

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SANTOS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
DOUTORADO EM DIREITO AMBIENTAL INTERNACIONAL**

**RITA DE CÁSSIA PEIXOTO MORENO**

**DIÁLOGO ENTRE O DIREITO AMBIENTAL E O DIREITO DO CONSUMIDOR:  
CONTRIBUIÇÃO PARA UM CONSUMO SUSTENTÁVEL**

**Santos  
2018**

**RITA DE CÁSSIA PEIXOTO MORENO**

**DIÁLOGO ENTRE O DIREITO AMBIENTAL E O DIREITO DO CONSUMIDOR:  
CONTRIBUIÇÃO PARA UM CONSUMO SUSTENTÁVEL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito como parte das exigências para obtenção do título de doutora no curso de Doutorado em Direito Ambiental Internacional da Universidade Católica de Santos.

**Orientador:** Fernando Cardozo Fernandes Rei

**Santos  
2018**

Moreno, Rita de Cássia Peixoto  
M843d Diálogo entre o direito ambiental e o direito do  
consumidor: contribuição para um consumo sustentável  
/ Rita de Cássia Peixoto Moreno; orientador Fernando  
Cardozo Fernandes Rei- 2018.  
143 f.; 30 cm

Tese (doutorado) - Universidade Católica de Santos,  
Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito  
Ambiental, 2018  
Inclui bibliografia

1. Direito ambiental. 2. Defesa do consumidor - Legislação.  
I.Rei, Fernando Cardozo Fernandes. II. Título.

CDU 1997 -- 34(043.2)

---

**RITA DE CÁSSIA PEIXOTO MORENO**

**DIÁLOGO ENTRE O DIREITO AMBIENTAL E O DIREITO DO CONSUMIDOR:  
CONTRIBUIÇÃO PARA UM CONSUMO SUSTENTÁVEL**

Santos, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

**Banca examinadora:**

**Professor Orientador:.....**

**Professor (a) Doutor (a): .....**

Dedico esta tese ao Marco Antonio (*in memoriam*), que me ensinou a amar todas as formas de vida, tornando-me um ser humano melhor.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço ao Criador do meio ambiente, comprometendo-me a continuar a luta pela sua preservação.

À Universidade Católica de Santos, na pessoa da Profa. Dra. Mariângela Mendes Lomba Pinho, que concedeu a oportunidade para a realização deste Doutorado.

À Profa. Me. Lusiana da Silva Pinto Chiappim, minha filha do coração, por todo suporte físico e emocional concedido durante o curso e a realização desta pesquisa, sem o qual não seria possível sua conclusão.

A Profa. Dra. Renata Soares Bonavides, pelo apoio incondicional, o qual possibilitou a conclusão deste curso.

A realização do presente trabalho só foi possível em razão do suporte do meu filho de coração, Prof. Me. Mateus Catalani Pirani.

Ao meu Orientador, Prof. Dr. Fernando Cardozo Fernandes Rei, que, em uma situação anômala, aceitou o árduo trabalho de minha orientação, atuando com o costumeiro brilhantismo.

À minha família de coração, Marcus, Bia e Angelo Chiappim, pelo amor e companheirismo nos dias bons e ruins.

Aos meus filhotes Mariazinha, Rodolfo e Chico, por toda a alegria e fidelidade proporcionada ao longo desta jornada.

**Gratidão eterna!**

*Quando compro algo, ou você compra algo, não pagamos com dinheiro, pagamos com o tempo de vida que tivemos que gastar para ter aquele dinheiro. Mas tem um detalhe: a única coisa que não se pode comprar é a vida. A vida se gasta. E é lamentável desperdiçar a vida para perder a liberdade.*

José Pepe Mujica (2015)

## RESUMO

A denominada sociedade de consumo, ou seja, um novo comportamento social focado no consumo, representa um cenário de risco de esgotamento dos recursos naturais do planeta e de acumulação de um imensurável volume de descarte de resíduos. A preocupação com o meio ambiente, diante dessa conjuntura, é emergencial para se evitar a degradação ambiental. Repensar o consumo e seu papel para a sustentabilidade é premissa fundamental para o enfrentamento dos problemas ambientais. É nesse recorte da sociedade de consumo e de risco que se pretendeu refletir, na presente pesquisa, para o desenvolvimento desta tese, ou seja, sobre o papel do Direito do Consumidor e sua contribuição para a implementação de um modelo de consumo sustentável, diante das normas nacionais e internacionais que tratam do assunto. A pesquisa foi pautada na problemática exposta, investigando a possibilidade das normas consumeristas contribuírem para a sustentabilidade através do consumo sustentável em vários de seus aspectos, a partir de um diálogo de princípios do Direito do Consumidor e do Direito Ambiental. Assim, o objetivo central da pesquisa é verificar se o diálogo entre os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor, com fundamento na teoria do diálogo das fontes, seria capaz de contribuir para um consumo sustentável por meio da sua aplicabilidade para a solução dos casos concretos, bem como para a interpretação das normas de cada sistema disciplinar. Para tal, o presente estudo apresenta o desenvolvimento teórico, compreendido pela pesquisa dos marcos internacionais do consumo sustentável, que abrangem conceitos doutrinários de desenvolvimento sustentável e de proteção ao meio ambiente. Na sequência, procurou-se explanar toda a pesquisa realizada acerca do Direito Consumerista, partindo de seu surgimento, sua evolução, seus princípios internacionais, até sua absorção pela legislação pátria e pela União Europeia, na intenção de demonstrar a semelhança entre as legislações e a incorporação dos parâmetros recomendados pela ONU. A seguir, apresenta-se o objetivo desta tese, ou seja, a contribuição da legislação consumerista para o consumo sustentável, abordando a teoria do diálogo das fontes e sua aplicabilidade no diálogo das legislações ambientais e consumeristas, expondo os princípios de ambas as legislações, para após realizar uma análise sobre a possibilidade do diálogo entre estes, culminando na reflexão sobre a efetiva contribuição do direito do consumidor para o consumo sustentável. Por derradeiro, o

estudo apresenta as considerações finais, fundamentadas na pesquisa realizada e na sua análise, em conformidade com a metodologia pretendida, para, em ampla reflexão, concluir que há possibilidade da contribuição do direito do consumidor para o consumo sustentável e que a sustentabilidade tem que ser absorvida em uma dimensão ampla por todos os princípios e regras presentes nos sistemas normativos nacionais e internacionais, em especial pela legislação consumerista, que tem que se adequar aos seus imperativos.

**Palavras-chave:** Direito Ambiental. Direito do Consumidor. Consumo Sustentável. Diálogo das Fontes.

## **ABSTRACT**

The concern with the environment, given this conjuncture, is emergency to avoid environmental degradation. Rethinking consumption and its role for sustainability is a fundamental premise for tackling environmental problems. It is in this cut of consumer and risk society that we intend to reflect, in the present research, the development of this thesis, that is, on the role of Consumer Law and its contribution to the implementation of a sustainable consumption model, national and international standards that deal with the subject. The research was based on the exposed problem, investigating the possibility of consumerist rules contributing to sustainability through sustainable consumption in several aspects, based on a dialogue of principles of Consumer Law and Environmental Law. The central objective of the research is to verify if the dialogue between the principles of Environmental Law and Consumer Law, based on the "theory of the dialogue of the sources", would be able to contribute to a sustainable consumption by means of its applicability to the concrete cases, as well as for the interpretation of the rules of each disciplinary system. For this, the present study presents the theoretical development, understood by the research of the international frameworks of sustainable consumption, which embrace doctrinal concepts of sustainable development and protection of the environment. The aim of this study was to explain all the research carried out on consumer law, starting from its emergence, its evolution, its international principles, until its absorption by the mother country law and the European Union, in order to demonstrate the similarity between the laws and the incorporation of the parameters recommended by the UN. The purpose of this thesis, namely the contribution of consumer legislation to sustainable consumption, is addressed by addressing the "theory of source dialogue" and its applicability in the dialogue of environmental and consumer legislation, setting out the principles of both after conducting an analysis on the possibility of dialogue between them, culminating in the reflection on the effective contribution of consumer law to sustainable consumption. Lastly, the study presents the final considerations, based on the research carried out and its analysis, in accordance with the intended methodology, in order to, in broad reflection, conclude that there is a possibility of the contribution of the consumer's right to sustainable consumption and that sustainability has to be

absorbed in a broad dimension by all the principles and rules present in the national and international normative systems, especially by the consumer legislation, that has to adapt to its imperatives.

**Keywords:** Environmental Law. Consumer Law. Sustainable Consumption. Dialogue of the Sources.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mecanismos do Processo de Marrakesh.....	46
Figura 2– Fases do Processo de Marrakesh.....	47
Figura 3 – Sete forças-tarefas Marrakesh .....	48
Figura 4 – Sociedade de consumo e cultura de consumo.....	54
Figura 5 – Abordagens do consumo verde e do consumo sustentável .....	59
Figura 6 – Posse de equipamentos .....	162
Figura 7 – Problemas de funcionamento.....	163
Figura 8 – Busca de assistência técnica .....	164
Figura 9 – Realização do conserto.....	164
Figura 10 – Desistência do conserto .....	165
Figura 11 – Motivação da troca.....	166
Figura 12 – Processo de substituição do equipamento.....	166
Figura 13 – Descarte do equipamento .....	167
Figura 14 – Formas de descarte .....	168
Figura 15 – Ciclo de vida.....	169
Figura 16 – Ciclo de vida - digitais .....	169
Figura 17 – Ciclo de vida - eletrodomésticos.....	170
Figura 18 – Importância da durabilidade .....	171
Figura 19 – Busca de informação.....	171
Figura 20 – Tempo ideal de duração dos equipamentos (tempo mínimo).....	172
Figura 21 – Tempo ideal de duração dos equipamentos (tempo real x tempo real)	172
Figura 22 – Tempo ideal de duração dos equipamentos (diferença na duração)....	173

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>AGNU</b>	Assembleia Geral das Nações Unidas
<b>CDC</b>	Código de Defesa do Consumidor
<b>CF</b>	Constituição Federal
<b>CMMAD</b>	Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento
<b>CONANDA</b>	Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
<b>CONAR</b>	Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária
<b>CONSIF</b>	Confederação Nacional das Instituições Financeiras
<b>DNUPC</b>	Diretrizes das Nações Unidas de Proteção do Consumidor
<b>ECOSOC</b>	Conselho Econômico e Social das Nações Unidas
<b>EFTA</b>	Associação Europeia de Comércio Livre
<b>IDEC</b>	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
<b>IGE</b>	Grupo de Experts em Direito do Consumidor
<b>IGE-CONS</b>	Grupo Intergovernamental de Especialistas em Direito e Política de Proteção ao Consumidor
<b>LASSU</b>	Laboratório de Sustentabilidade da USP
<b>ODM</b>	Objetivos de Desenvolvimento do Milênio
<b>ODS</b>	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
<b>OGM</b>	Organismos Geneticamente Modificados
<b>ONU</b>	Organização das Nações Unidas
<b>PCS</b>	Produção e Consumo Sustentáveis
<b>PMNA</b>	Política Nacional do Meio Ambiente
<b>PNRS</b>	Política Nacional de Resíduos Sólidos
<b>PNUMA</b>	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
<b>STJ</b>	Superior Tribunal de Justiça
<b>UE</b>	União Europeia
<b>UNCTAD</b>	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
<b>UNDESA</b>	Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>15</b>
1.1	Hipótese.....	19
1.2	Objetivos .....	19
1.3	Justificativa .....	20
1.4	Metodologia.....	28
1.5	Estrutura da tese .....	30
<b>2</b>	<b>CONSTRUÇÃO DOS MARCOS INTERNACIONAIS DO CONSUMO SUSTENTÁVEL</b> .....	<b>32</b>
2.1	Desenvolvimento sustentável .....	32
2.2	Processo de Marrakesh.....	43
2.3	Consumo sustentável.....	49
2.3.1	Sociedade de Consumo .....	49
2.3.2	Consumo Sustentável .....	56
<b>3</b>	<b>DIREITO CONSUMERISTA</b> .....	<b>63</b>
3.1	Direito do consumidor internacional .....	63
3.2	Direito do consumidor da União Europeia .....	80
3.2.1	Diretivas da União Europeia .....	87
3.3	Direito do consumidor brasileiro .....	99
3.3.1	Código de Defesa do Consumidor .....	102
3.3.1.1	<i>A Relação de Consumo</i> .....	103
3.3.1.2	<i>Produto e Serviço</i> .....	110
3.3.1.3	<i>Responsabilidade Civil do Fornecedor</i> .....	112
<b>4</b>	<b>CONTRIBUIÇÃO DO DIÁLOGO DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA E DA LEGISLAÇÃO AMBIENTAL PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL</b> .....	<b>122</b>
4.1	Diálogo das fontes.....	122
4.2	Princípios do Direito Ambiental internacional e nacional.....	126
4.3	Princípios do Direito do Consumidor internacional e nacional.....	132
4.4	Diálogo entre os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor.....	142
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>176</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>180</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a sociedade, denominada por muitos sociólogos de sociedade de consumo e de sociedade tecnológica pelos historiadores, afetou diretamente os costumes da população mundial, principalmente aqueles relacionados ao consumo. Novos padrões de consumo, que não se preocupavam com a sustentabilidade, foram adotados; a prosperidade e a aceitação social passaram a ser medidas pelo poder de consumo de um indivíduo, ignorando-se totalmente a aquisição pela necessidade; o produto durável cedeu lugar ao produto descartável; a mídia se aperfeiçoou no convencimento do consumidor em adquirir aquilo que ele não precisa e não deseja (MORENO; PADILHA, 2016, p. 294).

A denominada sociedade de consumo é um dos vários rótulos utilizados por intelectuais, acadêmicos, jornalistas e profissionais de marketing para se referirem à sociedade contemporânea, em substituição aos termos sociedade pós-moderna, pós-industrial e pós-iluminista, que sinalizam para o fim ou para a ultrapassagem de uma época (BARBOSA, 2010, p.8).

Os processos sociais, econômicos, culturais e outros que a sociedade desenvolveu no decorrer dos tempos também foram objeto de outras denominações, tais como Revolução Industrial, Revolução Pós-Industrial e Revolução Tecnológica.

Seja qual for a denominação preferida, certo é que as alterações dos padrões de consumo da sociedade se iniciaram com a chamada Revolução Industrial. Assim, para se entender a atual sociedade, dita de consumo, mister se faz uma breve e superficial análise histórica.

A Revolução Industrial caracterizou-se por uma importante transformação nos meios de produção, que se iniciou na Inglaterra em meados do século XVIII, resultando também no início do capitalismo. Traduziu-se na mudança das ferramentas de produção, que foram substituídas pelas máquinas e pela organização da indústria.

A industrialização, que criou uma produção acelerada ou em massa, também gerou grandes lucros frente à mão de obra barata, o que ocasionou alterações nas relações sociais e culturais, surgindo as classes sociais. Também a urbanização foi uma das suas consequências, uma vez que a população passou a se deslocar das zonas rurais para os grandes centros urbanos.

A Revolução Industrial contribuiu para o avanço tecnológico das indústrias, com investimentos em máquinas e outras formas de produção para garantir menores custos e maiores lucros, em menor tempo. Foi a partir do ano de 1850 que a Revolução Industrial iniciou sua expansão para os demais países da Europa e no final do século XVIII chegou aos Estados Unidos, todavia, cada país desenvolveu seu processo em ritmos diversos.

