op. cit.

⁸⁷ CARNEIRO, L. P. *Obsolescência planejada e suas implicações no âmbito do Direito Ambiental e do Consumidor*. **Direito-Araranguá**, 2018.

⁸⁸ MORAES, 2015b, op. cit.

⁸⁹ SENNETT, 2006, op. cit.

⁹⁰ MORAES, 2015b, op. cit.

para esgotar um pouco mais a questão da paixão de consumir, Sennett⁹¹ afirma que o marketing da paixão consumptiva pode ser realizado de forma direta, por meio da exaltação da marca do produto ou de uma maneira mais sutil, que foca na potência do produto.

A exaltação da marca faz a mercadoria se apresentar como única, ou seja, a marca de um produto chama a atenção do consumidor mais do que o produto em si e sua funcionalidade. As marcas das mercadorias dificultam a noção de que marcas diferentes podem proporcionar um produto bem parecido, com preços bem diversos^{92,93}.

Para aumentar o consumo, Sennett alega que a marca deve ter mais importância do que o produto em si mesmo. Ele afirma que: “[...] a ênfase nas marcas tenta fazer com que um produto básico vendido em todo o planeta fique parecendo único, tratando para isso de obscurecer a homogeneidade.”⁹⁴.

Percebe-se que as associações relacionadas ao objeto são os atrativos para os consumidores, ou seja, as associações ajudarão a imprimir os valores inovadores de apontado objeto para além de sua funcionalidade.

Sennett⁹⁵ enfatiza que essas associações estão relacionadas ao estilo de quem usa apontado objeto, ao bom gosto do comprador, ao conforto que pode ser proporcionado, a tudo de melhor que possa estar ligado ao produto a ser vendido. O autor ainda expor que o fabricante pretende vender as associações e, por isso, o vendedor procura reduzir a atenção direcionada para o que o objeto verdadeiramente é.

Neste sentido, nota-se que o objeto em si não é valorizado, mas as associações relacionadas a ele, porque elas são responsáveis por realçar o diferencial do produto em meio aos seus concorrentes com funcionalidades tão parecidas.

Sennett⁹⁶ menciona: “[...] em termos funcionais, é como se estivéssemos dizendo que os passageiros da classe executiva voam mais rápido sobre o Atlântico que os que estão lá atrás do avião. O desafio de toda aposta comercial nas marcas é criar variações sobre esse tema ilusório”.

⁹¹ SENNETT, 2006, op. cit.

⁹² GIDDENS, A. **As Conseqüências da Modernidade**. Trad. Raul Fiker. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.

⁹³ LIMA, T. Estratégia e competitividade na adoção de inovações da moda: o sucesso das marcas. **Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. INTERCOM SUDESTE–XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ribeirão Preto, SP, 2006.**

⁹⁴ SENNETT, 2006, P. 133, op. cit.

⁹⁵ SENNETT, 2006, op. cit.

⁹⁶ SENNETT, 2006, p. 136, op. cit.

Portanto, a aposta comercial na marca origina ilusões a respeito do produto para que ele se torne mais atrativo e mais desejável para seus compradores⁹⁷. Assim, verifica-se a questão do marketing de consumo destacando a importância da marca do produto como uma medida mais forte de ação. A segunda forma, mais suave, de abordar o marketing da paixão consumptiva consiste em conhecer a potência do produto, como enfatizou Sennett, Casotti e Lopes^{98,99,100}.

Vale ressaltar assim que a potência é algo que o objeto proporciona e que o consumidor pode comprar, contudo não quer dizer que ele vá usar toda a potência do que está comprando. Por exemplo, na compra de um carro esporte muito veloz, mas que praticamente só transita no tráfego pesado da cidade.

Desta forma, o consumidor de potência é o indivíduo que compra produtos muito potentes, mas pode ser que nem empregue todas as funções que estes produtos oferecem.

Sennett¹⁰¹ e Gobé¹⁰² citam que os consumidores são entusiasmados por uma crença irracional no poder dos objetos. O atrativo está no que apontado produto pode proporcionar, não importando se o sujeito que o comprar jamais seja capaz de usar alguns dos seus recursos.

Assim, o apelo está, em parte, na conexão entre a potência material e a aptidão potencial do próprio indivíduo. Na realidade, nem pensamos nos nossos próprios limites diante de uma novidade potente. Portanto, não restringimos o que desejamos àquilo que podemos fazer.

Contudo, vale destacar que o consumidor que adentra no jogo do marketing pode até perder o senso de proporção, tamanha pode ser a incitação pela potência e pela imagem do objeto. Pois, o anseio por um produto eleva-se quanto maior sua potência distancia-se da prática.

Assim, para sustentar o ritmo avançado de produção e lucro, alimenta-se um sistema manipulador onde a obsolescência dos produtos é estimulada pela mídia agressiva. E neste sentido, os impactos ambientais causados no espaço urbano, tem como uma de suas causas, o consumo excessivo de bens, que será visto na seção seguinte, onde atualmente, pode-se dizer

⁹⁷ GOBÉ, M. **A emoção das marcas**: conectando marcas às pessoas. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

⁹⁸ SENNETT, 2006, op. cit.

⁹⁹ CASOTTI, L. **Marketing moderno e consumidor pós-moderno?**. Foz do Iguaçu, Anais do 22º Enanpad, 1998.

¹⁰⁰ LOPEZ, P. D. R. **Obsolescência Tecnológica Programada**. p. 01. Paraguay, Setembro 2012.

¹⁰¹ SENNETT, 2006, op. cit.

¹⁰² GOBÉ, 2002, op. cit.

que a crise ambiental está relacionada a uma sociedade focada no consumo de bens e serviços que nem sempre estão em conformidade com as normas de sustentabilidade ambiental.

Pois, o consumismo tem beneficiado a degradação do meio ambiente e geração abusiva de resíduos sólidos urbanos, principalmente pela obsolescência dos produtos. É indispensável o alerta eminente de que a sociedade note e entenda uma nova forma de perceber o mundo, desenvolvendo alternativas para o futuro em que haja um consumo mais ético.

2.3 A SOCIEDADE DE CONSUMIDORES COMO PROPULSORA DA DEGRADAÇÃO AMBIENTAL

O ser humano, ao consolidar suas atividades diárias, sempre originou impactos à natureza. No entanto, até o advento da Revolução Industrial, esses impactos eram absorvidos naturalmente pela biosfera, sem lhe causar maiores danos ou desequilíbrio. Foi com a chegada do processo de industrialização que a natureza não mais conseguiu absorver as crescentes transformações sofridas, provocando problemas ao equilíbrio do meio ambiente^{103,104}.

Com o processo de industrialização, ocorreu um aumento significativo na produção e na oferta de bens. Tal fato, por si só, já agravou sobremaneira a utilização de energia e de matérias-primas naturais, sobrecarregando a natureza em sua capacidade de renovação de recursos. Agrupado a esse fato, o capitalismo fez com que o consumo fosse cada vez mais estimado, e o acúmulo e a ostentação de bens materiais aspiraram se tornar o fim último da sociedade ocidental, em troca de quaisquer outros valores ou objetivos¹⁰⁵.

Para Baudrillard¹⁰⁶:

Os progressos da abundância, isto é, da disposição de bens e de equipamentos individuais e colectivos cada vez mais numerosos, oferecem em contrapartida prejuízos cada vez mais graves – conseqüências, por um lado, do desenvolvimento industrial e do progresso técnico e, por outro, das próprias estruturas do consumo. Degradação do quadro colectivo pelas actividades econômicas: ruído, poluição do ar e da água, destruição das paisagens e lugares, perturbação das zonas residenciais pela implantação de novos equipamentos (aerportos, auto-estradas, etc.). [...] Claro

¹⁰³ BAPTISTA, V. F. A relação entre o consumo e a escassez dos recursos naturais: uma abordagem histórica. *Saúde & Ambiente em Revista*, v. 5, n. 1, p. 8-14, 2010.

¹⁰⁴ BAUMAN, 1999, op. cit.

¹⁰⁵ BASSO, J. *Notas sobre o regime jurídico dos deveres fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro*. Revista Direito UFMS, v. 1, n. 2, Campo Grande, MS, 2016.

¹⁰⁶ BAUDRILLARD, 2010, p. 34, op. cit.

está, os prejuízos culturais, devido aos efeitos técnicos e culturais da racionalização e da produção em massa, são rigorosamente incalculáveis.

Assim, nota-se que a industrialização facilitou a vida dos seres humanos em diversos aspectos, mas seus efeitos agora podem ser percebidos em todas as partes, e ameaçam a todos, independentemente do benefício usufruído.

O avanço e o crescimento econômico não são um problema em si mesmos, mas a sua busca a qualquer custo e a ignorância em relação as consequências sociais e ambientais que causa, o são¹⁰⁷. A ideologia do progresso, além de buscar cegamente o aumento da produção e do consumo, tem como base a suposta inesgotabilidade da natureza e a total confiança na capacidade da técnica em resolver todos os problemas, até mesmo os ambientais. O sistema capitalista, que tem por escopo último o lucro, tem estreita ligação com o problema da degradação ambiental¹⁰⁸. Nele, o estímulo ao consumo é constante, sem qualquer inquietação com a exauribilidade dos recursos naturais e com a grande quantidade de rejeitos lançados constantemente no meio ambiente¹⁰⁹.

O desenvolvimento atual fundamenta-se na expansão da produção e, por conseguinte, do aumento desenfreado do consumo. Assim, origina-se desigualdade social vistos: de um lado miséria e exclusão social e de outro desperdício, opulência e consumismo exacerbado¹¹⁰. Ao se elevar a produção, aumenta-se o consumo de recursos naturais, ou seja, utiliza-se mais matérias-primas, mais água, mais combustível, mais energia e eletricidade, mais solos férteis, etc.^{111,112}.

De tal modo, este círculo provoca degradação ambiental em todas as suas formas, levando a perda na qualidade de vida, e infelizmente, nos países de terceiro mundo, não se notam nem emprego nem progresso, menos ainda ambiente saudável^{113,114}.

Ressalta-se, dentre as diversas problemáticas provocadas por este desenvolvimento insustentável: exclusão social, assoreamento dos rios e lagos, aumento da temperatura da

¹⁰⁷ BENJAMIN, A. H. V. **Constitucionalização do ambiente e ecologização da Constituição brasileira**. In: CANOTILHO, José Joaquim Gomes; LEITE, José Rubens Morato (Orgs.). *Direito Constitucional Ambiental Brasileiro*. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

¹⁰⁸ BAUMAN, 2008, op. cit.

¹⁰⁹ CANCLINI, 2015b, op. cit.

¹¹⁰ ABRANCHES, S. H. **Política social, pobreza e desigualdade: a prática da teoria**. In: _____; SANTOS, W. G.; COIMBRA, M. A. (Org.). *Política social e combate à pobreza*. 3. ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1994.

¹¹¹ ESTENSSORO, L. **Capitalismo, desigualdade e pobreza na América Latina**. 2003. Tese (Doutorado em Sociologia) – FFLCH-USP, São Paulo, 2003.

¹¹² HESPANHA, P. **Mal-estar e risco social num mundo globalizado**. In: SANTOS, Boaventura de S. (Org.). *A globalização e as ciências sociais*. São Paulo: Cortez, 2002.

¹¹³ NALINI, J. R. **Ética ambiental**. Campinas: Millennium, 2001.

¹¹⁴ MANSANO, J.; OLIVEIRA, G. L. Reflexões sobre o consumo consciente voltadas para o desenvolvimento sustentável. *Revista do Direito Público*, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 70–90, 2011.

terra, efeito estufa, desordem de habitats, poluição (do ar, do solo, sonoro, eletromagnética, da água, visual, etc.), desflorestamento e queimadas, perda da biodiversidade, diminuição da camada de ozônio, erosão ética, desertificação e erosão do solo, mudança da superfície da Terra (solo)^{115,116,117}.

O efeito estufa e a diminuição da camada de ozônio estão entre os mais ameaçadores impactos da poluição e da degradação ambiental em geral, com decorrências maléficas para o ecossistema da terra, difíceis de prever em toda a sua extensão^{118,119}.

As razões e os efeitos são vários, conforme Santos¹²⁰ explica:

As emissões de CO², os clorofluorocarbonetos, a desflorestação e acidificação das florestas, a poluição dos rios, tudo isso tem contribuído para o efeito estufa. Neste século a concentração atmosférica de CO² aumentou de 70 partes por milhão para cerca de 350 partes por milhão. Actualmente são lançados na atmosfera 6 bilhões de toneladas de carbono... Se nenhuma correção for introduzida – a começar nos EUA, onde 4% da população mundial consome ¼ do petróleo mundial –, o ecossistema mundial dificilmente se poderá continuar a renovar na forma que nos é conhecida.

De tal modo, Penna¹²¹ completa:

Os efeitos da degradação ambiental não podem ser tratados sem que se combatam as suas causas. O capitalismo moderno deu à luz o consumismo, o qual criou raízes profundas entre as pessoas. O consumismo tornou-se a principal válvula de escape, o último reduto de autoestima em uma sociedade que está perdendo rapidamente a noção de família, de convivência social, e em cujo seio a violência, o isolamento e o desespero dão sinais alarmantes de crescimento.

Verifica-se que na sociedade contemporânea, o consumismo é um comportamento não apenas tolerado, como ainda muito incentivado, sobretudo pelos meios de comunicação em massa. Isso acontece porque o consumo em grande escala estimula a produção e o crescimento econômico – o que teoricamente melhoraria o bem-estar social. Contudo, o consumismo, conforme já mencionado, promete o que não pode cumprir: a felicidade

¹¹⁵ BARBIERI, J. C. **Desenvolvimento e meio ambiente**: as estratégias de mudanças da Agenda 21. Petrópolis: Vozes, 2003.

¹¹⁶ FIORILLO, C. A. P. **Curso de Direito Ambiental Brasileiro**. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

¹¹⁷ SILVEIRA, C. E. M. da. **Dano ambiental e gestão do risco**: atualidade em jurisdição e políticas. Caxias do Sul: Educs, 2016.

¹¹⁸ MORAES, C. H. **Entre o clima e a economia**: enquadramentos discursivos sobre a Rio+20 nas revistas Veja, Isto É, Época e Carta Capital. Tese de Doutorado (PPGCOM). UFRGS, 2015a.

¹¹⁹ SILVEIRA, 2016, op. cit.

¹²⁰ SANTOS, B. de S. **Pela mão de Alice**: o social e o político na pós-modernidade. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1997, p. 297.

¹²¹ PENNA, C. G. **O estado do planeta**: sociedade de consumo e degradação ambiental. Rio de Janeiro: Record, 1999, p. 216.

universal. Deve-se, portanto, atentar ao fato que o aumento do padrão de vida não implica necessariamente em melhoria da qualidade de vida.

Baudrillard¹²² e Bittencout¹²³ mencionam que o consumo se tornou a moral do mundo atual, como se fosse o *status*. Nele, vê-se um vazio das relações humanas, que é preenchido pela ilusória busca da satisfação de necessidades – geralmente criadas pelo mercado –, que na verdade é a busca do bem-estar, do conforto, do prestígio, e da identificação com apontadas imagens e símbolos.

Sabe-se que além dessa busca incansável pelo conforto e bem-estar, o consumo exagerado é estimulado pelo desejo de reconhecimento social. Pois, em uma sociedade em que o grau de sucesso pessoal é medido pela exposição de riqueza, o consumo de bens materiais é a maneira de se buscar o tão desejado *status*, em uma competitividade interpessoal que não acha limites¹²⁴.

Para Bauman¹²⁵: “nenhum vizinho em particular oferece um ponto de referência para uma vida de sucesso; uma sociedade de consumidores se baseia na comparação universal – e o céu é o único limite”.

De tal modo, não basta simplesmente ter, é necessário ter mais do que os outros. De acordo com Penna¹²⁶:

A profunda necessidade humana de valorizar-se, de ser respeitado pelos seus semelhantes manifesta-se, de forma crescente, pelo consumo. A simples compra de bens seria uma prova de autoestima e um meio de aceitação social. Este aspecto psicossocial promove, em um círculo vicioso, uma competição publicitária cada vez mais acirrada, que estimula as pessoas a comprarem cada vez mais. Como alguém já observou, comentando sobre a cultura do consumo, as pessoas gastam um dinheiro que não possuem, para comprar coisas de que não necessitam, para impressionar pessoas que não conhecem.

Porém, como foi discutido, a necessidade pessoal da percepção de se sentir valorizado e/ou inserido em apontado grupo nunca consegue ser absolutamente atendida por meio do consumo. Este acontecimento ocorre por várias razões.

Primeiramente, porque pode acontecer uma confusão entre a real necessidade do sujeito e o bem consumido. Pois, muitas vezes, o consumidor não busca exatamente apontado

¹²² BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995a.

¹²³ BITTENCOURT, R. N. O sofrimento da insatisfação dos desejos e a sedução da sociedade de consumo. **Voluntas: Revista Internacional de Filosofia**, v. 5, n. 1, p. 92-109, 2014.

¹²⁴ SILVA, L. B. da. Sobre o consumo e o consumismo: a consumação do vazio. **Revista Logos & Existência**, v. 1, n. 1, p. 79-87, 2012.

¹²⁵ BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, p. 52.

¹²⁶ PENNA, 1999, p. 52, op. cit.

bem ou serviço, mas uma solução para problemas pessoais, seja de autoestima, autoconfiança, autoafirmação, etc. Desta forma, ainda que o sujeito adquira os bens de várias espécies, nenhum conseguirá atender o seu adquirente, já que o que ele efetivamente necessita (e inconscientemente procura) não pode ser comprado, uma vez que transcende o caráter material dos bens de consumo.

A aquisição de um bem notado importante pelo grupo social ao qual o sujeito pertence produz uma momentânea sensação de prazer e realização, e na maioria das vezes confere *status* e reconhecimento a seu proprietário. Porém, essa satisfação é fugaz, e ao passo que o objeto de desejo não é mais novidade, volta a sensação de vazio interior^{127,128,129}.

Isso ocasiona um círculo vicioso, uma vez que o consumidor permanecerá em busca da prometida felicidade, e irá em busca da próxima compra, esperando que a satisfação seja mais permanente e mais expressiva.

Sem contar que ainda que a necessidade seja atendida, em um primeiro instante, com a aquisição de apontado bem, logo aparecerão outras necessidades de consumo, ou outros produtos serão colocados no mercado, fazendo começar novas necessidades. Essa necessidade sempre crescente é absolutamente estimulada pela publicidade e pelos meios de comunicação em massa, mas um de seus principais fundamentos é a “nova instantaneidade do tempo”¹³⁰.

A instantaneidade relaciona-se a uma cultura que não se importa com a eternidade e que evita a durabilidade, e frente a incerteza do futuro, busca a satisfação de maneira instantânea.

Para Singer¹³¹: “ao contrário de muitas outras sociedades humanas, mais estáveis e voltadas para as suas tradições, a nossa formação política e cultural tem uma grande dificuldade de admitir valores a longo prazo”.

Conforme Bauman¹³²:

Num mundo em que o futuro é, na melhor das hipóteses, sombrio e nebuloso, porém mais provavelmente cheio de riscos e perigos, colocar-se objetivos distantes, abandonar o interesse privado para aumentar o poder do grupo e sacrificar o presente em nome de uma felicidade futura não parecem uma proposição atraente, ou mesmo razoável. Qualquer oportunidade que não for aproveitada aqui e agora é uma

¹²⁷ CANCLINI, 2006, op. cit.

¹²⁸ PEREIRA, A. B. de O. L. **Relações humanas sob o impacto da virtualidade e do consumo à luz da modernidade líquida de Zygmunt Bauman**. 2017.

¹²⁹ CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

¹³⁰ BAUMAN, 2001, op. cit.

¹³¹ SINGER, P. **Ética prática**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002, p. 285.

¹³² BAUMAN, 2001, p. 186, op. cit.

oportunidade perdida; não a aproveitar é assim imperdoável e não há desculpa fácil para isso, e nem justificativa.

Nota-se que o caráter de durabilidade, que antes era valorizado, atualmente perde completamente sua importância, quando não se transforma em uma propriedade negativa, por poder representar uma privação diante de tantas possibilidades que estão dispostas. Diante de tantas alternativas, ficar limitado a somente uma delas é considerado perda de tempo – isso não acontece apenas no mercado de consumo, mas ainda nas relações humanas.

Baudrillard¹³³ cita que atualmente o que “[...] se procura com mais empenho não é nem uma máquina, nem uma fortuna, nem uma obra: é a personalidade.”. Em meio a tanta informação e a tantos produtos, o ser humano parece ficar desorientado, e o consumo passa a ser uma maneira de tentar se encontrar e se personalizar.

E neste sentido, tem-se a era do descartável como uma das principais causas da sociedade do desperdício. Visto como um símbolo de modernidade, indicador de inequívoca evolução, o descartável é uma das principais razões do consumo crescente de matérias-primas e, por conseguinte, do aumento da quantidade de lixo originado.

Existem diversas críticas sobre o consumismo, sendo uma delas a obsolescência programada/planejada, como já vista, que é definida como a estratégia de produção de bens com prazo de validade cada vez menor, para que o comprador aproveite o bem e o descarte o mais rápido possível. Esta estratégia ocasiona o crescimento do consumo. Contudo, decorrente da amplitude do consumo, tem-se a expansão da produção de lixo, aumentando com isso, danos ambientais oriundos desse meio^{134,135}.

Nesse contexto, para que o indivíduo seja considerado “bem-sucedido” é preciso que possua grande capacidade de consumir bens e serviços – ou, ao menos, aparente essa capacidade. Um alto padrão de consumo é procurado a qualquer custo, em prejuízo de valores como as relações humanas, o caráter, a integridade, e a preservação do meio ambiente.

A própria noção de essencialidade acaba desvirtuada, já que constantemente novas necessidades são criadas ou percebidas. Contudo, deve-se atentar ao fato que, se as necessidades humanas são ilimitadas, os recursos naturais não o são – o que demonstra que o atual modelo de desenvolvimento socioeconômico é totalmente insustentável¹³⁶.

¹³³ BAUDRILLARD, 1995a, p. 88, op. cit.

¹³⁴ MORAES, 2015b, op. cit.

¹³⁵ FRANZOLIN, C. J. Obsolescência planejada e pós-consumo e a tutela do consumidor. **Revista de direito do consumidor**, p. 39-75, 2020.

¹³⁶ BOSSELMANN, 2015, op. cit.

O atual modelo de desenvolvimento, que tem por base a exploração indiscriminada do meio natural para permitir o crescimento ilimitado da produção e do consumo, deve ser repensado. É preciso buscar um modelo que não seja tão impactante, tanto socialmente quanto ecologicamente. Para tanto, é preciso fazer uma reavaliação dos valores fundamentais da sociedade. Sem uma nova percepção e sem uma efetiva mudança de conduta, não haverá modo de tornar o consumo sustentável¹³⁷.

Conforme Feldmann¹³⁸:

O problema não é o consumo em si mesmo, mas os seus padrões e efeitos, no que se refere à conciliação de suas pressões sobre o meio ambiente e o atendimento das necessidades básicas da Humanidade. Para tanto é necessário desenvolver melhor compreensão do papel do consumo na vida cotidiana das pessoas.

Diante do cenário atual, e sem desconsiderar a degradação ambiental presente, deve-se questionar se hoje o indivíduo é realmente consumidor ou se é apenas uma vítima da sociedade de consumo.

Para Monteiro¹³⁹ “ambos, consumidor e ambiente, são, assim, vítimas da mesma sociedade de consumo e de risco e ambos reclamam, para sua defesa [...] a definição de uma política adequada e que atue eficazmente”.

Destaca-se que não é só o desenvolvimento não-sustentável que origina a degradação ambiental. O consumo não-sustentável também está na origem de muitos dos impactos ambientais. Desta forma, tem como negar que o direito do consumidor e o direito ambiental são temas inteiramente ligados, e que devem ser discutidos de forma conjunta.

Sem contar que tanto o meio ambiente quanto o consumo são amparados pela ordem constitucional de maneira a limitar a livre iniciativa, e, em última instância, sua tutela foca na melhoria da qualidade de vida^{140,141}.

Nas sociedades ocidentais modernas, o consumo “além de socialmente injusto e moralmente indefensável, é ambientalmente insustentável”¹⁴².

¹³⁷ LUNELLI, C. A. É preciso querer salvar o ambiente. In: RECH, A.U.; MARIN, J.; AUGUSTIN, S. (org.) **Direito Ambiental e Sociedade**. Caxias do Sul: EducS, 2015.

¹³⁸ FELDMANN, F. A parte que nos cabe: consumo sustentável? In: TRIGUEIRO, André (coord.). **Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003, p. 148.

¹³⁹ MONTEIRO, A. P. O papel dos consumidores na política ambiental. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 3, n. 11, p. 69-74, jul./set. 1998, p. 71.

¹⁴⁰ PEREIRA, A. O. K.; CALGARO, C. **Relações de consumo: políticas Públicas**. Caxias do Sul: Plenum, 2015.

¹⁴¹ OST, F. **A natureza à margem da lei: a ecologia à prova do Direito**. Trad. de Joana Chaves. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

¹⁴² PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005, p. 16.

De forma que, se a sociedade de consumo é a principal responsável pelo problema de destruição do planeta Terra, é a partir dela que precisam ser buscadas e apresentadas as soluções para essa grave problemática. De tal modo, a ideia de consumo sustentável torna-se obrigação no desenvolvimento de uma nova sociedade.

O consumo sustentável, que surge da transformação na atitude dos consumidores e da sociedade como um todo, é a forma de consumo que emprega os recursos naturais para atender as necessidades atuais, sem comprometer as necessidades e desejos das gerações futuras.

Conforme o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento¹⁴³:

O consumo sustentável significa o fornecimento de serviços e de produtos correlatos, que preencham as necessidades básicas e deem uma melhor qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se diminui o uso de recursos naturais e de substâncias tóxicas, assim como as emissões de resíduos e de poluentes durante o ciclo de vida do serviço ou do produto, com a idéia de não se ameaçar as necessidades das gerações futuras.

Desta forma, a ideia de sustentabilidade no consumo precisa ser vista de forma ampla, abrangendo todo o processo de produção e consumo. Deste modo, foca não apenas em diminuir o uso de recursos naturais, mas reduzir a quantidade de rejeitos despejados na natureza.

Neste panorama, destaca-se que “a geração de lixo é diretamente proporcional ao nosso consumo. Quanto mais consumimos e quanto mais recursos naturais utilizamos, mais lixo produzimos”¹⁴⁴. Para Baudrillard¹⁴⁵: “sabe-se muito bem como a abundância das sociedades ricas está associada com o desperdício”. De forma que a grande quantidade de lixo gerada pela sociedade atual é somente um resultado da grande quantidade de bens dispostos no mercado de consumo.

Destaca-se que os ricos consomem, desperdiçam e descartam muito mais que os pobres. Todos devem economizar os recursos naturais, reutilizar e reciclar os produtos gerados pela sociedade moderna, mas para que os países menos desenvolvidos possam elevar

¹⁴³ PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Consumo sustentável**. Trad. Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente/IDEC/Consumers International, 1998, p. 65.

¹⁴⁴ INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL. **Direitos do consumidor e ética no consumo**. Brasília: INMETRO, 2002, p. 16.

¹⁴⁵ BAUDRILLARD, 1995a, p. 38, op. cit.

o seu consumo de forma sustentável, os países ricos e as elites dos países pobres devem diminuir expressivamente seu nível de consumo¹⁴⁶.

De forma que:

todos os países e grupos sociais devem ter direitos proporcionais no acesso e utilização dos recursos naturais, fortalecendo a equidade intergeracional, além da intergeracional, ou seja, uma luta para que, além do nosso futuro, nosso presente também seja comum¹⁴⁷.

Contudo, o consumo sustentável não quer dizer um nível determinado de consumo, uma busca do equilíbrio entre o baixo consumo gerado pela pobreza e o elevado padrão de consumo proporcionado pela riqueza, mas representa um padrão distinto de consumo para todo o mundo, sem importar o nível de renda.

