

## **Notas sobre a Política Nacional de Relações de Consumo, a promoção do consumo sustentável e a educação ambiental**

**GABRIELA LOSEKAN<sup>1</sup>;  
FERNANDO COSTA DE AZEVEDO<sup>2</sup>**

*<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – gabriela.losekan@hotmail.com*

*<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – fecoaze@ig.com.br*

### **1. INTRODUÇÃO**

Não é segredo o argumento de que se todos adotassem estilos de vida semelhantes aos padrões de países mais ricos, um planeta terra não seria suficiente para fornecer recursos naturais e arcar com o impacto ambiental decorrente desse consumo. Desde a Eco-92 (MIRALÉ, 2011; PORTILHO, 2010), os padrões de consumo insustentáveis abriram a discussão sobre a inserção do consumidor (BAUMAN, 2008; LIPOVETSKY, 2007) entre os agentes responsáveis pela crise ambiental. Portanto, para compreender como o consumidor poderá colaborar para amenizar essa situação delicada, fundamental a análise dos objetivos e princípios da Política de Relações de Consumo buscando responder como essas diretrizes promovem a defesa do consumidor concomitante à proteção ambiental (GARCIA, 2016; SOARES, 2005; SODRÉ, 2007) e qual o impacto que essa nova interpretação terá na lógica da lei consumerista (ARAÚJO, 2015; LEFF, 2016).

### **2. METODOLOGIA**

A pesquisa é fruto do Grupo de Estudos e Pesquisa em Direito do Consumidor – GECON/FD/UFPEL, coordenado pelo Prof. Dr. Fernando Costa de Azevedo e, também, recorte do Trabalho de Conclusão de Curso. A investigação está concentrada na área de direito do consumidor porém, por se tratar de um tema multidisciplinar, é complementada pelas áreas de direito ambiental e direito constitucional. A metodologia segue a abordagem dedutiva, de caráter qualitativo-descritiva. Para a construção de dados, o trabalho aplica técnicas de pesquisa bibliográfica, apoiada em artigos científicos e doutrinas, e documental, condizente com as normativas necessárias para a melhor compreensão do tema.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Tendo em vista que a temática é nova no mundo jurídico, a fase de desenvolvimento desta pesquisa mostra, por ora, resultados parciais. A necessidade de preservar os interesses do consumidor e a proteção do meio ambiente está consolidada na Constituição Federal de 1988. Inclusive, ao determinar que um Código fosse construído essencialmente para a defesa do consumidor, a Carta Magna transformou a lei consumerista em uma lei principiológica, lhe transferindo a autonomia necessária para determinar suas próprias diretrizes. Nesse sentido, a Política Nacional de Relações de Consumo (art. 4º do CDC) estabelece objetivos e princípios fundamentais que condicionam a interpretação e aplicação dos demais dispositivos da lei consumerista. Ao defender, principalmente, a dignidade e a qualidade de vida do consumidor, a PNRC promove a proteção do meio ambiente através do princípio da



sustentabilidade, ainda que de forma não expressa. Afinal, um consumo supérfluo, desenfreado e que ocasiona poluição, doenças e esgotamento de recursos, é incompatível com a proteção das necessidades e interesses do consumidor. No inciso I do art. 4º há o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor – princípio matriz do Código de Defesa do Consumidor – pois os polos da relação de consumo sempre estarão em patamares diferentes, principalmente pelo fato de o fornecedor concentrar todo conhecimento e informação sobre os produtos e serviços que disponibiliza. Nesse sentido, como resposta à essa vulnerabilidade, o princípio da informação e da educação (inciso IV do art. 4º) aparecem como ferramentas capazes de amenizar essa desigualdade. Entretanto, a lei consumerista, ao mesmo passo que discorre satisfatoriamente sobre como essa informação deve chegar ao consumidor e quais as consequências caso essa informação seja maquiada ou omitida, a educação do consumidor resume-se a aprender a ler rótulos para que o consumo seja adequado e a liberdade de escolha seja garantida. Quando reconhecemos a promoção do consumo sustentável através da PNRC, essa lógica já não é suficiente para diminuir a vulnerabilidade – agora também ambiental - do consumidor. Para contribuir com a preservação ambiental através de suas escolhas, a educação ambiental do consumidor deve ser prioritariamente garantida e complementada, pois o nível de conscientização ambiental que o cenário atual exige não se esgota em uma educação sobre reciclagem, redução do desperdício e leitura de rótulos ambientais. Assim, apesar da importância da informação ambiental de produtos e serviços para escolhas ambientalmente mais corretas, somente a educação ambiental ampliará a consciência do consumidor e fará jus ao real propósito do consumo sustentável: um consumo consciente das consequências econômicas, ambientais e sociais do que é consumido e preocupado com a qualidade de vida dessa e das futuras gerações.

#### 4. CONCLUSÕES

A Política Nacional de Relações de Consumo não só pode, como deve ser interpretada na promoção do consumo sustentável, principalmente porque, além de ter como objetivo preservar a dignidade do consumidor e melhorar a sua qualidade de vida (art. 4º), segue os princípios norteadores da ordem econômica, previstos no art. 170 da Constituição Federal de 1988, dentre eles a defesa do consumidor em harmonia com a proteção do meio ambiente. Futuras modificações no texto da lei serão bem-vindas, pois reforçarão essa orientação e darão um contorno mais objetivo aos seus dispositivos. Dessa forma, a lei consumerista terá seus moldes nos padrões de diretrizes internacionais como, por exemplo, a Resolução 70/186 da ONU de 2016. Entretanto, para que a promoção do consumo sustentável não se torne uma retórica sem sentido, essencial que em decorrência da vulnerabilidade ambiental do consumidor, a sua educação ambiental e o seu acesso à informação sejam igualmente garantidos, como uma resposta à responsabilidade depositada no consumidor a partir da Eco-92. Isso sem esquecer que a educação ambiental do consumidor, além de maior destaque, precisará ser complementada, muito como reflexo da complexidade e da necessidade da quebra de paradigmas que o nível dessa crise ambiental e civilizatória demanda. Por fim, por se tratar de um tema relativamente novo na área jurídica, se espera que mais doutrinas surjam nos próximos anos para colaborar com a aproximação, deveras essencial, entre as disciplinas de direito do consumidor e direito ambiental.



## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Karoline de Lucena. **Consumo, meio ambiente e sustentabilidade: um olhar sobre o saber ambiental segundo Leff**. In: CUNHA, Belinda Pereirada; AUGUSTIN, Sérgio; LIMA, Letícia Gonçalves Dias; COSTA, Nálbia Roberta Araújo da Costa (Org). Os saberes ambientais, sustentabilidade e olhar jurídico: visitando a obra de Enrique Leff. Caxias do Sul: Educs, 2015, p.271-290.

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

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor**. Salvador: JusPODIVM, 2016.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2010.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis: Vozes, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p.23-149, p.254-369, p.333-371.

MIRALÉ, Edis. **Direito do ambiente: a gestão ambiental em foco: doutrina, jurisprudência, glossário**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

SOARES, Inês Virgínia Prado. Meio ambiente e relação de consumo sustentável. Brasília: **B. Cient. ESMPU**, n. 17, p. 33-60, 2005.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2007: 23-84; 124-196.