A industrialização somente chegou ao Brasil entre os anos de 1930 e 1956, no governo de Getúlio Vargas, que passou a investir na indústria de base, com destaque para as criações do Conselho Nacional do Petróleo (1938), da Companhia Siderúrgica Nacional (1941), da Companhia Vale do Rio Doce (1943) e da Companhia Hidrelétrica do São Francisco (1945). Os historiadores identificam a Revolução Industrial em etapas, informando que na segunda metade do século XIX surgiu a Segunda Revolução Industrial com aprimoramentos técnico e científico da Primeira Revolução Industrial.

Acompanhando essa evolução da Revolução Industrial, os historiadores pontuam que a Terceira Revolução Industrial iniciou em meados de 1940, logo após a Segunda Guerra Mundial, perdurando até a atualidade. O referido processo teve seu início nos Estados Unidos, que se tornou a grande potência econômica desse período, tendo como principal característica o uso de tecnologias avançadas no sistema de produção industrial.

A Terceira Revolução Industrial, ou Revolução Tecnológica, não foi responsável somente por inserir novas tecnologias no meio de produção, mas também por formar um novo perfil de sociedade, atingindo diretamente o padrão cultural global.

A referida Revolução, associada ao aumento da população mundial e à globalização da economia, criou um novo padrão de consumo de bens e serviços, uma vez que foi capaz de suprir a demanda, ou ainda, superar a demanda da sociedade.

Embora existam diversas teorias e conceitos que possam denominar a sociedade atual, indiscutível é o fato de que se atravessa uma crise profunda na civilização, capaz de afetar todas as estruturas do Estado e das relações sociais.

Nos dizeres de Azevedo (2014, p. 13-15), tudo se experimenta e se vende no mundo mercantilizado, sem preocupação com os problemas prioritários, como a distribuição de renda e dos alimentos, o controle populacional, o respeito aos direitos

sociais fundamentais. Isso é uma característica irrefutável da atual crise civilizacional, que está atingindo a política, a economia, o direito, a democracia, a ética e a ciência. Tal conjuntura indica um paradigma científico superado, em meio à difícil emergência de outro modelo capaz de abranger e compreender as multiplicidades e a interligação de todas as dimensões da vida. O papel do Direito e das normas frente a esta crise deve ser repensado, não podendo ser visto como algo dissociado do social, fechado em sua concepção positivista.

A economia passa, então, para a era da globalização, não admitindo outra corrente ou outra política. Nessa economia globalizada, os dados econômicos são os norteadores das políticas públicas e se sobrepõem aos direitos sociais da população, vive-se a sociedade de mercado, o que importa é o lucro gerado, ainda que comprometa o bem-estar social e o meio ambiente.

A crise também atinge a ciência, que passa a ignorar valores, transformando-se em uma análise fria dos fatos, reduzindo-se a uma técnica especializada ou a um saber enciclopédico, estando ausente uma concepção humanista. Como escreve Santos (1996, p. 36-37), “o paradigma emergente da ciência deve ser de um conhecimento prudente para uma vida decente”.

O Direito não conseguiu restar incólume, o Direito positivo está saturado. A produção legislativa é constante, tentando normatizar as diversas espécies de lides conjunturais ou momentâneas, gerando insegurança jurídica e social; os poderes perderam sua credibilidade, inclusive o Judiciário, que se tornou um mero aplicador frio da letra da lei.

Dessa concepção resulta um discurso jurídico multifacetado, requerendo, para cada um dos aspectos em que é cindido, um ator diverso designado como competente. Ao jurista *stricto sensu* cabe o conhecimento da estrutura do direito positivo, devendo limitar-se a juízos de constatação sobre a ordem jurídica. Para ajustar-se a esse paradigma, deve desempenhar uma atividade tipicamente avaliativa, que termina por aliená-lo dos valores, sem os quais o direito positivo não pode ser satisfatoriamente pensado e aplicado (AZEVEDO, 2014, p. 43).

Diretamente relacionada à crise da civilização, apresenta-se a crise ética, a dúvida que permeia a distinção entre o bem e o mal, o relacionar-se em sociedade olvidando-se dos valores da humanidade, a busca incessante pela prosperidade e pelo sucesso no contexto material.

A crise ética, derivada da concepção mercantil da vida, tudo contamina, infiltrando-se no domínio da ciência *stricto sensu* e de suas resultantes tecnológicas, evidenciando a sua ambivalência, de tal forma que delas derivam “benefícios nunca antes conhecidos pela humanidade, mas também maiores ameaças de sempre, simultaneamente sujeição e libertação, regressão e progresso, bem-estar e mal-estar, vida e morte” (AZEVEDO, 2014, p. 31).

Diante desse novo comportamento social focado no consumo, o cenário é de risco de esgotamento dos recursos naturais do planeta e de acumulação de um imensurável volume de descarte de resíduos. A preocupação com o meio ambiente, embora já se faça presente, surgiu tardiamente para evitar o grave acúmulo da degradação ambiental. Repensar o consumo e seu papel para a sustentabilidade é premissa fundamental para o enfrentamento dos problemas ambientais (MORENO; PADILHA, 2016, p. 294).

Nesse sentido, Azevedo (2014, p. 31) afirma que:

O equilíbrio ecológico é, hoje, questão de vida e de morte, dadas as alterações que têm sido imprudentemente introduzidas no meio ambiente. Há necessidade premente de uma “ética de sobrevivência”, na qual o antropocentrismo, que vem orientando a civilização ocidental há séculos, deve ceder o passo à compreensão de que “a natureza precede ao próprio ser humano”.

É nesse contexto da sociedade de consumo e de risco que se pretende refletir na pesquisa para o desenvolvimento da tese, ou seja, sobre o papel do Direito do Consumidor e sua contribuição para a implementação de um modelo de consumo sustentável, diante das normas nacionais e internacionais que tratam do assunto.

Para Granziera (2014, p. 21):

O consumo sustentável se relaciona diretamente com duas vertentes do direito ambiental: 1. a escassez dos recursos naturais em face do excesso de apropriação, como é o caso das florestas ou da simples destruição, como ocorre com a biodiversidade, quando se provoca incêndio na vegetação para dar lugar à agricultura ou à pecuária e 2. Com a degradação ambiental, no que se refere à produção de resíduos sólidos, tanto decorrentes das embalagens como de produtos descartados ao final de sua vida útil.

A pesquisa está pautada na problemática já exposta, investigando-se a possibilidade de as normas consumeristas contribuírem para a sustentabilidade, por meio do consumo sustentável em vários de seus aspectos, a partir de um diálogo de princípios do Direito do Consumidor e do Direito Ambiental.

## 1.1 Hipótese

A hipótese que se pretende pesquisar no presente estudo é a suposição da existência de uma contribuição concreta na construção do diálogo entre o Direito Ambiental e o Direito do Consumidor capaz, inclusive, de promover mudanças que contribuam para alcançar o consumo sustentável.

Verificada a referida hipótese, por derradeiro, acredita-se que as normas consumeristas poderão contribuir para o consumo sustentável se interpretadas de forma dialogada com o Direito Ambiental, ou, talvez, alteradas para abordar de forma direta ou indireta os princípios do Direito Ambiental internacional.

## 1.2 Objetivos

A pesquisa direciona-se a perquirir as potencialidades do Direito Ambiental, tanto internacional como nacional, na construção da norma consumerista e na contribuição para alteração de um padrão de consumo insustentável. Ademais, analisa se as regras atuais contidas na legislação internacional de proteção do consumidor, mormente nos contextos europeu e brasileiro, foram recepcionadas pelo Direito Comparado.

Ainda, o presente estudo objetiva especificamente apresentar as premissas básicas das legislações consumerista e ambiental; avaliar se a conquista da sustentabilidade é também uma forma de proteção do consumidor e identificar vulnerabilidades; e verificar qual a contribuição do Direito Consumerista dialogado com o Ambiental para uma proteção maior ao consumidor e para a imposição de limites ao consumo desenfreado, visando atingir o consumo sustentável.

Assim, o objetivo central da pesquisa é verificar se o diálogo entre os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor, com fundamento na teoria do diálogo das fontes, seria capaz de contribuir para um consumo sustentável por meio de sua aplicabilidade para a solução dos casos concretos, bem como para a interpretação das normas de cada sistema disciplinar (Ambiental e Consumerista).

### 1.3 Justificativa

Indiscutível, bem como de domínio público, é o fato de que se vive atualmente a sociedade do consumo exacerbado, a sociedade do descartável, ou, ainda, a sociedade do ter, em que se mede o *status* de uma pessoa pela sua capacidade de consumir.

A partir da Revolução Industrial, e mais tarde da chamada Revolução Tecnológica, o padrão de consumo da sociedade alterou-se consideravelmente. Surgiu o consumo de massa, na mesma medida em que o modo de produção também começou a dar vazão a grandes quantidades de produtos.

Nesse contexto, verifica-se um círculo vicioso. A produção em massa de produtos requer seu consumo e, de outro lado, têm-se consumidores exigindo cada vez mais a produção para consumirem, pois o produtor, agora com uma capacidade de produção bem maior, precisou lançar mão de mecanismos para convencer a sociedade a consumir seus produtos. Além disso, em nome do desenvolvimento econômico, os gestores públicos acreditaram que um maior consumo gerava o crescimento econômico (MORENO; PADILHA, 2016, p. 295).

Tais mecanismos concentraram-se em uma publicidade desenfreada, e, embora atualmente já exista legislação limitadora, as publicidades para o consumo não respeitaram nem a hipervulnerabilidade das crianças, que foram moldadas diretamente para o consumo, uma vez que ficaram à mercê dessas campanhas sem limitações, formando-se uma geração de consumidores.

Outra estratégia utilizada pelos fornecedores para o fomento do consumo é a chamada obsolescência programada, isto é, quando o produtor programa a vida útil do produto, levando o consumidor a adquirir outro em curto espaço de tempo.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) informa que, apesar do avanço tecnológico, atualmente os eletrodomésticos são piores, em questão de durabilidade, do que há 50 anos. Os produtos possuem facilidades para compra, mas são fabricados para não durar. Por essa razão, o consumidor não consegue repará-los ou dar a eles uma destinação final adequada e ainda se vê obrigado a comprar outro produto. Informa ainda o instituto que um dos principais exemplos de obsolescência programada é a lâmpada, pois, quando foi criada, durava muito, e, percebendo que venderiam apenas um número limitado de unidades, foi criada uma

fórmula para limitar o funcionamento das lâmpadas, que passaram a durar apenas mil horas, por exemplo (IDEC, 2012, s.p.).

Embora se fale na sociedade tecnológica, atualmente a obsolescência programada pode ser vista com maior frequência<sup>1</sup>. Geralmente, durante o período de garantia, os computadores, celulares e *notebooks* de alguns fabricantes funcionam normalmente. Findo esse prazo, passam a apresentar defeitos como superaquecimento ou esgotamento da bateria. Na quase totalidade dos casos, o preço do conserto é tão alto que não vale a pena, e os consumidores são impelidos a adquirirem um produto novo. O IDEC (2012, s.p.) lembra que a humanidade já está consumindo 30% a mais do que o planeta é capaz de repor.

Para auxiliar o consumo, aliado à publicidade e à obsolescência programada, tem-se o surgimento dos créditos concedidos pelas instituições financeiras, bem como a invenção do século: o cartão de crédito. Com a criação dos cartões de crédito, os consumidores passaram a não precisar mais de dinheiro para consumir, todos os desejos ficaram ao alcance imediato, enterrando definitivamente a ideia de que para se obter algo necessita-se trabalhar e guardar dinheiro. Todas essas estratégias, somadas a outras não menos importantes, foram determinantes para a criação da atual sociedade de consumo.

Em decorrência lógica, quanto mais se consome mais lixo e resíduos são produzidos e, obviamente, mais se afeta negativamente o meio ambiente, uma vez que nem a produção nem o consumo estão voltados para a sustentabilidade.

Nesse sentido, Cortez e Ortigoza (2007, p. 22) afirmam:

Os hábitos de consumo exigidos e alicerçados pela mídia englobam esferas do cotidiano, criando desigualdades sociais, avassaladoras, sem limites e com consequências de difíceis soluções pelos gestores de políticas públicas. Nesse sentido, o desperdício abrange todas as classes sociais, em países desenvolvidos e em desenvolvimento, constituindo uma ciranda global, cujo fluxo de bilhões de embalagens e toneladas de restos alimentares impactam diretamente e indiretamente o meio ambiente.

---

<sup>1</sup> Um grande exemplo de obsolescência programada foi objeto de um “escândalo”, divulgado pela mídia em janeiro de 2018, ao ser descoberto que os iPhones mais antigos produzidos pela empresa Apple eram deixados mais lentos voluntariamente. A Justiça Francesa acatou denúncia que acusa a Apple de reduzir radicalmente o rendimento e a duração de seus *smartphones* mediante atualização de seu sistema operacional. No Brasil, a Apple já divulgou um pedido de desculpas e anunciou uma redução de R\$300,00 no preço da troca de baterias dos iPhones para tentar melhorar sua imagem após assumir publicamente que deixa seus *smartphones* lentos de propósito e sem avisar os usuários, obrigando, assim, os consumidores a adquirirem um aparelho mais novo (PRESSE, 2018, s.p.).

O presente estudo parte da premissa de que o consumo está diretamente relacionado ao equilíbrio do meio ambiente, uma vez que a produção necessita de insumos que, direta ou indiretamente, são originados nos recursos naturais e, deslocando o foco da produção para o consumo, têm-se os descartes dos produtos adquiridos, que também afetam diretamente o equilíbrio ambiental.

Foi a partir do crescimento do movimento ambientalista que surgiram novos argumentos contra os hábitos ostensivos, perdulários e consumistas, deixando evidente que o padrão de consumo das sociedades ocidentais modernas, além de ser socialmente injusto, é ambientalmente insustentável (CORTEZ; ORTIGOZA, 2007, p. 39).

Em tempos idos, quando se falava em deterioração do meio ambiente pelo homem, focalizava-se o produtor, a indústria e a geração de resíduos feita por eles. No entanto, com a evolução das pesquisas, os ambientalistas também passaram a analisar o comportamento do indivíduo no mercado de consumo, bem como a responsabilizá-lo pela referida geração de resíduos e lixo, em razão do consumo.<sup>2</sup>

Constata-se, assim, que o consumidor também está sujeito ao cumprimento da norma, uma vez que, direta ou indiretamente, participa da geração de resíduos sólidos por meio do ato de consumir.

Como salienta Schmidt (2015, p.138):

Nesse sentido, uma das grandes novidades trazidas pela PNRS é justamente dispor a respeito das obrigações dos consumidores no que diz respeito ao impacto ambiental do consumo – e isso sem deixar de reconhecer que, para que o consumidor possa atender a esta nova função, ele deve ser informado de forma efetiva e adequada. A PNRS comunica-se assim com o Código de Defesa do Consumidor e suas preocupações ambientais, que tira preceitos da Constituição Federal de 1988, que por sua vez influencia na Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA), que define o meio ambiente como “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”.

Verificam-se, assim, o papel e a responsabilidade do consumidor em relação ao equilíbrio ambiental e à sustentabilidade, pelo simples ato de consumir, e tal responsabilidade ainda é muito pouco difundida ou aceita pelo mercado, sendo

---

<sup>2</sup> Exemplo disso foi a edição da Lei nº 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e dita em seu art.1º, parágrafo 1º, que estão sujeitas à observância da PNRS as pessoas físicas ou jurídicas, responsáveis, direta ou indiretamente, pela geração de resíduos sólidos.

necessária a instituição de um programa educacional que tenha por objetivo a consciência ambiental do consumidor, que poderá contar com a colaboração do Direito do Consumidor (MORENO; PADILHA, 2016, p. 295).