Portanto, é necessário então, tornar os consumidores mais conscientes de suas escolhas. Para isso, é preciso explicá-los sobre os custos ambientais dos produtos que consomem. Isso quer dizer levar em consideração vários aspectos da cadeia produtiva: os recursos empregados, a energia demandada, a quantidade de resíduos originados, entre outros. Desta forma, produtos considerados ambientalmente corretos poderão e deverão ter preferência frente àqueles considerados prejudiciais ao meio ambiente¹⁴⁸.

Vale destacar que ao escolher por bens ecologicamente corretos, o consumidor estará colaborando duplamente para a defesa do meio ambiente: diretamente, exatamente por optar a alternativa menos prejudicial ao ambiente; e indiretamente, sua opção poderá orientar os caminhos a serem tomados pela produção¹⁴⁹.

Porém, não basta somente buscar produtos ambientalmente mais apropriados, ou diminuir o problema da atual insustentabilidade do consumo aos que mais consomem; é necessário desenvolver intensas mudanças qualitativas e quantitativas na maneira de consumir¹⁵⁰. Ou seja, é necessário diminuir o consumo de produtos para o nível de consumir apenas o necessário.

Conforme o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento¹⁵¹:

¹⁴⁶ PEREIRA, A. K. O.; CALGARO, C.; PEREIRA, H. M. K.; A sociedade moderna hiperconsumista e os riscos socioambientais: as políticas públicas locais como forma de solução democrática. In: RECH, A. U.; MARIN, J.; AUGUSTIN, S. (Orgs.). **Direito Ambiental e Sociedade**. Caxias do Sul: Educs, 2015.

¹⁴⁷ PORTILHO, 2005, p. 135, op. cit.

¹⁴⁸ LOCATELI, P. A. Consumo sustentável. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 5, n. 19, p. 297-300, jul./set. 2000.

¹⁴⁹ MONTEIRO, 1998, op. cit.

¹⁵⁰ MILARÉ, É. **Direito do ambiente**: doutrina, prática, jurisprudência, glossário. 4. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

¹⁵¹ PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO, 1998, p. 7, op. cit.

Mudar padrões de consumo, este é o desafio em que a humanidade se encontra. Em resumo: é preciso buscar formas de orientar o consumidor para que, de forma coletiva ou individual, perceba seu poder na preservação do meio ambiente, de maneira a ser possível a preservação da vida presente e das gerações futuras. A solidariedade social, sim, deve ser infinita.

Deste modo, o consumo sustentável diz respeito a uma nova maneira de consumir, levando em conta a sustentabilidade, e consciência das implicações das escolhas diariamente tomadas.

É, desta forma, mais ampla que a ideia de “consumo verde”, em que o consumidor compreende a variável ambiental em seus critérios de escolha, mas não é absolutamente estimulado a diminuir o seu consumo, mas somente a fazer escolhas ambientalmente menos danosas^{152,153}.

Neste contexto, Singer¹⁵⁴ afirma que o consumo verde seja somente uma solução provisória, tendo a definição de “um mero degrau para se chegar a uma ética em que se questione a própria ideia de consumir produtos desnecessários”.

Quanto ao consumo verde, trata-se de uma estratégia muito ligada às ações individuais, o que poderia enfraquecer a via social, e diminuir o ideal de cidadania e a participação na esfera coletiva. Verifica-se assim que as ações coletivas seriam mais desejáveis e eficientes para a mudança dos atuais padrões de consumo, mesmo levando em conta que as atuações coletivas exibem diversos desafios.

Para Spínola¹⁵⁵: “para adotar a ética da vida sustentável, os consumidores deverão reexaminar seus valores e alterar seu comportamento. A sociedade deverá estimular os valores que apoiem esta ética e desencorajar aqueles incompatíveis com um modo de vida sustentável”.

Nota-se que apenas com transformações de postura do consumidor é que este poderá deixar de ser protagonista dos impactos ambientais para se tornar agente ativo na luta contra a degradação. A alteração de comportamento do consumidor é um processo que exige sensibilização e mobilização social, e a informação é essencial nesse processo. De tal modo, para que exista maior conscientização, é preciso que o consumidor tenha acesso à informação

¹⁵² INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Manual de educação para o consumo sustentável**. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005.

¹⁵³ PORTILHO, 2005, op. cit.

¹⁵⁴ SINGER, 2002, p. 302, op. cit.

¹⁵⁵ SPÍNOLA, A. L. Consumo sustentável: o alto custo dos produtos que consumimos. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 6, n. 24, p.209-216, out./dez., 2001, p. 213.

relacionado às atividades corporativas, para que possa cumprir melhor o seu poder de escolha, e optar por empresas socialmente responsáveis e comprometidas com a preservação do meio ambiente.

Para Locateli¹⁵⁶:

Assim, o consumidor ao adquirir seus bens de consumo deve racionalizar a compra, e, além do boicote às empresas que fornecem produtos ou prestam serviços deficitários, privilegiando aquelas que cumprem com sua oferta, precaver-se no sentido de valorizar produtos que causaram o menor índice de degradação ambiental até chegar ao comércio, como também, aquelas cujo potencial de devastação pelo uso ou destinação final seja tolerável.

Portanto, dar preferência a produtos de empresas que têm uma nítida preocupação com o meio ambiente, não ser complacente com a ilegalidade, não consumir de maneira a prejudicar as gerações futuras, exigir os seus direitos, contribuir para diminuir a quantidade de lixo produzido, impedindo o desperdício e a compra de produtos com embalagens inúteis ou que demorem a se decompor, dar preferência a materiais reciclados, saber identificar as empresas que são éticas em seu relacionamento com os consumidores, os trabalhadores, os fornecedores, a sociedade e o Poder Público, são algumas das ações do consumidor consciente^{157,158,159}.

Desta forma, a ação do consumidor pode ter impactos positivos ou negativos sobre a economia, o meio ambiente e a conduta das empresas e dos governos. De modo que o consumidor tem a responsabilidade de empregar esse poder não somente em benefício próprio, mas para o de toda a coletividade. Para isso, é necessário a formação de uma nova consciência, constituída por meio da educação ambiental e da educação para o consumo.

Verifica-se que não há como negar que o direito do consumidor e o direito ambiental são temas estreitamente ligados, e que devem ser tratados de maneira conjunta, no entanto, deve ser levado em conta ainda o dever fundamental do meio ambiente, neste contexto, uma vez que é dever de todos protegê-lo. Pois, não basta somente se tornar mais consciente dos problemas ambientais, é necessário adotar uma postura mais ativa, crítica e participativa, sobretudo, efetivando a prática do consumo consciente.

2.4 DO CONSUMO SUSTENTÁVEL

¹⁵⁶ LOCATELI, 2000, p. 299, op. cit.

¹⁵⁷ INMETRO, 2002, op. cit.

¹⁵⁸ SPÍNOLA, 2001, op. cit.

¹⁵⁹ TOURAINE, A. **Crítica da modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

Sabe-se que o mundo do consumo nos tempos atuais é resultado da constante transformação da sociedade. Essas alterações na postura da sociedade com a inclusão do consumo de massa desencadeado pela produção em série de bens de consumo a partir da Revolução Industrial, estimulou o homem a criar cada vez mais objetos e a colocá-lo no mercado para que outros em mais outros viessem a consumi-los¹⁶⁰.

Segundo Trigueiro¹⁶¹, em entrevista com Helio Mattar, diretor – presidente do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, divulgada em dezembro de 2004, no programa Almanaque, da Globo News:

Hoje, 20% da população mundial realizam aproximadamente 86% do total das compras que são feitas no mundo. Pesquisei um relatório das Nações Unidas de 1998 que revela o seguinte: esses 20% da população consomem 45% da carne e do peixe, 60% da energia, 75% das linhas telefônicas, 85% do papel e 90% dos veículos. Isso mostra que nos países ricos se concentra, hoje, a grande parcela do impacto do ato de consumo sobre a sociedade e o meio ambiente.

Nota-se que partindo da conscientização de cada sujeito da sociedade, tem-se a priorização da disseminação da definição de consumo consciente. Pois, obtendo a consciência a respeito do que se consome, o cidadão pode escolher incentivar o mercado, de modo geral, e se adaptar aos princípios sustentáveis, já que os consumidores orientam o comportamento do mercado.

Portilho¹⁶² destaca que a definição de consumo sustentável, ou consumo consciente, está desenvolvido em texto elaborado pela Comissão de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (CDC/ONU), e teve sua origem a partir da Resolução n. 153/1995, de alçada da Organização das Nações Unidas que determinou no campo do direito do consumidor uma nova formatação de apreciação das relações entre consumidores e os fornecedores dos mais diversos tipos de produtos.

Vem daí, então que consumo consciente, quer dizer consumir preocupado com o impacto que apontados produtos e serviços podem originar ao meio ambiente, impedindo-os sempre que possível. Isto é, o consumidor consciente reconhece o reflexo que suas decisões de compra causam, repercutindo positivamente ou negativamente na sociedade. Isso ocorre em dois momentos: no ato da compra e no consumo do efeito dessa compra.

¹⁶⁰ WANDERLEY, L. E. W. **A questão social no contexto da globalização**: o caso latino-americano e o caribenho. In: BELFIORIWANDERLEY, Mariângela; CASTEL, Robert; WADERLEY, Luiz E. W. Desigualdade e a questão social. 2. ed. São Paulo: Educ, 2004.

¹⁶¹ TRIGUEIRO, A. **Mundo sustentável**. São Paulo: Globo, 2005, p. 26.

¹⁶² PORTILHO, 2005, op. cit.

Assim, quando um consumidor escolhe obter um produto de uma empresa socialmente responsável, ele está ajudando a conservar a lógica do comércio justo. Caso ele não faça essa escolha, está incentivando esse fabricante ou fornecedor a continuar tendo ações contra a sustentabilidade.

Porém, a ação do consumidor consciente não se limita somente a optar por fabricantes de produtos sustentáveis, pois, vai desde a reflexão sobre a diminuição da quantidade de produtos que se precisa ter, economia de água e energia, por exemplo, até o reuso ou reciclagem de produtos que muitas vezes eram vistos como lixo.

Portanto, ser um consumidor consciente compreende uma ação cotidiana, que exige uma mudança de hábito sobre as novas práticas que devem ser seguidas. Assim, ser um consumidor consciente é saber que suas ações particulares são capazes de promover mudanças no mundo¹⁶³.

De tal modo, para se discutir os problemas da sustentabilidade e da preservação ambiental, deve-se considerar que esse acerto deve ser feito levando em conta um certo débito para com a vida.

O consumidor consciente busca o equilíbrio entre a sua satisfação pessoal e a sustentabilidade, maximizando as decorrências positivas desta ação não só para si mesmo, mas ainda para as relações sociais, a economia e a natureza. O consumidor consciente também busca propagar o conceito e a prática do consumo, fazendo com que pequenos gestos desenvolvidos por um número muito grande de pessoas promovam grandes mudanças.

O consumo consciente pode ser exercitado no cotidiano, com gestos simples que considerem os impactos da compra, uso ou descarte de produtos ou serviços, ou pela opção por empresas que possuam o compromisso com o desenvolvimento socioambiental. Neste sentido, o consumo consciente é uma colaboração voluntária, cotidiana e solidária para assegurar a sustentabilidade da vida no planeta^{164,165}.

Assim, pode-se escolher os impactos que se quer originar, consumindo solidariamente: buscando os impactos positivos para o bem estar da sociedade e do meio ambiente. Logo, consumir sustentavelmente é: contribuir para que as próximas gerações se beneficiem do milagre da vida como conhecemos hoje no planeta.

Contudo, sabe-se que o que se tem hoje é uma crise ambiental, em que seu resultado é justamente do ímpeto humano na busca pelo lucro que é revestido na idéia de bem-estar e

¹⁶³ BASSI e LOPES, 2017, op. cit.

¹⁶⁴ CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

¹⁶⁵ LUNELI, 2015, op. cit.

falsa sensação de felicidade que o consumo leva às pessoas pelo potencial de mensurabilidade do que se está obtendo.

Levando em conta que o consumo é o grande propulsor da indústria e que na atual realidade pátria, os fabricantes se restringem a colocar os produtos no mercado, não levando em conta a sua destinação final, vale destacar que para se delinear a responsabilidade pós-consumo dos fabricantes de embalagens, é preciso fazer algumas considerações a respeito da natureza e do liame jurídico existentes na relação de consumo.

Assim, Agenda 21¹⁶⁶ dispõe:

4.15. A fim de que se atinjam os objetivos de qualidade ambiental e desenvolvimento sustentável será necessário eficiência na produção e mudanças nos padrões de consumo para dar prioridade ao uso ótimo dos recursos e à redução do desperdício ao mínimo. Em muitos casos, isso irá exigir uma reorientação dos atuais padrões de produção e consumo, desenvolvidos pelas sociedades industriais e por sua vez imitados em boa parte do mundo.

Percebe-se que uma relação de consumo é proeminente a partir da existência das figuras do fabricante, do fornecedor ou comerciante e do consumidor. Logo, se completa, com a presença do consumidor.

Desta forma, espera-se é que tudo o que já vem sendo debatido desde a Conferência do Rio em 1992, bem como do que prescreve a agenda 21, possa ser exercitada com eficácia. A agenda 21 trata dos padrões de consumo, incluindo uma estratégia multifacetada, em que se prioriza a diminuição do desperdício dos recursos finitos na natureza, assim como do consumo dos mesmos.

O consumidor moderno, consciente, reconhece em suas atuações cotidianas o reflexo que suas decisões de compra acarretam no mundo, podendo propagar positivamente ou negativamente na sociedade. Isso ocorre em dois momentos distintos, no ato da aquisição do produto e no ato de seu consumo, reflexo da compra.

A precisão intensa de um consumo consciente acarreta grandes contribuições em nossa sociedade, tanto no presente, como no futuro. O consumidor consciente, neste sentido, procura o equilíbrio entre a sua satisfação e a sustentabilidade, maximizando as implicações positivas desta ação não apenas para si mesmo, mas ainda para as relações sociais, a economia

¹⁶⁶ MILARÉ, E. **Agenda 21**: a cartilha do desenvolvimento sustentável. Revista de direito ambiental, n. 5, p. 53-55, jan./mar. 1997.

e a natureza. Ele também estimula pequenos gestos para que promovam grandes transformações¹⁶⁷.

Destaca-se que o novo consumidor brasileiro, há algum tempo já vem disseminando a ideia dos atos sustentáveis assumidos pelas empresas da qual os mesmos são consumidores, buscando, via mídia social “on line”, informações e detalhes sobre ações responsáveis desenvolvidas pelas companhias das quais é cliente¹⁶⁸.

Pode-se citar ainda como um novo ponto de vista do consumidor moderno, a responsabilidade pelo descarte de produtos e destinação final de resíduos, também chamada de “responsabilidade pós-consumo”. Não quer dizer obrigar o consumidor a arcar com as despesas da destinação final dos resíduos, ao contrário, é com sua ação preventiva, no sentido de optar por um produto ambientalmente apropriado e escolhendo por uma empresa ou marca que se preocupe com o meio ambiente, que o consumidor desempenhará seu papel e ajudará na melhoria da qualidade de vida na Terra^{169,170}.

Entretanto, para esse novo ponto de vista, o consumidor deve ser alvo de programas educacionais e de conscientização que lhe repassem informações esclarecidas, precisas e suficientes a ponto de impactar em sua decisão de consumo.

O consumo sustentável, que nasce da mudança na tomada de decisão dos consumidores e da sociedade em geral, usa os recursos naturais para atender as necessidades atuais, sem comprometer as necessidades e aspirações futuras. Assim, o consumidor precisa ser estimulado a fazer com que a sua ação de consumo seja ainda um ato de cidadania, ao optar pelo mundo que quer viver. Cada pessoa deve optar por produtos e serviços que atendam suas necessidades sem causar danos ao bem-estar da coletividade, seja ela atual ou futura. Para que assim, além de bons produtos e serviços, os fornecedores estejam comprometidos com a melhoria da qualidade de vida da comunidade.

Quando percebe a existência de consciência social, o consumidor se identifica com a empresa sob o prisma do exercício da cidadania, originando vínculos de fidelidade difíceis de acontecer com entidades que cultivam valores diferentes¹⁷¹.

¹⁶⁷ MEDEIROS, Z. **Consumo consciente, comércio justo e sustentabilidade**: entrevista especial com Zuleica Medeiros. 2007.

¹⁶⁸ ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

¹⁶⁹ FRANZOLIN, 2020, op. cit.

¹⁷⁰ DE FIGUEIREDO, G. N.; ABREU, R. L.; LAS CASAS, A. L. Reflexos do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) na imagem das empresas: uma análise do consumidor consciente e do marketing ambiental. **Pensamento & realidade**, v. 24, n. 1, 2009.

¹⁷¹ MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**: a administração do terceiro setor. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor¹⁷²:

A atitude dos consumidores está mudando. Além do preço e qualidade, eles estão cada vez mais atentos a aspectos relacionados ao comportamento das empresas, como o respeito aos direitos humanos, trabalhistas e dos consumidores; as normas de preservação ambiental; à ética na publicidade e nas práticas empresariais; a promoção do bem-estar social; etc. A transparência das empresas em relação a essas informações também passa a ser valorizada, tornando-se a principal ferramenta para o consumo consciente e cidadão.

A crescente conscientização dos consumidores em relação aos aspectos éticos e sociais das empresas está moldando o cenário do mercado atual. Além de considerar tradicionais critérios de preço e qualidade, os consumidores estão cada vez mais interessados em como as empresas operam em termos de direitos humanos, práticas trabalhistas justas e responsabilidade ambiental. Essa mudança de mentalidade reflete uma busca por produtos e serviços alinhados com valores pessoais e sociais, incentivando as empresas a adotarem práticas mais sustentáveis e éticas em suas operações. A transparência das empresas desempenha um papel fundamental nesse novo paradigma de consumo. Os consumidores valorizam cada vez mais a disponibilidade de informações sobre as políticas, práticas e impactos das empresas, permitindo-lhes tomar decisões de compra mais informadas e éticas. A divulgação aberta e honesta desses dados não apenas promove a confiança do consumidor, mas também estimula as empresas a melhorarem continuamente suas práticas, visando não apenas o lucro, mas também o bem-estar da sociedade e do meio ambiente.

Conforme uma pesquisa desenvolvida pelo Instituto Ethos, 31% dos consumidores brasileiros prestigiaram ou puniram uma empresa baseado em seu comportamento social. Entre os identificados como “líderes de opinião”, esse índice alcança 50% e, entre os entrevistados com maior nível de escolaridade, 40% revelaram a mesma conduta. Para 51% dos consumidores, a ética dos negócios é um dos principais fatores para se avaliar uma empresa¹⁷³.

Apesar de ser a parte mais frágil na relação de consumo, em termos de preservação do meio ambiente, o consumidor tem muito poder, pois tem o poder de escolha sobre os produtos e serviços dispostos no mercado. Assim, o consumidor moderno é aquele que busca a sustentabilidade nas suas atitudes juntamente com o mercado, ou seja, pauta-se pelo consumo de maneira responsável frente à economia e sua relação direta com o meio ambiente.

¹⁷² INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, 2005, p. 59, op. cit.

¹⁷³ ASHLEY, 2003, p. 167, op. cit.

O próximo capítulo abordará o dever fundamental de proteção ao meio ambiente, explorando a importância e os desafios associados à preservação dos recursos naturais e à promoção da sustentabilidade. Este tema é crucial na atualidade, dada a crescente conscientização sobre os impactos das atividades humanas no meio ambiente e na biodiversidade. Ao examinar os princípios e as práticas relacionadas à proteção ambiental, o capítulo visa oferecer insights valiosos sobre como garantir um equilíbrio saudável entre o desenvolvimento socioeconômico e a conservação ambiental.

3. O DEVER FUNDAMENTAL DE PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE

A discussão realizada no capítulo anterior acerca da sociedade de consumo se conecta diretamente com o dever fundamental do meio ambiente que será alvo das discussões no presente capítulo e será abordado a partir de um olhar histórico e também atual, apresentando as práticas de proteção do dever fundamental ambiental baseadas na Constituição Federal de 1988, e ainda expondo um estudo de políticas públicas ambientais como práticas de desenvolvimento sustentável.

3.1 REFLEXÕES TEÓRICAS DO DEVER FUNDAMENTAL

Em todo o progresso, até a Declaração de Direitos de 1789, a humanidade perdeu aos poucos a noção de coletividade e direito coletivo, assim como a noção de dever, que antes era o fundamento para a vida em comunidade. Os interesses e os direitos individuais foram conseguindo espaço, sobretudo pela influência do liberalismo.

No Brasil, desde a Constituição Federal de 1924, havia o instituto do dever; este, entretanto, era conferido especialmente ao Estado. Enfatiza-se nesta Constituição o dever de todos os brasileiros serem obrigados a pegar armas para a defesa brasileira, segundo art. 145, o que confirma o destaque dado às forças armadas¹⁷⁴.

Na Constituição de 1891, pode-se verificar deveres do Congresso Nacional (art. 39), do Poder Executivo (art. 48), dentre eles a administração do Exército Nacional e o de prestação de contas (art. 53), assim como o dever de respeito às diferentes crenças religiosas (art. 72, parágrafo 28)¹⁷⁵.

Vale ressaltar que por trás de um Estado há os indivíduos humanos, que devem viver com dignidade. Os deveres fundamentais são instrumentos que ajudam a vida em comunidade, promovendo a sua organização e, por si só, devem ser respeitados e cumpridos.

Conforme Nabais:

[...] a instituição ou não de deveres fundamentais repousa, em larguíssima medida, na soberania do estado enquanto comunidade organizada, soberania que não pode,

¹⁷⁴ BRASIL. **Constituição Brasileira de 1824**. Coleção Constituições Brasileiras. Brasília: Senado Federal, 2006.

¹⁷⁵ BRASIL. **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil de 1891**. Coleção Constituições Brasileiras. Brasília: Senado Federal, 2006.

todavia, fazer tábua rasa da dignidade humana, ou seja, da idéia da pessoa humana como princípio e fim de sociedade e do estado¹⁷⁶.

Levando em conta a definição de dignidade do ser humano, vê-se implicitamente a necessidade de proteção do meio ambiente, sem o qual a vida na terra não pode ocorrer.

Para Nabais, o dever fundamental está implícito ou explicitamente na Constituição Federal. Os deveres que não estão aplicados na Constituição seriam somente deveres ordinários ou legais, enquanto aqueles deveres que não estão amarrados ao Estado para a sua consolidação são deveres puramente morais¹⁷⁷.

Os deveres fundamentais, conforme Nabais, podem ser exibidos como: a) posições jurídicas passivas; b) posições jurídicas subjetivas; c) posições jurídicas individuais; d) posições universais e permanentes e, por fim, e) posições essenciais. Com análise de todos esses conceitos, poder-se-á propor uma resposta para o problema.

a) As posições jurídicas passivas impactam na dependência dos sujeitos frente ao Estado, mostrando o lado passivo da relação entre os sujeitos e o Estado. Esta posição é contrária aos direitos fundamentais.

Não tem que embarçar dentro dessa posição os deveres jurídicos correlatos a direitos fundamentais, que são atribuídos a sujeitos pela carta constitucional e que por vezes se distinguem como deveres interindividuais. Pela posição jurídica passiva, os deveres fundamentais incidem na figura do Estado. Esses deveres são chamados de deveres de direitos fundamentais, com propriedade passiva e contraposta aos deveres ativos *stricto sensu*. Nabais cita que estes deveres de direitos fundamentais não se condiriam no conceito autônomo de deveres fundamentais e seriam uma parte, o lado passivo dos direitos fundamentais, estando dentro do conceito deste. Nota-se, de tal modo, o dever de não-intervenção na vida privada, dever de respeitar a livre manifestação do pensamento, religião, atividade intelectual, de comunicação, artística, científica, etc.

b) Pela posição jurídica subjetiva dos deveres fundamentais, os deveres fundamentais são aqueles subjetivamente atribuídos aos sujeitos pela Constituição Federal¹⁷⁸. Ocorre que o próprio conceito de direitos fundamentais no ponto de vista subjetivo e objetivo é complexo, no seu conceito e, por isso, o dever fundamental estaria ligado por conexo, com a perspectiva objetiva dos direitos fundamentais na sua definição valorativa¹⁷⁹.

¹⁷⁶ NABAIS, J. C. **O dever fundamental de pagar impostos**. Coimbra: Livraria Almedina, 1998. p. 60.

¹⁷⁷ NABAIS, 1998, op. cit.

¹⁷⁸ NABAIS, 1998, op. cit.

¹⁷⁹ SARLET, I. **A eficácia dos Direitos Fundamentais**. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2005.

Tem-se como exemplo o dever de trabalhar, que se distingue pela incidência subjetiva, contudo com interesses de carácter objetivo.

c) Os deveres admitem ainda posição jurídica individual, englobando-se no conceito de sujeito as pessoas jurídicas, que também são titulares ou destinatários do dever fundamental. É possível ver a semelhança entre deveres fundamentais individuais e deveres fundamentais coletivos, porém esse último exhibe extensão diversa daquele¹⁸⁰. O certo é que deveres como a valorização e proteção do património cultural e de proteção ambiental são tanto deveres dos indivíduos isoladamente, como da coletividade, sendo exemplos típicos dessa classificação de deveres.

d) Ainda os deveres fundamentais admitem posição universal e permanente, sendo adequados para toda a comunidade nacional. Portanto, não tem que discriminar ou estabelecer privilégios relativamente a alguns grupos de pessoas, mas balizar o próprio domínio dos deveres, domínio este que, por força da própria natureza das coisas ou da ordem jurídica internacional, o legislador constituinte não é completamente livre de estabelecer¹⁸¹. Tem-se como exemplos: dever de defesa da pátria, dever do serviço militar, deveres eleitorais, assim como o dever dos pais em manter seus filhos e dever de escolaridade obrigatória.

e) Os deveres fundamentais distinguem-se ainda por suas posições essenciais, sendo esta a delimitação mais difícil de ser realizada. Pode-se dizer que a essencialidade está absolutamente vinculada com os interesses mais essenciais da comunidade, que ajudam no seu funcionamento e desenvolvimento.

Andrade afirma que

Deve entender-se que há deveres fundamentais dos cidadãos, ainda que não escritos, que decorem da obediência de todos os homens, pelo facto de o serem, a um conjunto de princípios axiológicos e deontológicos que regem as suas relações com os outros e com a sociedade em que necessariamente vivem¹⁸².

Fica evidente que deveres que não estão aprovados no rol dos artigos 5º, 6º e 7º da Constituição Federal de 1988, conforme sua essencialidade, serão considerados deveres fundamentais.

O debate teórico e as reflexões sobre os deveres fundamentais são importantes por diversos motivos. Em primeiro lugar, eles ajudam a clarificar a complexidade dos deveres

¹⁸⁰ ANDRADE, J. C. V. de. **Os direitos fundamentais na Constituição Portuguesa de 1976**. Coimbra: Almedina, 2004.

¹⁸¹ NABAIS, 1998, op. cit.

¹⁸² ANDRADE, 2004, p. 167, op. cit.

jurídicos correlatos aos direitos fundamentais, delineando suas diferentes posições jurídicas e subjetivas. Essa análise é crucial para compreender como tais deveres se inserem no contexto constitucional e como são atribuídos aos sujeitos de direito, seja de forma passiva, ativa ou individual.

Além disso, ao examinar os deveres fundamentais, podemos entender melhor a relação entre direitos e deveres na sociedade, reconhecendo que os direitos não existem isoladamente, mas estão intrinsecamente ligados a responsabilidades e obrigações. Isso contribui para uma compreensão mais completa dos princípios que regem a convivência social e a proteção dos valores fundamentais.

Outro aspecto relevante é a universalidade e permanência dos deveres fundamentais, que são aplicáveis a toda a comunidade nacional, independentemente de privilégios ou discriminações. Esses deveres abrangem questões essenciais para o funcionamento e desenvolvimento da sociedade, como a defesa da pátria, o serviço militar, os deveres eleitorais e a proteção ambiental, entre outros.