Não obstante, não se pode falar em uma responsabilidade exclusiva do consumidor pelo consumo enquanto não se alterar a postura dos fornecedores. Como responsabilizar o consumidor pelo descarte de produtos duráveis com mais habitualidade do que o normal se a indústria continua com a prática da obsolescência programada? Como responsabilizar o consumidor pela aquisição de produtos desnecessários e supérfluos com a consequente geração de altos volumes de lixo se este é massacrado diuturnamente pela mídia, que o induz a comprar e, assim, ser aceito socialmente?

Por outro lado, a necessidade de proteção ao consumidor através de normas regulamentadoras das relações de consumo surgiu com o aparecimento da denominada sociedade de consumo no século XX, junto com a Revolução Tecnológica e os novos modelos de produção em massa, acrescentando a facilidade de obtenção de crédito por meio da criação dos cartões de crédito, bem como o aprimoramento do marketing e da publicidade, como já dito (MORENO; PADILHA, 2016, p. 295).

Por consequência, a massificação do consumo gerou o abuso por parte dos produtores/fornecedores, que aproveitaram essa nova cultura social para objetivarem mais lucro e, para tanto, passaram a incentivar cada vez mais o referido consumo, sem a preocupação com a segurança e a qualidade de seus produtos.

No início dessa fase, presumiu-se que o mercado fosse capaz de se autorregulamentar e que o consumidor fosse capaz de discernir e optar pela melhor forma de consumir e de contratar produtos e serviços, obedecendo ao princípio da autonomia privada, que norteava as relações contratuais no século XX e início do século XXI.

Todavia, em nome do desenvolvimento econômico, do consumo e do lucro a qualquer custo, surgem vários abusos por parte dos fornecedores, colocando o consumidor em uma situação de absurda desvantagem e vulnerabilidade, e um dos exemplos é a força que a economia do descartável começou a ganhar, uma vez que os produtos passam a ser inseridos no mercado com a validade já programada, como já exposto.

Outras condutas abusivas por parte dos fornecedores foram praticadas, como a total ausência de informação sobre os produtos e serviços, e sobre a segurança relacionada a eles, o que começou a colocar em risco a vida e a saúde dos consumidores.

A sociedade de consumo apresenta um conflito básico: o acesso ao consumo. Além disso, outro problema se coloca: a insuficiência de informações para que se possa consumir com um mínimo de eficiência, garantia e segurança. A grande fonte de informação dos consumidores é a publicidade, que, por sua vez, não tem como objetivo informar corretamente os consumidores, mas vender seus produtos (SODRÉ, 2009, p. 9).

Frente a essa realidade, verificou-se que o consumidor não era capaz de se autoprotger, estando totalmente vulnerável ao mercado de consumo, o que clamava por uma legislação protetiva, e que fosse capaz de regulamentar essa relação e impor limites aos produtos e serviços colocados no mercado.

Diante dos fatos apresentados, o Direito passou a se preocupar com as relações consumeristas e com a necessidade de sua regulamentação, mas focando na proteção ao consumidor e na limitação dos abusos por parte do fornecedor, demonstrando pouca preocupação com o aspecto da sustentabilidade.

A ONU teve uma participação fundamental na construção de uma legislação consumerista, editando a Resolução nº. 39/248, de 10 de abril de 1985, sobre a proteção ao consumidor, acolhendo o princípio da vulnerabilidade e orientando os países na regulamentação da relação.

Na opinião de Viegas e Almeida (2011, s.p.):

As diretrizes constituíam um modelo abrangente, descrevendo oito áreas de atuação para os Estados, a fim de prover proteção ao consumidor. Entre elas: a) proteção dos consumidores diante dos riscos para sua saúde e segurança, b) promoção e proteção dos interesses econômicos dos consumidores, c) acesso dos consumidores à informação adequada, d) educação do consumidor, e) possibilidade de compensação em caso de danos, f) liberdade de formar grupos e outras organizações de consumidores e a oportunidade de apresentar suas visões nos processos decisórios que as afetem. Estas diretrizes forneceram importante conjunto de objetivos internacionalmente reconhecidos, destinados aos países em desenvolvimento, a fim de ajudá-los a estruturar e fortalecer suas políticas de proteção ao consumidor.

Para promover uma conscientização internacional sobre os direitos do consumidor, foi realizada a Conferência Mundial do Consumidor no ano de 1972, em

Estocolmo, e a Comissão das Nações Unidas sobre Direitos do Homem deliberou, em 1973, que o ser humano, no seu *status* de consumidor, deveria gozar de quatro direitos fundamentais: o direito à segurança; o direito à informação; o direito à escolha e o direito de ser ouvido (OLIVEIRA, 2014, s.p.).

A partir desses marcos, os Estados passaram também a desenvolver legislações consumeristas nacionais, como, por exemplo, o Brasil, com a criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em 1990.

Ressalte-se que o consumo está estritamente relacionado ao equilíbrio do meio ambiente, pois quanto mais se consome mais se produz, quanto maior a produção maior os resíduos e lixos produzidos, ou seja, consumo e sustentabilidade são situações diretamente proporcionais.

O Direito do Consumidor e o Direito Ambiental são ramos autônomos, ciências independentes, isso é incontroverso, mas eles podem dialogar em vários aspectos, principalmente no que diz respeito à promoção do consumo sustentável.

A presente pesquisa pretende demonstrar que o Direito do Consumidor apresenta algumas regras que podem, de maneira transversa, contribuir para o consumo sustentável, se dialogadas com o Direito Ambiental.

Preleciona Benjamin (2011, p. 7) que “não se deve confundir autonomia com independência do Direito Ambiental, pois a tutela ambiental não se deve restringir ao Direito Ambiental”. Exemplifica essa afirmação dizendo que a proteção da saúde, que é a origem do esforço de preservação ambiental, atualmente também é abordada pelo Direito do Consumidor.

Resta claro que a origem do Direito do Consumidor deu-se pela sua vulnerabilidade frente ao mercado de consumo, o que requereu uma norma protetiva de seus direitos. Assim, o Direito do Consumidor tem em seu cerne a proteção desse consumidor. Mas não se pode afirmar que a proteção ao meio ambiente também seria uma proteção ao consumidor?

O Direito do Consumidor é uma lei principiológica e, como tal, traz princípios ou objetivos gerais, deixando a critério do aplicador sua interpretação para atendimento aos casos concretos que se apresentam, inclusive quando já possuem legislação específica. Também, a norma consumerista possui função social, no que se adequa à função do Direito Ambiental.

Assim, se houver o entendimento de que um produto possui alto grau de nocividade ao meio ambiente, pode-se, a partir da norma consumerista, proibir sua

comercialização, uma vez que com certeza, esse produto causará danos à saúde, à segurança ou à vida do consumidor.

Nos dizeres de Miragem (2010, p. 115), a dimensão transindividual do direito à vida, previsto no Direito do Consumidor, é a sua proteção geral e comum para toda a coletividade de consumidores contra todos os riscos do mercado de consumo, englobando outros direitos subjetivos, como o direito ao meio ambiente sadio.

Também, o Direito do Consumidor determina que a informação seja adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que podem apresentar, e complementa com as necessidades de educação e de divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações (art. 6º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor brasileiro).

Por decorrência lógica, se as normas de proteção ao consumidor preconizam que os produtos e serviços colocados no mercado de consumo devam apresentar informação sobre sua composição e utilização, elas também deverão abranger os potenciais danos que os produtos e serviços poderão causar ao meio ambiente, verificando-se a sua produção utilizou recursos naturais já escassos, se houve compensação, se ocorreu utilização de agrotóxicos, se o produto utilizou testes em animais, se o uso do produto ou do serviço pelo consumidor acarretará algum tipo de desequilíbrio ambiental com o seu descarte (MORENO; PADILHA, 2016, p. 296).

Na tentativa de atender à necessidade exposta no parágrafo anterior, alguns países adotaram o selo ambiental para seus produtos, cujo objetivo é a informação sobre a nocividade do produto ao meio ambiente.

Para Maniet (1992, p. 8-9):

O selo ambiental não constitui um instrumento da política de proteção do consumidor, mas é um instrumento da política de meio ambiente. Sua finalidade, tal como é apresentada nos países que organizam sua concessão, é encorajar, por meio da concorrência, os profissionais a produzirem bens menos prejudiciais ao meio ambiente e a estimular deste modo a inovação tecnológica numa direção favorável ao meio ambiente. O selo ambiental não visa, contrariamente aos outros tipos de informações que figuram sobre as embalagens dos produtos de consumo, à proteção a curto prazo dos interesses dos consumidores tomados em sua individualidade, mas permite a longo prazo criar uma consciência coletiva dos problemas ligados ao meio ambiente, dividindo a responsabilidade dos consumidores diante da necessidade de agir com o fim de garantir a manutenção de uma qualidade de vida a longo prazo para a totalidade dos cidadãos.

Complementando o direito à informação, o Direito do Consumidor dispõe a respeito da publicidade de produtos e serviços, proibindo a publicidade enganosa ou abusiva.<sup>3</sup>

Apesar da grande colaboração que a legislação consumerista traz à proteção do meio ambiente quando entende que a publicidade que desrespeita os valores ambientais é abusiva, ela ainda é muito frágil para atender às necessidades da sociedade de consumo atual.

Primeiramente, toda a publicidade deveria atender ao princípio da informação, como já relatado. Em segundo lugar, deveriam existir limitações quanto aos expedientes utilizados pelos publicitários na indução do consumo, para se reverter o quadro do padrão atual, a exemplo do que ocorre com a publicidade de bebidas alcoólicas, que são obrigadas a inserir a advertência sobre o consumo.

Necessário se faz a criação de uma norma complementar para regulamentar a publicidade dos produtos e serviços, pois não se tem conhecimento sobre o alcance e o discernimento do consumidor frente a sua heterogeneidade quanto à educação, ao poder econômico, ao acesso à informação e a outras condições culturais que o levam a agir e a pensar de forma tão diversa. Essas diferenças deixam o consumidor a mercê da mídia, que objetiva induzi-lo ao consumo de produtos e serviços, o que é altamente prejudicial a ele mesmo e ao meio ambiente.

Sem olvidar que atualmente o consumidor já começa a apresentar uma consciência ambiental e, conseqüentemente, fica mais exigente em relação aos produtos e serviços que adquire. Essa realidade ainda é restrita ao consumidor da denominada classe A, ou ainda àquele que detém condições econômicas mais favoráveis e acesso à educação e à informação.

O Direito Consumerista também apresenta outro importante princípio a ser estudado: a garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade,

---

<sup>3</sup> Artigo 37 do Código do Consumidor brasileiro: Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

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

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

segurança, durabilidade e desempenho.<sup>4</sup> O Código de Defesa do Consumidor Brasileiro aderiu a esse princípio e determina que os produtos devam ter um padrão adequado de durabilidade e qualidade, logo a obsolescência programada, já citada, é proibida por lei.

A proibição da obsolescência programada, que gera produtos de baixa qualidade e durabilidade reduzida, é a maior contribuição que o Direito do Consumidor pode dar ao meio ambiente, uma vez que, ao se determinar que os produtos possuam uma melhor qualidade, automaticamente, a indústria terá que investir nessa qualidade e não mais no meio de produção em massa, gerando menos resíduos e, ao passo que o consumidor só adquira esse produto novamente após um longo período de utilização, reduzirá o descarte de lixo.

Acredita-se que inúmeras podem ser as contribuições do Direito do Consumidor para um consumo sustentável, quer por meio das inovações da regulamentação consumerista internacional, quer por meio da aplicabilidade direta da norma consumerista, ou ainda, através da criação de outras regras capazes de interromper o fluxo de consumo exacerbado da sociedade atual, sempre tendo como fundamento o diálogo das legislações protecionistas do meio ambiente e do consumidor, à luz dos movimentos internacionais.

#### **1.4 Metodologia**

A metodologia de trabalho consiste no levantamento e na leitura de textos teóricos e científicos, bem como na análise de pesquisa de mercado, referentes ao objeto de pesquisa.

A pesquisa bibliográfica refere-se a livros, publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, pesquisas, monografias, teses e outros. A pesquisa legislativa refere-se às fontes internacionais, tais como tratados, convenções, *soft law* e outros.

A natureza do trabalho exige que se siga uma metodologia dialética. A pesquisa leva à aplicação do processo que permite conhecer o fato traduzido na

---

<sup>4</sup> O Decreto nº 7.963/2013 institui o Plano Nacional de Consumo e Cidadania (PLANDEC) - e no art. 3º são estabelecidos seis objetivos centrais: "i) garantir o atendimento das necessidades dos consumidores; ii) assegurar o respeito à dignidade, saúde e segurança do consumidor; iii) estimular a melhoria da qualidade de produtos e serviços colocados no mercado de consumo; iv) assegurar a prevenção e a repressão de condutas que violem direitos do consumidor; v) promover o acesso a padrões de produção e consumo sustentáveis; e vi) promover a transparência e harmonia das relações de consumo".

sociedade de consumo e sua insustentabilidade diante do sistema normativo que não atende às suas necessidades.

Diante do tema apresentado, a contribuição da obra “O Princípio Responsabilidade” de Hans Jonas será fundamental, uma vez que aborda a necessidade de uma nova ética e de responsabilidade para a sociedade atual.

Jonas (2006, p. 47-48) cita em sua obra alguns imperativos que deverão nortear a nova ética e conseqüentemente a responsabilidade humana:

Aja de modo que os efeitos de tua ação sejam compatíveis com a permanência de uma autêntica vida humana sobre a terra. Aja de modo a que os efeitos da tua ação não sejam destrutivos para a possibilidade futura de uma tal vida. Não ponha em perigo as condições necessárias para a conservação indefinida da humanidade sobre a terra.

O autor realiza uma reflexão em sua obra sobre a ética de tempos antigos, que denomina de ética anterior, e a necessidade de uma nova ética diante da sociedade tecnológica dos tempos atuais. Informa que, anteriormente, a ética concentrava-se na qualidade moral do ato momentâneo em si, no qual o direito do contemporâneo mais próximo tinha de ser observado, tempo esse em que as interferências do homem na natureza eram superficiais, e o espaço que o homem havia criado para si se limitava às cidades, onde se concentrava o domínio completo e único da responsabilidade humana (JONAS, 2006, p. 31-34).

Continua o autor expondo que a significação ética dizia respeito ao relacionamento direto de homem com homem, com alcance imediato, e não requeria um planejamento em longo prazo. Todo o trato com o mundo extra-humano, isto é, todo o domínio da técnica era, à exceção da medicina, eticamente neutro. Nenhuma ética anterior tinha de levar em consideração a condição global da vida humana, o futuro distante e até mesmo a existência da espécie, e nenhuma ética anterior preparou as pessoas para o papel de fiel depositário (JONAS, 2006, p. 35-37).

No entanto, preleciona o autor que, com a Revolução Tecnológica e a crítica vulnerabilidade da natureza provocada pela intervenção técnica do homem, um objeto de ordem inteiramente nova surge: o meio ambiente (JONAS, 2006, p. 57-58).

Ainda afirma Jonas (2006, p. 35-37) que a diferença entre o artificial e o natural desapareceu, e questões que nunca foram antes objeto de legislação ingressam no circuito das leis que a “cidade” global tem de formular, para que possa existir um mundo para as próximas gerações de homens. Surge, assim, um novo

objeto de dever: conservar este mundo físico, de modo que as condições para a presença humana permaneçam intactas, e isso significa proteger a sua vulnerabilidade diante de uma ameaça dessas condições.

Nessa tese do homem como objeto da técnica, entende-se que os novos tipos e limites do agir exigem uma ética de previsão e responsabilidade compatível com esses limites, que seja tão nova quanto as situações com as quais ela tem de lidar, tais como, prolongamento da vida (imortalidade), controle de comportamento (implantação de eletrodos, drogas pacificadoras) ou manipulação genética (JONAS, 2006, p. 59).

Diante dessa nova visão de ética, o autor apresenta novas dimensões da responsabilidade correlatas, pois a natureza como responsabilidade humana é seguramente um *novum*, sobre o qual uma nova teoria ética deve ser pensada. Com a primeira grande alteração do quadro herdado, a crítica vulnerabilidade da natureza provocada pela intervenção técnica do homem, um objeto de ordem inteiramente nova surge: a biosfera inteira do planeta que se acresceu àquilo pelo qual deve-se ter responsabilidade – a ecologia. Sob o signo da tecnologia, a ética tem a ver com ações (não mais sujeitos isolados) que têm uma projeção causal sem precedentes na direção do futuro, acompanhadas por uma consciência prévia que, mesmo incompleta, vai muito além daquela outrora existente (JONAS, 2006, p. 63).

Os imperativos, citados pelo autor, serão premissas básicas fundamentais para o desenvolvimento da fundamentação da pesquisa para esta tese, uma vez que a responsabilidade do homem pelo meio ambiente, tanto presente quanto futura, é que norteará a necessidade de um novo padrão de consumo, que deverá ter como regra primordial a sustentabilidade.

### **1.5 Estrutura da tese**

O presente estudo foi dividido em quatro partes: a primeira apresenta o desenvolvimento teórico, compreendido pela pesquisa dos marcos internacionais do consumo sustentável que abrangem conceitos doutrinários de desenvolvimento sustentável, proteção ao meio ambiente e sustentabilidade.

Em continuidade, na segunda parte, explana-se toda a pesquisa realizada acerca do Direito Consumerista, partindo de seu surgimento, sua evolução, seus princípios internacionais, até sua absorção pela legislação pátria e pela União

Europeia (EU), na intenção de demonstrar a semelhança entre as legislações e a incorporação dos parâmetros recomendados pela ONU.

Na sequência, a terceira parte apresenta o objetivo da tese, a contribuição da legislação consumerista para o consumo sustentável, abordando a teoria do diálogo das fontes e sua aplicabilidade no diálogo das legislações ambientais e consumeristas, expondo os princípios de ambas as legislações. Posteriormente, realizou-se uma análise sobre a possibilidade do diálogo entre essas legislações, e nesse diálogo fez-se valer de pesquisa de mercado realizada pelo IDEC e pela empresa Market Analysis, culminando com a reflexão sobre a efetiva contribuição do direito do consumidor para o consumo sustentável.

Por derradeiro, o estudo apresenta as considerações finais, fundamentadas na pesquisa realizada e na sua análise, em conformidade com a metodologia pretendida, para, em ampla reflexão, concluir sobre a possibilidade da contribuição do Direito do Consumidor para o consumo sustentável.

## 2 CONSTRUÇÃO DOS MARCOS INTERNACIONAIS DO CONSUMO SUSTENTÁVEL

### 2.1 Desenvolvimento sustentável

A ONU denominou a década de 1960 como a Primeira Década das Nações Unidas para o Desenvolvimento, acreditando que a cooperação internacional proporcionou um crescimento econômico por meio da transferência de *know how* e tecnologia, bem como os fundos monetários, com o intuito de enfrentar os problemas de países em desenvolvimento, especialmente os mais vulneráveis. Acreditava-se que a poluição ambiental seria mera consequência inevitável do desenvolvimento industrial.

Já é cediço que uma política ambiental, qualquer que seja, não pode ser formulada, menos ainda, implementada, sem que se tenha um olho na sustentabilidade. Isso porque a realidade do mundo natural e a organização da sociedade humana estão condicionadas como termos de uma mesma relação (MILARÉ, 2015, p.1128).

Apesar do movimento sobre ecodesenvolvimento não ser tão recente, foi apenas em 1972 que a Conferência de Estocolmo (Declaração) tratou diretamente do assunto e foi quando surgiu a base científica do conceito de desenvolvimento sustentável. Segundo Varella (2009, p. 11), ela adota vários documentos, dentre os quais estão os trabalhos da economista Barbara Ward e do biólogo René Dubos . Em Estocolmo, já surgia posição que demonstrava a dialética complexa existente entre a pobreza e a destruição do meio ambiente, denunciando, ao mesmo tempo, os problemas do consumo desenfreado. Portanto, a destruição da natureza localizava-se nas duas extremidades da pirâmide social.

A referida Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano tem como princípios relacionados ao tema, entre outros:

#### **Princípio 1**

O homem tem o direito fundamental à liberdade, à igualdade e ao desfrute de condições de vida adequadas em um meio ambiente de qualidade tal que lhe permita levar uma vida digna e gozar de bem-estar, tendo a solene obrigação de proteger e melhorar o meio ambiente para as gerações presentes e futuras.

#### **Princípio 13**

Com o fim de se conseguir um ordenamento mais racional dos recursos e melhorar assim as condições ambientais, os Estados deveriam adotar um enfoque integrado e coordenado de planejamento de seu desenvolvimento, de modo a que fique assegurada a compatibilidade entre o desenvolvimento e a necessidade de proteger e melhorar o meio ambiente humano em benefício de sua população (ONU, 1972, s.p.).

A variação conceitual da expressão desenvolvimento no Direito Internacional é facilmente notável. O uso de um conteúdo determinado tem relação direta com a lógica seguida pela instituição. Em uma lógica liberal, o desenvolvimento é mais ligado ao volume das trocas e ao crescimento do produto interno bruto (VARELLA, 2009, p. 21). Quanto mais comércio ou quanto mais o produto interno bruto aumentar, maior será o desenvolvimento.

O referido autor ainda faz uma análise sobre uma lógica mais política e social, em que o desenvolvimento se mede pela expansão das liberdades, como o acesso à saúde, à educação, à proteção do meio ambiente e à democracia (VARELLA, 2009, p. 22). Tal ponto de vista aproxima o desenvolvimento sustentável do discurso de desenvolvimento realizado pelos defensores dos direitos do homem. As legislações e os tratados internacionais sobre os Direitos Humanos têm como tema, por diversas vezes, a necessidade de se promover o desenvolvimento como solução à pobreza e como garantia da igualdade e da liberdade.

O meio ambiente está inserido nesses acordos como direito do homem, sobretudo nas culturas mais antropocêntricas. Houve seguramente uma grande evolução com a passagem do crescimento econômico a qualquer custo para as formas de desenvolvimento menos agressivas ao meio. Entretanto, a mística desenvolvimentista estava muito mais em função dos interesses particulares dos países do que preocupada com a escassez e a finitude dos recursos naturais e com a avassaladora produção de resíduos das atividades humanas, mormente as econômicas. As estruturas políticas, sociais e econômicas tornaram-se insensíveis à degradação generalizada do mundo natural (MILARÉ, 2015, p. 106).

É a partir da Conferência de Estocolmo, em 1972, com as bases conceituais do desenvolvimento sustentável, que se pretende traduzir a necessidade de se manter o meio ambiente equilibrado, em consonância com o crescimento econômico. Assim, tem-se a união dos conceitos dos direitos humanos (finalidade) com os conceitos do direito do meio ambiente (condicionalidade) e do desenvolvimento econômico (crescimento econômico), que se encontra na origem

do conceito de desenvolvimento. Nos dizeres de Varela (2009, p. 22): “quanto mais liberdades para os indivíduos, mais haverá desenvolvimento”.

Nesse contexto, algumas correntes de pensamento informam o objetivo principal da tutela ambiental que influencia diretamente a garantia ao desenvolvimento sustentável. A primeira corrente considera antropocêntrica a proteção do meio ambiente vinculada à vida humana e aos benefícios trazidos aos seres humanos. Indubitavelmente, o centro de toda a proteção ao meio ambiente é a vida humana, superior às demais formas de vida. Em contrapartida ao antropocentrismo, tem-se a corrente do biocentrismo ou ecocentrismo, que afirma que a proteção do meio ambiente está desvinculada completamente das implicações que tal tutela traz aos seres humanos, ou ainda, o meio ambiente é protegido por si só, não por seus benefícios aos humanos, e a vida dos demais seres vivos é o centro da tutela.

Ainda, tem-se a presença da escola de pensamento holística, pautada na ideia de meio ambiente como sistema integrado. Nesse holismo ambiental, o ambiente não é visto como vários fatores isolados, e sim como um sistema único, integrado e tendente ao equilíbrio, em que todos esses fatores interagem entre si, sendo interdependentes. Com o aprimoramento da concepção de meio ambiente e o desenvolvimento dessa visão holística, não apenas o meio biótico e os recursos naturais são protegidos, os processos que ocorrem naturalmente no ambiente, e dos quais resulta o equilíbrio ecológico, também são tutelados (SILVA; RANGEL, 2017, s.p.).

Na Conferência de Estocolmo já se demonstrava o contraste entre a pobreza e o subdesenvolvimento frente à degradação ambiental, bem como apresentava a denúncia do consumismo desenfreado dos países desenvolvidos. Logo, deparou-se com a degradação ambiental nas duas situações, ou seja, na pobreza e no consumismo.

O documento produzido pela Conferência entendia que os principais problemas ambientais são provocados pelos dois extremos da pirâmide social global. Os mais pobres destroem a natureza porque precisam “cortar lenha para se aquecer e preparar seus alimentos destruindo florestas, não tratam seu lixo e, muitas vezes, sequer têm coleta de lixo, destroem os rios com a poluição e têm uma qualidade de vida muito reduzida”. Em contrapartida, os mais ricos têm um nível de consumo exorbitante de energia, de alimentos e de dejetos por habitante e poderiam

também comprometer a continuidade da vida no planeta. A solução seria, então, a mudança das formas de desenvolvimento, e isso somente poderia ser alcançado com a ajuda dos países do Norte aos países do Sul (VARELLA, 2009, p.17).

Em Estocolmo, ficou clara a relação entre a problemática ambiental e a questão da pobreza que, nas palavras da, então, Primeira Ministra da Índia, Indira Gandhi, representa a poluição mais grave. A degradação ambiental é o resultado combinado de dois processos: a apropriação predatória dos recursos naturais e o seu sobreconsumo por parte das minorias ricas por um lado e, por outro, a sobreutilização dos poucos recursos naturais a que têm acesso os pequenos agricultores, obrigados a lançar mão de estratégias de sobrevivência que passam pelo desmatamento excessivo das encostas, pela destruição das florestas, pelo esgotamento dos solos e pela contaminação das águas. No meio urbano, as primeiras vítimas da degradação ambiental, da falta de saneamento e de acesso à água potável são os habitantes das favelas. Por essas razões, a luta pela preservação ambiental não pode ser dissociada da luta contra a pobreza. Embora convocada como uma conferência sobre o meio ambiente, a Conferência de Estocolmo transmitiu, como mensagem central, a necessidade de repensar, à luz de problemas ambientais e sociais, as estratégias de desenvolvimento (SACHS, 2009, p. 28).

Inicialmente, a ligação entre desenvolvimento e preservação ambiental era chamada de ecodesenvolvimento. Sachs (2009, p. 29) ensina que esse conceito surgiu pela expressão utilizada durante as reuniões preparatórias da Conferência de Estocolmo, que evoluiu com os anos, embora fosse uma expressão com a qual se definia o que se queria conceituar: a promoção do desenvolvimento, permitindo preservar o meio ambiente.

Entende ainda o autor (SACHS, 2009, p. 28-29) que a Conferência de Estocolmo consistiu em equilibrar o crescimento selvagem e o fundamentalismo ecológico (a assim chamada “ecologia profunda”) para encontrar um meio-termo, mas, enquanto persistirem as abismais diferenças sociais entre os países e dentro dos países, não se pode pensar em parar de crescer. Portanto, necessário se faz outro tipo de crescimento, nascendo, assim, o conceito de ecodesenvolvimento, que, posteriormente, passou a ser chamado de desenvolvimento sustentável e que propõe o autor chamar de “desenvolvimento socialmente incluído, ambientalmente sustentável e economicamente sustentado”.

Com efeito, o ecodesenvolvimento subordina o crescimento a objetivos sociais e explicita as condicionalidades ambientais sem se descuidar da viabilidade econômica indispensável para fazer as coisas acontecerem. Dito isso, a viabilidade econômica avaliada à luz dos critérios macrosociais não pode ser reduzida ao lucro medido com critérios microeconômicos (SACHS, 2009, p. 28).

A expressão ecodesenvolvimento foi substituída pela expressão desenvolvimento sustentável, no entanto, ambas possuem o mesmo significado.

Como ensina Padilha (2010, p.17), apesar da Conferência de Estocolmo ter relacionado o meio ambiente ao desenvolvimento, na tentativa de um entrelaçamento entre ambos, ou seja, um “consenso entre o uso e a conservação dos recursos naturais, o desenvolvimento sustentável, como uma meta, foi estabelecido apenas na década de 1980”.

No ano de 1983, a médica Gro Harlem Brundtland, mestre em saúde pública e ex-primeira ministra da Noruega, foi convidada para presidir a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Brundtland foi uma escolha natural, pois possuía vastos conhecimentos na área da saúde, de assuntos ambientais e de desenvolvimento humano. Em abril de 1987, a Comissão Brundtland, como ficou conhecida, publicou um relatório inovador, “Nosso Futuro Comum”, que traz o conceito de desenvolvimento sustentável.<sup>5</sup>

No entendimento de Padilha (2010, p. 17), foi a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), também conhecida como Comissão Brundtland, criada pelas Nações Unidas em 1983 para produzir um relatório sobre as questões mundiais relacionadas ao meio ambiente e ao desenvolvimento, que utilizou, pela primeira vez, o discurso da sustentabilidade no famoso documento intitulado “Nosso Futuro Comum” (1987). O relatório “Nosso Futuro Comum” (Our Common Future) apresenta uma perspectiva nova à discussão que envolve o embate entre desenvolvimento e meio ambiente, apresentando uma proposta de desenvolvimento sustentável, definindo-o como “um processo que permite satisfazer as necessidades da população atual, sem comprometer a capacidade de atender as gerações futuras”.

O desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que encontra as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades.

Um mundo onde a pobreza e a desigualdade são endêmicas estará sempre propenso a crises ecológicas, entre outras...O desenvolvimento sustentável requer que as sociedades atendam às necessidades humanas tanto pelo aumento do potencial produtivo como pela garantia de oportunidades iguais para todos.

Muitos de nós vivemos além dos recursos ecológicos, por exemplo, em nossos padrões de consumo de energia...

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2018.

No mínimo, o desenvolvimento sustentável não deve pôr em risco os sistemas naturais que sustentam a vida na Terra: a atmosfera, as águas, os solos e os seres vivos.

Na sua essência, o desenvolvimento sustentável é um processo de mudança no qual a exploração dos recursos, o direcionamento dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional estão em harmonia e reforçam o atual e futuro potencial para satisfazer as aspirações e necessidades humanas.— do Relatório Brundtland, “Nosso Futuro Comum” (ONU, 2016, s.p.).

Vale destacar o testemunho de Paulo Nogueira Neto, único brasileiro participante da elaboração desse relatório essencial na dinâmica socioambiental, publicado no Diário de Paulo Nogueira Neto – Uma Trajetória Ambientalista.