Por fim, as reflexões sobre os deveres fundamentais destacam a importância dos princípios éticos e deontológicos que orientam as relações entre os indivíduos e a sociedade. Esses deveres, muitas vezes não expressos de forma explícita na legislação, são fundamentais para garantir o respeito mútuo, a cooperação e o bem-estar coletivo. Assim, ao considerar esses aspectos, podemos promover uma maior conscientização sobre as responsabilidades de cada cidadão na construção de uma sociedade mais justa, igualitária e sustentável.

3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DEVER DE PROTEÇÃO AMBIENTAL

O contexto histórico de constituição do dever de proteção ambiental acontece em três momentos diferentes. O primeiro ocorre ainda enquanto o Brasil era considerado colônia de Portugal, período marcado pelo descobrimento em 1500; o segundo momento desenrola-se com o Brasil Império que vai de 1822 a 1889, marcado pela Proclamação da Independência, e o terceiro momento acontece após 15 de novembro de 1889, quando o Brasil se torna República.

Até o começo do século XIX o Brasil foi colônia de Portugal, e a legislação aplicada nesta época era a portuguesa. Por conta disso, o panorama histórico da legislação ambiental

no Brasil, relacionava-se a legislação portuguesa deste período¹⁸³. Conforme Magalhães¹⁸⁴, no descobrimento do Brasil, Portugal já possuía uma vasta legislação voltada para proteção ambiental.

Exemplo de tal situação seria a norma aprovada em 9 de novembro de 1326, pelo rei D. Diniz que por conta de sua preocupação com as aves, estabeleceu regra que equiparava o roubo delas, para efeitos criminais, a qualquer outra forma de roubo^{185,186}.

Neste sentido, a legislação portuguesa era tida como bastante evoluída para época, destacando algumas disposições relevantes. Por exemplo, a proibição do corte deliberado de árvores frutíferas que ocorreu em 12 de março de 1393. A autora também refere a Ordenação de 9 de novembro de 1326 já citada que protegia as aves e equiparava seu furto, para efeitos criminais, a qualquer outra espécie de crime.

Havia ainda outro dispositivo voltado para o meio ambiente, que tratava da proibição de corte de árvores frutíferas presente no Livro V, Título LIX das Ordenações Afonsinas¹⁸⁷.

Cabe, contudo, ressaltar que a apreensão do reino se relacionava às madeiras e aos frutos que delas surgiam, não havendo preocupação de conservação, uma vez que o interesse era de cunho econômico. O mesmo ocorria com a legislação de proteção aos animais, pois, verifica-se que na sua essência as normas preocupavam-se muito mais com a questão econômica do que com a manutenção das espécies.

Em 11 de março de 1521, passam a vigorar as Ordenações Manuelinas, cuja designação era Ordenações do Senhor Rey Dom Manoel e assim, todos os princípios do período de 1446 até 1521 foram, em sua maioria, agrupados à tais ordenações. Este novo código tinha novidades importantes, sobretudo relacionadas ao trato com os animais, onde determinadas maneiras de caçar animais e instrumentos de caça foram impedidos^{188,189}.

Este dispositivo também proporcionava proteção às árvores frutíferas, e a pena variava conforme o valor das árvores e a localização da infração, e as principais multas eram o açoite e a extradição para a Ilha de São Thomé.

¹⁸³ BASSO, 2016, op. cit.

¹⁸⁴ MAGALHÃES, J. P. **A Evolução do Direito Ambiental no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2002.

¹⁸⁵ BATISTA, W. M. **O furto e o roubo no direito e no processo penal: doutrina e jurisprudência**. Rio de Janeiro: Forense, 1987.

¹⁸⁶ FERNANDES, E. F.; SADDY, A. Evolução da tutela do meio ambiente nas constituições brasileiras. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v. 10, n. 3, p. 3, 2019.

¹⁸⁷ BOSSELMANN, 2015, op. cit.

¹⁸⁸ DOUGLAS, M; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

¹⁸⁹ FELLEBERG, G. **Introdução aos problemas da poluição ambiental**. São Paulo: EPU, 2012.

Em junho de 1595, é emitida ordem de se codificar todas as normas portuguesas em um exclusivo documento que se titularia Ordenações Filipinas, que passa a ser mandatária em todo o reino, bem como nas colônias. E assim, vários dispositivos conservaram-se, tais como a criminalização do corte de árvores, pomares, olivais e da morte de determinados animais^{190,191,192}.

Em 1605, sob o Reinado de Filipe III, filho de Filipe II, anuncia-se o Regimento do Pau-Brasil, que proibia o corte do Pau-Brasil, sob pena de morte e apreensão de toda a terra de propriedade do violador. As madeiras tinham proteção por conta da sua serventia para o homem, e neste mesmo tempo, por conta da escassez, muitos países europeus editavam medidas protetoras^{193,194}.

Neste contexto, Magalhães¹⁹⁵ destaca:

Tanto no Brasil como nos demais países do mundo, a situação era a mesma. Protegiam-se os recursos naturais por motivos de ordem econômica. A pressão sobre as florestas era grande em razão do alto consumo de madeira como combustível e outras utilidades. Isto vinha provocando escassez e fazendo os preços subirem verticalmente. Era preciso, pois, fazer alguma coisa. Por essa razão, os países europeus passaram a editar medidas protetoras.

O Regimento foi considerado a primeira lei de cunho ambiental no país a estabelecer regras de proteção as florestas. Neste momento, o Brasil possuía grande alcance territorial coberto de florestas com madeiras de valor econômico alto, o que aguçou a chegada do mercado clandestino e a conseqüente ação das autoridades a fim de proteger essa riqueza da aspiração estrangeira.

Em 13 de março de 1797, é emitida uma carta régia em que se ressaltava um elementar cautela com a fauna, com as águas e o solo. A preocupação estava em recomendar a conservação das matas brasileiras, impedindo a destruição e a ruína. Neste mesmo ano, emitiram-se várias cartas régias que exibiam em seus conteúdos as matas, arvoredos e rios como bem da Coroa^{196,197}.

¹⁹⁰ DOUGLAS, M; ISHERWOOD, 2013, op. cit.

¹⁹¹ FURLANETTO, T. V. A constitucionalização do meio ambiente como direito e dever fundamental na Carta Política brasileira de 1988. **Revista Em Tempo**, v. 12, n. 1, 2014.

¹⁹² CAMPOS, S. A. C. A evolução dos mecanismos de proteção ambiental no Brasil e seu contexto. **Revista Teoria e Evidência Econômica**, v. 25, n. 52, p. 168-181, 2019.

¹⁹³ FREITAS, J. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 3.ed. Belo Horizonte: Fórum, 2016.

¹⁹⁴ BARBOSA, E. M.; AGUIAR, J. O. História, direito e meio ambiente: diálogos possíveis. **Revista Direito e Liberdade**, v. 8, n. 1, p. 73-98, 2008.

¹⁹⁵ MAGALHÃES, 2002, p. 25, op. cit.

¹⁹⁶ DOUGLAS, M; ISHERWOOD, 2013, op. cit.

¹⁹⁷ DE SOUZA JÚNIOR, J. R. **Sistema nacional de proteção ambiental: polícia administrativa ambiental**. Editora del Rey, 2007.

Em 11 de julho de 1799, criou-se o Regimento de Cortes de Madeiras, cujo conteúdo determinava severas regras para a derrubada de árvores¹⁹⁸.

Fica demonstrado a partir deste breve relato histórico que o período colonial foi marcado por várias normas relacionadas à fauna e a flora. Permanecem, no entanto, dúvidas quanto as reais finalidades destas normas, pois, conforme já mencionado quer-se crer que estas estavam fundamentadas muito mais em interesses econômicos do que na preocupação com as questões ambientais, isto também porque possíveis problemas ambientais nem mesmo eram percebidos à época.

O período Imperial, foi marcado por uma grande destruição das florestas para instalação de monocultura de cana-de-açúcar e a maneira com que se dava a exploração da terra, que por ser rudimentar, ocasionou uma grande degradação ao meio ambiente. O desmatamento e o comércio de madeiras eram incentivados pela necessidade de renda para o Tesouro^{199,200}.

Em 17 de julho de 1822, o Imperador aboliu o sistema de sesmaria e a lei de 20 de outubro de 1823 restaurou as Ordenações, Leis, Regimentos e Alvarás que não tivessem sido expressamente anulados²⁰¹.

O fim do regime sesmarial designou um novo panorama em que o uso puro e simples da terra gerava posse, portanto, o título de propriedade enfraqueceu. Esta situação persistiu até 1850, fase em que foi exacerbada a degradação ambiental.

Evidentemente, a proliferação de pequenas posses foi também um fator de destruição dos recursos naturais. Isto porque no período em que ficamos sem legislação fundiária (1822/1850) o pequeno posseiro se valia do fogo para limpar sua área e caracterizar sua ocupação com a cultura efetiva e morada habitual²⁰².

O legislador ordinário, em 11 de junho de 1829, comprovou zelo ao meio ambiente, ao reafirmar o impedimento de roçar e derrubar árvores em matas e terras devolutas, sendo necessário autorização municipal.

Em 18 de setembro de 1850, é anunciada a lei nº 601/1850, sendo a primeira lei de terras do Brasil que abordava penas para aqueles que exercessem atividades predatórias e disciplinassem a ocupação do solo. O período Imperial terminou com a última ação ambiental

¹⁹⁸ FREITAS, 2016, op. cit.

¹⁹⁹ FELLEBERG, 2012, op. cit.

²⁰⁰ DA SILVA, E. G. M.; DA SILVA, E. G. M.; LOURENÇO, E. S. Marco regulatório da política ambiental no Brasil. *Revista Relicário*, v. 6, n. 11, p. 166-176, 2019.

²⁰¹ FELLEBERG, 2012, op. cit.

²⁰² MAGALHÃES, 2002, p. 33, op. cit.

acentuada, a rearborização da floresta da Tijuca no Rio de Janeiro iniciada em 1862, estabelecida pelo Imperador Pedro II, iniciando-se assim o período da República, esclarecido a seguir.

No período republicano, a proteção do meio ambiente se desenvolveu e se prolongou. Nos primeiros anos, a legislação tinha preocupação somente com a defesa florestal por foco econômico, pois ao proteger a floresta estava-se protegendo a riqueza nacional. Verifica-se então que era mais uma das heranças deixadas pelos colonizadores. Passado algum tempo, a visão se modifica e o legislador muda seu pensamento adotando uma postura mais ecológica^{203,204}.

Criam-se na sequência órgãos de defesa ambiental e os códigos florestais, de mineração, de águas, pesca e o de proteção à fauna, dentre outros. Em 1911, foi emitido o Decreto nº 8.843, que institui a primeira reserva florestal no Brasil, no antigo território do Acre²⁰⁵.

Em 1916, publica-se o Código Civil (CC) e com ele várias disposições de natureza ecológica. Estas, no entanto, ainda mantinham uma visão patrimonial, de cunho individualista. Apesar disso, o Código vetou as construções que poluíam ou inutilizavam água de poço ou fonte alheia. Conforme previa o art. 584: “São proibidas construções capazes de poluir, ou inutilizar para o uso ordinário, a água de poço ou fonte alheia, a elas preexistente”.

No ano de 1934, são aprovados o Código Florestal, que conferia limites ao exercício do direito de propriedade, e o Código de Águas. Estes já continham o início dos fundamentos do que futuramente, constituiria a atual legislação ambiental brasileira²⁰⁶.

O Código Florestal foi considerado bastante inovador a ponto de ser avaliado como muito avançado para a época, pois, estabelecia várias advertências à propriedade privada mesmo perante o direito de propriedade muito privilegiado assegurado pela CF e pelo CC²⁰⁷.

Em 1964, é anunciada a Lei 4.504, que estabeleceu o Estatuto da Terra, como resposta a reivindicações de movimentos sociais do meio rural, que ordenavam transformações estruturais na propriedade e na utilização da terra no Brasil. Neste período, o país passava pelo regime militar e o fim da norma era a reforma agrária e o desenvolvimento da

²⁰³ MACHADO, P. A. L. **Direito Ambiental Brasileiro**. 24ª Ed. São Paulo: Malheiros, 2016.

²⁰⁴ BORGES, L. A. C.; DE REZENDE, J. L. P.; PEREIRA, J. A. A. Evolução da legislação ambiental no Brasil. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 2, n. 3, p. 447-466, 2009.

²⁰⁵ SANTOS FILHO, A. O. et al. A evolução do código florestal brasileiro. **Ciências Humanas e Sociais**. Aracaju, v. 2, n.3, p. 271-290, mar. 2015.

²⁰⁶ LUNELLI, 2015, op. cit.

²⁰⁷ CACÍLIO, N. E. T. O. Período histórico do direito ambiental brasileiro anterior à nova lei do código florestal –12.651/2012. **ETIC-Encontro De Iniciação Científica**, v. 9, n. 9, 2013.

agricultura. A norma visava propiciar a garantia de oportunidade de acesso à propriedade da terra para todos²⁰⁸.

Já nos primeiros artigos trouxe a definição e a necessidade de se observar a função social da propriedade, demonstrando a partir de um olhar ambiental a necessidade de se proteger os recursos naturais nela existentes:

Art. 2º É assegurada a todos a oportunidade de acesso à propriedade da terra, condicionada pela sua função social, na forma prevista nesta Lei.

§ 1º A propriedade da terra desempenha integralmente a sua função social quando, simultaneamente:

- a) favorece o bem-estar dos proprietários e dos trabalhadores que nela labutam, assim como de suas famílias;
- b) mantém níveis satisfatórios de produtividade;
- c) assegura a conservação dos recursos naturais;
- d) observa as disposições legais que regulam as justas relações de trabalho entre os que a possuem e a cultivem²⁰⁹.

Tais normas, contudo, não tiveram muita abrangência, pois conforme já mencionado, o ano de 1964 também marcou o início do segundo período ditatorial no país.

No ano de 1965, passou a valer uma nova versão do Código Florestal, abrangendo políticas de proteção e conservação da flora. Este também contemplava uma grande inovação pois determinava a proteção das chamadas áreas de preservação permanente²¹⁰, assim definidas em decorrência da localização geográfica e com o objetivo de proteger principalmente os mananciais de água

Os Códigos de Caça, de Pesca e de Mineração, bem como a Lei de Proteção à Fauna aparecem no ano de 1967, mesmo período da publicação de nova Constituição, que conferiu à União, autoridade para ordenar sobre jazidas, florestas, caça, pesca e águas, cabendo aos Estados tratar de matéria florestal^{211,212}.

Em 1975, começava o controle da poluição gerada pelas indústrias, através do Decreto-Lei 1.413. Este determinava que as empresas poluidoras ficariam obrigadas a prevenir e retificar os prejuízos da contaminação do meio ambiente. Em 17 de outubro de

²⁰⁸ BRASIL. **Lei nº 4.504, de 30 de novembro de 1964**. Dispõe sobre o estatuto da terra e das outras providências. 1964.

²⁰⁹ BRASIL, 1964, op. cit.

²¹⁰ MAGALHÃES, 2002, op. cit.

²¹¹ MILARÉ, É. **Direito do ambiente**. 8.ed. rev., atual. e reform. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

²¹² VARELLA, M. D.; LEUZINGER, M. D. O meio ambiente na constituição federal e na legislação infraconstitucional: avanços ou retrocessos (1988 a 2014). **Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC**. Fortaleza, v. 34, n. 2, jul. /dez. 2014.

1977 foi publicada a Lei 6.453, que trata da responsabilidade civil por estragos nucleares e a responsabilidade criminal por atos relativos às atividades nucleares²¹³.

No início dos anos 80 é editada a Lei 6.938/81, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente. Esta lei trouxe o instituto do licenciamento ambiental em seu art. 9º, inc. IV. Este é consagrado como um dos mais importantes instrumentos para a obtenção dos objetivos nela indicados relacionados a preservação ambiental^{214,215}.

Em meados de 1985, publica-se a Lei 7.347, que disciplina a Ação Civil Pública como instrumento processual específico para a defesa do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos. No final da década de 80, é promulgada a Constituição de 1988, sendo esta a primeira entre todas as constituições brasileiras a destinar um capítulo específico ao meio ambiente. Considerada uma norma avançada, esta passa a impor ao Poder Público e à coletividade, em seu art. 225, o dever de proteger e conservar o meio ambiente para as gerações presentes e futuras^{216,217}.

No início dos anos 90, o Brasil passa a dispor da Lei de Política Agrícola (Lei 8.171), que fixa os fundamentos, determina os objetivos e as competências institucionais, prevendo os recursos e estabelecendo as ações e instrumentos da política agrícola relativamente às atividades agropecuárias, agroindustriais e de planejamento das atividades pesqueira e florestal. Nesta é apresentado um capítulo notadamente destinado à proteção ambiental que obriga o proprietário rural a estabelecer em parte de sua propriedade com reserva florestal obrigatória²¹⁸.

Em 1998 publica-se a Lei 9.605, que dispõe sobre os crimes ambientais e estabelece sanções penais e administrativas para comportamentos e atividades que causam estragos ao meio ambiente.

Em 2000, surge a lei do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (Lei nº 9.985/00), que prevê mecanismos para a defesa dos ecossistemas naturais e de preservação dos recursos naturais neles contidos. Em 2001, é sancionado o Estatuto das Cidades (Lei

²¹³ MILARÉ, 2013, op. cit.

²¹⁴ SÁNCHEZ, L. E. **Avaliação de impacto ambiental**: conceitos e métodos. São Paulo: Oficina de Textos, 2013.

²¹⁵ DOS PASSOS, R. F.; ZAGONEL, J. T. O papel do direito ambiental na proteção do meio ambiente. **Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira**, v. 7, p. e30171-e30171, 2022.

²¹⁶ SARLET, I. W.; FENSTERSEIFER, T. **Direito Constitucional do Ambiente**. Caxias do Sul: Educs, 2011.

²¹⁷ CANOTILHO, J. J. G. O Princípio da sustentabilidade como Princípio estruturante do Direito Constitucional. **Revista de estudos políticos**, v. 8, n. 13, p. 007-018, 2010.

²¹⁸ SIRVINSKAS, L. P. **Manual de direito ambiental**. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2015.

10.257), que propõe diretrizes gerais para política urbana brasileira e dota o ente municipal de mecanismos que permitam seu desenvolvimento sem que ocorra degradação ambiental^{219,220}.

Em maio de 2012, o Código Florestal até então vigente é revogado pela lei 12.615, que dispõe sobre a proteção da vegetação nativa alterando as leis nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, 9.393, de 19 de dezembro de 1996 e 11.428, de 22 de dezembro de 2006. Esta lei ficou conhecida como o Novo Código Florestal.

Poder-se-ia citar ainda na esteira de proteção ambiental a publicação da Lei 9.433 em 1997 que institui a Política Nacional de Recursos Hídricos, a Lei 11.445 de 2007 que institui a Política Nacional de Saneamento e a Lei 12.305 de 2010 que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos.

Fica evidenciado assim que o período republicano foi marcado por uma crescente proteção normativa do meio ambiente que permite que na atualidade se tenha clareza das responsabilidades estabelecidas tanto para o Poder Público quanto para a sociedade.

3.3 PROTEÇÃO AMBIENTAL COMO DEVER FUNDAMENTAL

Sabe-se que o meio ambiente é um direito de todos, sem importar o sexo, idade, nacionalidade ou raça, e por conta disso, é compreendido como um direito difuso, denominado transindividual, gerando um direito subjetivo, oponível erga omnes. Portanto, o meio ambiente não pode ser considerado nem como bem público, nem como bem privado, mas como um bem de titularidade difusa, já que seu objeto é indivisível, e não tem como se definir seus titulares^{221,222}.

Neste sentido, a proteção ao meio ambiente é vista como uma maneira de cumprimento dos direitos humanos, uma vez que quando acontece um dano ambiental, há consequências nos direitos humanos do homem, como o direito à saúde, ao bem-estar, à vida, etc. por outro lado, se as Nações colaborarem para a conservação do ambiente saudável, a sociedade terá garantido os seus direitos intrínsecos a vida. E esta questão da qualidade de vida está diretamente à ambiental, e diante da sociedade atual, verifica-se uma busca descomedida pelo consumismo, originando, assim, um desequilíbrio ambiental, que gera danos nas condições de habitabilidade e de qualidade de vida.

²¹⁹ SIRVINSKAS, 2015, op. cit.

²²⁰ LEITE, J. R. M. **Manual de direito ambiental**. Saraiva Educação SA, 2017.

²²¹ CHOMSKY, N. **O lucro ou as pessoas?: neoliberalismo e ordem global**. 2. ed. Porto Alegre: Bertrand Brasil, 2002.

²²² RUSCHEL, C. V. O dever fundamental de proteção ambiental. **Direito & Justiça**, v. 33, n. 2, 2007.

Quando se trata da questão ambiental, a Constituição Federal (CF) de 1988 apresenta, em vários aspectos, a proteção ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, ao dispensar um capítulo específico para abordar o meio ambiente. O art. 225 da CF estabelece que “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”²²³. A prática, entretanto, é a problemática.

Portanto, o meio ambiente, além de ser classificado como um direito fundamental, segundo o artigo 225 da Carta Magna, também assume a condição de dever fundamental, uma vez que o referido artigo atribui, não apenas ao Poder Público, mas a todos o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

A proteção dos direitos do ser humano recebeu diversas designações ao longo da história, sendo estes conhecidos como “direitos humanos”; “direitos da pessoa humana”, “direitos humanos fundamentais”, entre outros. Os direitos fundamentais podem ser determinados como sendo os direitos analisados como essenciais ao ser humano, independentemente de condições pessoais particulares e estão contidos a uma ordem jurídica²²⁴.

A utilização do termo ‘direitos fundamentais’ procede da terminologia seguida pela CF de 1988, sendo que convencionalmente, direitos fundamentais são definidos na Constituição ou em tratados internacionais, e conferem ao indivíduo ou a grupos de indivíduos uma segurança subjetiva ou pessoal²²⁵. O direito fundamental ao meio ambiente é notado como consequência dos tratados internacionais do qual o Brasil foi signatário e que, depois, foram internalizados no ordenamento interno. A positivação dos direitos fundamentais tem como efeito a inclusão desses direitos na ordem jurídica do país, uma vez que sem a positivação, estes direitos se comporiam apenas de oratória²²⁶.

No panorama internacional, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, em seu art. 291, advertiu a circunscrição do exercício dos direitos para permitir o respeito aos direitos de outrem, assinalando a responsabilidade do indivíduo no cumprimento de seus direitos e deveres. Além disso, a Carta da Terra, publicada em março de 2000, ressalta a existência de

²²³ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Congresso Nacional. Brasília, 1988.

²²⁴ MACHADO, 2016, op. cit.

²²⁵ CANOTILHO e LEITE, 2015, op. cit.

²²⁶ CANOTILHO e LEITE, 2015, op. cit.

deveres e restrições de cunho ecológico conferidos ao exercício de direitos²²⁷. No Princípio 1, alínea “a” estabelece que todas as pessoas são interdependentes e cada maneira de vida tem valor, sem importar sua conveniência para os seres humanos²²⁸.

A Convenção de Aarhus²²⁹ sobre Acesso à informação, Participação Pública na tomada de decisões e acesso à Justiça em Matéria Ambiental estabeleceu que todos os seres vivos têm o direito de viver em um lugar favorável à sua saúde e bem-estar, e a obrigação, quer particularmente quer em conjunto com outros indivíduos, de resguardar e reparar o ambiente em benfeitoria das gerações presentes e futuras.

A CF de 1988, no Brasil, foi responsável pela constitucionalização decisiva do amparo ambiental, positivando o ambiente em seu texto ora como bem jurídico, ora como valor jurídico e, ainda, constituiu o direito fundamental a viver em um ambiente saudável e ecologicamente balanceado²³⁰.

Ressalta-se que o texto da CF se aproxima do cenário normativo internacional, ao abordar em seu art. 255 que todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum da sociedade e fundamental à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e conservá-lo para as atuais e próximas gerações²³¹.

Belo afirma que a CF tem como técnica normativa tanto a concepção de direitos quanto de deveres, que dependendo da organização das normas que os vetorizam no ordenamento jurídico, podem ser direitos e deveres de natureza fundamental²³².

A afinidade entre o direito fundamental ao meio ambiente e o dever de protegê-lo é entendida por Milaré, onde se afirma que a extensão de proteção dos direitos à prestação está atrelada ao direito fundamental à proteção ambiental. É dever do Estado, proporcionar a proteção aos recursos naturais, segundo a Constituição, contra interferências de terceiros, do próprio Poder Público e de outros Estados²³³.

²²⁷ UNESCO. **Carta da Terra**. Comissão Carta da Terra, Paris (França), março de 2000.

²²⁸ SARLET e FENSTERSEIFER, 2011, op. cit.

²²⁹ ONU. Organização Das Nações Unidas. **Convenção de Aarhus (2001) sobre Acesso à informação, Participação Pública na tomada de decisões e acesso à Justiça em Matéria Ambiental**. Aarhus, Dinamarca, 25 jun. 1998.

²³⁰ BELO, N. **Os deveres ambientais na Constituição brasileira de 1988**. In: SILVA, Vasco Pereira; SARLET, Ingo Wolfgang (orgs.) *Direito público sem fronteiras*. Lisboa: Instituto de Ciências Jurídico-Políticas da Universidade de Lisboa, 2011.

²³¹ BRASIL, 1988, op. cit.

²³² BELO, 2011, op. cit.

²³³ MILARÉ, 2013, op. cit.

Esse direito fundamental por conta do Estado e determinado pela sociedade age como medida preventiva para que se concretize o direito fundamental de proteção do meio ambiente como efeito da proteção do direito fundamental de proteção à vida²³⁴.

Os direitos e deveres elencados da CF podem ser inteiramente aplicáveis ou não. Em relação aos deveres constitucionais fundamentais, há aqueles que são diretamente obrigatórios, os quais têm o mesmo emprego dos direitos e garantias fundamentais autoaplicáveis e ainda aqueles que precisam de uma interferência legislativa, a determinar o setor da exigência²³⁵.

A CF não determina as obrigações que tem que ser prontamente exigíveis – por serem autoaplicáveis - e as que não admitem esta aplicação particular dos deveres, no entanto, a aplicação dos deveres fundamentais é mais complicada que a aplicação dos direitos fundamentais na medida em que – para cumprimento de um dever – é necessário métodos e estruturas organizatórias que não são mandatórias para gozo de um direito²³⁶.

A precisão de intercessão legislativa para a determinação dos deveres não significa que os deveres fundamentais constitucionais estão no meio jurídico em regularidade com as normas constitucionais programáticas, mas visa demonstrar que nem todas as consignações que se difundem na Constituição estão suscetíveis a originar deveres autoaplicáveis²³⁷. Sarlet e Fensterseifer²³⁸ afirmam que é admissível alegar que os deveres fundamentais se aplicam, tal qual aos direitos, a ciência de uma dupla fundamentalidade, formal e material, que se revela, por sua vez, em regime jurídico qualificado e distinto no panorama da ordem constitucional.

O direito fundamental ao ambiente é um característico direito-dever, por ser arrolado ao direito fundamental ao ambiente e não um direito avaliado como autônomo como no caso de pagar impostos²³⁹.

A obrigação de proteção do ambiente tem vários desdobramentos, segundo Sarlet e Fensterseifer²⁴⁰:

os deveres ecológicos, a partir de tal compreensão, tomam as mais diversas formas, tanto de natureza defensiva (não fazer) quanto prestacional (fazer), de acordo com as exigências de uma tutela ampla e isenta de lacunas (pelo menos, em termos de

²³⁴ FREITAS, 2016, op. cit.

²³⁵ BELO, 2011, op. cit.

²³⁶ FELLEBERG, 2012, op. cit.

²³⁷ SACHS, J. **The age of sustainable development**. New York: Columbia University Press, 2015.

²³⁸ SARLET e FENSTERSEIFER, 2011, op. cit.

²³⁹ SILVEIRA e GRASSI, 2014, op. cit.