Nos debates da Comissão Brundtland, cedo verificamos que o excesso de população, que esta ainda crescendo, é um dos maiores problemas do planeta Terra. Assim, frear o crescimento excessivo da população humana pareceu prioritário. Como fazer isso? Somente seria possível, ou viável, através dos benefícios trazidos pelo desenvolvimento. Mas que desenvolvimento? De que tipo? Alguém sugeriu que seria um “Desenvolvimento Sustentável ou Sustentado” E como seria este? Como ele se manteria no decorrer dos séculos? Chegamos à conclusão, chave e óbvia, que o Desenvolvimento Sustentável é o que não prejudica a geração atual nem as gerações futuras. Com os bons resultados assim produzidos, seria possível realizar uma das nossas metas principais aqui na Terra: a erradicação da miséria (NOGUEIRA-NETO, 2010, p. 298).

O Relatório Brundtland foi um ato preparatório para a Conferência do Rio de Janeiro em 1992 – Rio-92 ou Eco-92 –, também denominada “Cúpula da Terra”, convocada no vigésimo aniversário da Conferência de Estocolmo, e teve como secretário-geral Maurice Strong, o mesmo da Conferência<sup>6</sup>.

A Rio-92 compreendeu como desenvolvimento sustentável o fato de melhorar as condições de existência das comunidades humanas, ou ainda, que o direito ao desenvolvimento deve ser realizado de maneira a satisfazer equitativamente as necessidades que dizem respeito ao desenvolvimento e ao meio ambiente das gerações presentes e futuras, conforme o Princípio 3 da Declaração do Rio, de 1992:

**Princípio 3**

O direito ao desenvolvimento deve ser exercido de modo a permitir que sejam atendidas equitativamente as necessidades de desenvolvimento e de meio ambiente das gerações presentes e futuras (ONU, 1992, s.p.).

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2018.

A Rio-92 adotou a Agenda 21, um programa detalhado de ações para o desenvolvimento sustentável, fomentando atividades que protejam e renovem os recursos ambientais, tais como: proteger a atmosfera; combater o desmatamento, a perda de solo e a desertificação; prevenir a poluição da água e do ar; deter a destruição das populações de peixes e promover uma gestão segura dos resíduos tóxicos. Esse programa também incluiu a pobreza e a dívida externa dos países em desenvolvimento como fatores responsáveis pela insustentabilidade. Acrescentou ainda os padrões insustentáveis de produção e consumo e a estrutura da economia internacional (BRASIL, 1997, s.p.).

O capítulo 4 da Agenda 21 é destinado à necessidade de “mudança dos padrões de consumo”:

MUDANÇA DOS PADRÕES DE CONSUMO 4.1. Este capítulo contém as seguintes áreas de programas: (a) Exame dos padrões insustentáveis de produção e consumo; (b) Desenvolvimento de políticas e estratégias nacionais de estímulo a mudanças nos padrões insustentáveis de consumo. 4.2. Por ser muito abrangente, a questão da mudança dos padrões de consumo é focalizada em diversos pontos da Agenda 21, em especial nos que tratam de energia, transportes e resíduos, bem como nos capítulos dedicados aos instrumentos econômicos e à transferência de tecnologia. A leitura do presente capítulo deve ser associada, ainda, ao capítulo 5 (Dinâmica e sustentabilidade demográfica) da Agenda (BRASIL, 1997, s.p.).

Para garantir efetividade e apoio às ações programadas da Agenda 21, a Assembleia Geral da ONU criou, em 1992, a Comissão para o Desenvolvimento Sustentável, como uma comissão funcional do Conselho Econômico e Social.<sup>7</sup>

Além disso, a Assembleia Geral realizou uma sessão especial em 1997, chamada de Cúpula da Terra +5, para revisar e avaliar a implementação da Agenda 21 e fazer recomendações para sua realização. O documento final da sessão recomendou a adoção de metas juridicamente vinculativas para: reduzir as emissões de gases de efeito estufa que geram as mudanças climáticas; ocasionar uma maior movimentação dos padrões sustentáveis de distribuição de energia, produção e uso; focar na erradicação da pobreza como pré-requisito para o desenvolvimento sustentável (BRASIL, 1997, s.p.). Os princípios do desenvolvimento sustentável estão implícitos em muitas das conferências da ONU, incluindo: a Segunda Conferência da ONU sobre Assentamentos Humanos (Istambul, 1999); a Sessão

---

<sup>7</sup> Desde 2013, essa Comissão foi substituída pelo Fórum Político de Alto Nível sobre Desenvolvimento Sustentável.

Especial da Assembleia Geral sobre Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento (Nova York, 1999); a Cúpula do Milênio (Nova York, 2000) e seus Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, assim como a Agenda 2030 e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (Nova York, 2015).

Outras convenções e programas ambientais consagram os princípios do Direito ao Desenvolvimento, como a Convenção sobre a Diversidade Biológica, a Agenda 21 e a Convenção Habitat.

Outros princípios, como o do tratamento diferenciado e o da não reciprocidade, além do princípio da responsabilidade comum, mas diferenciada, estão previstos em convenções mais recentes, como em todas as convenções-quadros desde 1992, como exemplifica o artigo 3º da Convenção sobre Mudanças Climáticas<sup>8</sup>, que dispõe sobre o princípio da responsabilidade comum, mas diferenciada nos Estados<sup>9</sup>.

Esse princípio consagra a responsabilidade comum dos Estados para a proteção do meio ambiente, mas diferenciada em função de suas capacidades de

---

<sup>8</sup> Convenção sobre Mudanças Climáticas:

Artigo 3º1. As Partes devem proteger o sistema climático em benefício das gerações presentes e futuras da humanidade com base na equidade e em conformidade com suas responsabilidades comuns Editado e traduzido pelo Ministério da Ciência e Tecnologia com o apoio do Ministério das Relações Exteriores da República Federativa do Brasil mas diferenciadas e respectivas capacidades. Em decorrência, as Partes países desenvolvidos devem tomar a iniciativa no combate à mudança do clima e a seus efeitos. 2. Devem ser levadas em plena consideração as necessidades específicas e circunstâncias especiais das Partes países em desenvolvimento, em especial aqueles particularmente mais vulneráveis aos efeitos negativos da mudança do clima, e das Partes, em especial Partes países em desenvolvimento, que tenham que assumir encargos desproporcionais e anormais sob esta Convenção. 3. As Partes devem adotar medidas de precaução para prever, evitar ou minimizar as causas da mudança do clima e mitigar seus efeitos negativos. Quando surgirem ameaças de danos sérios ou irreversíveis, a falta de plena certeza científica não deve ser usada como razão para postergar essas medidas, levando em conta que as políticas e medidas adotadas para enfrentar a mudança do clima devem ser eficazes em função dos custos, de modo a assegurar benefícios mundiais ao menor custo possível. Para esse fim, essas políticas e medidas devem levar em conta os diferentes contextos socioeconômicos, ser abrangentes, cobrir todas as fontes, sumidouros e reservatórios significativos de gases de efeito estufa e adaptações, e abranger todos os setores econômicos. As Partes interessadas podem realizar esforços, em cooperação, para enfrentar a mudança do clima. 4. As Partes têm o direito ao desenvolvimento sustentável e devem promovê-lo. As políticas e medidas para proteger o sistema climático contra mudanças induzidas pelo homem devem ser adequadas às condições específicas de cada Parte e devem ser integradas aos programas nacionais de desenvolvimento, levando em conta que o desenvolvimento econômico é essencial à adoção de medidas para enfrentar a mudança do clima. 5. As Partes devem cooperar para promover um sistema econômico internacional favorável e aberto conducente ao crescimento e ao desenvolvimento econômico sustentáveis de todas as Partes, em especial das Partes países em desenvolvimento, possibilitando-lhes, assim, melhor enfrentar os problemas da mudança do clima. As medidas adotadas para combater a mudança do clima, inclusive as unilaterais, não devem constituir meio de discriminação arbitrária ou injustificável ou restrição velada ao comércio internacional. Disponível em: <[http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/convencao\\_clima.pdf](http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/convencao_clima.pdf)>. Acesso em: 19 out. 2018.

<sup>9</sup> Disponível em: <[http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/convencao\\_clima.pdf](http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/convencao_clima.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2018.

atuação, devido aos diferentes níveis de desenvolvimento. Já a Convenção sobre a Diversidade Biológica não possui regras diretas sobre o desenvolvimento, somente prevê a transferência de tecnologias em seu artigo 16.

Em 8 de setembro de 2000, a partir da Declaração do Milênio das Nações Unidas, ratificada por 191 Estados, os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) buscaram a sintetização de diversos acordos internacionais sobre desenvolvimento, meio ambiente, direitos humanos, etc. Esse documento apresentava oito objetivos com 42 metas, publicando estratégias locais de implementação e acompanhamento.

Foram realizados vários esforços para a inclusão desses ODM nas agendas internacionais e nacionais, o que resultou em grande avanço, uma vez que várias foram as cobranças de diversos atores sociais para seu cumprimento. E ainda, tais ODM foram fundamentais para a criação de normas locais complementares.

Dando continuidade à dinâmica de objetivos globais, em setembro de 2015, vários representantes de Estados, reunidos na sede das Nações Unidas em Nova York, decidiram sobre os novos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) globais, documento denominado Agenda 2030, contendo 17 objetivos e 169 metas associadas, integradas e indivisíveis.

No que concerne diretamente aos padrões de consumo, destaca-se:

Nossa visão:

...

9. Prevemos um mundo em que cada país desfrute de um crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável e de trabalho decente para todos. Um mundo em que os padrões de consumo e produção e o uso de todos os recursos naturais – do ar à terra; dos rios, lagos e aquíferos aos oceanos e mares – são sustentáveis. Um mundo em que a democracia, a boa governança e o Estado de Direito, bem como um ambiente propício em níveis nacional e internacional, são essenciais para o desenvolvimento sustentável, incluindo crescimento econômico inclusivo e sustentado, desenvolvimento social, proteção ambiental e erradicação da pobreza e da fome. Um mundo em que o desenvolvimento e a aplicação da tecnologia são sensíveis ao clima, respeitem a biodiversidade e são resilientes. Um mundo em que a humanidade viva em harmonia com a natureza e em que animais selvagens e outras espécies vivas estão protegidos.

Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis

**12.1** Implementar o Plano Decenal de Programas sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com todos os países tomando medidas, e os países desenvolvidos assumindo a liderança, tendo em conta o desenvolvimento e as capacidades dos países em desenvolvimento

**12.2** Até 2030, alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais

**12.3** Até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, nos níveis de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de

alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita

**12.4** Até 2020, alcançar o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos, ao longo de todo o ciclo de vida destes, de acordo com os marcos internacionais acordados, e reduzir significativamente a liberação destes para o ar, água e solo, para minimizar seus impactos negativos sobre a saúde humana e o meio ambiente

**12.5** Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso

**12.6** Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios

**12.7** Promover práticas de compras públicas sustentáveis, de acordo com as políticas e prioridades nacionais

**12.8** Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza

**12.a** Apoiar países em desenvolvimento a fortalecer suas capacidades científicas e tecnológicas para mudar para padrões mais sustentáveis de produção e consumo

**12.b** Desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais

**12.c** Racionalizar subsídios ineficientes aos combustíveis fósseis, que encorajam o consumo exagerado, eliminando as distorções de mercado, de acordo com as circunstâncias nacionais, inclusive por meio da reestruturação fiscal e a eliminação gradual desses subsídios prejudiciais, caso existam, para refletir os seus impactos ambientais, tendo plenamente em conta as necessidades específicas e condições dos países em desenvolvimento e minimizando os possíveis impactos adversos sobre o seu desenvolvimento de uma forma que proteja os pobres e as comunidades afetadas (ONU, 2018, s.p.).

Indubitavelmente, é impossível pensar, atualmente, em desenvolvimento sem a proteção do meio ambiente. O desenvolvimento não sustentável põe em risco a existência do planeta e as futuras gerações e, por tal razão, além de totalmente contrário ao ordenamento jurídico mundial e ao primeiro princípio norteador de toda a ordem jurídica internacional, qual seja, o direito à vida, é naturalmente inadmissível e ilegítimo, culminando com a inadequação da utilização do termo desenvolvimento.

Nas brilhantes palavras de Freitas (2016, p. 81):

A sustentabilidade, bem concebida, é prova robusta do florescimento da consciência, entendida como condição processual do ser que, por meio da mente e dos sentidos, reconhece a si próprio, na natureza, tanto pelo autoconhecimento como pelo heteroconhecimento. Por sua vez, a insaciabilidade predatória surge como geradora de sofrimento inútil, de falso progresso e de cumulativos desequilíbrios que encaminham para a extinção da espécie humana.

A terminologia sustentabilidade deriva do desenvolvimento sustentável, embora ainda padeça de inúmeras discussões doutrinárias sobre o seu conceito:

O tema sofre, por enquanto, de imprecisões conceituais ou, às vezes, de uma visão excessivamente econômica. Os Professores Francisco P. de Melo Neto e César Froes, em seu excelente compêndio *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*, oferecem uma síntese valiosa para as abordagens gerenciais e ecológicas da sustentabilidade; nessa obra, expõem com clareza elementos lúcidos e práticos para conceituar também o desenvolvimento sustentável. Discorrem os autores: “Neira Alva, arquiteto e urbanista, ex-diretor da Comissão Econômica para a América Latina-Cepal, assim define o conceito de sustentabilidade: ‘A sustentabilidade pode ser entendida como um conceito ecológico – isto é, como a capacidade que tem um ecossistema de atender às necessidades das populações que nele vivem – ou como um conceito político que limita o crescimento em função da dotação de recursos naturais, da tecnologia aplicada no uso desses recursos e do nível efetivo de bem estar da coletividade’” (MILARÉ, 2015, p. 70).

A expressão sustentabilidade nunca foi tão utilizada e vulgarizada quanto no contexto atual, quando as preocupações com as mudanças climáticas e os seus impactos no futuro do planeta se mostram urgentes. Esse termo está presente nas instituições de ensino, nas empresas, na mídia e até mesmo nos discursos políticos. De julho de 2016 a julho de 2017, a palavra foi utilizada cerca de 206.000 vezes em notícias publicadas na Internet no Brasil, de acordo com o buscador do Google. Dividido por 365 dias, isso quer dizer que, em média, ela foi usada 564 vezes por dia pela imprensa e por *blogs* (ESTADÃO, 2017, s.p.). Não obstante, a definição de sustentabilidade ainda encontra dificuldade entre os seus utilizadores.

O entendimento atual da sustentabilidade requer a integração de três aspectos do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental.

O tripé da sustentabilidade (social, econômica e ambiental) baseia-se em conciliar desejos e necessidades, evitando-se ao máximo a submissão a grupos específicos de interesse. A maior parte do esforço em interpretar o conceito de desenvolvimento sustentável é influenciada pelos interesses fundamentais específicos e grupos ou organizações. Isso resulta num estreitamento das formas de interpretação, que não capturam a imagem total (LUCON, 2013, p. 24).

É utilizada a imagem de um tripé para proporcionar melhor entendimento da sustentabilidade. Nele, estão expressas as dimensões econômicas, ambientais e sociais, que devem estar interligadas e integradas para a formação do conceito.

De acordo com o Laboratório de Sustentabilidade da USP- LASSU, têm-se as seguintes definições de sustentabilidade:

**Social** – Trata-se do **capital humano** de um empreendimento, comunidade, sociedade como um todo. Além de salários justos e estar adequado à legislação trabalhista, é preciso pensar em outros aspectos como o bem estar dos seus funcionários, propiciando, por exemplo, um ambiente de trabalho agradável, pensando na saúde do trabalhador e da sua família. Além disso, é imprescindível ver como a atividade econômica afeta as comunidades ao redor. Nesse item, está contido também problemas gerais da sociedade como educação, violência e até o lazer.

Este capital humano está, direta ou indiretamente, relacionado às atividades desenvolvidas por uma empresa. Isso inclui, além de seus funcionários, seu público-alvo, seus fornecedores, a comunidade a seu entorno e a sociedade em geral. Desenvolver ações socialmente sustentáveis vai muito além de, por exemplo, dar férias e benefícios aos funcionários. Deve-se proporcionar um ambiente que estimule a criação de relações de trabalho legítimas e saudáveis, além de favorecer o desenvolvimento pessoal e coletivo dos direta ou indiretamente envolvidos.

**Ambiental** – Refere-se ao **capital natural** de um empreendimento ou sociedade. Aqui assim como nos outros itens, é importante pensar no pequeno, médio e longo prazo. A princípio, praticamente toda atividade econômica tem impacto ambiental negativo. Nesse aspecto, a empresa ou a sociedade deve pensar nas formas de amenizar esses impactos e compensar o que não é possível amenizar.

Assim uma empresa que usa determinada matéria-prima deve planejar formas de repor os recursos ou, se não é possível, diminuir o máximo possível o uso desse material. Além disso, obviamente, deve ser levado em conta a adequação à legislação ambiental e a vários princípios discutidos atualmente como o Protocolo de Kyoto. Para uma determinada região geográfica, o conceito é o mesmo e pode ser adequado, por exemplo, com um sério zoneamento econômico da região.

**Econômica** – A palavra economia, no dicionário, é definida como *Organização de uma casa, financeira e materialmente. Com o passar dos anos, séculos, a palavra economia foi direcionada apenas à vertente dos negócios ou no sentido da poupança, economizar.* Este pilar traz a análise dos temas ligados à produção, distribuição e consumo de bens e serviços e deve-se levar em conta os outros dois aspectos. Ou seja, não adianta lucrar devastando, por exemplo (LASSU, [2009], s.p., grifos do autor).

Frente às diversas definições e aos conceitos da sustentabilidade apresentados, para fins do presente estudo, acredita-se que a visão abrangente do termo, voltada para a preservação do meio ambiente, garantindo-se uma existência digna atual e a própria existência das futuras gerações, é a que deve ser utilizada.

## 2.2 Processo de Marrakesh

Na formulação de um Marco Global de Ação para a Produção e Consumo Sustentáveis foi instituído o Processo de Marrakesh, como uma campanha de ação global, que conta com a participação ativa de organizações internacionais, de governos nacionais, de agências de desenvolvimento do setor privado, de sociedade

civil e de outros interessados, que simbolizavam um bom exemplo de governança global.

No ano 2002, durante a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, quando se fez um balanço da Rio-92, foi aprovado o Plano de Joanesburgo, que propôs a elaboração de um conjunto de programas, com duração de 10 anos (10 Years Framework Program), com o objetivo de apoiar e fortalecer iniciativas regionais e nacionais para promoção de mudanças nos padrões de consumo e produção (BRASIL, 2011, s. p.).

O marco de programas com duração de 10 anos foi configurado de acordo com a orientação do Plano de Joanesburgo para o desenvolvimento sustentável, conforme abaixo:

Foi enfatizado que, como descrito no Plano de Implementação de Joanesburgo (PIJ), o principal objetivo do 10 YFP é acelerar as mudanças em direção aos padrões de CPS para promover o desenvolvimento social e econômico de acordo com a capacidade de suporte dos ecossistemas separando o crescimento econômico da degradação ambiental. O desenvolvimento do 10 YFP precisa estar atrelado a este objetivo original e em uma reflexão sobre as iniciativas e ferramentas políticas de PCS existentes em todos os níveis e em todas as regiões (UNDESA; UNEP, 2007 apud PORTILHO; RUSSO, p. 7).

A denominação de Processo de Marrakesh se deu em razão de ele ter se originado em reunião realizada na cidade do Marrocos, no início em 2003, como consequência do Plano de Joanesburgo. Foi criado para dar aplicabilidade e expressão concreta ao conceito de Produção e Consumo Sustentáveis (PCS). O Processo de Marrakesh requer e estimula que cada país-membro das Nações Unidas, e participante do processo, desenvolva seu Plano de Ação, o qual será compartilhado com os demais países, em nível regional e mundial, gerando subsídios para a construção do Global Framework for Action on SCP<sup>10</sup> (BRASIL, [2012], s.p.).

De acordo com UNDESA e UNEP (2007), o Processo Marrakesh tem como objetivo geral contribuir para tornar os padrões e os níveis de consumo e produção mais sustentáveis por meio de um Marco de Programas, com duração de 10 anos (10YFP, na sigla em inglês, significa 10- Year Framework Programmes), para apoiar

---

<sup>10</sup> Marco Global para Ação em PCS.

e fortalecer iniciativas nacionais e regionais que acelerem as mudanças em direção a padrões de produção e consumo mais sustentáveis.

O Processo de Marrakesh caracteriza-se como um marco de ação global, flexível e aplicável a todas as regiões, de acordo com as prioridades e as necessidades de cada uma, devendo clarificar o papel e as responsabilidades dos atores envolvidos na promoção do CPS17. Seu principal desafio (UNDESA; UNEP, 2007) é prover esse processo não somente com programas-chave, mas também com mecanismos para sua implementação (suporte financeiro, capacidade de construção e assistência técnica).

Nos dizeres de Portilho e Russo (2008, p. 5), o valor agregado do Processo Marrakesh é o desenvolvimento de instrumentos e de metodologias que possam oferecer suporte à implementação das atividades, apesar de suportes institucional e político também serem necessários. O Processo Marrakesh desenhou um Plano de Ação para reunir e compilar as iniciativas das diversas regiões (América Latina/Caribe, Europa, Ásia/Pacífico e África), que inclui a realização de reuniões regionais (para delimitação de prioridades e estratégias), mesas redondas (para ampliar as discussões) e reuniões internacionais (para o delimitação efetivo das recomendações feitas nas consultas) (PORTILHO; RUSSO, 2008, p. 5.).

O Plano de Ação diz que deverão ser realizadas consultas regionais, e as recomendações originadas delas deverão ser encaminhadas às reuniões dos Fóruns dos Ministros de Meio Ambiente de cada uma das regiões mencionadas anteriormente. Já as propostas finais acordadas nas consultas regionais deverão ser endossadas pelos Fóruns de Especialistas do Governo (reuniões internacionais) e, posteriormente, examinadas pela Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Como mecanismos de implementação, o Processo Marrakesh propõe a construção e a utilização de forças tarefas e o diálogo e a cooperação com as agências de desenvolvimento da ONU, dando suporte nacional e regional às estratégias acordadas. De acordo com essas agências, o desenvolvimento do Processo Marrakesh consiste nas seguintes fases:

- a) organizar consultas regionais e mesas redondas nacionais para identificar prioridades e necessidades para o consumo e a produção sustentáveis (CPS);

- b) construir estratégias regionais e mecanismos de implementação com enfoque regional e nacional, com possibilidade de endosso por relevantes instituições regionais;
- c) implementar projetos concretos e programas em níveis local, regional e nacional, para desenvolver ferramentas e metodologias de CPS;
- d) avaliar o progresso e promover a troca de informações por meio de reuniões internacionais realizadas bianualmente (PORTILHO; RUSSO, 2008, p. 5).

O Processo Marrakesh é coordenado pela ONU-Meio Ambiente (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente - PNUMA) e pela UNDESA (Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas). Ainda tem a participação de governos nacionais, agências de desenvolvimento, setor privado, sociedade civil e outros atores (BRASIL, [2012], s.p.). É importante observar, na Figura 1, os mecanismos do Processo de Marrakesh:

**Figura 1 – Mecanismos do Processo de Marrakesh**



Fonte: Brasil ([2012], s.p.).

A adesão dos Estados ao Processo de Marrakesh gera a obrigação de desenvolverem um programa de atividades que leve à elaboração de um Plano de Ação. Para ajudar nessa tarefa, a ONU-Meio Ambiente (PNUMA) e seus parceiros criaram o 10-Year Framework of Programmes on SCP - 10YFP, que incluiu manuais metodológicos, forças-tarefas e grupos de trabalho que buscaram identificar as experiências mais avançadas de PCS nos países para poder disseminá-las (BRASIL, [2012], s.p.).

A primeira etapa do Processo de Marrakesh, apresentada na Figura 2, previu as seguintes fases:

**Figura 2 – Fases do Processo de Marrakesh**



Fonte: Brasil ([2012], s.p).

Com o objetivo de auxiliar os programas e projetos, foram criados grupos de trabalho coordenados pelos governos que se comprometeram a desenvolver atividades regionais. Foram formados sete grupos de trabalho<sup>11</sup>.

Sobre esses grupos, têm-se sete forças-tarefas, como mostra a Figura 3:

<sup>11</sup> Grupos de trabalho ou forças-tarefa: 1.Cooperação com a África (liderado pela Alemanha); 2.Produutos Sustentáveis (Reino Unido); 3.Estilos de Vida Sustentáveis (Suécia); 4.Compras Públicas Sustentáveis (Suíça); 5.Turismo Sustentável (França); 6.Edifícios e Construções Sustentáveis (Finlândia); 7.Educação para o Consumo Sustentável (Itália).

**Figura 3 – Sete forças-tarefas Marrakesh**

Forças-Tarefa de Implementação de Produção e Consumo Sustentáveis (PCS)



Fonte: Brasil ([2012], s.p).

Foram realizadas reuniões periódicas desse Processo de Marrakesh, tanto em nível global (International Expert Meetings) como em nível regional (Regional Expert Meetings), além dos encontros periódicos promovidos pelos grupos de trabalho, sendo que o Brasil aderiu ao Processo de Marrakesh em 2007. Em 2008, a Portaria nº 44, de 13 de fevereiro, instituiu o Comitê Gestor Nacional de Produção e Consumo Sustentável, articulando vários ministérios e parceiros, tanto do setor privado quanto da sociedade civil, com a finalidade de elaborar o Plano de Ação para a Produção e Consumo Sustentáveis (BRASIL, [2012], s.p.).

Segundo o Ministério do Meio Ambiente (BRASIL, [2012], s.p.), embora não se possa falar em fases estanques, havendo superposição entre elas, entende-se que as atividades no Brasil, hoje, encontram-se predominantemente na fase 3, mas também com ações em andamento nas demais, especialmente nas fases 2 e 4 do Processo de Marrakesh.

Considerando que o Processo Marrakesh propõe, para sua próxima fase, a implementação do conjunto de ações aprovadas pelo Comitê de Desenvolvimento Sustentável, pode-se dizer que esse processo possui cunho intervencionista, com objetivo de efetivamente mudar o quadro ambiental. Resta saber se será, de fato,

um processo com abrangência global, participativo e transparente, como sugere Guimarães (2003 apud PORTILHO; RUSSO, 2008, p. 5.).

O Processo Marrakesh possui características de uma ação democrática, mas é preciso conhecer um pouco mais da sua dinâmica para que se possa afirmar que a sua construção é efetivamente democrática. Por outro lado, a recomendação de Guimarães (2003), no que diz respeito à adequação dos programas e estratégias para atender às diversidades regionais, está presente na metodologia e nos textos dos principais documentos do Processo Marrakech. Também estão presentes nos relatórios finais das reuniões regionais e internacionais as recomendações dos autores com relação ao envolvimento do maior número de atores possível, envolvendo inclusive o setor privado e as ONGs nos programas regionais, nacionais e internacionais.

Diante do exposto, parece que o desenvolvimento do Processo Marrakesh está se mostrando adequado, produzindo alguns avanços significativos. Não obstante, necessário se faz aguardar o final da criação de programas globais e, após as reflexões preliminares apresentadas, proceder à verificação sobre as ações efetivas resultantes que interferiram na mudança para se atingir padrões de consumo e produção sustentáveis.

## **2.3 Consumo sustentável**

### **2.3.1 Sociedade de Consumo**

A inspiração para o presente estudo surgiu quando esta pesquisadora voltou sua atenção para o comportamento do consumidor e para os padrões de consumo atuais, especialmente na sociedade brasileira e na geração que atualmente possui entre 20 e 30 anos.

Notadamente, a atual sociedade tem um comportamento bem diferenciado quanto ao ato de consumir se comparado ao da geração dos anos de 1970. Esta diferença reside no fato de que o valor que é dado para a aquisição de produtos e serviços, ou o ato de consumir, passou a fazer parte da valoração do ser humano, que quanto mais consome mais respeitado é, maior inserção social ele tem e é assim considerado um indivíduo bem-sucedido. Em contrapartida, se não há capacidade de consumo, ele estará sempre à margem social, e pode ser considerado um indivíduo fracassado e quase invisível socialmente.

Canclini (1996 apud PORTILHO, 2005, p. 3) traz para o debate a hipótese de que, ao selecionarmos e nos apropriarmos dos bens, seguimos uma definição do que consideramos publicamente valioso. Ele propõe uma compreensão do consumo e da cidadania de forma conjunta e inseparável, tomadas como processos culturais, encarando-os como práticas sociais que dão sentido de pertencimento. Para isso, no entanto, é necessário uma concepção de mercado não apenas como lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações socioculturais mais complexas.

Notório é o fato de que se vive atualmente a sociedade do consumo exacerbado, a sociedade do descartável, ou ainda, a sociedade do ter, onde se mede o *status* de uma pessoa pela sua capacidade de consumir, como já citado na introdução do presente estudo.

As relações sociais se alteraram profundamente, cada vez mais o consumo aumenta devido ao constante surgimento de novos bens e serviços, e, onde quer que as pessoas estejam, são bombardeadas por grandes centros comerciais repletos de luz e cor, que as levam a consumir mais, que as seduzem e as fazem acreditar que é necessário ter determinado objeto (BAUDRILLARD, 2008, s.p.).

Vários estudiosos, acadêmicos e profissionais de diversas áreas, com ênfase nos sociólogos, utilizam a expressão Sociedade de consumo para se referirem à sociedade contemporânea, em substituição aos termos sociedade pós-moderna, pós-industrial e sociedade tecnológica, que poderiam sinalizar o comportamento social atual.

Seja qual for a denominação adotada, unânime é o fato de que as alterações dos padrões de consumo da sociedade se iniciaram com a chamada “Revolução Industrial”. Assim, para se entender a atual sociedade, dita de consumo, mister se faz a cronologia de fatos que demonstrem sua evolução.

Foi após a Revolução Industrial instalada mundialmente, e depois o surgimento da chamada Revolução Tecnológica, que a forma de consumo da sociedade se alterou consideravelmente, surgindo um consumo de massa, na mesma proporção que o modo de produção também começou a dar vazão a grandes quantidades de produtos.

Uma importante transformação nos meios de produção, que se iniciou na Inglaterra em meados do século XVIII, foi a referida Revolução Industrial, que resultou também no início do capitalismo. Traduziu-se na mudança das ferramentas de produção que foram substituídas pelas máquinas e pela organização da indústria. A referida industrialização, que criou uma produção em massa, também gerou

grandes lucros frente à mão de obra barata, o que ocasionou alterações nas relações sociais e culturais.

A sociedade de consumo nasceu da individualidade romântica, enquanto o consumismo moderno esteve associado, nas suas origens, aos ideais de liberdade individual e à valorização da intimidade e do convívio familiar no aconchego material dos lares. Nesse sentido, a sociedade de consumo erguida com base na sagrada “liberdade individual de escolha”. (PORTILHO, 2005, p. 3).