²⁴⁰ SARLET e FENSTERSEIFER, 2011, p. 146, op. cit.

proteção jurídico constitucional) do ambiente, inclusive no que diz respeito à sua tutela preventiva, especialmente por meio da aplicação do princípio (e dever!) da precaução.

Os direitos fundamentais não se compõem exclusivamente de direitos subjetivos de conservação do indivíduo em relação ao poder estatal, que implica na liberdade individual e limitação do poder do Estado. A complexidade das relações sociais e a evolução do Estado, refletiu no desenvolvimento da função dos direitos fundamentais, envolvendo direitos dos indivíduos de ganhar prestações do Estado, e a obrigação desta de prestá-las²⁴¹.

De acordo com Lunelli²⁴², a avaliação baseada no objeto dos direitos constitui que os direitos a ações negativas estão relacionados àquilo que usualmente é denominado de direitos de defesa. Enquanto os direitos em face do Estado, a uma ação positiva concordam somente parcialmente com aquilo que é denominado de direitos a prestações. O direito fundamental poderá trazer, assim, papel de direito de defesa e de direito de prestação.

Machado²⁴³ completa que o direito fundamental à proteção ambiental compõe um direito que pode ser analisado como complexo, compreendendo as várias colocações dos direitos fundamentais do homem e que contém disposições que remetem a diversas normas que, por sua vez, garantem posições jurídicas subjetivas fundamentais, de natureza diversa, tanto com desempenho defensivo quanto prestacional.

O papel dos direitos de defesa dos direitos fundamentais será desempenhado por dois pontos de vista, conforme Machado²⁴⁴, em um nível jurídico-objetivo (determina normas de competência negativa para o Estado) e no nível jurídico-subjetivo (normas que exigem o exercício positivo de direitos ou que exigem supressões do Estado para impedir agressões danosas).

Em se tratando da dupla colocação (prestação e abstenção) do dever fundamental de proteção ao meio ambiente, Belo²⁴⁵ afirma que a complexidade está atrelada ao fato de que a obrigação de amparo ao ambiente assinala-se como uma obrigação de cunho positivo e negativo, já que confere ao homem um desempenho positivo, seja por meio de uma prestação de fato (fazer) ou de uma prestação de coisa (dar), e ainda se distingue como um dever de

²⁴¹ OLIVEIRA, C. C. de; LIMA, G. **Limites e possibilidades da contribuição do direito ambiental para a efetividade dos direitos dos povos indígenas**. In: RIBEIRO, Cristina Figueiredo Terezo; NETO, Nirson Medeiros Silva; LOUREIRO, Sílvia Maria da Silveira.(Orgs.). Observatório anual da rede amazônica de clínicas de direitos humanos. 1ed.Fortaleza: RDS, v. 1, p. 65-96, 2015.

²⁴² LUNELLI, 2015, op. cit.

²⁴³ MACHADO, 2016, op. cit.

²⁴⁴ MACHADO, 2016, op. cit.

²⁴⁵ BELO, 2011, op. cit.

cunho negativo, cuja conduta ordenada é o de se coibir de fazer alguma coisa em prol da defesa ambiental.

Por conta disso, o dever fundamental de proteção ao meio ambiente é um dever simultaneamente positivo e negativo, já que podem ser ordenadas tanto prestações pessoais e materiais como deveres de abstenção²⁴⁶. Destaca-se que o dever fundamental de proteção do ambiente, devido a sua inerente complexidade, transita entre as apontadas funções defensiva e prestacional.

Medeiros²⁴⁷ enfatiza que por estarem relacionadas a um direito fundamental de terceira dimensão, pautado pela solidariedade, as obrigações decorrentes do dever fundamental de proteção ambiental não são somente deveres do Estado, mas ainda de toda a sociedade. Pode-se afirmar, assim, com apoio na doutrina especializada, que o conteúdo normativo do art. 225 da CF/1988 engloba a imposição ao Estado e à coletividade de um dever (fundamental) de defesa e proteção ambiental²⁴⁸.

No direito fundamental de amparo ambiental estão presentes os dois papéis, como direito de defesa e direito a prestação, onde segundo Benjamin²⁴⁹, os direitos a ações negativas (direitos de defesa) designam menos problemáticas que os direitos a prestações positivas (direitos à prestação), o que ocorre por uma pequena contestação: os direitos de defesa são, para os destinatários, impedimentos de devastar, de afetar negativamente algo ou alguma coisa, enquanto os direitos à prestação são mandados de amparo ou promoção de alguma coisa.

Em relação a colocação defensiva ou negativa, a maioria dos direitos fundamentais enumerados na CF de 1988 são, em primeiro nível, direitos de defesa diante do Estado, como o direito à vida, liberdade de expressão, liberdade de credo, direito à intimidade, liberdade de locomoção, entre outros. Os direitos fundamentais são direitos de defesa, pois resguardam bens definidos ou liberdades do indivíduo contra as intervenções ou infrações do Estado²⁵⁰.

Os direitos fundamentais como direitos de conservação caracterizam um espaço de liberdade, autonomia e autodeterminação do indivíduo diante o poder do Estado. Trata-se de direitos que causam para o Estado um dever de não empecilho, não obstrução, não

²⁴⁶ FENSTERSEIFER, T. **Direitos fundamentais e proteção do ambiente**. A dimensão ecológica da dignidade humana no marco jurídico-constitucional do estado socioambiental de direito. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008.

²⁴⁷ MEDEIROS, F. L. F. de. **Meio Ambiente: direito e dever fundamental**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.

²⁴⁸ HART, H. L. A. **O conceito de direito**. 2. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1994.

²⁴⁹ BENJAMIN, 2015, op. cit.

²⁵⁰ BOSSELMANN, 2015, op. cit.

impedimento do proveito de bens específicos ou cumprimento de liberdades. São direitos que provocam para o indivíduo a possibilidade de ordenar que parem ou eliminem-se infrações, intervenções ou advertências de violações ou ingerências impróprias por conta do Estado²⁵¹.

De acordo com Freitas²⁵², o dever fundamental de proteção do ambiente como direito de defesa aparece quando a norma impede que se gere danos, de qualquer maneira, e o meio ambiente, exige a conservação da diversidade e a integridade do patrimônio genético ou ainda quando se busca resguardar e reparar os processos ecológicos essenciais para gerar o manejo ecológico das espécies e ecossistemas, assim como previsto nos incisos I e II do parágrafo 1º do art. 225 da CF de 1988.

Conforme Belo²⁵³, o dever de proteção do ambiente, do Estado:

confunde-se com a eficácia do direito fundamental ao ambiente nas relações privadas. O Estado tem o dever de proteger os titulares do direito fundamental ao ambiente sadio e ecologicamente equilibrado das agressões dos particulares, e tal se dá por que uma consequência da existência do direito fundamental ao ambiente é a existência deste dever de proteção.

No desempenho prestacional ou positivo, o ser humano precisa da ação do Estado para garantir as liberdades e uma vida digna. O papel positivo do direito fundamental constitui os direitos que garantem ao indivíduo o direito a atitudes fáticas e normativas do Estado e a sua infração é distinguida pela omissão parcial ou total do Estado²⁵⁴.

Os direitos à proteção são os direitos do titular do direito fundamental diante do Estado para que esse proteja de influências de terceiros²⁵⁵. O Estado terá uma obrigação de assegurar o direito fundamental através de um agir, evitando a intervenção de terceiros no direito fundamental do cidadão.

O direito fundamental à proteção ambiental se emoldura como direito a prestações no sentido de ordenar ao Estado e à coletividade ações de proteção, como ocorre no inciso VII do parágrafo 1º do art. 225 da CF de 1988, que prevê que se deve resguardar a fauna e a flora das ações que coloquem em risco sua colocação ecológica, que gere a destruição de espécies ou submetam os animais a crueldade²⁵⁶.

²⁵¹ CANOTILHO e LEITE, 2015, op. cit.

²⁵² FREITAS, 2016, op. cit.

²⁵³ BELO, 2011, p. 879, op. cit.

²⁵⁴ MAGALHÃES, 2002, op. cit.

²⁵⁵ OLIVEIRA e LIMA, 2015, op. cit.

²⁵⁶ BRASIL, 1988, op. cit.

Os direitos fundamentais também impõem as organizações e instituições a adoção de medidas fáticas e normativas que garantam a efetividade de direitos como a criação de órgãos e de métodos de acesso à Justiça, de defesa e proteção do ambiente, de exercício dos direitos políticos, entre outros²⁵⁷.

Oliveira e Lima²⁵⁸ afirmam que o assunto dos deveres fundamentais ainda é recente na doutrina constitucional e não há uma convergência quanto à classificação e diferenciação do dever fundamental de proteção ao meio ambiente ecologicamente equilibrado.

O direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado é um característico direito-dever, ou seja, associado com o dever fundamental de defesa e proteção. Esta relação é consequência da constituição de tratados internacionais, que também trazem a articulação entre os direitos e deveres humanos²⁵⁹.

O texto constitucional põe como destinatários do dever fundamental de proteção ao meio ambiente ecologicamente equilibrado a sociedade e também o Poder Público. O dever fundamental de proteção do ambiente como direito de defesa, é a interdição de impacto ao meio ambiente, o que determina a sua conservação. Enquanto no direito a prestação, demanda-se a ação dos destinatários para garantir o direito ao meio ambiente para as atuais e futuras gerações²⁶⁰.

Percebe-se assim a obrigação da sociedade em preservar o meio ambiente diante do dever fundamental de proteção a ele, tratando-se de um direito-dever, pois se tem o direito de um meio ambiente ecologicamente equilibrado, mas para tal, deve-se seguir seu dever fundamental.

3.3.1 Precaução e prevenção ambiental

Destaca-se, inicialmente, que prevenção e precaução ambiental são dois princípios determinantes para o enfrentamento dos desafios que derivam da crise ambiental na contemporaneidade.

²⁵⁷ SARLET e FENSTERSEIFER, 2011, op. cit.

²⁵⁸ OLIVEIRA e LIMA, 2015, op. cit.

²⁵⁹ SACHS, 2015, op. cit.

²⁶⁰ SILVEIRA e GRASSI, 2014, op. cit.

Prevenção trata-se de um princípio já consolidado no direito ambiental, encontrando extensa aceitação na doutrina, jurisprudência e elencado nos diplomas normativos, até mesmo internacionais²⁶¹.

Deriva, em última análise, do dever genérico de proteção do meio ambiente. Seu destaque está na atuação que se antecipa o acontecimento do dano. Seu conteúdo emite que, em matéria ambiental, prevenir é mais efetivo do que reparar.

A prevenção implica na conduta de um sujeito que antecipa o acontecimento do dano e atua para impedir que aconteça. Assim, a ação preventiva fundamenta-se na futura ocorrência de um dano, se não prevenido, pelo menos previsível, cuja ocorrência se pretende impedir.

Machado cita a adoção do princípio da prevenção em diversos documentos internacionais como Convenção Basileia sobre o Controle de Movimentos Transfronteiriços de Resíduos Perigosos e seu Depósito (1989), Convenção da Diversidade Biológica (1998), tratado de Maastricht (que compôs a União Europeia) e o Acordo-quadro sobre Meio Ambiente do MERCOSUL²⁶².

Sarlet e Fensterseifer²⁶³ citam que: já a Declaração de Estocolmo em 1972, em 156 seus princípios 5, 6 e 15, aplicava o princípio ao estabelecer ações a serem cumpridas antes da ocorrência de um dano possível e previsível, com o escopo de impedi-lo.

Assim, o princípio da prevenção pelo ordenamento brasileiro, tem o disciplinamento do designado estudo prévio de impacto ambiental, assim como do licenciamento ambiental, ambos destacados no art. 9º, III e IV, da Lei nº. 6.938, de 31 de agosto de 1981, sendo que o primeiro já tem sede constitucional, no art. 225, § 1º, IV, da CF/1988.

Ressalta-se que o agravamento da crise ambiental, incorporado ao marcante e veloz desenvolvimento tecnológico, acabou revelando a insuficiência do princípio da prevenção para abonar a ação inibitória de danos, cujo risco de ocorrência tornava-se cada vez mais difícil de antecipar.

Na tentativa de achar uma resposta para o panorama de proeminente incerteza em que começa a se desenvolver a realidade ambiental, a doutrina começou a aceitar uma idéia ainda mais arrojada do que a da prevenção: a precaução.

²⁶¹ KRIEGER, M. da G. et al. (Org.) **Dicionário de direito ambiental**: terminologia das leis do meio ambiente. Porto Alegre/ Brasília: UNB/UFRGS/Procuradoria Geral da República, 1998.

²⁶² MACHADO, P. A. L. **Direito Ambiental Brasileiro**. 22. ed. São Paulo: Malheiros editores, 2014.

²⁶³ SARLET e FENSTERSEIFER, 2014, p. 161, op. cit.

A precaução é uma definição típica do ambientalismo moderno e tem ganhado muita aceitação por conta de alguns motivos categóricos, sendo interessante destacar dois dentre eles, afirmados Lorenzetti²⁶⁴ (2010).

O primeiro é a aversão ao risco, onde as pessoas tendem a demonstrar uma aversão ao risco, assim como uma rejeição aos perigos, que pode ser até mesmo percebida como uma expressão natural do imaneente impulso de sobrevivência humana. Nota-se nos indivíduos, em geral, um vivo sofrimento com as perdas, que não corresponde nem em quantidade nem em intensidade, ao contentamento que sentem com os ganhos, por vezes sequer entendidos²⁶⁵.

Outro fator que colaborou para o acolhimento da precaução como princípio jus ambiental é a transformação de paradigma oriundo da crise ambiental e sua particular influência na apropriação dos riscos sociais. Por força dessa alteração, nota-se uma forma diferente de reagir das pessoas em geral ao processo de desenvolvimento²⁶⁶.

Ao passo que prosseguia o progresso tecnológico, acrescia as comodidades ofertadas às pessoas e aprimorava sua qualidade de vida, em razão deste aumento. Havia, assim, originalmente uma disposição para suportar eventuais consequências negativas deste processo, contando-se com a possibilidade de descobertas posteriores de compensações para os danos eventualmente consequentes.

Tem-se então o risco que justifica a ação não somente preventiva (já que não se sabe ao certo o que prevenir), mas precavida. É o risco que deriva da incerteza científica que autentica a aplicação do Princípio da Precaução²⁶⁷.

Logo, Sarlet e Fensterseifer sustentam o princípio da precaução como o que “abre caminho para uma nova racionalidade jurídica, mais abrangente e complexa”²⁶⁸.

Assim sendo, a precaução como princípio jurídico é com certeza um dos mais custosos pilares de uma moderna tutela jurídica ambiental. É a expressão do Direito buscando disciplinar a incerteza. Uma necessidade tão contemporânea e urgente no panorama da crise ambiental, que já é reconhecida como princípio geral do Direito Ambiental na atualidade.

Neste contexto, Gomes cita que não se pode identificar um princípio da precaução, diante da diversidade de elementos e interpretações que gravitam por esta ideia. Para a autora,

²⁶⁴ LORENZETTI, R. L. **Teoria geral do direito ambiental**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

²⁶⁵ LORENZETTI, 2010, op. cit.

²⁶⁶ LORENZETTI, 2010, op. cit.

²⁶⁷ SARLET e FENSTERSEIFER, 2014, op. cit.

²⁶⁸ SARLET e FENSTERSEIFER, 2014, p. 164, op. cit.

o que se pode identificar é um trabalho da prevenção, que passa a ser mais larga e fortemente aplicada²⁶⁹.

Sarlet e Fensterseifer acolhem vastamente a adoção do princípio da precaução. Os autores entendem que a precaução estimula Estado e particulares no sentido da lógica do *in dubio pra natura*, donde se deduz que, diante do risco do dano, mesmo ainda pendente a incerteza científica, a precaução origina a proibição ou pelo menos o adiamento da ação com aptidão para originar o dano ambiental²⁷⁰.

Logo, na medida em que se acolhe a proteção do meio ambiente como princípio prioritário na ordem jurídica, deve-se reconhecer uma certa funcionalização dos direitos individuais, cujas liberdades que expressam limitam-se em função do respeito ao ambiente.

Por fim, o desígnio da precaução é facilmente a proteção do meio ambiente. O fundamento para a invocação de uma conduta precavida é a necessidade de preservação ambiental, cuja urgência é reconhecida em escala global.

3.3.2 A coletividade, o indivíduo e o Estado

Em um determinado ordenamento jurídico nacional, diz-se que existem três possíveis destinatários de um dever de preservar: a coletividade, o indivíduo e o Estado²⁷¹.

A Constituição de 1988 escolheu por assinalar como destinatários precípuos do dever de preservar: o Estado e a coletividade. Ressalta-se um aspecto positivo no fato de a Constituição ter conferido ao Estado conjuntamente com a coletividade a responsabilidade pela preservação do meio ambiente: é que apenas o Estado não poderia desenvolver com a necessária eficiência a tarefa da proteção ambiental. Para conseguir o cumprimento deste mister, é necessária ajuda do corpo social²⁷².

Neste contexto, embora não dirija expressamente ao cidadão ou ao sujeito o dever de preservar, o constituinte mesmo assim ressaltou o dever do Estado. Diz respeito a uma norma importante e com aptidão para ser aplicada com ampla efetividade. Assim, Machado cita que

²⁶⁹ GOMES, C. A. **Direito ambiental**: o ambiente como objeto e os objetos do direito do ambiente. Curitiba: Juruá, 2010.

²⁷⁰ SARLET e FENSTERSEIFER, 2014, op. cit.

²⁷¹ BASSO, 2016, op. cit.

²⁷² CALLICOT, J. B. **A ética da terra**. In: JAMIESON, Dale (Coord.). Manual de Filosofia do ambiente. Lisboa: Instituto Piaget, 2005.

não se pode afirmar que se trata de uma figura de retórica a imputação da tarefa de preservar o ambiente ao Poder Público, considerado até mesmo como um todo. Na verdade, nota-se a edição de múltiplas leis infraconstitucionais no desígnio para combater seja omissão seja a violação dos integrantes do Poder Público ao meio ambiente. Pode-se encontrar bom disciplinamento da matéria, seja na área cível seja na criminal²⁷³.

Portanto, a repartição das competências na própria Constituição, secundada pelas leis infraconstitucionais que afinam o tema realmente permite que tarefas de promoção da preservação do ambiente sejam desenvolvidas pelos três distintos Poderes Públicos (Executivo, Legislativo e Judiciário). Logo, tem-se tarefas a serem cumpridas nas três esferas de poder da federação, a saber, esfera federal, estadual e municipal. Essa divisão de tarefas coopera para a tutela do bem ambiental, porque engloba todos os atores públicos em sua execução. A ninguém é dado o poder de omitir-se e ainda mover-se em sentido oposto²⁷⁴.

Acontece que a proteção do meio ambiente não é somente uma "tarefa" do Estado. Pois, na Constituição de 1988, a preservação ambiental, enquanto dever, é conferida ainda à coletividade²⁷⁵.

Percebe-se que o fato de se tratar a proteção ambiental de um interesse difuso, para empregar aqui a terminologia vastamente disseminada no Brasil, adotada, dentre outros, por Mazzilli, pode levar facilmente à adoção de fórmulas mais gerais em seus enunciados²⁷⁶.

Destaca-se neste sentido que a opção pela adoção desta terminologia pode ser a extensa divulgação no direito brasileiro da teoria das gerações dos direitos fundamentais de Bonavides, o que promove o assentimento do direito ao ambiente como um típico direito de terceira geração, direito difuso, portanto²⁷⁷.

De tal modo, é que o art. 225 da Constituição Brasileira divulga a coletividade como destinatária do dever de preservar.

Segundo Machado, ao assinalar coletividade, o constituinte estava se referindo às sociedades civis, ONGs em forma de associações ou fundações, assim como às organizações da sociedade civil de interesse público. O autor afirma que a participação da coletividade, assim percebida, é em geral, facultativa²⁷⁸.

²⁷³ MACHADO, 2014, op. cit.

²⁷⁴ JACOBI, 2004, op. cit.

²⁷⁵ MARTINS, C. E. B. R. **Introdução ao estudo sobre os deveres fundamentais**. Salvador: Faculdade Baiana de Direito, 2011.

²⁷⁶ MAZZILLI, H. N. **A defesa dos interesses difusos em juízo: meio ambiente, consumidor e outros interesses difusos e coletivos**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

²⁷⁷ BONAVIDES, P. **Teoria do Estado**. 5. ed. São Paulo: Malheiros, 2004.

²⁷⁸ MACHADO, 2016, op. cit.

Portanto, torna-se mais difícil combater a execução de um dever fundamental a uma coletividade do que a uma pessoa determinada. Contudo, desde que se assume que o dever de preservação é fundamental, é afirmar a existência e manutenção da sociedade organizada em forma de Estado, ele deve ser oponível *erga omnes*²⁷⁹.

Deste modo, tem-se uma falha do legislador constituinte, ao deixar o cidadão de fora do apontamento dos destinatários manifestados do dever de preservar.

Assim, destaca-se Machado: “ao valorizar-se somente o conceito de "coletividade" olvida-se do papel a ser desempenhado pelas pessoas de per si.” Concorda-se, portanto, com a afirmação de que a Constituição deveria ter “acentuado o dever dos indivíduos na defesa e preservação do meio ambiente”²⁸⁰.

Contudo, não será por não restar definido o dever do cidadão, individualmente considerado, que não se pode dizer que ele esteja aprovado na Constituição de 1988.

É necessário reconhecer que a proteção do ambiente, para muito além de tarefa do Estado ou dever a ser facultativamente admitido por uma coletividade, é principalmente um dever do cidadão.

A Constituição determina expressamente o direito subjetivo do cidadão ao meio ambiente equilibrado. Transcorreria, assim, da própria característica de bilateralidade da norma jurídica, a existência do dever correspondente, a ser exigível igualmente do cidadão estimado isoladamente.

Entretanto, ainda que não se adote a possibilidade de um direito subjetivo individual ao meio ambiente, senão como uma norma de conteúdo de modo eminente pedagógico; ainda assim, pode-se reconhecer que a Constituição determinou o seu correspondente dever. Dever este ao mesmo tempo individual, ademais de ser um dever fundamental²⁸¹.

Com decorrência, nota-se uma certa dificuldade em tratar autonomamente direito e dever. Uma vez que aprendemos que a todo direito corresponde um dever que o garante. Acontece que, nesta seara jusambiental muito individualmente, percebem-se realidades novas e diferentes que exigem do operador do direito e do cientista jurídico um novo olhar sobre entidades que agora devem regular circunstâncias antes não levadas em conta.

Neste conexo, destaca-se Canotilho ao versar sobre a assignalagmaticidade dos deveres fundamentais. Conforme um princípio da assignalagmaticidade ou assimetria dos

²⁷⁹ LEITE, J. R. M.; CAETANO, M. A. **Aproximações à sustentabilidade material no estado de direito ambiental brasileiro**. In: ARAGÃO, Alexandra et al. (Org.). *Agrotóxicos: a nossa saúde e o meio ambiente em questão: aspectos técnicos, jurídicos e éticos*. Florianópolis: FUNJAB, 2012.

²⁸⁰ MACHADO, 2016, p. 155, op. cit.

²⁸¹ RUSCHEL, 2007, op. cit.

deveres quanto aos direitos fundamentais, é necessário reconhecer a autonomia dos deveres fundamentais, de maneira que não é possível determinar uma estrita correspondência ou equivalência ideal entre direitos e deveres fundamentais. Neste quadro constitucional, direitos e deveres fundamentais relacionados à tutela de um mesmo bem, podem, assim, ter p. ex. aplicabilidade e eficácia distintas²⁸².

De tal modo, verifica-se que dois fundamentos básicos podem ser tirados da Constituição para notar a existência de um dever fundamental de preservação por ela diretamente determinado em face do cidadão.

O primeiro fundamento é o de que o cidadão, isoladamente considerado, integra a sociedade. Assim, apesar de encoberto no art. 225 da Constituição brasileira, que nominou como seu destinatário a coletividade, este dever fundamental individual está previsto e seu cumprimento é ordenado pelas devidas formas de direito.

Não será porque se empregou a designativa coletividade, que o cidadão passará ao largo do cumprimento individual do seu dever. A importância da questão ecológica na atualidade e a necessidade da preservação da natureza para a perpetuação da vida, mormente dos seres humanos, na sociedade justifica e baseia a classificação deste dever como fundamental, individual e de aplicabilidade imediata.

Se houve menção à designativa coletividade, isto decorre mormente da característica de transcendentalidade de um suposto direito de proteção do meio ambiente, em nada infirmando a existência do dever fundamental ora considerado²⁸³.

O segundo argumento está relacionado a característica da bilateralidade mesma da norma. Ora se foi determinado constitucional e expressamente um direito; e se a ele, por força da natureza da norma jurídica, corresponde um dever, chega-se à conclusão que o dever também foi colocado constitucional e expressamente por força da mesma norma.

Assim, entra o princípio da assignalamicidade para abonar os alcances jurídicos diversos que terão o direito e o dever fundamental de proteção do meio ambiente ao mesmo tempo. Com estes motivos, tem-se por evidenciados os três destinatários do dever de preservar.

3.3.3 O papel do indivíduo/consumidor na consolidação da proteção ambiental

²⁸² CANOTILHO, J. J. G. **Direito constitucional e teoria da constituição**. 7. ed. Coimbra: Almedina, 2003.

²⁸³ CANOTILHO, 2003, op. cit.

Notou-se que a efetivação do direito ao meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado não está condicionada a mera previsão normativa. Este direito, até, já tem ampla proteção no ordenamento jurídico pátrio, que o eleva à condição de direito fundamental tutelado constitucionalmente como tal. De forma que não basta à proteção do meio ambiente que ele esteja no rol de direitos fundamentais tutelados pelo texto constitucional. É necessário que toda a sociedade esteja engajada e comprometida com a sua realização²⁸⁴.

Para Ihering,

a luta pelo direito subjetivo é um dever do titular para consigo mesmo. A defesa da própria existência é a lei suprema de toda vida: manifesta-se em todas as criaturas por meio do instinto de autoconservação. No homem, porém, trata-se não apenas da vida física, mas também da existência moral; e uma das condições desta é a defesa do direito. [...] Não basta a concessão abstrata dessas condições de existência por parte do direito objetivo: necessário se torna que o sujeito do direito as defenda em cada caso concreto²⁸⁵.

De acordo com o visto, o fato de o meio ambiente ficar sob a custódia do Estado não elimina o dever da sociedade de agir na defesa do direito do qual é titular. A proteção do meio ambiente é de responsabilidade de todos, já que está relacionada ao futuro comum da humanidade. De tal modo, é necessário que todos participem concretamente na defesa do meio ambiente, aliando todas as ações a noção de responsabilidade social.

Desta forma, a responsabilidade social é uma nova consciência do panorama social e cultural no qual se implantam as empresas e os cidadãos. Ela pode ser compreendida como a contribuição voluntária e direta destes para o desenvolvimento social e a concepção de uma sociedade mais justa e igualitária, através da condução correta de seus negócios ou de suas ações pessoais.

Conforme Wiegerinck,

a responsabilidade tem em comum com a ética o fato de que ambas só existem se houver possibilidade de escolha. Tanto que um comportamento só pode ter um aspecto ético se houver opção, isto é, possibilidade de fazer diferentemente, como só há responsabilidade se tivesse sido possível agir (ou se omitir) de outra forma²⁸⁶.

No contexto empresarial, a responsabilidade social está relacionada a uma nova forma de gestão, fundamentada em valores e atitudes éticas, e focada no impacto que suas atividades

²⁸⁴ BENJAMIN, 2015, op. cit.

²⁸⁵ IHERING, R. v. **A luta pelo direito**. Trad. Pietro Nassetti. São Paulo: Martin Claret, 2003, p. 41.

²⁸⁶ WIEGERINCK, J. Responsabilidade social empresarial. **Bem comum**. São Paulo, v. 7, n. 78, p. 69-73, jan. 2003, p. 70.

ocasionam em todas as partes envolvidas – os denominados *stakeholders*²⁸⁷ –, de forma a empresa se tornar corresponsável pelo desenvolvimento social.

A responsabilidade social empresarial pode ser notada em dois âmbitos distintos: interno e externo. No âmbito interno, são considerados os parceiros nas atividades empresariais: acionistas, investidores, administradores e funcionários. Já no âmbito externo estão abarcadas todas as relações com terceiros, tais como credores, fornecedores, consumidores, concorrentes, comunidade, governo e meio ambiente²⁸⁸.

No entanto, deve-se ressaltar que não são somente as atividades das organizações que estão vinculadas a um compromisso social. Todos os indivíduos têm sua parcela de responsabilidade perante a sociedade em que estão inseridos, e devem proceder com tal comprometimento em todos os seus atos.

Nesse contexto, “a responsabilidade social empresarial deve ser correspondida pela responsabilidade social do consumidor”²⁸⁹. De tal modo, em relação à questão ambiental, não somente os operadores do Direito devem buscar a implementação das normas ambientais, vez que todos os indivíduos devem prestar sua colaboração nesse processo de transformação social.

Todos podem e devem desenvolver ações que colaborem para a preservação do meio ambiente. O consumidor, enquanto cidadão, deve atuar tanto individualmente, com sua atuação responsável, quanto coletivamente, de maneira organizada, por meio de associações e organizações não-governamentais²⁹⁰.

Em relação às empresas, é inegável que também devam operar de forma social e ambientalmente responsável em todas as suas ações. Da mesma forma, o governo deve assegurar os direitos dos cidadãos e praticar as normas ambientais determinadas, por meio de políticas públicas, programas de educação ambiental e incentivo ao consumo sustentável²⁹¹.

Desta forma, a responsabilidade no consumo pode ser notada como um desdobramento da responsabilidade social, já que constitui que o consumidor deve refletir sobre seus hábitos de consumo e fazer as melhores opções, além de ordenar sempre uma postura ética e

²⁸⁷ ASHLEY, 2003, op. cit.

²⁸⁸ MUNCK, L.; DE SOUZA, R. B. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade organizacional: a hierarquização de caminhos estratégicos para o desenvolvimento sustentável. **Revista Brasileira de Estratégia**, v. 2, n. 2, p. 185, 2009.

²⁸⁹ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Guia de responsabilidade social para o consumidor**. São Paulo, IDEC, 2004, p. 5.

²⁹⁰ MONTEIRO, 1998, op. cit.

²⁹¹ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Manual de educação para o consumo sustentável**. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005.

ambientalmente responsável das empresas, do governo e dos demais consumidores.

De forma que os consumidores devem ordenar, além de produtos e serviços de qualidade a um preço justo, que os fornecedores que estejam comprometidos com a melhoria da qualidade de vida de sua comunidade, o que inegavelmente abrange a preservação do meio ambiente, já que o consumo consciente e responsável é a básica manifestação de responsabilidade social do cidadão²⁹².

O consumidor deve ser estimulado a fazer com que o seu ato de consumo seja ainda um ato de cidadania, ao indicar em que mundo quer viver. Cada pessoa deve escolher produtos e serviços que atendam suas necessidades sem prejudicar o bem-estar da coletividade, seja ela atual ou futura.

Segundo Rossit e Canepa,

Nessa perspectiva, em que se consta uma responsabilidade social perante o meio ambiente (que deve ser executada não só pelo Estado, mas pela coletividade como um todo), coloca-se o homem como integrante da comunidade biota, claramente perceptível no art. 3º da Lei 6.938/81, e que faz com que a solidariedade e comunhão de interesses entre o homem e a natureza sejam condição imprescindível para assegurar o futuro da humanidade no planeta²⁹³.

Apesar de ser a parte mais vulnerável na relação de consumo, em termos de preservação do meio ambiente, o consumidor possui grande poder, já que tem o poder de escolha sobre os produtos e serviços à sua disposição no mercado. Contudo, esse poder apenas poderá ser efetivamente desempenhado quando os indivíduos tiverem conhecimento de sua existência e, sobretudo, de sua força. Para isso, o consumidor deve ter acesso à informação e à educação, para que possa ter consciência do seu poder de decisão e das decorrências provocadas com o seu consumo.

De acordo com Derani,

uma ampla informação e esclarecimento dos cidadãos bem como um trabalho conjunto entre organizações ambientalistas, sindicatos, indústria, comércio e agricultura é fundamental para o desenvolvimento de políticas ambientais efetivas e para a otimização da concretização de normas voltadas à proteção do meio ambiente²⁹⁴.

²⁹² INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, Guia de responsabilidade social para o consumidor, 2005, op. cit., p. 11.

²⁹³ ROSSIT, L. A.; CANEPA, C. O direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental. **Revista de Direito Constitucional e Internacional**. São Paulo, v. 11, n. 42, p. 244-251, jan.-mar. 2003, p. 247.

²⁹⁴ DERANI, C. **Direito ambiental econômico**. 2. ed. rev. São Paulo: Max Limonad, 2001.

Neste panorama, a educação e a informação tornam-se instrumentos fundamentais na concretização do direito fundamental ao meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado. Isso acontece porque a proteção do meio ambiente está estreitamente conexa a hábitos saudáveis de consumo, e o consumo sustentável, à concepção de uma nova consciência.

Para aproximar a cidadania do consumo é necessário despertar igualmente o interesse pelo público²⁹⁵, e notar o consumo “como um lugar de valor cognitivo, útil para pensar e atuar, significativamente, na vida social”²⁹⁶.

Canclini afirma:

No entanto, quando se reconhece que ao consumir também se pensa, se escolhe e reelabora o sentido social, é preciso se analisar como esta área de apropriação de bens e signos intervém em formas mais ativas de participação do que aquelas que habitualmente recebem o rótulo de consumo. Em outros termos, devemos nos perguntar se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos²⁹⁷.

Entende-se que a ideia de aproximar cidadania e consumo não representa um acordo entre os autores. Santos, neste sentido, entende que as figuras do consumidor e do cidadão não podem se embaraçar, já que representam esferas essencialmente opostas. Em seus termos:

Consumismo e competitividade levam ao emagrecimento moral e intelectual da pessoa, à redução da personalidade e da visão do mundo, convidando, também, a esquecer a oposição fundamental entre a figura do consumidor e a figura do cidadão. É certo que no Brasil tal oposição é menos sentida, porque em nosso país jamais houve a figura do cidadão²⁹⁸.

Todavia, ainda que a estreita relação existente entre meio ambiente–cidadania–consumo não seja notada declaradamente por alguns, não tem como afirmar que o consumo seja uma atividade completamente neutra e despolitizada.

Ao realizarem as atividades de consumo, os sujeitos constantemente desenvolvem escolhas, o que quer dizer que constantemente também manifestam suas prioridades, seus valores, sua visão de mundo. De forma que as decisões tomadas não estão ligadas somente ao mercado de consumo, pois englobam muitas vezes a busca de uma identidade, uma escolha política, a preponderância de um valor ético, a preocupação (ou não) com a natureza, entre

²⁹⁵ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Manual de educação para o consumo sustentável, 2005, p. 15, op. cit.

²⁹⁶ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Manual de educação para o consumo sustentável, 2005, p. 22, op. cit.

²⁹⁷ CANCLINI, 2006, p. 72, op. cit.

²⁹⁸ SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 49.

tantos outros possíveis fatores determinantes.

Do mesmo modo, a crise existente na sociedade contemporânea pode representar uma grande ocasião de reflexão, e a possibilidade de reformulação do pensamento antropocêntrico e individualista ainda dominante, com a mudança de alguns comportamentos que são decisivos para ocasionar problemas ambientais presentes hoje e que alcançam todo o planeta.

Rotineiramente, a crise ecológica demonstra de maneira clara a sua existência e a sua gravidade. De modo que se vê urgente a assunção de certas ações para que esta crise possa ser, senão resolvida, ao menos minimizada. Pois, se nada for feito, a extensa proteção jurídica confiada ao meio ambiente pode restar sem qualquer resultado prático. A mera inclusão do direito ao meio ambiente no rol dos direitos fundamentais protegidos constitucionalmente não assegura sua efetiva proteção.

Todos os cidadãos devem ordenar seu direito a viver em um meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado, e, ao mesmo tempo, contribuir para que esse direito seja concretizado.

Contudo, nem sempre o cidadão entende abertamente o papel que desempenha na sociedade e a influência que pode cumprir em relação ao futuro do planeta. Muitas vezes, tampouco nota a importância do poder político que detém enquanto consumidor, ao realizar diariamente suas escalões no mercado de consumo. De maneira que o problema ambiental pode parecer com dimensões demasiadamente extensas para que possa ser resolvido por meio de ações individuais.

No decorrer de suas atividades, o consumidor pode se submeter inteiramente aos interesses e às determinações do mercado, ou pode desafiar as regras que constantemente tentam se impor no mercado de consumo. De forma que “se o consumo pode nos levar a um desinteresse pelos problemas coletivos, pode também nos levar a novas formas de associação, de ação política, de lutas sociais e reivindicação de nossos direitos”²⁹⁹.

Logo, a concepção contemporânea de cidadania, que engloba ainda a participação ativa do sujeito na sociedade – e não o simples reconhecimento formal de apontados direitos – admite papel de ênfase na concretização dos direitos constituídos, e entre eles, o direito fundamental ao meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado.

Conforme Portilho,

²⁹⁹ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Manual de educação para o consumo sustentável, 2005, p. 21, op. cit.

Assim, enquanto a visão liberal da cidadania a limita a conquistas legais ou ao acesso a direitos previamente reconhecidos, a nova cidadania redefine a noção de direitos, incorporando “o direito a ter direitos”, ou seja, a invenção/constituição de novos direitos que emergem de lutas específicas e práticas concretas. Enquanto a visão liberal da cidadania se vincula a uma estratégia das classes dominantes e do Estado para a incorporação política progressiva dos setores excluídos, com vistas a uma maior integração social, ou como condição jurídica e política indispensável à instauração do capitalismo, a nova cidadania requer a constituição de sujeitos sociais ativos que definam o que consideram ser os seus direitos e lutem por seu reconhecimento³⁰⁰.

De forma que, enquanto o consumo for notado de forma fragmentada e individual, perde-se a chance de tornar o consumidor corresponsável pelas condições sociais e ambientais do mundo em que vive. Apenas quando a atividade de consumo for vista de forma mais abarcante, e como atividade social que é, o sujeito não será apenas mais um consumidor preocupado somente com seus interesses individuais e indiferente ao coletivo, mas um cidadão responsável pela sociedade planetária em que vive, em completo exercício de sua cidadania³⁰¹.

Porém, para que possa existir a efetiva participação dos cidadãos na vida coletiva, é necessário resgatar o sentido individual de comprometimento e de solidariedade com a sociedade. Sem o resgate de valores como ética e responsabilidade, não tem como falar em qualquer mudança neste âmbito. Para isso, a informação e a educação são elementos básicos na construção de uma nova consciência e na reconstrução da cidadania³⁰².

Nesse panorama, a educação ambiental mostra sua fundamental importância na formulação de uma nova sociedade, já que “educação, ética e cidadania andam em compasso”³⁰³. Igualmente, é essencial continuar desenvolvendo o debate sobre a relação entre meio ambiente e consumo, para permitir que a atividade de consumo passe de propulsora da degradação ambiental a elemento-chave da sustentabilidade. Apenas assim, o consumidor poderá se tornar cada vez mais cidadão.

3.4 POLÍTICAS PÚBLICAS DE CONSUMO CONSCIENTE PARA EFETIVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Destaca-se que a qualidade do meio ambiente é um direito difuso, pois pertence à

³⁰⁰ PORTILHO, 2005, p. 192, op. cit.

³⁰¹ BOFF, L. **Ethos mundial: um consenso mínimo entre os humanos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

³⁰² INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Manual de educação para o consumo sustentável, 2005, p. 6, op. cit., p. 6.

³⁰³ BITTAR, E. C. B. **O direito na pós-modernidade**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2005, p. 296.

coletividade. De forma que, sendo direito difuso indispensável à garantia da vida, o direito ao meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado deve ser tutelado pelo Estado, o qual deve delinear um plano de ações direcionado a sua apropriada e efetiva proteção³⁰⁴.

Assim, Dias cita:

Desse modo, o reconhecimento de que os direitos ambientais se revestem da forma difusa impõe ao Estado a elaboração de políticas públicas adequadas à sua proteção, englobadas por um plano de ação voltado para a obtenção de resultados presentes e futuros. As políticas públicas de natureza ambiental, deste modo, visam a produzir efeitos estratégicos na medida em que são adotadas pelo Estado como diretrizes de sua ação em todos os campos da sua intervenção na sociedade³⁰⁵.

As políticas públicas são sistematizações de ações governamentais direcionadas para a consecução de alguns fins, setoriais ou gerais – sejam eles sociais, políticos ou econômicos –, fundamentadas na articulação entre a sociedade, o Estado e o mercado³⁰⁶.

De tal modo, Carvalho ressalta: “Política pública não é ato discricionário, é obrigação, e o não-respeito é um ato inconstitucional. As políticas adquirem função importante na ampliação da democracia e da cidadania”³⁰⁷. De forma que a omissão administrativa no desenvolvimento e execução de políticas públicas na seara ambiental deve ser constantemente combatida não apenas pelo Ministério Público, mas por toda a sociedade, a fim de impedir que a inércia estatal infrinja os cânones constitucionais.

Portanto, em caso de não prática de políticas ambientais, deve-se fazer emprego dos instrumentos judiciais de controle ambiental que o ordenamento coloca à disposição dos cidadãos, assim como as ações civis públicas e as ações populares, que podem viabilizar a implementação das políticas ambientais – seja pela aplicação de medidas preventivas ou repressivas³⁰⁸.

No entanto, o fato de a administração do direito fundamental ao meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado ficar sob a custódia do Poder Público não suprime o dever da sociedade de agir na conservação e preservação da direito do qual é titular³⁰⁹.

De acordo com Mirra,

³⁰⁴ VALENTIM, I. et al. Responsabilidade socioambiental pelo consumo consciente. **SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA**, v. 9, 2012.

³⁰⁵ DIAS, J. C. Políticas públicas e questão ambiental. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 8, n. 31, p. 117-135, jul./set. 2003, p. 120.

³⁰⁶ DIAS, 2003, op. cit.

³⁰⁷ CARVALHO, C. O. de. Políticas públicas e gestão urbana-ambiental. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 7, n. 26, p. 277-289, abr./jun. 2002, p. 288.

³⁰⁸ ARAÚJO, L. A. de. **Ação civil pública ambiental**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2001.

³⁰⁹ SILVA, J. A. da. **Direito ambiental constitucional**. 3. ed. rev. atual. São Paulo:Malheiros, 2000.

[...] esse direito, para ser garantido, exige o esforço conjunto do Estado, dos indivíduos, dos diversos setores da sociedade e das diversas Nações. Pelo mesmo motivo, ou seja, por depender dessa conjugação de esforços para a sua garantia é que o direito ao meio ambiente tem como consequência criar também deveres para todos; não só para o Estado como também para os indivíduos e os vários grupos sociais. Ao contrário, portanto, do que se pensa frequentemente em tema de direitos fundamentais, as pretensões à proteção desse direito ao meio ambiente podem (e devem) ter como sujeito passivo não apenas o Poder Público como ainda os particulares³¹⁰.

Igualmente, Medeiros afirma:

Intrinsecamente vinculado ao direito de proteção ambiental existe um dever fundamental. Esse dever fundamental caracteriza-se pela obrigação incumbida ao Estado e a cada um dos indivíduos partícipes de nossa sociedade em manter um ambiente saudável, sadio e equilibrado, seja por intermédio de cuidados básicos para com o meio, seja através de grandes participações populares na luta pela não-destruição do *habitat* natural³¹¹.

Neste sentido, o cidadão deve passar de simples titular passivo de um direito fundamental para ser titular ainda de um dever, o de defender e preservar o meio ambiente. Apenas desta forma se alcançará a verdadeira democracia, que para Derani, “não é apenas uma forma de organização da sociedade, mas é um modo de agir social”, em que “se o Estado não garante e viabiliza os meios e canais de agir dos cidadãos, a democracia torna-se apenas argumento de retórica, e a alternância do poder pelo voto, um mecanismo automático institucionalizado, incapaz de trazer real alteração na ordem política”³¹².

Conforme Fagundez,

A democracia é o grande sonho dos homens. Só que não se trata de uma democracia política apenas. Deve ser uma democracia que permite o uso da palavra por todos, que possibilite a convivência pacífica entre todos os homens, dos homens com os animais e as plantas, entre todas as nações, entre todos os planetas, enfim, entre todos os seres³¹³.

A afirmação de que a democracia é o grande sonho dos homens reflete a aspiração universal por um sistema que promova a igualdade, a justiça e a participação de todos na

³¹⁰ MIRRA, Á. L. V. **Ação civil pública e a reparação do dano ao meio ambiente**. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2004, p. 57.

³¹¹ MEDEIROS, 2004, op. cit.

³¹² DERANI, C. Meio ambiente ecologicamente equilibrado: direito fundamental e princípio da atividade econômica. In: FIGUEIREDO, Guilherme José Purvin de (org.). **Temas de direito ambiental e urbanístico**. São Paulo: Max Limonad, 1999. p. 91- 101.

³¹³ FAGUNDEZ, P. R. Á. O significado da Modernidade. In: LEITE, José Rubens Morato; BELLO FILHO, Ney de Barros (org.). **Direito ambiental contemporâneo**. Barueri: Manole, 2004. p. 205-246, p. 216.

tomada de decisões que afetam suas vidas. No entanto, essa concepção vai além da democracia política convencional, que se limita ao exercício do voto e à representação política. Uma verdadeira democracia deve ser inclusiva e abrangente, permitindo que todas as vozes sejam ouvidas e respeitadas.

Essa visão ampliada da democracia envolve não apenas os seres humanos, mas também a coexistência pacífica e harmoniosa entre todas as formas de vida, incluindo animais e plantas. Além disso, abrange a convivência entre todas as nações, reconhecendo a interdependência e a diversidade cultural como valores fundamentais. Essa concepção transcende as fronteiras terrestres, contemplando a cooperação e o respeito mútuo entre todos os habitantes do planeta, e até mesmo entre os diferentes planetas, simbolizando a visão de um universo interligado e interdependente.

Portanto, a democracia como um ideal não se restringe à esfera política, mas abrange uma visão mais ampla de coexistência e colaboração entre todos os seres, em um ambiente de respeito mútuo, igualdade e justiça. Essa visão utópica, embora desafiadora de ser alcançada, inspira a busca por formas mais inclusivas e participativas de organização social, visando a construção de um mundo mais justo e solidário.

Assim, verifica-se a evidente incumbência imposta ao Ministério Público de resguardar e zelar pelo patrimônio ambiental, usando instrumentos legítimos, arraigados nas atitudes preventivas e repressivas alusivas aos casos em concreto.

O Ministério Público, como instituição fundamental para a defesa dos interesses coletivos e individuais indisponíveis, possui uma incumbência evidente e crucial de resguardar e zelar pelo patrimônio ambiental. Essa responsabilidade decorre não apenas de dispositivos legais específicos, mas também da necessidade premente de proteger os recursos naturais para as presentes e futuras gerações.

Para cumprir essa missão, o Ministério Público deve fazer uso de instrumentos legítimos e eficazes, que permitam tanto a prevenção de danos ambientais quanto a repressão aos casos já ocorridos. Isso inclui a utilização de medidas administrativas, como recomendações e termos de ajustamento de conduta, para evitar a ocorrência de degradações ambientais.

Além das medidas preventivas, o Ministério Público também deve atuar de forma repressiva diante de infrações ambientais, buscando a responsabilização dos envolvidos e a reparação dos danos causados ao meio ambiente. Isso pode envolver a propositura de ações civis públicas, a realização de investigações e a promoção de denúncias criminais, quando

cabível. A atuação do Ministério Público no campo ambiental também se estende à fiscalização e ao acompanhamento das políticas públicas relacionadas ao meio ambiente. Isso significa monitorar a implementação de leis, programas e projetos voltados para a proteção ambiental, garantindo que sejam efetivos e adequados às necessidades da sociedade e do ecossistema.

Além disso, o Ministério Público tem o papel de promover a conscientização e a educação ambiental, buscando envolver a sociedade civil na proteção do meio ambiente e na cobrança por políticas públicas mais eficientes nesse sentido. Isso pode ser feito por meio de campanhas educativas, palestras, audiências públicas e outras iniciativas de mobilização social.³¹⁴

É importante ressaltar que a atuação do Ministério Público no âmbito ambiental deve ser pautada pela imparcialidade, pela independência e pela busca pela justiça. Isso significa agir de forma transparente, ética e responsável, evitando qualquer tipo de influência indevida ou conflito de interesses. A proteção do meio ambiente não é apenas uma questão de interesse público, mas também um dever constitucional que deve ser exercido de forma diligente e eficaz pelo Ministério Público. A preservação dos recursos naturais é essencial para a manutenção da qualidade de vida dos presentes e futuras gerações, e cabe a essa instituição desempenhar um papel fundamental nesse processo.³¹⁵

As instâncias do judiciário, incluindo o Ministério Público, desempenham um papel crucial na proteção do meio ambiente e na garantia da sua preservação. Por meio de uma abordagem multidisciplinar, essas instituições são capazes de analisar e abordar questões relacionadas à conservação ambiental, considerando não apenas as leis e regulamentos, mas também os aspectos sociais, econômicos e científicos envolvidos. Ao integrar profissionais de diversas áreas, como direito ambiental, biologia, ecologia e geografia, o judiciário e o Ministério Público podem desenvolver estratégias abrangentes para enfrentar desafios ambientais complexos.

Essa abordagem multidisciplinar fortalece a capacidade do judiciário e do Ministério Público de lidar com questões ambientais urgentes, como desmatamento ilegal, poluição de recursos hídricos e degradação de ecossistemas. Ao considerar as interações entre o meio

³¹⁴ AMARAL, Jackson Barros; TREMORI, Tália Missen. Exame de corpo de delito nas perícias de bem-estar em bovinos leiteiros: Revisão. *Pubvet*, v. 16, n. 04, 2022.

³¹⁵ ANDRADE, Ana Paula Marques. O Papel Dos Centros De Referência Em Saúde Do Trabalhador No Sistema Único De Saúde: Histórico, Avanços E Desafios Para Concretização Do Direito Fundamental Ao Meio Ambiente Do Trabalho Equilibrado. *Revista do Ministério Público de Contas do Estado do Paraná*, v. 9, n. 16, p. 138-156, 2022.

ambiente e as atividades humanas, essas instituições podem tomar decisões mais informadas e implementar medidas eficazes para prevenir danos ambientais e promover a sustentabilidade. Além disso, ao responsabilizar indivíduos e empresas por práticas que causem impactos negativos ao meio ambiente, o judiciário e o Ministério Público contribuem para a conscientização sobre a importância da conservação ambiental e para a promoção de comportamentos mais sustentáveis.

4. A PRÁTICA DO CONSUMO CONSCIENTE E O DEVER FUNDAMENTAL AO MEIO AMBIENTE

A proteção do ambiente equilibrado depende do consumo consciente, que está ligado ao alto padrão de consumo como causa da degradação ambiental. A reversão desse quadro requer a interligação do meio ambiente, consumo e cidadania, além do comprometimento de toda a sociedade, não apenas de normas protetivas.

A prática de consumir de forma consciente surge como uma solução importante diante dos problemas ambientais da sociedade atual. É uma estratégia que procura incentivar decisões e ações levando em conta não só as demandas pessoais, mas também os efeitos sociais e ambientais ao longo da vida útil dos produtos. O conceito está fortemente ligado à obrigação básica de conservar o meio ambiente, já que valoriza a preservação dos recursos naturais e o estímulo ao desenvolvimento sustentável.

No âmbito do consumo consciente, os indivíduos são incentivados a adotar práticas que minimizem o desperdício, a poluição e o esgotamento dos recursos naturais. Isso pode incluir a redução do consumo de produtos descartáveis, a escolha por produtos duráveis e de baixo impacto ambiental, o incentivo à reciclagem e ao reaproveitamento de materiais, entre outras ações que visam a uma maior eficiência e sustentabilidade no uso dos recursos.

No entanto, o consumo consciente também envolve uma reflexão sobre o próprio padrão de consumo e estilo de vida, buscando evitar o consumismo excessivo e a busca desenfreada por status através da posse de bens materiais. Nesse sentido, os consumidores são encorajados a priorizar experiências e valores que vão além do acúmulo de produtos, valorizando relações interpessoais, saúde, bem-estar e qualidade de vida.

O dever fundamental ao meio ambiente, por sua vez, implica uma responsabilidade coletiva de preservação dos recursos naturais e da biodiversidade para as presentes e futuras gerações. Isso requer não apenas a atuação do Estado e das instituições públicas, mas também o engajamento ativo da sociedade civil e dos indivíduos na promoção de práticas sustentáveis e na cobrança por políticas ambientais eficazes.

Assim, a prática do consumo consciente pode ser entendida como uma forma de exercer esse dever fundamental ao meio ambiente no contexto do cotidiano das pessoas. Ao fazer escolhas mais conscientes e responsáveis, os consumidores contribuem para a redução da pressão sobre os ecossistemas naturais e para a promoção de um modelo de desenvolvimento mais equilibrado e sustentável.

4.1 CONSUMO E SUSTENTABILIDADE

Conforme mencionado nos capítulos anteriores, existe uma intensa discussão sobre a sociedade de consumo atual, devido aos padrões de consumo atuais e suas consequências ambientais, assim como sobre a importância dos consumidores entenderem as repercussões de suas ações, que podem ter impacto significativo nos âmbitos econômico, social e político.

Os recursos globais são claramente limitados e a exploração desenfreada atual ultrapassa a capacidade de produção do planeta, sendo essencial adotar práticas sustentáveis para assegurar o futuro das próximas gerações.^{316,317}

A sustentabilidade busca implementar medidas que atendam às demandas da sociedade sem prejudicar o meio ambiente e sem comprometer os recursos das próximas gerações. O cidadão tem a capacidade de promover a sustentabilidade através de suas escolhas de consumo, influenciando o mercado a se alinhar com os princípios sustentáveis, uma vez que os consumidores têm grande impacto no desempenho do mercado.^{318,319}

É importante ressaltar que a Constituição de 1988 vinculou a garantia dos direitos sociais aos conceitos de dignidade humana, livre mercado e preservação ambiental em um Estado social e democrático. No entanto, é desafiador equilibrar a liberdade de mercado e a preservação ambiental, sendo crucial encontrar um meio termo entre o desenvolvimento econômico e a sustentabilidade dos recursos naturais, requerendo uma consciência que respeite os limites impostos pela natureza.

Dessa forma, as bases da constituição sugerem que a utilização dos recursos naturais seja baseada na sustentabilidade, ou seja: adquirir, utilizar e descartar bens e serviços, respeitando o meio ambiente e a dignidade humana.³²⁰

De acordo com o que foi mencionado no primeiro capítulo, os efeitos no meio ambiente são grandemente influenciados pelo modelo capitalista de desenvolvimento, que se apoia no consumo. Quanto mais se consome, mais se produz e, conseqüentemente, mais se

³¹⁶ REIS, S. da S.; COSTA, M. M. M. da. **Participação Política enquanto dever fundamental da cidadania: aportes teóricos.** In: GORCZEWSKI, Clovis (org.). *Direitos Humanos e Participação Política.* 1 ed. Porto Alegre: Imprensa Livre, 2010.

³¹⁷ PÁDUA, J. A. Produção, consumo e sustentabilidade: o Brasil e o contexto planetário. *Cadernos de Debate*, v. 6, p. 13-48, 1999.

³¹⁸ LIMA, A. K. F. G. Consumo e sustentabilidade: em busca de novos paradigmas numa sociedade pós-industrial. *XIX Encontro Nacional do CONPEDI. Fortaleza-CE*, v. 12, 2010.