Como já exposto na introdução do presente trabalho, a Revolução Industrial contribuiu com o avanço tecnológico das indústrias, com investimentos em máquinas e outras formas de produção para atender a menores custos e maiores lucros, em menor tempo. Foi a partir do ano de 1850 que a Revolução iniciou sua expansão para os demais países da Europa e no final do século XVIII chegou aos Estados Unidos. Todavia, cada país desenvolveu seu processo em ritmos diversos, somente chegando ao Brasil entre os anos de 1930 e 1956, no governo de Getúlio Vargas, que passou a investir na indústria de base, com destaque para as seguintes criações: Conselho Nacional do Petróleo (1938), Companhia Siderúrgica Nacional (1941), Companhia Vale do Rio Doce (1943), e Companhia Hidrelétrica do São Francisco (1945). Os historiadores identificam a Revolução Industrial em etapas, informando que na segunda metade do século XIX surgiu a Segunda Revolução Industrial, com o aprimoramento técnico e científico da Primeira Revolução Industrial.

Ainda, alguns historiadores informam a Terceira Revolução Industrial surgiu em meados de 1940, logo após a Segunda Guerra Mundial, perdurando até a atualidade. Esse processo teve seu início nos Estados Unidos, que se tornou a grande potência econômica desse período, tendo como principal característica o uso de tecnologias avançadas no sistema de produção industrial. Também denominada Revolução Tecnológica, não foi responsável somente por inserir novas tecnologias no meio de produção, mas também por formar um novo perfil de sociedade, atingindo diretamente o padrão cultural global.

A primeira revolução industrial ocorreu aproximadamente entre 1760 e 1840. Provocada pela construção das ferrovias e pela invenção da máquina a vapor, ela deu início à produção mecânica. A segunda revolução industrial, iniciada no final do século XIX, entrou no século XX e, pelo advento da eletricidade e da linha de montagem, possibilitou a produção em massa. A terceira revolução industrial começou na década de 1960. Ela

costuma ser chamada de revolução digital ou do computador, pois foi impulsionada pelo desenvolvimento dos semicondutores, da computação em *mainframe* (década de 1960), da computação pessoal (década de 1970 e 1980) e da internet (década de 1990) (SCHWAB, 2018, p.15-16).

Nessa fase, inicia-se um círculo vicioso, no qual a produção em massa de produtos exige seu consumo, e, numa posição inversa, os consumidores requerem uma maior e diversificada produção para consumirem, pois o produtor, agora com uma capacidade de produção bem maior, precisou lançar mão de mecanismos para convencer a sociedade a consumir seus produtos, em nome do desenvolvimento econômico, a partir do qual todos acreditam que um maior consumo gera o crescimento econômico.

A revolução agrícola foi seguida por uma série de revoluções industriais iniciadas na segunda metade do século XVIII. A marca dessas revoluções foi a transição da força muscular para a energia mecânica, a qual evoluiu até a atual quarta revolução industrial, momento em que a produção humana é aumentada por meio da potência aprimorada da cognição (SCHWAB, 2018, p.15).

Schwab (2018, p. 15-20), fundador e presidente executivo do Fórum Econômico Mundial por 40) anos, já citado, afirma ter conhecimento das inúmeras definições acadêmicas utilizadas para descrever as três primeiras Revoluções Industriais, mas acredita que se vive uma “Quarta Revolução Industrial”, que teve início na virada do século e deriva da Revolução Digital, caracterizada por uma Internet mais presente, sensores menores e mais baratos e pela inteligência artificial. Acredita, ainda, que ela irá revolucionar a organização das cadeias globais de valor e gerar grandes desafios, sendo que o pior deles será o aumento da desigualdade. No entanto, acha que os benefícios dessa Revolução para os consumidores serão irrefutáveis, pois tornará possível o acesso a novos produtos e serviços de modo remoto.

A partir da descrição exposta, é notório que novos padrões de consumo foram adotados pela sociedade atual, mas tais padrões não se preocuparam com a sustentabilidade, pelo contrário, a prosperidade e a aceitação social passaram a ser medidas pelo poder de consumo de um indivíduo, ignorando-se totalmente a aquisição pela necessidade; o produto durável cedeu lugar ao produto descartável; a mídia se aperfeiçoou no convencimento do consumidor em adquirir aquilo que não precisa e não deseja.

Por tal razão, alguns autores optam por denominar a atual sociedade de sociedade de consumo.

Não obstante, a socióloga Livia Barbosa (2010, p. 6) preconiza que o termo sociedade de consumo traz alguns embaraços conceituais. Consumir, seja para fins de satisfação de necessidades básicas e/ou supérfluas, é uma atividade presente em toda e qualquer sociedade humana. Logo, um problema se impõe de imediato, segundo a autora: se todas as sociedades humanas consomem para se reproduzir física e socialmente, se todas manipulam artefatos e objetos da cultura material para fins simbólicos de diferenciação, atribuição de *status*, pertencimento e gratificação individual, o que significa consumo no rótulo de sociedade de consumo?

Acredita-se, então, que o significado de consumo que possa justificar o rótulo de sociedade de consumo seja aquele que extrapole a aquisição de bens e serviços para a manutenção do ser humano, indo além da necessidade básica, da sobrevivência e do conforto que a tecnologia possa propiciar. É o adquirir bens sem utilidade, em excesso, somente para tê-los e, tendo-os, justificar uma fictícia prosperidade social, sem análise do impacto social e ambiental que podem causar.

A dificuldade conceitual de se definir e delimitar o que é uma sociedade de consumo junta-se o caráter elusivo da atividade de consumir, que a torna apenas social e culturalmente percebida na sua dimensão supérflua, ostentatória e/ou de abundância. A consequência dessa associação automática e inconsciente entre consumo, ostentação e abundância foi e ainda é o permanente envolvimento da sociedade de consumo e do consumo com debates de cunho moral e moralizante sobre os seus respectivos efeitos na sociedade contemporânea (BARBOSA, 2010, p. 7).

Não se pode olvidar que algumas sociedades possuem uma identidade religiosa que não permite um livre consumo, como certos países muçulmanos, especificamente a Índia, onde não só a religião mas também a cultura limitam o consumo.

Outrossim, além do fator cultural e religioso, não se pode deixar de citar, obviamente, o fator econômico, pois, neste caso, o próprio consumo para subsistência da sociedade resta comprometido. A Figura 4 apresenta os aspectos culturais da sociedade de consumo x a cultura de consumo.

**Figura 4 – Sociedade de consumo e cultura de consumo**

<i>Sociedade de Consumo</i>	<i>Cultura de Consumo</i>
1. Sociedade capitalista e de mercado	1. Ideologia individualista
2. Acumulação de cultura material sob a forma de mercadorias e serviços	2. Valorização da noção de liberdade e escolha individual
3. Compra como a principal forma de aquisição de bens e serviços	3. Insaciabilidade
4. Consumo de massas e para as massas	4. Consumo como a principal forma de reprodução e comunicação social
5. Alta taxa de consumo individual	5. Cidadania expressa na linguagem do consumidor
6. Taxa de descarte das mercadorias quase tão grande quanto à de aquisição	6. Fim da distinção entre alta e baixa cultura
7. Consumo de moda (novidade)	7. Signo como mercadoria
8. Consumidor como agente social e legalmente reconhecido nas transações econômicas	8. Estetização e comoditização da realidade

Fonte: Barbosa, (2010, p. 57).

Feitas essas considerações, que se entendem como excepcionais, e não se aprofundando na “sociologia do conhecimento do consumo” (BARBOSA, 2010, p.13), este estudo privilegia a visão atual de sociedade de consumo da maioria dos estudiosos – aquela do consumismo como substituto de valores sociais até então norteadores das relações dos indivíduos, do “*cogito* de Descartes, Compro, logo sou [...]” (BAUMAN, 2017, p. 27)

Na visão do sociólogo Zygmunt Bauman (2017, p. 31) a atual sociedade tem valores focados nos desejos dos consumidores, e esses desejos que regem a sociedade de consumo precisam levar sempre à não satisfação de seus indivíduos para que a demanda não se esgote e a economia mantenha-se continuamente alimentada. Logo, a frustração dos desejos é essencial para a movimentação dessa economia, e o excesso de informação gerado por ela levará, inevitavelmente, a uma incapacidade de assimilação por parte dos seus membros e a uma atitude passiva desta sociedade, ou seja, o consumismo aposta na irracionalidade dos consumidores, estimulando emoções consumistas e não cultivando a razão.

A curta expectativa devida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de marketing e no cálculo dos lucros: tende a ser preconcebida, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem).

Entre as maneiras com que o consumidor enfrenta a insatisfação, a principal é descartar os objetos que a causam. A sociedade de consumidores

desvaloriza a durabilidade, igualando “velho” a “defasado”, impróprio para continuar sendo usado e destinado à lata de lixo. É pela alta taxa de desperdício, e pela decrescente distância temporal entre o brotar e o murchar do desejo, que o fetichismo da subjetividade se mantém vivo e digno de crédito, apesar da interminável série de desapontamentos que ele causa. A sociedade de consumidores é impensável sem uma florescente indústria de remoção do lixo. Não se espera dos consumidores que jurem lealdade aos objetos que obtêm com a intenção de consumir (BAUMAN, 2017, p. 31).

Portilho (2005, p. 5) demonstra, resumidamente e muito bem, a visão da sociedade de consumo e suas consequências por diversos autores:

Diversos autores (HABERMAS, 1981; CANCLINI, 1996; RADIN, 1996; KUTTNER, 1998; AUMAN, 2000 e RIFKIN, 2001) destacam que todas as esferas da vida têm sido mercantilizadas. Trata-se de um processo pelo qual os serviços, as relações sociais, a natureza, o tempo e o próprio corpo humano se transformam em mercadorias. A própria política virou uma questão de mercado. Autores como Canclini, (1996) e Kuttner (1998) apontam a invasão política pelo mercado, comercializando a participação cívica e misturando valores comerciais com valores cívicos. O mercado desacreditou a política, “não apenas lutando contra ela e exibindo-se como mais eficaz para organizar as sociedades, mas também devorando-a, submetendo a política às regras do comércio e da publicidade, do espetáculo e da corrupção” (CANCLINI, 1996 apud PORTILHO, 2005, p. 5).

Como já discorrido anteriormente, esse novo comportamento social focado no consumo gera um cenário de risco de esgotamento dos recursos naturais do planeta e de acumulação de um imensurável volume de descarte de resíduos. A preocupação com o meio ambiente, embora já se faça presente, surgiu tardiamente para evitar o grave acúmulo da degradação ambiental. Repensar o consumo e seu papel para a sustentabilidade é premissa fundamental para o enfrentamento dos problemas ambientais (MORENO; PADILHA, 2016, p. 54).

A atual sociedade de consumo, então, passa a interessar ao estudo ambiental, uma vez que está diretamente relacionada ao desequilíbrio ambiental. A referida sociedade torna-se um desafio também para o Direito Ambiental, pois como normas e regras, é capaz de alterar todo um padrão de comportamento humano pautado em tão poderosas raízes.

Em segundo deslocamento do debate ambiental coincide com – e pode ser explicado a partir de – uma tendência de mudança paradigmática do princípio que estrutura e organiza a sociedade, o qual também passa da produção para o consumo. Diversos autores (GIDDENS, 1991, 1996 e 1997; EDEN, 1993; BAUDRILLARD, 1995; FEATHERSTONE, 1995; CANCLINI, 1996; HELLER e FEHÉR, 1998; SPAARGAREN e VAN VLIET, 1998; HALKIER, 1999; PAAVOLA, 2001; SOUZA SANTOS, 1999; DOUGLAS e ISHERWOOD, 1990; RITZER, 2001 e MILLER, 1997) mostram que se os

estilos de vida burguês e proletário estavam centrados no desempenho na esfera do trabalho, na sociedade pós-industrial, o lazer e o consumo se tornaram as atividades fundamentais. Assim, o nível e o estilo de consumo se tornam a principal fonte de identidade cultural e de participação na vida coletiva, além de caminhos privilegiados para a análise e compreensão das sociedades contemporâneas (PORTILHO, 2005, p. 5).

O desequilíbrio ambiental gerado pelo consumismo desenfreado está diretamente relacionado tanto com os meios de produção quanto ao descarte de lixos pelo consumidor. A economia fundamentada somente na cadeia de “maior produção-maior consumo” gera a produção absurda de resíduos que o planeta é incapaz de absorver.

### **2.3.2 Consumo Sustentável**

A pesquisa volta-se para o instituto denominado de consumo sustentável, com a finalidade de verificar se ele tem como objetivo minimizar os impactos ambientais do consumismo atual, pois, inequívoco é o fato de que, para alcançar o equilíbrio ambiental, mister se faz a profunda alteração dos padrões de comportamento social.

Não pretende a subscritora pesquisar sobre as políticas econômicas, nem brasileira nem mundiais, embora saiba serem pautadas na estratégia para os setores produtivos, que procura assegurar a convergência entre as políticas de estímulo à demanda e de apoio à oferta, o que influencia diretamente o consumo.

Para Cortez e Ortigoza (2007, p. 12), será necessária uma mudança nas atitudes sociais e culturais, de forma que a liberdade pessoal de desfrutar de benefícios materiais, aqui e agora, “seja contrabalançada por um sentimento de responsabilidade compartilhado, a fim de promover o bem-estar de toda a humanidade, incluindo o das gerações futuras”.

A forma como vivemos e nossos valores são a expressão da sociedade na qual vivemos. E a gente se agarra a isso. Não digo isso por ser presidente do Uruguai hoje. Pensei muito sobre isso. Passei mais de dez anos na solitária. Teve um tempo que estive 7 anos sem ler nem sequer um livro. Tive muito tempo para pensar. E descobri o seguinte. Ou você é feliz com pouco, com pouca bagagem, pois a felicidade está em você, ou não consegue nada. Isso não é a apologia da pobreza, mas a apologia da sobriedade. Só que inventamos uma sociedade de consumo, consumista e a economia tem de crescer ou acontece uma tragédia. Inventamos uma montanha de consumos supérfluos. Compra-se e descarta-se. Mas o que se gasta é tempo de vida. Quando compro algo, ou você compra algo, não

pagamos com dinheiro, pagamos com o tempo de vida que tivemos que gastar para ter aquele dinheiro. Mas tem um detalhe: a única coisa que não se pode comprar é a vida. A vida se gasta. E é lamentável desperdiçar a vida para perder a liberdade.<sup>12</sup>

Quando se depara com a expressão consumo sustentável, diante de toda a sociedade descrita anteriormente, a primeira ideia a surgir para o presente estudo é a de se frear o consumismo; a sociedade tem que consumir menos, tem-se que desvincular o ato de consumir de qualquer valor social.

Segundo Sodré (2009), o ato de consumir se opõe à ideia de preservar, e é preciso repensar essa relação. Por outro lado, a ideia ingênua de preservar corre o risco de esquecer a necessidade do homem de consumir. Segundo o autor:

Repensar esta sociedade de uma forma realística é absolutamente imprescindível. Não se trata de opor preservação ao consumo, mas de buscar uma saída que pode ser denominada consumo sustentável (SODRÉ, 2009, p. 153).

A alteração do comportamento do consumidor frente ao ato de consumir, dispensando o supérfluo, realizando uma escolha consciente, não se deixando envolver pelas armadilhas do mercado e se libertando da necessidade de ter para ser reconhecido socialmente, pode ser chamada de consumo consciente.