³¹⁹ ZANIRATO, S. H.; ROTONDARO, T. Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade. *Estudos avançados*, v. 30, p. 77-92, 2016.

³²⁰ CANOTILHO e LEITE, 2015, op. cit.

lucra, enquanto os valores sociais são negligenciados e as pessoas são avaliadas pelo que consomem.³²¹

Reis e Costa³²² afirmam que os principais motivos da deterioração ambiental estão nos padrões de produção e consumo insustentáveis e nas consequências da pobreza nos países em desenvolvimento. Acrescentam também que, em determinadas regiões do mundo, os níveis de consumo são muito altos e algumas pessoas não têm suas necessidades básicas atendidas. Dessa forma, é evidente a exigência de mudar a forma de consumir e produzir.

Assim, é necessário encorajar grupos de consumidores fornecendo informações sobre as consequências de suas escolhas de consumo, a fim de incentivar a busca e a utilização de produtos sustentáveis, com o objetivo de diminuir a produção de resíduos e produtos descartados.³²³

Contudo, é desafiador adaptar os atuais hábitos de consumo para uma abordagem mais consciente e responsável, pois a maioria das pessoas ao redor do mundo ainda deseja o estilo de vida americano, também conhecido como "American way of life" (sonho americano).

Solomon³²⁴ afirma que a busca por ações genuinamente sustentáveis requer práticas de produção e consumo mais racionais e conscientes, devido à influência da mídia que incentiva o consumo excessivo de produtos muitas vezes supérfluos e descartáveis na sociedade atual. Ao se notar que o valor do indivíduo é baseado no que ele adquire.

Dessa forma, o cliente é incentivado a descartar o produto antigo para comprar um novo. Assim, impulsiona-se a economia, porém aumenta-se a produção de resíduos, já que, na sociedade de consumo atual, o principal objetivo do homem é utilizar completamente tudo o que é adquirido com o seu trabalho. Importa salientar que apenas consumir não é necessariamente um problema, mas sim os padrões atuais de consumo e suas consequências no ambiente e na sociedade.

Portanto, destaca-se que o consumo é fundamental para a sobrevivência humana, porém, a questão está no padrão e impactos do consumo, tanto em relação ao meio ambiente quanto à satisfação das necessidades básicas da humanidade. A discussão envolve o papel que

³²¹ MORAES, 2015b, op. cit.

³²² REIS e COSTA, 2010, op. cit.

³²³ SEVERO, E. A., GUIMARÃES, J. C. F., DORION, E. C. H., NODARI, C. H. Cleaner production, environmental sustainability and organizational performance: an empirical study in the Brazilian Metal-Mechanic industry. **Journal of Cleaner Production**, v. 96, p. 118-125, 2015.

³²⁴ SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2016.

o consumo desempenha na vida das pessoas, apesar de oferecer amplas oportunidades para satisfazer necessidades individuais.

Observa-se, portanto, que a sociedade de consumo atual está destruindo o planeta, seja devido à exploração excessiva dos recursos naturais ou à geração excessiva de resíduos, o que, por si só, abre espaço para um debate sobre a importância do consumo consciente. No entanto, além disso, é importante ressaltar que o consumo consciente é uma maneira de cumprir a obrigação fundamental de proteger o meio ambiente, conforme exigido no Brasil. Dessa forma, caso o ato de consumo possa prejudicar o meio ambiente, é recomendável que o indivíduo opte por consumir de forma mais consciente, buscando causar o mínimo impacto na natureza.

Sustentabilidade se baseia na harmonia entre as demandas atuais e futuras, visando preservar os recursos naturais e o meio ambiente para as gerações presentes e futuras. Essa forma de pensar reconhece como os sistemas ecológicos, sociais e econômicos estão interligados, com o objetivo de proteger a qualidade de vida das pessoas e a saúde dos ecossistemas a longo prazo.

Dentro do consumo consciente, a sustentabilidade é evidenciada através da adoção de ações que visam reduzir os efeitos negativos no meio ambiente e na sociedade durante a vida útil dos produtos. Isso inclui desde a seleção de materiais e métodos de fabricação mais ecológicos até a correta eliminação dos resíduos produzidos, com o objetivo de reduzir a utilização de recursos naturais não renováveis, diminuir a poluição e mitigar os impactos das mudanças climáticas.

Dessa forma, a sustentabilidade no consumo consciente também está ligada a uma análise mais abrangente do modo de vida e dos princípios que influenciam as decisões das pessoas. Isso envolve promover relações saudáveis, equidade social e qualidade de vida, sem prejudicar a capacidade das futuras gerações de suprir suas próprias necessidades.

Dentro do contexto do compromisso fundamental com o meio ambiente, a sustentabilidade se manifesta através da implementação de ações e diretrizes que buscam assegurar a preservação dos recursos naturais e a defesa da diversidade biológica. Isso envolve a adoção de práticas de gestão ambiental eficazes, o aprimoramento da legislação ambiental e o estímulo à participação da sociedade civil na tomada de decisões ligadas à preservação do meio ambiente.

Portanto, a sustentabilidade no contexto do consumo consciente e do dever fundamental ao meio ambiente representa um compromisso com a promoção de um

desenvolvimento mais equilibrado e harmonioso, que leve em consideração não apenas os interesses imediatos, mas também as necessidades e os direitos das gerações futuras. É uma abordagem que reconhece a interdependência entre os sistemas naturais e sociais, e busca garantir a preservação dos recursos naturais e a qualidade de vida das pessoas em um contexto de longo prazo.

4.2 O CONSUMO CONSCIENTE

As mudanças constantes na sociedade influenciam diretamente o contexto do consumo. Essas mudanças na atitude da sociedade, junto com a popularização do consumo em massa de produtos fabricados em série após a Revolução Industrial, incentivaram as pessoas a criarem cada vez mais itens e colocá-los à venda para que sejam comprados pela sociedade.³²⁵

Assim, é preciso difundir a ideia de consumo consciente, também conhecido como consumo sustentável, que provocou uma nova visão das interações entre consumidores e fornecedores em várias categorias de produtos no âmbito do direito do consumidor.³²⁶

O consumo consciente ocorre quando, ao comprar um produto, se busca de maneira racional considerar o impacto que os insumos e serviços envolvidos podem ter no meio ambiente, tentando evitá-los quando possível. O consumidor consciente identifica o impacto de suas compras na sociedade, seja positivo ou negativo, tanto no momento da compra quanto no consumo dos produtos adquiridos.³²⁷

Um exemplo seria optar por um produto de uma empresa comprometida com responsabilidade social, já que isso contribui para a preservação do meio ambiente. Entretanto, o comportamento do consumidor consciente não se resume apenas a escolher empresas que produzem produtos sustentáveis, pois deve incluir desde a reflexão sobre a redução da quantidade de bens adquiridos até a economia de recursos como água e energia, além da reutilização de itens anteriormente considerados lixo.³²⁸

Nesse sentido, a hierarquia estabelecida no artigo 9º da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei Federal 12.305/10) coloca como principal prioridade a redução de resíduos, o que requer uma reflexão sobre o consumo ou a ausência dele.

³²⁵ SILVEIRA, C. E. M. da; GRASSI K. Configuração e justificação de um direito fundamental ao meio ambiente à luz dos conceitos de meio justo e de natureza-projeto em François Ost. In **Revista Direito e Práxis**, v. 5, n. 8, p. 76-93, 2014.

³²⁶ LUNELLI, 2015, op. cit.

³²⁷ FREITAS, 2016, op. cit.

³²⁸ SOLOMON, 2016, op. cit.

O consumidor responsável busca equilibrar sua própria felicidade com a sustentabilidade, ampliando os benefícios dessa escolha não só para si mesmo, mas também para a comunidade e o meio ambiente.³²⁹

Assim, a prática do consumo consciente diz respeito à consideração dos efeitos da aquisição, utilização ou descarte de bens ou serviços, bem como à escolha das empresas com base em seu engajamento com práticas sustentáveis.

A educação ambiental pode ter um grande impacto nesse processo, pois é responsável por guiar as pessoas para uma reflexão renovada sobre si mesmas, sua relação com a natureza e a importância da harmonia entre ambos. Ensinar sobre o meio ambiente também inclui:

- a) diminuir os custos ambientais, à medida que a população agir como protetor do meio ambiente;
- b) concretizar o princípio da prevenção;
- c) permanecer o pensamento de consciência ecológica, que procurara sempre o uso de tecnologias limpas;
- d) motivar a efetivação do princípio da solidariedade, no correto sentido que perceberá que o meio ambiente é singular, indivisível e de titulares indetermináveis, devendo ser justa e distributivamente acessível a todos;
- e) executar o princípio da participação^{330,331,332}.

É constatado que diante da grave situação em que se encontra o meio ambiente na sociedade atual, é preciso que todos os envolvidos - Governo, empreendedores e compradores - alterem suas atitudes.

Percebe-se que o dever de proteger o meio ambiente deve ser dividido, uma vez que se trata de um direito difuso originado do princípio da dignidade humana, base do Estado brasileiro conforme estabelecido no artigo. Article 1, section III, of the Federal Constitution.

Assim, a constituição reconheceu que o excesso de consumismo é uma ameaça à vida humana e que a qualidade de vida digna depende do equilíbrio ambiental, devendo ser protegida pelo poder público e pela sociedade. Destacando que o consumo consciente beneficia o direito fundamental de proteção ambiental e também contribui para cumprir o dever implícito nesse sentido.

³²⁹ MORAES, 2015a, op. cit.

³³⁰ MORAES, 2015a, op. cit.

³³¹ JACOBI, P. Educação e meio ambiente—transformando as práticas. **Revista Brasileira de Educação Ambiental, Brasília, n. 0**, v. 1, p. 28-35, 2004.

³³² GANZER, A. A et al. **Educação ambiental e meio ambiente em pauta**. Editora Feevale, 2017.

A educação ambiental também é um direito básico garantido não apenas pela Constituição Federal, mas também pelo artigo. O sexto artigo do Código de Defesa do Consumidor estabelece que é importante educar e informar sobre o consumo adequado de produtos e serviços, garantindo a liberdade de escolha e a igualdade nas transações comerciais.

Por ser um direito garantido pela lei brasileira, a educação do consumidor deve ser possibilitada pelo governo, através do desenvolvimento de políticas públicas para diversos públicos: crianças, adolescentes, adultos e idosos. Essa política deve ser aplicada de maneira abrangente, independentemente da classe social, já que todos são consumidores, já que cada ato de consumo impacta o meio ambiente, seja na extração de recursos naturais para a produção, seja na gestão dos resíduos sólidos resultantes do consumo.

Além disso, a sustentabilidade, de forma abrangente, está intimamente relacionada à preservação do meio ambiente, ao crescimento econômico equilibrado e à responsabilidade social. É uma estratégia que se preocupa em assegurar a conservação dos recursos naturais e a qualidade de vida das atuais e futuras gerações, considerando a ligação entre os sistemas naturais, sociais e econômicos. Dentro do cenário do consumo sustentável, a prioridade é consumir de forma que não prejudique as chances de sobrevivência das pessoas e das próximas gerações. Isso envolve tomar decisões conscientes que considerem não só as necessidades imediatas, mas também os impactos sociais e ambientais ao longo da vida útil dos produtos.³³³

Diante desse cenário, as empresas enfrentam o desafio de desenvolver estratégias inovadoras de produção e comercialização de seus produtos, que possam atender às demandas dos consumidores enquanto minimizam os impactos ambientais. Isso requer uma abordagem holística, que considere desde a seleção de matérias-primas sustentáveis até a implementação de práticas de gestão ambiental em toda a cadeia de valor.

As empresas que conseguem integrar efetivamente a sustentabilidade em suas operações têm a oportunidade de obter vantagem competitiva no mercado. Ao alinhar suas estratégias com as preocupações ambientais e sociais dos consumidores, elas podem não apenas atender às demandas do mercado atual, mas também posicionar-se como líderes em um contexto de crescente conscientização sobre a importância da sustentabilidade. Portanto, a busca pela sustentabilidade no contexto empresarial não é apenas uma questão de

³³³ ZIMMER, Priscila et al. Consumo consciente: o nível de consciência ecológica dos acadêmicos do curso de administração de uma instituição de ensino da Serra Gaúcha. *Desafio Online*, v. 7, n. 2, 2019.

responsabilidade social, mas também uma estratégia de negócios inteligente. Ao adotar práticas sustentáveis, as empresas podem não apenas contribuir para a proteção do meio ambiente, mas também garantir sua própria viabilidade a longo prazo e construir relacionamentos mais sólidos com seus clientes e partes interessadas.³³⁴

No contexto atual, o consumo sustentável de energias emerge como uma preocupação fundamental devido ao seu impacto direto nas mudanças climáticas. Reduzir o consumo de energia é considerado uma estratégia altamente promissora e eficaz para mitigar essas mudanças. Esse destaque é especialmente relevante em países em desenvolvimento, como o Brasil, onde o consumo de energia elétrica está em rápida expansão devido aos programas de aceleração do crescimento econômico. No entanto, o aumento desenfreado no uso desse recurso está criando um contexto insustentável, com mais indústrias, tecnologias e pessoas contribuindo para o consumo excessivo.³³⁵

As abordagens tradicionais de pesquisa sobre consumo de energia elétrica costumavam se concentrar na coleta e análise de dados sobre produção e consumo, muitas vezes isolando a energia de seu contexto e simplificando-a como algo que as pessoas simplesmente economizam, consomem ou desperdiçam. No entanto, a introdução das teorias das práticas sociais trouxe uma perspectiva mais abrangente e contextualizada para o estudo do consumo sustentável de energia. Essas teorias destacam a importância das ações cotidianas, escolhas, expectativas e estilos de vida dos consumidores como componentes intrínsecos da prática social de consumo. Essa abordagem mais holística permite uma compreensão mais profunda das dinâmicas subjacentes ao consumo de energia e abre caminho para estratégias mais eficazes de promoção do consumo sustentável.³³⁶

A mudança de paradigma no desenvolvimento está intrinsecamente ligada à transformação da cultura social, aos padrões de consumo da população e aos métodos de atuação das organizações, tanto públicas quanto privadas, demandando ações de longo prazo. A perspectiva ressalta a importância de compreender o problema em sua totalidade, buscando um novo estilo de vida, métodos de produção e padrões de consumo. Destaca-se que essa transição para um modelo mais sustentável requer mudanças estruturais e iniciativas transformadoras em todos os níveis da sociedade, da economia e das organizações.

³³⁴ ZIMMER et al. (2019).

³³⁵ CASTRO, Neyliane M.; SILVA, Minelle E. Práticas de consumo sustentável: a dinâmica de consumo de energia elétrica a partir das teorias da prática. *Revista Reuna*, v. 27, n. 4, p. 1-21, 2022.

³³⁶ CASTRO; SILVA, 2022.

Para alcançar efetivamente esse novo modelo de desenvolvimento, é essencial o envolvimento de diversos atores sociais, promovendo atividades mais centradas em questões socioambientais e adotando atitudes holísticas que promovam a interação entre eles. Nesse sentido, o governo, as empresas e a sociedade civil desempenham papéis corresponsáveis nessa nova visão desenvolvimentista.

No contexto delineado, o governo assume o papel de regulador, fiscalizador e incentivador de ações que visam a organização social. As empresas, por sua vez, têm a responsabilidade de adotar práticas socioambientais que contribuam para o bem coletivo e melhorem sua performance organizacional. Já a sociedade civil, além de defender seus direitos por meio de associações, também tem a responsabilidade individual de promover mudanças nos estilos de vida e nos padrões de consumo, buscando alinhá-los com a perspectiva de um desenvolvimento sustentável.

Os clientes formam seus julgamentos sobre um determinado produto, serviço ou experiência a partir de múltiplas variáveis — cultura, classe social, experiências adquiridas, grupos de referência, aprendizagem, emoção, memória, entre outros (Espinoza, 2004). Ultimamente os estudos sobre o comportamento do consumidor têm extrapolado os modelos integrativos já consagrados de tomada de decisão (vide autores como Howard-Sheth (1969); Nicosia (1966); Engel, Blackwell e Miniard (1986)), para também dar atenção aos estudos sobre emoção, memória sensibilização e engajamento, por exemplo. Além do mais, a Internet, mídias sociais e os dispositivos móveis estão revolucionando as indústrias de bens de consumo, as empresas e também o comportamento dos consumidores. A articulação dos novos meios de comunicação e a descoberta e exploração de novos canais possibilitam à empresa alcançar e conectar os clientes com a própria empresa ou mesmo com outros clientes. A partir dessa interação, surgem formatos de relacionamento que permitem que um número crescente de clientes participe de forma ativa na criação de conteúdo sobre os produtos e experiências de compra (cocriação de valor) e criação e manutenção de comunidades de marcas (Grönroos & Voima, 2013; Vargo & Lusch, 2016). A confiança, considerada um fator importante na tomada de decisão, corrobora com a estruturação da proposta de valor e a articulação da comercialização da organização. Mais informados, os consumidores esperarão por mais transparência e honestidade das empresas³³⁷

Os consumidores hoje em dia baseiam suas escolhas em uma variedade de fatores, que vão desde sua cultura e classe social até suas experiências passadas e influências externas, como grupos de referência. Além dos modelos tradicionais de tomada de decisão, os estudos recentes também consideram aspectos emocionais, memória e envolvimento do consumidor. A ascensão da Internet, das mídias sociais e dos dispositivos móveis está transformando não apenas as indústrias, mas também o comportamento dos consumidores. Essas novas

³³⁷ DAMÁZIO, Luciana Faluba; COUTINHO, Leonardo Antunes Nogueira; SHIGAKI, Helena Belintani. Comportamento do consumidor em relação a produtos sustentáveis: uma revisão sistemática de literatura. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 19, n. 3, p. 374-392, 2020.: . 377.

plataformas oferecem oportunidades para as empresas se conectarem diretamente com os clientes, facilitando a interação e até mesmo a cocriação de valor. Nesse contexto, a confiança desempenha um papel crucial, pois os consumidores cada vez mais exigem transparência e honestidade das empresas. Essa demanda por informações e integridade está moldando as estratégias de marketing e comunicação das organizações, influenciando diretamente a forma como elas se apresentam e se relacionam com o público.³³⁸

Damázio, Couinho e Shigaki (2020) identificaram uma série de fatores que exercem influência nas práticas de sustentabilidade adotadas pelos consumidores de produtos sustentáveis. Dentre esses fatores, destacam-se elementos como o ambiente em que o consumidor está inserido, sua faixa etária, nível educacional, situação econômica, gênero e consciência sobre questões ambientais. Além disso, a preocupação com a imagem pessoal, as emoções associadas às decisões de consumo, o acesso à informação sobre sustentabilidade, a confiança nas empresas e seus produtos, bem como os hábitos pré-estabelecidos, também desempenha um papel significativo. Essa ampla gama de influências demonstra a complexidade do comportamento do consumidor em relação à sustentabilidade e ressalta a importância de abordagens integradas e personalizadas para promover práticas mais sustentáveis na sociedade.³³⁹

³³⁸ DAMÁZIO; COUINHO; SHIGAKI, 2020

³³⁹ DAMÁZIO; COUINHO; SHIGAKI, 2020:381

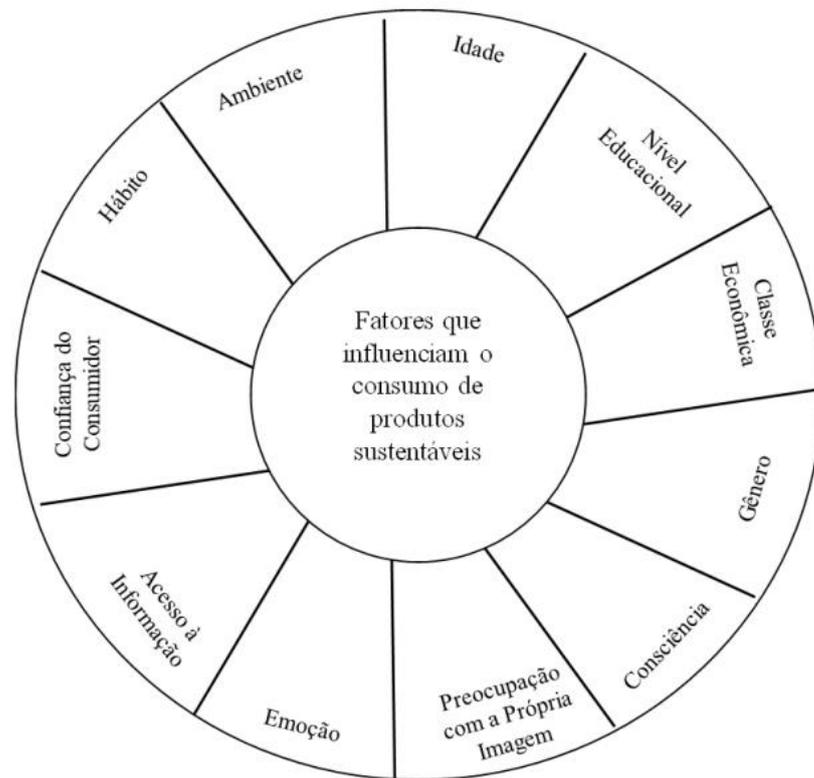


Figura 1: Fatores que influenciam o consumo de produtos sustentáveis ³⁴⁰

A figura 1 apresenta os onze fatores que influenciam as práticas de sustentabilidade no comportamento do consumidor de produtos sustentáveis. Esses fatores incluem o ambiente, idade, nível educacional, classe econômica, gênero, consciência, preocupação com a própria imagem, emoção, acesso à informação, confiança do consumidor e hábito. O ambiente, tanto macro quanto micro, influenciando as normas, crenças e valores que moldam o comportamento do indivíduo. A legislação ambiental também exerce uma influência significativa, com ambientes com leis mais rigorosas propensos a promover práticas sustentáveis. A idade e o nível educacional impactam na consciência ambiental, enquanto a classe econômica influencia a capacidade de arcar com os custos adicionais de produtos sustentáveis. O gênero também desempenha um papel, com estudos indicando diferenças nas preferências de compra entre homens e mulheres. Ainda, tem-se a consciência, acesso à informação, confiança do consumidor e hábito são fatores importantes que influenciam as práticas sustentáveis. A preocupação com a própria imagem e as emoções também desempenham um papel, afetando a intenção de compra de produtos sustentáveis.³⁴¹

³⁴⁰ DAMÁZIO; COUINHO; SHIGAKI, 2020:381

³⁴¹ Ibidem

A necessidade de entender o comportamento do consumidor tem sido alvo de muitas pesquisas, vários autores têm procurado compreender as razões que levam o consumidor a escolher determinado produto (SHETH et al., 2001). Além disso, percebe-se que as indústrias estão reconhecendo a importância de entender o comportamento do consumidor, a fim de obter maior sucesso nas tomadas de decisão (SHETH et al., 2001). O consumidor, de acordo com Negrão & Camargo (2012), é qualquer pessoa que compra, consome ou utiliza produtos e serviços. Pelo olhar da psicologia, o consumo pode ser visto por meio dos sentimentos e expectativas geradas no inconsciente dos consumidores. No aspecto mercadológico, o consumo pode ser visto como um resultado sob as influências que as empresas exercem nas decisões de compra dos consumidores (GONÇALVES et al., 2016). Os consumidores, segundo Kotler e Armstrong (2015), podem ser influenciados por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Os profissionais de Marketing não podem controlar tais influências, mas precisam levá-las em consideração quando se trata do consumidor.³⁴²

A compreensão do comportamento do consumidor tem sido objeto de numerosas pesquisas, com diversos autores buscando entender as motivações por trás das escolhas dos consumidores. É cada vez mais evidente o reconhecimento por parte das indústrias da importância de compreender esse comportamento para tomar decisões mais eficazes. Os consumidores são suscetíveis a uma série de influências, incluindo fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Embora os profissionais de marketing não tenham controle total sobre essas influências, é essencial que as levem em consideração ao desenvolver estratégias de marketing voltadas para o consumidor.^{343_344}

O comportamento sustentável de consumo tem se tornado cada vez mais relevante na sociedade contemporânea, refletindo uma preocupação crescente com o meio ambiente e com questões sociais. Nesse contexto, diversos exemplos de comportamentos sustentáveis podem ser observados entre os consumidores, demonstrando uma mudança de paradigma em relação aos padrões tradicionais de consumo.

Um exemplo claro de comportamento sustentável de consumo é a preferência por produtos orgânicos e locais. Os consumidores conscientes optam por alimentos cultivados de forma sustentável, sem o uso de pesticidas ou fertilizantes químicos, e dão preferência a produtos cultivados em sua região, reduzindo assim a pegada de carbono associada ao transporte de mercadorias.

A escolha por produtos duráveis e de qualidade é outra prática sustentável de consumo. Em vez de adquirir produtos de baixa qualidade que exigem substituição frequente,

³⁴² UGALDE, Rita de Cássia de Mello et al. A influência das embalagens no poder de decisão de compra de alimentos—uma revisão. 2020: 19-20.

³⁴³ UGALDE et al., 2020.

³⁴⁴ KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. Tradução de Sabrina Cairo. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

os consumidores estão cada vez mais investindo em produtos duráveis e de longa duração, reduzindo assim o desperdício e promovendo uma economia circular.

Outro exemplo é o consumo consciente de energia. Os consumidores estão adotando medidas para reduzir o consumo de energia em suas residências, optando por eletrodomésticos eficientes, fazendo uso de fontes de energia renovável e adotando práticas de conservação de energia, como desligar aparelhos eletrônicos quando não estão em uso.

O transporte sustentável também é uma preocupação crescente entre os consumidores conscientes. Muitos optam por utilizar meios de transporte alternativos, como bicicletas ou transporte público, em vez de carros particulares movidos a combustíveis fósseis, contribuindo assim para a redução da poluição do ar e das emissões de gases de efeito estufa.

No que diz respeito ao descarte de resíduos, os consumidores estão cada vez mais engajados em práticas de reciclagem e reutilização. Eles separam seus resíduos em materiais recicláveis e não recicláveis, evitam o uso de produtos descartáveis sempre que possível e procuram maneiras de reutilizar materiais e produtos em suas atividades diárias.

O consumo consciente de água também é uma preocupação para os consumidores sustentáveis. Eles adotam medidas para reduzir o desperdício de água em suas casas, consertando vazamentos, instalando dispositivos economizadores de água e fazendo uso consciente desse recurso natural finito.³⁴⁵

As perspectivas sobre uma futura escassez de água potável têm aumentado junto com o crescimento populacional, o uso excessivo de água e a poluição dos mananciais são alguns exemplos de fatores que contribuem para essa situação. O consumo racional é uma das soluções para a preservação desses recursos naturais, e isso significa a implantação de novas medidas tecnológicas para o uso eficiente e sem desperdício [Lombardi 2012]. As tecnologias digitais tornaram-se uma aliada importante no processo educacional de um pensamento consciente, crítico a respeito do uso racional dos recursos hídricos na atualidade.³⁴⁶

A preocupação com a escassez de água potável é cada vez mais presente, especialmente devido ao aumento populacional e às práticas que levam à degradação dos recursos hídricos, como o uso excessivo e a poluição dos mananciais. Para enfrentar esse desafio, o consumo racional emerge como uma solução crucial, exigindo a implementação de medidas tecnológicas que promovam o uso eficiente e sem desperdício dos recursos hídricos. Nesse contexto, as tecnologias digitais desempenham um papel significativo ao educar e

³⁴⁵ ROCHA, Paul Symon Ribeiro et al. Tecnologias para a Conscientização e Redução do Desperdício de Água e seu Uso de Forma Consciente: Uma Revisão Sistemática da Literatura. In: Anais do V Congresso sobre Tecnologias na Educação. SBC, 2020. p. 520-529.

³⁴⁶ ROCHA et al., (2020: 3)

conscientizar as pessoas sobre a importância da utilização responsável da água. Elas fornecem ferramentas e informações que capacitam os indivíduos a adotar práticas mais conscientes e críticas em relação ao seu consumo hídrico, contribuindo assim para a preservação desse recurso vital para a vida humana e para o meio ambiente.³⁴⁷

O uso consuntivo da água no Brasil é dividido em diversos setores, com destaque para a irrigação, abastecimento urbano, indústria, dessedentação animal, termelétrica, abastecimento rural e mineração. A irrigação é o setor que mais consome água no país, representando 53,7% do total retirado em 2022. Esse uso está relacionado às práticas agrícolas, que empregam técnicas e equipamentos para suprir a necessidade hídrica das culturas, adaptando-se às características específicas de cada região. No setor agrícola, o Brasil obteve marcos significativos, como liderar as exportações mundiais de soja, ser o terceiro maior produtor de milho e feijão, além de liderar a produção de café em grãos. As exportações de frutas, como uva e manga, também registraram um crescimento expressivo em 2021, de acordo com dados da Abrafrutas. A eficiência no uso da água na irrigação pode ser alcançada por meio de diversas medidas, incluindo melhorias na estrutura de irrigação, adoção de sistemas e práticas mais eficientes, gestão adequada do uso da água e técnicas que visam aumentar a eficiência do seu uso. Essas ações são essenciais para garantir o uso sustentável dos recursos hídricos, especialmente em um contexto de aumento da demanda e preocupações com a escassez de água.³⁴⁸

A preferência por marcas e empresas comprometidas com práticas sustentáveis também é uma tendência crescente entre os consumidores conscientes. Eles procuram informações sobre as políticas ambientais e sociais das empresas antes de tomar decisões de compra e optam por apoiar aquelas que demonstram um compromisso genuíno com a sustentabilidade em todas as etapas de sua cadeia de suprimentos.

O engajamento em comunidades locais e iniciativas de economia compartilhada também é uma forma de comportamento sustentável de consumo. Os consumidores participam de grupos de troca, cooperativas e outras iniciativas comunitárias que promovem o compartilhamento de recursos, reduzindo assim o consumo excessivo e promovendo uma maior conscientização sobre os impactos ambientais e sociais de suas escolhas de consumo.³⁴⁹

³⁴⁷ ROCHA et al., (2020: 3)

³⁴⁸ SOARES, Gustavo Costa Lima. Tecnologias E Estratégias Utilizadas Para Controle E Economia De Água Nos Principais Setores De Consumo Hídrico No Brasil: Uma Revisão Atualizada. 2023.

³⁴⁹ PLATEN, Amably Cristina; RODRIGUEZ, Carlos Manuel Taboada. Economia compartilhada na logística: uma revisão sistemática de literatura sobre logística de multidão. Exacta, 2023.

O surgimento de plataformas como Ebay e Craigslist na década de 1990 impulsionou o conceito de Economia Compartilhada, facilitando o comércio online. Entretanto, somente a partir dos anos 2000, com o progresso das tecnologias de informação, é que essas ações se tornaram mais populares e ampliaram-se. A Economia Compartilhada, ou consumo colaborativo, engloba diferentes formas de comércio, como compartilhar, trocar, emprestar, negociar e doar produtos e serviços, permitindo o acesso sem a necessidade de compra ou troca direta de dinheiro entre os envolvidos. As partes interessadas principais dessas atividades são pessoas, grupos, companhias e instituições, todos envolvidos em um sistema de troca recíproca no qual contribuem e ganham benefícios.³⁵⁰

Na Economia Compartilhada, várias formas de negócios têm surgido, como locação, aquisição em grupo, empréstimo, microfinanciamento, *crowdfunding* e *crowdsourcing*. O *crowdsourcing* consiste em transferir tarefas feitas por profissionais selecionados para um grande número de pessoas por meio de um recrutamento aberto. Isso permite que um grande número de pessoas realize tarefas que anteriormente eram realizadas apenas por um pequeno grupo de especialistas. Essa metodologia tem sido eficiente em múltiplos setores, agilizando e reduzindo custos nos projetos, além de incentivar a participação e colaboração de um público mais abrangente.³⁵¹

Os governos locais de Milão e Seul têm adotado estratégias específicas para governar a economia compartilhada e construir um ecossistema e uma cidade compartilhada. Em Milão, por exemplo, as autoridades têm implementado políticas e regulamentações que incentivam o compartilhamento de recursos e promovem a colaboração entre os cidadãos. Isso inclui o apoio a iniciativas de compartilhamento de transporte, espaços de trabalho compartilhados e programas de compartilhamento de alimentos.³⁵²

Já em Seul, o governo local tem adotado uma abordagem mais abrangente, integrando a economia compartilhada em diversas áreas da cidade, como transporte, habitação e energia. Isso envolve o estabelecimento de parcerias com empresas e organizações locais para desenvolver soluções compartilhadas que atendam às necessidades da população e promovam a sustentabilidade urbana. Em ambos os casos, as autoridades municipais precisam enfrentar desafios específicos ao governar a economia compartilhada. Isso inclui a criação de políticas que garantam a segurança e a privacidade dos usuários, a proteção dos direitos dos

³⁵⁰ DEBASTIANI, Shirlei et al. Inovação Social e Cidade Inteligente: Temáticas Emergentes a Partir de uma Revisão Sistemática da Literatura. Anais do XLVI ENANPAD, 2022, Brasil., 2022.

³⁵¹ Platen; Rodrigues, 2023

³⁵² BERNARDI, Monica; DIAMANTINI, Davide. Shaping the sharing city: An exploratory study on Seoul and Milan. Journal of Cleaner Production, v. 203, p. 30-42, 2018.

trabalhadores envolvidos em plataformas de compartilhamento e a promoção da equidade e inclusão social.

É fundamental que os governos locais adotem uma abordagem colaborativa e participativa ao governar a economia compartilhada, envolvendo os cidadãos, empresas e outras partes interessadas na elaboração e implementação de políticas e regulamentações. Somente assim será possível construir uma verdadeira cidade compartilhada que promova o bem-estar e a qualidade de vida para todos os seus habitantes.³⁵³

Ressalta-se a participação das partes interessadas na busca por soluções, uma característica marcante da inovação social, que também se relaciona com as pesquisas em Cidades Inteligentes. Essa participação ativa contribui para a construção de um sistema de inovação mais inclusivo e democrático, promovendo o diálogo e refletindo os valores da sociedade. Tanto a pesquisa em inovação social quanto a pesquisa em cidades inteligentes enfatizam a relevância do conhecimento na promoção do bem-estar social e da qualidade de vida. As inovações sociais manifestam-se em diversos setores, incluindo a sociedade civil, políticas públicas e economia, e desempenham um papel fundamental na promoção da mudança social. As inovações sociais abrangem uma ampla gama de atividades em diversos setores, sendo desenvolvidas e propostas por uma variedade de organizações, equipes e indivíduos, e integrando várias disciplinas científicas.³⁵⁴

Os consumidores estão cada vez mais conscientes sobre a importância da sustentabilidade e do uso responsável dos recursos hídricos. Diante disso, eles tendem a dar preferência a empresas que demonstram compromisso com práticas sustentáveis em relação à água. Empresas que adotam medidas para reduzir o desperdício de água, implementam tecnologias mais eficientes e participam de iniciativas de preservação ambiental tendem a ganhar a preferência dos consumidores.

Essa preferência por empresas sustentáveis tem um impacto significativo no posicionamento das organizações no mercado. Empresas que são reconhecidas por suas práticas ambientalmente responsáveis tendem a construir uma imagem positiva perante os consumidores, o que pode resultar em maior fidelidade à marca, aumento nas vendas e até mesmo na conquista de novos clientes. Além disso, o engajamento em ações sustentáveis pode fortalecer a reputação da empresa e contribuir para sua diferenciação em relação à concorrência.

³⁵³ CORTEZ, Shirlei Debastiani et al. Inovação Social e Cidades Inteligentes: temáticas emergentes a partir de uma revisão sistemática da literatura. XLVI Encontro da ANPAD, 2022, Brasil., 2022.

³⁵⁴ Ibidem.

Por outro lado, o apoio dos consumidores às empresas que adotam práticas sustentáveis também pode ter um impacto positivo na manutenção dos mananciais e na preservação dos recursos hídricos. Ao preferirem produtos e serviços de empresas que valorizam a sustentabilidade, os consumidores incentivam as organizações a investirem em tecnologias e estratégias que contribuam para a conservação da água. Isso pode resultar em uma redução do uso indiscriminado de recursos hídricos, contribuindo para a preservação dos mananciais e para a sustentabilidade ambiental a longo prazo.³⁵⁵

A preferência por produtos oriundos da agricultura sustentável tem ganhado destaque à medida que os consumidores buscam opções que promovam o bem-estar ambiental e social. Agricultura sustentável refere-se a práticas agrícolas que visam maximizar a produção de alimentos enquanto minimizam os impactos negativos no meio ambiente. Isso inclui o uso responsável dos recursos naturais, como água e solo, a preservação da biodiversidade e o respeito aos direitos dos trabalhadores rurais.³⁵⁶

Essa preferência dos consumidores por produtos agrícolas sustentáveis está intimamente ligada à crescente preocupação com questões ambientais e de saúde. Os consumidores estão cada vez mais conscientes dos efeitos nocivos dos pesticidas e fertilizantes químicos utilizados na agricultura convencional, bem como dos impactos negativos da monocultura no solo e na biodiversidade. Dessa forma, eles buscam produtos que sejam produzidos de forma mais natural e sustentável, sem comprometer a saúde humana ou o equilíbrio ambiental.³⁵⁷

Além dos aspectos ambientais e de saúde, a preferência por produtos da agricultura sustentável também está relacionada a valores éticos e sociais. Os consumidores valorizam empresas e produtores que adotam práticas justas de trabalho, oferecem condições dignas aos trabalhadores rurais e contribuem para o desenvolvimento econômico das comunidades agrícolas. Ao escolherem produtos oriundos da agricultura sustentável, os consumidores estão expressando seu apoio a uma produção alimentar mais equitativa e responsável, que beneficia tanto as pessoas quanto o planeta.³⁵⁸

³⁵⁵ BETIOL, Luciana Stocco et al. *Compra Sustentável: a força do consumo público e empresarial para uma economia verde e inclusiva*. Programa Gestão Pública e Cidadania, FGV, 2012.

³⁵⁶ NÓBREGA, Thainara Cardoso. *Visão prospectiva: tendências e perspectivas futuras na indústria de alimentos*. 2024.

³⁵⁷ OLIVEIRA, Magnólia Abreu de et al. *Inovações na agricultura orgânica: revisão sistemática e bibliométrica de literatura*. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 62, p. e269069, 2023.

³⁵⁸ LIMA, Antônia Kelly Moraes de et al. *IMPACTO DO PNAE NA AGRICULTURA FAMILIAR: UMA REVISÃO DA LITERATURA. EXTENSÃO RURAL: DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA O FORTALECIMENTO DE PRÁTICAS AGRÍCOLAS SUSTENTÁVEIS*, v. 1, n. 1, p. 163-181, 2022.

Agricultura sustentável é um modelo de produção agrícola que visa equilibrar a produção de alimentos com a conservação dos recursos naturais e a proteção do meio ambiente. Um exemplo de prática sustentável é a agricultura orgânica, que utiliza métodos naturais para controlar pragas e fertilizar o solo, evitando o uso de produtos químicos nocivos. Outro exemplo é a agroecologia, que se baseia na integração de sistemas naturais para aumentar a resiliência das plantações e promover a biodiversidade.³⁵⁹

Essas práticas agrícolas sustentáveis têm um impacto significativo nos recursos naturais. Por exemplo, o uso reduzido de pesticidas e fertilizantes químicos na agricultura orgânica contribui para a preservação da qualidade do solo e da água, evitando a contaminação por substâncias tóxicas. Além disso, a agroecologia promove a conservação da biodiversidade, favorecendo a manutenção de habitats naturais e a preservação de espécies nativas.

O impacto positivo da agricultura sustentável nos recursos naturais também influencia o comportamento do consumidor. Cada vez mais, os consumidores estão optando por produtos agrícolas cultivados de forma sustentável, pois reconhecem os benefícios para o meio ambiente e para sua própria saúde. Eles valorizam a transparência e a rastreabilidade dos alimentos, buscando informações sobre a origem e os métodos de produção antes de fazerem suas escolhas de compra.³⁶⁰

Os consumidores estão dispostos a pagar um preço premium por produtos orgânicos e sustentáveis, pois veem isso como um investimento em sua saúde e no futuro do planeta. Eles também estão cada vez mais engajados em iniciativas de consumo consciente, como feiras de alimentos orgânicos e grupos de compra coletiva de produtos sustentáveis. Essas práticas refletem um desejo crescente de contribuir para um sistema alimentar mais justo, saudável e sustentável. O comportamento do consumidor em relação à agricultura sustentável também está moldando as políticas e estratégias das empresas e produtores agrícolas. Para atender à demanda por produtos sustentáveis, muitas empresas estão investindo em práticas agrícolas mais responsáveis e transparentes, buscando certificações de sustentabilidade e adotando medidas para reduzir seu impacto ambiental. Isso inclui a implementação de práticas de

³⁵⁹ GODOY, Carolina de Fatima Mantovani; FELIPE, Daniele Fernanda; FERRARI, Ariana. Gastronomia sustentável e seu impacto socioambiental: uma revisão de literatura. *Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)*, v. 18, n. 7, p. 425-433, 2023.

³⁶⁰ MOTTA VALENTE, Karan Roberto; RIBEIRO, Suezilde da Conceição Amaral. Tecnologia de embalagens e sistemas agroalimentares locais: novas possibilidades. *Caderno Pedagógico*, v. 20, n. 9, p. 3700-3731, 2023.

conservação do solo e da água, o uso eficiente de recursos naturais e a promoção do bem-estar animal.³⁶¹

O uso de materiais sustentáveis e métodos construtivos ambientalmente amigáveis tem ganhado destaque devido à crescente preocupação com os impactos ambientais da construção civil. Essa abordagem considera todo o ciclo de vida do empreendimento, desde a extração dos materiais até a demolição e reciclagem, visando minimizar o consumo de recursos naturais, a geração de resíduos e as emissões de gases de efeito estufa. Materiais como madeira certificada, bambu, aço reciclado, concreto com baixo teor de cimento e isolantes térmicos naturais são exemplos de alternativas sustentáveis que podem ser utilizadas na construção.³⁶²

Os métodos construtivos sustentáveis priorizam a eficiência energética, a redução do consumo de água, a maximização da iluminação natural e a adoção de sistemas de captação e reuso de água pluvial. Técnicas como o uso de energia solar para geração de eletricidade, a instalação de telhados verdes para reduzir o impacto do calor urbano e o emprego de sistemas de ventilação natural contribuem para a redução do consumo de energia e para o conforto térmico dos ocupantes.

Essas práticas influenciam significativamente o comportamento de escolha dos consumidores e das empresas do setor. Consumidores cada vez mais conscientes buscam por empreendimentos que adotem práticas sustentáveis, valorizando aspectos como a eficiência energética, a qualidade ambiental interna, a minimização dos impactos no entorno e a certificação verde. Por outro lado, empresas do ramo da construção civil estão percebendo a importância de se adaptar a essas demandas do mercado, investindo em inovações tecnológicas e capacitando profissionais para implementar práticas construtivas mais sustentáveis. Esse movimento reflete uma mudança de paradigma no setor, em que a sustentabilidade não é mais vista como uma opção, mas sim como um requisito essencial para o desenvolvimento urbano responsável.³⁶³

A preferência dos consumidores por produtos ecoeficientes e livres de carbono está se tornando cada vez mais evidente devido à crescente conscientização ambiental e à preocupação com as mudanças climáticas. Produtos ecoeficientes são aqueles que são

³⁶¹ GOFOY; FELIPE; FERRARI, 2023

³⁶² NASCIMENTO, Emilli Rodrigues; DE MORAIS, Denilson Pedro Ferreira; LOPES, Shara Carvalho. Sustentabilidade na construção civil no Brasil: Uma revisão da literatura. *Research, Society and Development*, v. 11, n. 14, p. e524111436611-e524111436611, 2022.

³⁶³ MOISES, Jackson et al. A SUSTENTABILIDADE NA CONSTRUÇÃO CIVIL E O PAPEL DO ARQUITETO: UMA REVISÃO NARRATIVA. *Revista Mundi Sociais e Humanidades* (ISSN: 2525-4774), v. 7, n. 2, 2022.

projetados, fabricados, utilizados e descartados de forma a minimizar seu impacto ambiental ao longo de todo o ciclo de vida. Isso inclui a redução do consumo de recursos naturais, a minimização da geração de resíduos e emissões, além da utilização de materiais reciclados ou de origem renovável.³⁶⁴

Esses produtos muitas vezes são acompanhados de certificações ambientais, que atestam seu desempenho sustentável e garantem aos consumidores que estão fazendo uma escolha consciente. Certificações como o selo Energy Star, que indica que o produto atende a padrões de eficiência energética, ou o selo FSC (Forest Stewardship Council), que garante que o produto é proveniente de manejo florestal responsável, são exemplos de credenciais que auxiliam os consumidores na identificação de produtos ecoeficientes.³⁶⁵

Além disso, os consumidores estão cada vez mais atentos às práticas das empresas em relação à redução de emissões de carbono e ao compromisso com a neutralidade climática. Empresas que adotam estratégias para reduzir sua pegada de carbono, investem em energias renováveis, compensam suas emissões de carbono e promovem a sustentabilidade em toda a cadeia de valor estão sendo valorizadas pelos consumidores. Essa valorização está impulsionando uma mudança nos padrões de produção e consumo, incentivando as empresas a adotarem práticas mais sustentáveis e a oferecerem produtos que atendam às demandas do mercado por sustentabilidade e responsabilidade ambiental.

Nesse contexto, a produção e o consumo de produtos ecoeficientes e livres de carbono se caracterizam por uma abordagem integrada que considera não apenas os aspectos ambientais, mas também os sociais e econômicos. Essa abordagem envolve a utilização de tecnologias limpas e processos de produção sustentáveis, o uso eficiente de recursos naturais, a redução de emissões de gases de efeito estufa, a promoção do uso de energias renováveis e a implementação de práticas de gestão ambiental ao longo de toda a cadeia produtiva. Ao mesmo tempo, os consumidores desempenham um papel fundamental ao fazerem escolhas conscientes e apoiarem empresas que compartilham de seus valores e preocupações ambientais.

³⁶⁴ CRUZ, Pedro Paulo da Costa. Avaliação do ciclo de vida e ecoeficiência para a promoção de desenvolvimento estratégico sustentável na indústria: uma revisão sistemática da literatura. 2021.

³⁶⁵ BULKAN 1, Janette. Smallholder forestry in the FSC system: a review. *Revue Gouvernance*, v. 17, n. 2, p. 7-29, 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Garantir um ambiente ecologicamente equilibrado para as gerações futuras requer a observância das leis da constituição. É essencial ressaltar o direito fundamental ao ambiente saudável e equilibrado ecologicamente, conforme previsto na Constituição de 1988, entre as normas mencionadas.

Neste cenário, a Constituição desempenha um papel vital no ordenamento jurídico, com a importância de que suas diretrizes sejam acatadas e tenham prevalência em relação às outras normas. Contudo, mesmo com os avanços legais que reconhecem o meio ambiente como um direito fundamental, não se tem conseguido reduzir os efeitos prejudiciais da ação humana na natureza, principalmente com o aumento do consumo na sociedade atual. Diante desse cenário, é crucial desenvolver uma sociedade reflexiva, na qual os consumidores ajam de forma proativa em nível mundial, promovendo a sustentabilidade e a conscientização na hora de consumir.

Assim, a pesquisa sobre consumo sustentável ambiental visa contribuir para o compromisso essencial com o meio ambiente e para o avanço do desenvolvimento sustentável, fazendo parte do campo de estudo do Direito Ambiental, Políticas Públicas e Desenvolvimento Socioeconômico.

Portanto, é importante discutir métodos que incentivem o consumo responsável, já que a pessoa não só consome, mas também desempenha o papel fundamental de preservar o meio ambiente. A relevância social deste estudo reside em destacar a importância de obedecer aos limites do planeta para preservar os recursos naturais e a vida na Terra, diante do crescente impacto do consumo humano no meio ambiente.

A viabilidade da sustentabilidade é enfatizada na garantia do bem-estar das próximas gerações, com destaque para o papel essencial do consumidor na adoção de práticas sustentáveis. Apontado como desafiador, o equilíbrio entre livre iniciativa e proteção ambiental exige uma consciência que respeite os limites da natureza. São debatidos os efeitos do sistema econômico capitalista nos hábitos de consumo, destacando a urgência de uma alteração nos padrões de consumo e produção.

A procura por produtos sustentáveis é encorajada como maneira de diminuir a produção de resíduos e estimular um consumo mais consciente. Contudo, é reconhecida a dificuldade de se ajustar aos padrões de consumo atuais, com destaque para a influência da mídia e da cultura do consumismo desenfreado. Destaca-se a relevância de reavaliar os padrões de consumo para reduzir os efeitos no meio ambiente e satisfazer as necessidades

essenciais da humanidade. O consumo consciente é descrito como uma maneira de salvaguardar o meio ambiente e atender à obrigação essencial de preservação ambiental que se aplica a cada cidadão.

Na sociedade atual, o consumo é uma prática enraizada, em que a incessante procura por novidades frequentemente ultrapassa as reais necessidades dos consumidores. Vários fatores, como publicidade e influência social, motivam esse comportamento, determinando o que é visto como estar em voga. A sociedade de consumo é como um período em que o ato de consumir é o principal estilo de vida, com a compra de produtos e a adesão à cultura do consumo sendo as principais escolhas disponíveis.

Neste cenário, a valia da pessoa frequentemente é calculada pelo seu patrimônio, resultando em um ciclo contínuo de compras impulsionado pelo receio de não estar à altura. A procura desenfreada por uma felicidade ilusória, motivada pela compra de bens e diversão, enquanto a economia se beneficia disso para manter o ciclo de produção e consumo em movimento.

Com as mudanças sociais e o cenário de consumo atual, é essencial promover a ideia de consumo consciente, que altera as relações entre compradores e vendedores de mercadorias. Consumir de forma consciente envolve avaliar o impacto ambiental dos produtos e serviços comprados e procurar opções que reduzam esses impactos.

A legislação brasileira, por sua vez, reconhece a importância da educação ambiental como meio de promover esse tipo de conscientização, destacando-a como um direito básico do consumidor. Nesse sentido, é fundamental que o poder público promova políticas públicas abrangentes de educação ambiental, visando alcançar todos os segmentos da sociedade e contribuir para a formação de consumidores mais conscientes e responsáveis. Tal abordagem não apenas favorece a proteção ambiental, mas também reforça a qualidade de vida e a dignidade humana, princípios fundamentais da Constituição brasileira.

Na sociedade contemporânea, o consumidor assume um papel central, impulsionando a economia e moldando os padrões de vida. Marx observa a transição da era industrial, onde os produtores detinham o poder, para a era atual, onde o consumidor é o protagonista em espaços como shoppings, restaurantes e eventos. Bauman destaca essa mudança de ênfase entre a sociedade de produtores e a sociedade de consumidores, onde o ato de consumir se torna essencial para a identidade e felicidade individuais. A sociedade líquido-moderna valoriza a satisfação imediata dos desejos, em contraste com os valores de segurança e durabilidade da sociedade de produtores. Nesse contexto, a busca incessante pelo novo

prevalece sobre a realização dos desejos, refletindo uma constante insatisfação e volatilidade nos compromissos e aspirações dos consumidores. Assim, na sociedade de consumo, a sensação de novidade supera a satisfação de possuir, perpetuando um ciclo de consumo baseado na incessante busca pelo próximo desejo.

Na sociedade contemporânea, o consumo é impulsionado por uma série de fatores, incluindo a busca por status social e a ilusão de preencher lacunas emocionais através das aquisições. No entanto, esse sistema é projetado para perpetuar a insatisfação, levando os consumidores a retornar continuamente ao consumo em busca de uma sensação de completude que nunca é alcançada.

A sedução exerce um papel fundamental nesse processo, impulsionando a demanda e alimentando a ideia de que a posse e o consumo de certos objetos são essenciais para a felicidade. Nesse cenário, o consumo excessivo é glorificado como um símbolo de sucesso, incentivando uma cultura de descarte rápido e alimentando um estilo de vida materialista e hedonista.

As definições de "motor da moda" e "obsolescência planejada" revelam a passividade do público consumidor, impulsionando a constante busca por novidades. A exaltação da marca sobre o próprio produto contribui para essa dinâmica, obscurecendo a homogeneidade e atribuindo um valor diferenciado a itens similares. Essas associações, relacionadas ao estilo, bom gosto e conforto, destacam-se como atrativos-chave para os consumidores, desviando o foco do objeto em si para suas conotações e valores simbólicos.

Dentro dessa situação, o marketing emocional visa a criar falsas impressões sobre o produto, tornando-o mais atrativo. Tanto focando na marca quanto na eficácia do produto, a estratégia busca envolver os consumidores de forma mais forte, destacando a relevância do marketing na influência do consumo. Portanto, é fundamental entender esses mecanismos para compreender a forma como o consumo é influenciado e orientado na sociedade de hoje.

A industrialização resultou em um grande aumento na produção e disponibilidade de bens, o que levou a um aumento do consumo e sobrecarregou os recursos naturais além do limite de renovação. Dentro desta situação, o capitalismo promoveu a adoração pelo consumo, fazendo com que a obtenção de produtos materiais se tornasse uma meta fundamental da sociedade. A procura exagerada por bens de consumo, juntamente com a valorização das marcas e a obsessão pela compra, levou a um círculo prejudicial de degradação ambiental e desigualdade social, prejudicando o bem-estar e colocando em risco a sustentabilidade do planeta.

O consumismo, incentivado pelos meios de comunicação e enraizado na sociedade contemporânea, promete uma felicidade universal através da aquisição de bens, mas falha em cumprir essa promessa. A busca incessante por satisfazer necessidades muitas vezes criadas pelo próprio mercado reflete um vazio nas relações humanas, onde o consumo se torna uma forma de preencher esse vazio.

Torna-se evidente a necessidade de repensar os padrões de consumo e desenvolvimento, visando não apenas o aumento do padrão de vida, mas uma verdadeira melhoria na qualidade de vida e na preservação do meio ambiente.

O consumidor consciente, ao buscar o equilíbrio entre sua satisfação pessoal e a sustentabilidade, assume um papel ativo na promoção de mudanças positivas na sociedade. Essa postura não se limita apenas ao ato de consumir, mas também inclui a conscientização e disseminação dos princípios do consumo responsável. Por meio de escolhas diárias que levam em consideração os impactos ambientais e sociais, o consumidor consciente contribui para uma economia mais equilibrada e para a preservação do meio ambiente.

A prática do consumo consciente pode ser incorporada ao cotidiano por meio de gestos simples, como optar por produtos sustentáveis, evitar o desperdício e apoiar empresas comprometidas com o desenvolvimento socioambiental. Essa abordagem voluntária e solidária para garantir a sustentabilidade do planeta é essencial para assegurar que as próximas gerações possam desfrutar dos recursos naturais e da qualidade de vida que temos hoje. Assim, o consumidor consciente desempenha um papel fundamental na construção de um futuro mais sustentável, onde o consumo responsável é visto como uma ferramenta poderosa para promover o bem-estar social e ambiental.

À medida que a conscientização ambiental se intensifica, práticas sustentáveis de consumo ganham destaque no comportamento dos consumidores, especialmente em relação à água, agricultura e produtos ecoeficientes. A preferência por produtos que promovam o uso responsável da água é um reflexo do reconhecimento da importância desse recurso finito para a vida no planeta. Consumidores estão cada vez mais atentos à quantidade de água utilizada na produção de bens de consumo, optando por marcas e produtos que adotam processos sustentáveis de fabricação e minimizam o desperdício hídrico em suas cadeias de suprimento.

No setor agrícola, a demanda por alimentos cultivados de forma sustentável está impulsionando mudanças significativas nas práticas agrícolas. Os consumidores buscam cada vez mais por produtos orgânicos, cultivados sem o uso de pesticidas e fertilizantes químicos, e valorizam métodos agrícolas que promovam a saúde do solo, a biodiversidade e a

conservação dos recursos hídricos. Essa tendência está incentivando os agricultores a adotarem técnicas agroecológicas e orgânicas, que promovem a resiliência dos ecossistemas agrícolas e reduzem os impactos negativos no meio ambiente.

A crescente demanda por produtos ecoeficientes reflete uma preocupação com a redução do consumo de recursos naturais e a minimização do impacto ambiental ao longo do ciclo de vida do produto. Os consumidores estão optando por produtos que apresentem menor pegada ecológica, desde a fase de produção até o descarte, e valorizam empresas que adotam práticas de produção sustentável, utilizam materiais recicláveis e buscam reduzir as emissões de carbono. Essa preferência por produtos ecoeficientes está impulsionando a inovação e o desenvolvimento de novas tecnologias e materiais sustentáveis, que prometem transformar o mercado de consumo em direção a um futuro mais sustentável e resiliente.

REFERÊNCIAS

ABRANCHES, S. H. **Política social, pobreza e desigualdade**: a prática da teoria. In: _____; SANTOS, W. G.; COIMBRA, M. A. (Org.). *Política social e combate à pobreza*. 3. ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1994.

AMADO, F. **Direito Ambiental Esquematizado**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016.

ANDRADE, Ana Paula Marques. O Papel Dos Centros De Referência Em Saúde Do Trabalhador No Sistema Único De Saúde: Histórico, Avanços E Desafios Para Concretização Do Direito Fundamental Ao Meio Ambiente Do Trabalho Equilibrado. *Revista do Ministério Público de Contas do Estado do Paraná*, v. 9, n. 16, p. 138-156, 2022.

ANDRADE, J. C. V. de. **Os direitos fundamentais na Constituição Portuguesa de 1976**. Coimbra: Almedina, 2004.

ARAÚJO, L. A. de. **Ação civil pública ambiental**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2001.

ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BAPTISTA, V. F. A relação entre o consumo e a escassez dos recursos naturais: uma abordagem histórica. **Saúde & Ambiente em Revista**, v. 5, n. 1, p. 8-14, 2010.

BARBIERI, J. C. **Desenvolvimento e meio ambiente**: as estratégias de mudanças da Agenda 21. Petrópolis: Vozes, 2003.

BARBOSA, E. M.; AGUIAR, J. O. História, direito e meio ambiente: diálogos possíveis. **Revista Direito e Liberdade**, v. 8, n. 1, p. 73-98, 2008.

BASSI, M. C. P. C; LOPES, C. C.. A sociedade do consumo e suas consequências socioambientais. **Caderno PAIC**, v. 18, n. 1, p. 100-125, 2017.

BASSO, J. **Notas sobre o regime jurídico dos deveres fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro**. *Revista Direito UFMS*, v. 1, n. 2, Campo Grande, MS, 2016.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. 2. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa. 70 edições: 2003.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995a.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

_____. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

_____. **Para uma crítica da economia política do signo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995b.

BAUDRILLARD, J. **Significação da Publicidade**. in LIMA, Luiz Costa (org.), Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

BAUMAN, Z. **Capitalismo parasitário e outros temas contemporâneos**. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BAUMAN, Z. **Ética é possível num mundo de consumidores?**. Trad. Alexandre Werneck. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BAUMAN, Z. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, U. **La sociedad del riesgo global**. Trad. de Jesús Alborés Rey. Madrid: Siglo XXI de España, 2002.

BELL, D. **O advento da sociedade Pós- industrial**. São Paulo: Cultrix, 1997.

BELO, N. Os deveres ambientais na Constituição brasileira de 1988. In: SILVA, Vasco Pereira; SARLET, Ingo Wolfgang (orgs.) **Direito público sem fronteiras**. Lisboa: Instituto de Ciências Jurídico-Políticas da Universidade de Lisboa, 2011.

BERNARDI, Monica; DIAMANTINI, Davide. Shaping the sharing city: An exploratory study on Seoul and Milan. *Journal of Cleaner Production*, v. 203, p. 30-42, 2018.

BONAVIDES, P. **Teoria do Estado**. 5. ed. São Paulo: Malheiros, 2004.

BENJAMIN, A. H. V. **Constitucionalização do ambiente e ecologização da Constituição brasileira**. In: CANOTILHO, José Joaquim Gomes; LEITE, José Rubens Morato (Orgs.). *Direito Constitucional Ambiental Brasileiro*. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

BETIOL, Luciana Stocco et al. *Compra Sustentável: a força do consumo público e empresarial para uma economia verde e inclusiva*. Programa Gestão Pública e Cidadania, FGV, 2012.

BORGES, L. A. C.; DE REZENDE, J. L. P.; PEREIRA, J. A. A. Evolução da legislação ambiental no Brasil. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 2, n. 3, p. 447-466, 2009.

BITTAR, E. C. B. **O direito na pós-modernidade**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2005.

BITTENCOURT, R. N. O sofrimento da insatisfação dos desejos e a sedução da sociedade de consumo. **Voluntas: Revista Internacional de Filosofia**, v. 5, n. 1, p. 92-109, 2014.

BOFF, L. **Ethos mundial: um consenso mínimo entre os humanos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

BOSELDMANN, K. **O princípio da sustentabilidade: transformando direito e governança.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

BRASIL. **Constituição Brasileira de 1824.** Coleção Constituições Brasileiras. Brasília: Senado Federal, 2006.

BRASIL. **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil de 1891.** Coleção Constituições Brasileiras. Brasília: Senado Federal, 2006.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Congresso Nacional. Brasília, 1988.

_____. **Lei nº 4.504, de 30 de novembro de 1964.** Dispõe sobre o estatuto da terra e das outras providências. 1964.

_____. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. 1990.

_____. **Lei Nº 8.625, de 12 de Fevereiro de 1993.** Lei Orgânica Nacional do Ministério Público. Brasília, DF: 1993.

BRUNDTLAND, G. H. **Nosso futuro comum.** 2ª edição. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

BULKAN 1, Janette. Smallholder forestry in the FSC system: a review. *Revue Gouvernance*, v. 17, n. 2, p. 7-29, 2020.

CACÍLIO, N. E. T. O. Período histórico do direito ambiental brasileiro anterior à nova lei do código florestal –12.651/2012. **ETIC-Encontro De Iniciação Científica**, v. 9, n. 9, 2013.

CALLICOT, J. B. **A ética da terra.** In: JAMIESON, Dale (Coord.). *Manual de Filosofia do ambiente.* Lisboa: Instituto Piaget, 2005.

CHOMSKY, N. **O lucro ou as pessoas?: neoliberalismo e ordem global.** 2. ed. Porto Alegre: Bertrand Brasil, 2002.

CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPOS, S. A. C. A evolução dos mecanismos de proteção ambiental no Brasil e seu contexto. **Revista Teoria e Evidência Econômica**, v. 25, n. 52, p. 168-181, 2019.

CANCLINI, N. C. **Consumidores do século XXI, cidadão do século XVIII.** In: _____ *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.* 8 ed., 2 reimpr., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015a.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Trad. Maurício Santana Dias. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

_____. **O consumo serve para pensar.** In: _____ Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. 8 ed., 2 reimpr., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015b.

CANOTILHO, J. J. G. **Direito constitucional e teoria da constituição.** 7. ed. Coimbra: Almedina, 2003.

CANOTILHO, J. J. G.; LEITE, J. R. M. **Direito Constitucional Ambiental Brasileiro.** (org). 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

CANOTILHO, J. J. G. O Princípio da sustentabilidade como Princípio estruturante do Direito Constitucional. **Revista de estudos politécnicos**, v. 8, n. 13, p. 007-018, 2010.

CARNEIRO, L. P. Obsolescência planejada e suas implicações no âmbito do Direito Ambiental e do Consumidor. **Direito-Araranguá**, 2018.

CARQUI, V. B. C. O risco na sociedade de consumo: superendividamento como perda de capacidades. Minas Gerais: **Revista de Direito**, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, 2015.

CARVALHO, C. O. de. Políticas públicas e gestão urbana-ambiental. **Revista de Direito Ambiental.** São Paulo, v. 7, n. 26, p. 277-289, abr./jun. 2002, p. 288.

CASOTTI, L. **Marketing moderno e consumidor pós-moderno?**. Foz do Iguaçu, Anais do 22º Enanpad, 1998.

CASTRO, Neyliane M.; SILVA, Minelle E. Práticas de consumo sustentável: a dinâmica de consumo de energia elétrica a partir das teorias da prática. **Revista Reuna**, v. 27, n. 4, p. 1-21, 2022.

CHOMSKY, N. **O lucro ou as pessoas?:** neoliberalismo e ordem global. 2. ed. Porto Alegre: Bertrand Brasil, 2002.

COLOMBO, L. O. R.; FAVOTO, T. B.; CARMO, S. N. A evolução da sociedade de consumo. **Akrópolis**, Umuarama, v. 16, n. 3, p. 143-149, jul./set. 2008.

CORTEZ, Shirlei Debastiani et al. Inovação Social e Cidades Inteligentes: temáticas emergentes a partir de uma revisão sistemática da literatura. **XLVI Encontro da ANPAD**, 2022, Brasil., 2022.

DAMÁZIO, Luciana Faluba; COUTINHO, Leonardo Antunes Nogueira; SHIGAKI, Helena Belintani. Comportamento do consumidor em relação a produtos sustentáveis: uma revisão sistemática de literatura. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 19, n. 3, p. 374-392, 2020.

DA SILVA, E. G. M.; DA SILVA, E. G. M.; LOURENÇO, E. S. Marco regulatório da política ambiental no Brasil. **Revista Relicário**, v. 6, n. 11, p. 166-176, 2019.

DE FIGUEIREDO, G. N.; ABREU, R. L.; LAS CASAS, A. L. Reflexos do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) na imagem das empresas: uma análise do consumidor consciente e do marketing ambiental. **Pensamento & realidade**, v. 24, n. 1, 2009.

DE SOUZA JÚNIOR, J. R. **Sistema nacional de proteção ambiental: polícia administrativa ambiental**. Editora del Rey, 2007.

DEBASTIANI, Shirlei et al. Inovação Social e Cidade Inteligente: Temáticas Emergentes a Partir de uma Revisão Sistemática da Literatura. **Anais do XLVI ENANPAD**, 2022, Brasil., 2022.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DERANI, C. **Direito ambiental econômico**. 2. ed. rev. São Paulo: Max Limonad, 2001.

DERANI, C. Meio ambiente ecologicamente equilibrado: direito fundamental e princípio da atividade econômica. In: FIGUEIREDO, Guilherme José Purvin de (org.). **Temas de direito ambiental e urbanístico**. São Paulo: Max Limonad, 1999.

DIAS, J. C. Políticas públicas e questão ambiental. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 8, n. 31, p. 117-135, jul./set. 2003.

DOS PASSOS, R. F.; ZAGONEL, J. T. O papel do direito ambiental na proteção do meio ambiente. **Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira**, v. 7, p. e30171-e30171, 2022.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

DOUGLAS, M; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

ESTENSSORO, L. **Capitalismo, desigualdade e pobreza na América Latina**. 2003. Tese (Doutorado em Sociologia) – FFLCH-USP, São Paulo, 2003

FAGUNDEZ, P. R. Á. O significado da Modernidade. In: LEITE, José Rubens Morato; BELLO FILHO, Ney de Barros (org.). **Direito ambiental contemporâneo**. Barueri: Manole, 2004.

FELDMANN, F. A parte que nos cabe: consumo sustentável? In: TRIGUEIRO, André (coord.). **Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, p. 143-157, 2003.

FELLENBERG, G. **Introdução aos problemas da poluição ambiental**. São Paulo: EPU, 2012.

FENSTERSEIFER, T. **Direitos fundamentais e proteção do ambiente**. A dimensão ecológica da dignidade humana no marco jurídico-constitucional do estado socioambiental de direito. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008.

FERNANDES, E. F.; SADDY, A. Evolução da tutela do meio ambiente nas constituições brasileiras. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v. 10, n. 3, p. 3, 2019.

FIORILLO, C. A. P. **Curso de Direito Ambiental Brasileiro**. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

FRANZOLIN, C. J. Obsolescência planejada e pós-consumo e a tutela do consumidor. **Revista de direito do consumidor**, p. 39-75, 2020.

FREITAS, J. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 3.ed. Belo Horizonte: Fórum, 2016.

FURLANETTO, T. V. A constitucionalização do meio ambiente como direito e dever fundamental na Carta Política brasileira de 1988. **Revista Em Tempo**, v. 12, n. 1, 2014.

GERBASI, V. A. O Consumo no Capitalismo: notas para pensar o mercado, a internet e o individualismo. **Revista Habitus: Revista da Graduação em Ciências Sociais do IFCS/UFRJ**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 62-69, dezembro. 2014.

FREITAS, R. **Comunicação e espaços urbanos de consumo**: o imaginário dos shoppings centers. In: Olhares Urbanos. Estudos sobre a metrópole comunicacional. São Paulo: Summus editorial, 2011.

GANZER, A. A et al. **Educação ambiental e meio ambiente em pauta**. Editora Feevale, 2017.

GIDDENS, A. **As Conseqüências da Modernidade**. Trad. Raul Fiker. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.

GIDDENS, A. **Mundo em Descontrole**. Trad. Maria Luísa Borges. São Paulo: Ed. Record, 2000.

GOBÉ, M. **A emoção das marcas**: conectando marcas às pessoas. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

GODOY, Carolina de Fatima Mantovani; FELIPE, Daniele Fernanda; FERRARI, Ariana. Gastronomia sustentável e seu impacto socioambiental: uma revisão de literatura. **Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)**, v. 18, n. 7, p. 425-433, 2023.

GOMES, C. A. **Direito ambiental**: o ambiente como objeto e os objetos do direito do ambiente. Curitiba: Juruá, 2010.

HART, H. L. A. **O conceito de direito**. 2. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1994.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HESPANHA, P. **Mal-estar e risco social num mundo globalizado**. In: SANTOS, Boaventura de S. (Org.). A globalização e as ciências sociais. São Paulo: Cortez, 2002.

IHERING, R. v. **A luta pelo direito**. Trad. Pietro Nassetti. São Paulo: Martin Claret, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Guia de responsabilidade social para o consumidor**. São Paulo, IDEC, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Manual de educação para o consumo sustentável**. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005.

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL. **Direitos do consumidor e ética no consumo**. Brasília: INMETRO, 2002.

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL. Consumo sustentável: Manual de educação. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005.

JACOBI, P. Educação e meio ambiente—transformando as práticas. **Revista Brasileira de Educação Ambiental, Brasília, n. 0**, v. 1, p. 28-35, 2004.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. Tradução de Sabrina Cairo. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

KRIEGER, M. da G. et al. (Org.) **Dicionário de direito ambiental**: terminologia das leis do meio ambiente. Porto Alegre/ Brasília: UNB/UFRGS/Procuradoria Geral da República, 1998.

LEITE, J. R. M. **Manual de direito ambiental**. Saraiva Educação SA, 2017.

LEITE, J. R. M.; CAETANO, M. A. **Aproximações à sustentabilidade material no estado de direito ambiental brasileiro**. In: ARAGÃO, Alexandra et al. (Org.). Agrotóxicos: a nossa saúde e o meio ambiente em questão: aspectos técnicos, jurídicos e éticos. Florianópolis: FUNJAB, 2012.

LIMA, A. K. F. G. Consumo e sustentabilidade: em busca de novos paradigmas numa sociedade pós-industrial. **XIX Encontro Nacional do CONPEDI. Fortaleza-CE**, v. 12, 2010.

LIMA, T. Estratégia e competitividade na adoção de inovações da moda: o sucesso das marcas. **Intercom—Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. INTERCOM SUDESTE—XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ribeirão Preto, SP**, 2006.

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri, SP: Manole, 2005.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOCATELI, P. A. Consumo sustentável. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 5, n. 19, p. 297-300, jul./set. 2000.

- LOPEZ, P. D. R. **Obsolescência Tecnológica Programada**. p. 01. Paraguay, Setembro 2012.
- LORENZETTI, R. L. **Teoria geral do direito ambiental**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.
- LUNELI, C. A. É preciso querer salvar o ambiente. In: RECH, A.U.; MARIN, J.; AUGUSTIN, S. (org.) **Direito Ambiental e Sociedade**. Caxias do Sul: Educs, 2015.
- MACHADO, P. A. L. **Direito Ambiental Brasileiro**. 22. ed. São Paulo: Malheiros editores, 2014.
- MACHADO, P. A. L. **Direito Ambiental Brasileiro**. 24^a Ed. São Paulo: Malheiros, 2016.
- MAGALHÃES, J. P. **A Evolução do Direito Ambiental no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2002.
- MANSANO, J.; OLIVEIRA, G. L. Reflexões sobre o consumo consciente voltadas para o desenvolvimento sustentável. **Revista do Direito Público**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 70–90, 2011.
- MARTINS, C. E. B. R. **Introdução ao estudo sobre os deveres fundamentais**. Salvador: Faculdade Baiana de Direito, 2011.
- MARTINS, T. L. G.; VIEGAS, T. E. de S. **Sociedade de consumo e superendividamento: uma discussão sobre a proposta de alteração do código de defesa do Consumidor**, 2013.
- MARX, K. **O Capital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- MATOS, D. C. Felicidade e sentido de vida na sociedade de consumo. **Revista Logos & Existência: revista da associação brasileira de logoterapia e análise existencial**, v. 1, n. 1, p. 72-78, 2012.
- MAZZILLI, H. N. **A defesa dos interesses difusos em juízo: meio ambiente, consumidor e outros interesses difusos e coletivos**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 1999.
- MEDEIROS, F. L. F. de. **Meio Ambiente: direito e dever fundamental**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.
- MEDEIROS, Z. **Consumo consciente, comércio justo e sustentabilidade: entrevista especial com Zuleica Medeiros**. 2007.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- MILARÉ, E. **Agenda 21: a cartilha do desenvolvimento sustentável**. Revista de direito ambiental, n. 5, p. 53-55, jan./mar. 1997.
- MILARÉ, É. **Direito do ambiente: doutrina, prática, jurisprudência, glossário**. 4. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

MILARÉ, É. **Direito do ambiente**. 8.ed. rev., atual. e reform. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

MILLER, D. **Teoria das Compras**. São Paulo: Nobel, 2002.

MIRRA, Á. L. V. **Ação civil pública e a reparação do dano ao meio ambiente**. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2004.

MOISES, Jackson et al. A SUSTENTABILIDADE NA CONSTRUÇÃO CIVIL E O PAPEL DO ARQUITETO: UMA REVISÃO NARRATIVA. *Revista Mundi Sociais e Humanidades* (ISSN: 2525-4774), v. 7, n. 2, 2022

MONTEIRO, A. P. O papel dos consumidores na política ambiental. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 3, n. 11, p. 69-74, jul./set. 1998.

MORAES, C. H. **Entre o clima e a economia**: enquadramentos discursivos sobre a Rio+20 nas revistas *Veja*, *Isto É*, *Época* e *Carta Capital*. Tese de Doutorado (PPGCOM). UFRGS, 2015a.

MORAES, K. G. de. **Obsolescência planejada e direito, (in)sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015b.

MOTTA VALENTE, Karan Roberto; RIBEIRO, Suezilde da Conceição Amaral. Tecnologia de embalagens e sistemas agroalimentares locais: novas possibilidades. **Caderno Pedagógico**, v. 20, n. 9, p. 3700-3731, 2023.

MUNCK, L.; DE SOUZA, R. B. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade organizacional: a hierarquização de caminhos estratégicos para o desenvolvimento sustentável. **Revista Brasileira de Estratégia**, v. 2, n. 2, p. 185, 2009.

NABAIS, J. C. **O dever fundamental de pagar impostos**. Coimbra: Livraria Almedina, 1998.

NALINI, J. R. **Ética ambiental**. Campinas: Millennium, 2001.

NASCIMENTO, Emilli Rodrigues; DE MORAIS, Denilson Pedro Ferreira; LOPES, Shara Carvalho. Sustentabilidade na construção civil no Brasil: Uma revisão da literatura. *Research, Society and Development*, v. 11, n. 14, p. e524111436611-e524111436611, 2022.

OLIVEIRA, C. **Consumo e Consumismo**: Saiba qual é a diferença e o que fazer para não cair nessa armadilha, 2017.

NÓBREGA, Thainara Cardoso. **Visão prospectiva: tendências e perspectivas futuras na indústria de alimentos**. 2024.

OLIVEIRA, C. C. de; LIMA, G. **Limites e possibilidades da contribuição do direito ambiental para a efetividade dos direitos dos povos indígenas**. In: RIBEIRO, Cristina Figueiredo Terezo; NETO, Nirson Medeiros Silva; LOUREIRO, Sílvia Maria da

Silveira.(Orgs.). Observatório anual da rede amazônica de clínicas de direitos humanos. 1ed.Fortaleza: RDS, v. 1, p. 65-96, 2015.

OLIVEIRA, Magnólia Abreu de et al. Inovações na agricultura orgânica: revisão sistemática e bibliométrica de literatura. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 62, p. e269069, 2023.

ONU. Organização Das Nações Unidas. **Convenção de Aarhus (2001) sobre Acesso à informação, Participação Pública na tomada de decisões e acesso à Justiça em Matéria Ambiental**. Aarhus, Dinamarca, 25 jun. 1998.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Agenda 21**. Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Rio de Janeiro. 1992.

OST, F. **A natureza à margem da lei: a ecologia à prova do Direito**. Trad. de Joana Chaves. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

PÁDUA, J. A. Produção, consumo e sustentabilidade: o Brasil e o contexto planetário. **Cadernos de Debate**, v. 6, p. 13-48, 1999.

PENNA, C. G. **O estado do planeta: sociedade de consumo e degradação ambiental**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

PEREIRA, A. B. de O. L. **Relações humanas sob o impacto da virtualidade e do consumo à luz da modernidade líquida de Zygmunt Bauman**. 2017.

PEREIRA, A. K. O.; CALGARO, C.; PEREIRA, H. M. K.; A sociedade moderna hiperconsumista e os riscos socioambientais: as políticas públicas locais como forma de solução democrática. In: RECH, A. U.; MARIN, J.; AUGUSTIN, S. (Orgs.). **Direito Ambiental e Sociedade**. Caxias do Sul: EducS, 2015.

PEREIRA, A. O. K.; CALGARO, C. **Relações de consumo: políticas Públicas**. Caxias do Sul: Plenum, 2015.

PLATEN, Amably Cristina; RODRIGUEZ, Carlos Manuel Taboada. Economia compartilhada na logística: uma revisão sistemática de literatura sobre logística de multidão. **Exacta**, 2023.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Consumo sustentável**. Trad. Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente/IDEC/Consumers International, 1998.

RECH, A. U; Direito ambiental, políticas públicas e desenvolvimento socioeconômico: instrumentos jurídicos de tutela do meio ambiente. In: RECH, A. U.; MARIN, J.; AUGUSTIN, S. (Orgs.). **Direito Ambiental e Sociedade**. Caxias do Sul: EducS, 2015.

REIS, S. da S.; COSTA, M. M. M. da. **Participação Política enquanto dever fundamental da cidadania: aportes teóricos**. In: GORCZEWSKI, Clovis (org.). *Direitos Humanos e Participação Política*. 1 ed. Porto Alegre: Imprensa Livre, 2010.

ROSSIT, L. A.; CANEPA, C. O direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental. **Revista de Direito Constitucional e Internacional**. São Paulo, v. 11, n. 42, p. 244-251, jan.-mar. 2003.

RUSCHEL, C. V. O dever fundamental de proteção ambiental. **Direito & Justiça**, v. 33, n. 2, 2007.

SACHS, J. **The age of sustainable development**. New York: Columbia University Press, 2015.

SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SÁNCHEZ, L. E. **Avaliação de impacto ambiental: conceitos e métodos**. São Paulo: Oficina de Textos, 2013.

SANTOS, B. de S. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1997.

SANTOS FILHO, A. O. et al. A evolução do código florestal brasileiro. **Ciências Humanas e Sociais**. Aracaju, v. 2, n.3, p. 271-290, mar. 2015.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SARLET, I. W. **A eficácia dos Direitos Fundamentais**. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2005.

SARLET, I. W.; FENSTERSEIFER, T. **Direito Constitucional do Ambiente**. Caxias do Sul: Educs, 2011.

SARLET, I. W.; FENSTERSEIFER, T. **Direito Ambiental: Fundamentos e Teoria Geral**. São Paulo: Saraiva, 2014.

SENNETT, R. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SEVERO, E. A., GUIMARÃES, J. C. F., DORION, E. C. H., NODARI, C. H. Cleaner production, environmental sustainability and organizational performance: an empirical study in the Brazilian Metal-Mechanic industry. **Journal of Cleaner Production**, v. 96, p. 118-125, 2015.

SILVA, J. A. da. **Direito ambiental constitucional**. 3. ed. rev. atual. São Paulo: Malheiros, 2000.

SILVA, L. B. da. Sobre o consumo e o consumismo: a consumação do vazio. **Revista Logos & Existência**, v. 1, n. 1, p. 79-87, 2012.

SILVA, Minelle Enéas; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. O papel do governo e a prática do consumo sustentável: como esse stakeholder atua no setor elétrico?. **RECADM**, v. 10, n. 2, p. 107-123, 2011

SILVEIRA, C. E. M. da. **Dano ambiental e gestão do risco**: atualidade em jurisdição e políticas. Caxias do Sul: Educs, 2016.

SILVEIRA, C. E. M. da; GRASSI K. Configuração e justificação de um direito fundamental ao meio ambiente à luz dos conceitos de meio justo e de natureza-projeto em François Ost. In **Revista Direito e Práxis**, v. 5, n. 8, p. 76-93, 2014.

SINGER, P. **Ética prática**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

SIRVINSKAS, L. P. **Manual de direito ambiental**. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2015.

SOARES, Gustavo Costa Lima. **Tecnologias e estratégias utilizadas para controle e economia de água nos principais setores de consumo hídrico no Brasil: uma revisão atualizada**. 2023.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2016.

SPÍNOLA, A. L. Consumo sustentável: o alto custo dos produtos que consumimos. **Revista de Direito Ambiental**. São Paulo, v. 6, n. 24, p.209-216, out./dez., 2001.

TOURAINÉ, A. **Crítica da modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

TRIGUEIRO, A. **Mundo sustentável**. São Paulo: Globo, 2005.

UGALDE, Rita de Cássia de Mello et al. A influência das embalagens no poder de decisão de compra de alimentos—uma revisão. 2020.

UNDERHILL, P. **Vamos às Compras**: a ciência do consumo. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

UNESCO. **Carta da Terra**. Comissão Carta da Terra, Paris (França), março de 2000.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. **Guia para elaboração de trabalhos acadêmicos**. HUBNER, Marcos Leandro Freitas; BAPTISTA, Michele Marques. (Orgs.). Caxias do Sul: UCS, 2011.

VALENTIM, I. et al. Responsabilidade socioambiental pelo consumo consciente. **SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA**, v. 9, 2012.

VARELLA, M. D.; LEUZINGER, M. D. O meio ambiente na constituição federal e na legislação infraconstitucional: avanços ou retrocessos (1988 a 2014). **Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC**. Fortaleza, v. 34, n. 2, jul. /dez. 2014.

WANDERLEY, L. E. W. **A questão social no contexto da globalização**: o caso latino-americano e o caribenho. In: BELFIORIWANDERLEY, Mariângela; CASTEL, Robert; WADERLEY, Luiz E. W. *Desigualdade e a questão social*. 2. ed. São Paulo: Educ, 2004.

WIEGERINCK, J. Responsabilidade social empresarial. **Bem comum**. São Paulo, v. 7, n. 78, p. 69-73, jan. 2003.

ZANIRATO, S. H.; ROTONDARO, T. Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade. **Estudos avançados**, v. 30, p. 77-92, 2016.

ZIMMER, Priscila et al. Consumo consciente: o nível de consciência ecológica dos acadêmicos do curso de administração de uma instituição de ensino da Serra Gaúcha. *Desafio Online*, v. 7, n. 2, 2019.