No entanto, nos dizeres de Feldmann e Crespo (2003, p. 55). “O consumo consciente não é necessariamente sustentável, embora todo consumo sustentável seja consciente. A questão da sustentabilidade é uma oitava maior do consumo consciente.” Com a devida *vênia* aos autores citados, entende-se que consumo consciente ou consumo verde são espécies de consumo sustentável. Se o consumidor faz escolhas pautadas em suas necessidades, evita o desperdício, faz corretamente o descarte, privilegia produtos e empresas com responsabilidade ambiental, alterando a forma de consumir, automaticamente também influencia a produção, que se vê obrigada a atender ao mercado de outra maneira.

---

<sup>12</sup> A fala do ex-presidente do Uruguai, José Mujica, no documentário “Human de Yann Arthus” - Bertrand (2015). Disponível em: <<https://welerson.com.br/blog/human-entrevista-com-mujica/>>. Acesso em: 20 out. 2018.

O discurso do Akatu (2018, s.p.)<sup>13</sup> com relação ao consumo consciente é encontrado no *site* da instituição, e pode ser consubstanciado em 12 princípios norteadores:

1) planeje suas compras (não seja impulsivo nas suas compras); 2) avalie o impacto do seu consumo (leve em consideração o meio ambiente e a sociedade); 3) consuma apenas o necessário (reflita sobre suas reais necessidades e procure viver com menos); 4) reutilize produtos e embalagens (não compre outra vez o que você pode consertar, transformar e reutilizar); 5) separe o seu lixo; 6) use crédito conscientemente; 7) conheça e valorize as práticas de responsabilidade social das empresas (não olhe apenas preço e qualidade e valorize as empresas em função de sua responsabilidade para com os funcionários, a sociedade e o meio ambiente); 8) não compre produtos piratas ou contrabandeados; 9) contribua para a melhoria de produtos e serviços; 10) divulgue o consumo consciente; 11) Cobre os políticos (exija propostas e ações que viabilizem e aprofundem a prática de consumo consciente) e 12) reflita sobre seus valores (planeje suas compras).

O consumo verde, de acordo com Portilho (2005, p. 3), surgiu a partir de 1990 diante da preocupação com o impacto ambiental e com o reconhecimento da corresponsabilidade dos indivíduos em relação à crise ambiental. Assim, as ações individuais passam a ser uma nova estratégia para a solução dos problemas ambientais. Ações cotidianas, como comprar, passam a ser vistas como comportamentos e escolhas que afetam diretamente o meio ambiente. O consumidor verde é visto pela autora como aquele que, além de verificar a qualidade/preço do produto, inclui ao seu poder de escolha a variável ambiental.

As ações e as escolhas individuais motivadas por preocupações ambientais passaram a ser vistas como essenciais, e o consumidor como responsável, através de suas demandas e escolhas cotidianas, por mudanças nas matrizes energéticas e tecnológicas do sistema de produção. No entanto, essa estratégia de “comprar um futuro melhor” acabou sendo rapidamente posta em questão, virando uma grande armadilha (PORTILHO, 2005, p. 3).

O consumo verde tem como foco principal o indivíduo, o consumidor, que seria o principal responsável pelo consumo, motivado pelo Estado e por outros atores sociais. Não obstante, responsabilizar em primeiro plano o consumidor pelo equilíbrio ambiental face aos produtos que consome é uma hipocrisia, é justificar a existência de uma política pública que se sabe ser natimorta, frente aos grandes poderes econômico e político do produtor, em contrapartida à hipossuficiência do

---

<sup>13</sup> O Instituto Akatu é uma organização não governamental sem fins lucrativos que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente.

consumidor. A Figura 5, a seguir exposta, aponta as diferenças entre as abordagens do consumo verde e do consumo sustentável.

**Figura 5 – Abordagens do consumo verde e do consumo sustentável**

<i>Consumo Verde</i>	<i>Consumo Sustentável</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumir produtos diferentes</li> <li>• Essencialmente positivo em relação ao consumo</li> <li>• Mudança no padrão tecnológico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumir menos</li> <li>• Consumo além das necessidades básicas é negativo</li> <li>• Mudança no estilo de vida e no padrão de consumo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foco no lado da oferta: produção</li> <li>• Consumidores respondem às informações adequadas</li> <li>• Mudança gradual</li> <li>• Crescimento “verde” no lugar de crescimento econômico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foco na demanda: ‘usuário final’</li> <li>• Consumidores querem alternativas de aquisição</li> <li>• Mudança radical: urgente e essencial</li> <li>• Alta qualidade de vida sem degradação ambiental</li> </ul>

Fonte: Cooper (2002, apud GONÇALVES-DIAS; MOURA, p. 7).

É oportuno lembrar que o Brasil possui uma PNRS (Lei nº 12.305/2010) que, além de estabelecer em seu artigo 3º que a produção e consumo de bens e serviços devem atender às necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras, institui a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida do produto. Esse ciclo consiste em um conjunto de atribuições desempenhadas de forma individualizada e encadeada por todos os atores envolvidos nele. Inicia-se com o desenvolvimento do produto, passa pela obtenção de matérias-primas, pelo processo produtivo e pelo consumo e se encerra com a disposição final dos resíduos. Esses atores são: o setor empresarial (fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes), os consumidores e os titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos. A lei determina em seu artigo 25 que o poder público, o setor empresarial e a coletividade são os responsáveis pela efetividade das ações voltadas para assegurar a observância da PNRS. (MACÊDO; ROHLF, 2012, s.p.).

A responsabilidade compartilhada consiste em atribuir deveres a cada um dos atores envolvidos no ciclo de vida de um produto: os geradores de RS domiciliares devem disponibilizar os resíduos adequadamente para coleta, o Poder Público deve prestar serviços de limpeza urbana e implantar sistemas de coleta seletiva e o setor empresarial deve colocar no mercado produtos que sejam aptos à reutilização ou reciclagem após o uso, entre outros deveres.

Verifica-se, assim, a existência de uma legislação que já responsabiliza também o consumidor pelo seu ato de consumir, ou, ainda, pelo descarte do produto adquirido. No entanto, também houve a preocupação com a denominada logística reversa, que é um conjunto de ações e procedimentos destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, que devem reaproveitar os resíduos em seu ciclo produtivo, ou em outros ciclos, ou dar outra destinação final ambientalmente adequada. A logística reversa foi criada pela PNRS:

Art. 33. São obrigados a estruturar e implementar sistemas de logística reversa, mediante retorno dos produtos após o uso pelo consumidor, de forma independente do serviço público de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes de:

- I - agrotóxicos, seus resíduos e embalagens, assim como outros produtos cuja embalagem, após o uso, constitua resíduo perigoso, observadas as regras de gerenciamento de resíduos perigosos previstas em lei ou regulamento, em normas estabelecidas pelos órgãos do Sisnama, do SNVS e do Suasa, ou em normas técnicas;
- II - pilhas e baterias;
- III - pneus;
- IV - óleos lubrificantes, seus resíduos e embalagens;
- V - lâmpadas fluorescentes, de vapor de sódio e mercúrio e de luz mista;
- VI - produtos eletroeletrônicos e seus componentes<sup>14</sup>.

Esse instrumento, ou seja, a logística reversa, ainda que implantada de forma parcial e somente para alguns produtos, viabiliza a responsabilização do consumidor pelo descarte correto do lixo gerado.

Ressalte-se, mais uma vez, que o presente estudo trabalhará com o conceito de consumo sustentável como gênero, entendendo como espécies o consumo consciente e consumo verde.

O Ministério do Meio Ambiente brasileiro informa que vem aumentando a preocupação com o pós-consumo dos produtos, os que não têm mais vida útil ou se tornaram obsoletos. Numa visão otimista, diz que, hoje, o setor produtivo está mais progressista ou mais competitivo, como se percebe no ciclo completo dos produtos, ampliando significativamente os níveis de uma intervenção que busca maior sustentabilidade na produção de bens e serviços. Utiliza, atualmente, o conceito de PCS, que é mais do que a soma das duas partes (produção e consumo), abrangendo uma abordagem integrada entre produção e consumo, objetivando a sustentabilidade, e entendendo que há uma relação de influência e dependência

---

<sup>14</sup> Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm)>. Acesso em: 24 out. 2018.

recíproca entre essas duas dimensões. A produção afeta o consumo (marketing), mas também o consumo afeta a produção (as escolhas dos consumidores).

Há inúmeros casos sobre o assunto relatados na literatura corrente que mostram o poder do consumidor. Casos de boicote a determinados produtos que poluem o meio ambiente ou causam danos à saúde levaram as empresas a processos corretivos bem-sucedidos (BRASIL, [2015], s.p.).

Também, a preocupação com o consumo sustentável faz parte da Agenda 2030, como já citado no item anterior deste estudo (ONU, 2018, s.p.).

O consumo sustentável é tratado especialmente no Objetivo 12, cujo título é “assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis”, e que, dentre diversas ações, tem como foco principal a redução substancial até 2030 da geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso (ONU, 2018).

A doutrina apresenta diversos conceitos de consumo sustentável, mas a subscritora do presente estudo acredita que a melhor e mais completa exposição sobre o assunto foi feita por Portilho e Russo (2008, p. 5). Embora seja uma longa transcrição, seria prejudicial ao entendimento recortá-la:

Muitos esforços foram empreendidos na tentativa de definir o termo “consumo sustentável” partindo da noção, igualmente ambígua e polêmica, de desenvolvimento sustentável. Em 1995, durante a Oslo Ministerial Roundtable Conference on Sustainable Production and Consumption, organizada pela Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU, consumo sustentável foi definido como “o uso de bens e serviços que atendem às necessidades básicas e trazem uma melhor qualidade de vida, enquanto minimizam o uso de recursos naturais, materiais tóxicos e emissões de poluentes através do ciclo de vida, de forma a não pôr em perigo as necessidades das futuras gerações”. Em uma publicação de 1998, o PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente) definiu consumo sustentável como “o fornecimento de serviços e de produtos correlatos, que preencham as necessidades básicas e dêem 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”. Para o Relatório de Desenvolvimento Humano da ONU, publicado em 1998, o consumo deve ser repartido (assegurando as necessidades básicas de todos), socialmente responsável, de modo que o consumo de alguns não comprometa o bem-estar de outros) e sustentável (sem comprometer as escolhas das futuras gerações). Para a OCSC (Oxford Commission on Sustainable Consumption), consumo sustentável deve suportar a habilidade das presentes e futuras gerações satisfazerem suas necessidades materiais e não-materiais, sem causar dano irreversível ao meio ambiente ou perda de função dos dor definiu consumo sustentável como aquele que deve “satisfazer as necessidades e aspirações da geração atual sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas”. É possível identificar pelo menos três elementos comuns a todas estas

tentativas de definição de consumo sustentável: (1) satisfação de necessidades humanas; (2) preocupação com as futuras gerações e (3) preocupação com a distribuição social (PORTILHO; RUSSO, 2008, p. 5).

A partir dos conceitos e contextos transcritos, a presente pesquisa passa a refletir sobre a possibilidade do Direito do Consumidor contribuir para a implementação ou efetividade de um consumo sustentável. Assim, o estudo agora percorrerá a construção da legislação consumerista internacional e nacional, dando ênfase as suas diretivas e princípios.

### **3 DIREITO CONSUMERISTA**

#### **3.1 Direito do consumidor internacional**

A origem da proteção ao consumidor ganhou relevância a partir do discurso do então presidente norte-americano John F. Kennedy dirigido ao Parlamento, em 15 de março de 1962, quando ele afirmou que os consumidores tinham que ter reconhecidos seus direitos fundamentais, como o direito à segurança, à informação, à escolha e a ser ouvido.

Esse discurso<sup>15</sup> foi considerado o mais expressivo pronunciamento político sobre a necessidade de proteção do consumidor. O contexto social à época era a preocupação com a Guerra Fria entre o mundo capitalista, apoiado na livre iniciativa e na economia de mercado, e o bloco comunista, liderado pela extinta União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, marcado pela planificação estatal e cuja economia era baseada na concentração pelo Estado de todos os meios de produção. O capitalismo não resistiria com um consumidor fraco, considerando seu importante papel no mercado livre de consumo. Logo, a defesa do consumidor surge como uma necessidade de afirmação da economia capitalista em face à ameaça comunista e sua economia estatizada. Essa mensagem política causou grande impacto no cenário mundial e despertou nos Estados, em várias partes do planeta, a necessidade de proteção do consumidor, além de influenciar decisivamente a discussão do tema pela ONU, especialmente em seu Conselho Econômico e Social (SANTANA, 2014, p. 53-64).

A mensagem do presidente Kennedy diz que “consumidores, por definição, somos todos nós” e ressalta que os consumidores constituem o maior grupo econômico atuante no mercado de consumo, que é influenciado, mas também influencia todas as decisões econômicas, seja na área pública ou no campo privado, responsável por dois terços dos gastos realizados na economia.

O presidente americano lembrou temas como o desperdício no consumo e a ineficiência dos setores privado e público, afirmando que produtos de baixa qualidade, preços exorbitantes, medicamentos ineficientes e impossibilidade de

---

<sup>15</sup> Disponível em: <[www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108](http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108)>. Acesso em: 20 out. 2018.

escolha do consumidor por falta de informação levam ao desperdício de dinheiro e ameaça à saúde e à segurança, fazendo advertência de que tais fatos são sérios e podem abalar o interesse nacional. O documento ainda revela que o desenvolvimento tecnológico, exemplificativamente quanto a alimentos, medicamentos e utensílios domésticos, dificulta a escolha do consumidor e ressalta a inadequação da legislação antiga, bem como indica a necessidade de um novo tratamento legislativo da matéria. Afirma que o marketing avança para a impessoalidade e que a escolha do consumidor de produtos e serviços é cada vez mais influenciada pela publicidade massificada, uma vez que ela utiliza técnicas de persuasão sofisticadas. A seguir, realiza uma crítica sobre a falta de informação do consumidor, que é a marca no mercado de consumo, pois há incerteza quanto aos padrões mínimos de segurança, qualidade e eficiência de remédio, ao montante do pagamento decorrente do consumo de crédito, ao valor nutricional dos alimentos, dentre outros fatores. Essa mensagem influenciou a proteção internacional do consumidor, visto que a ONU baseou toda regulamentação da matéria no referido pronunciamento, bem como diversos países, a exemplo do Brasil e dos integrantes da União Europeia, que elaboraram normas seguindo as premissas apresentadas pelo presidente Kennedy (SANTANA, 2014, p. 53-64).

Embora esse discurso seja um marco para um amplo movimento mundial a favor dos direitos dos consumidores, vários autores afirmam que as normas protetivas das relações de consumo são bem anteriores, chegando a ser encontradas no Código de Hamurabi.

Existe uma enorme bibliografia Internacional discutindo quando se iniciou a sociedade de consumo. Três livros, pelo menos, merecem ser lembrados: (i) *The consumer society*, obra coletiva, editado pela *Island Press*, que apresenta um sumário das principais obras já escritas sobre o tema; (ii) *Civilização material, economia e capitalismo – Século XV-XVIII*, de Fernand Braudel, Editora Martins Fontes, que traça um painel da formação material da nossa sociedade; (iii) relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento de 1998, denominado *Consumo para o Desenvolvimento Humano*, Lisboa: Trivona, 1998, que apresenta um painel da história da sociedade de consumo e suas implicações para o desenvolvimento da humanidade (SODRÉ, 2009, p. 9).

Como já exposto, certo é que a necessidade de proteção ao consumidor através de normas regulamentadoras das relações de consumo surgiu junto com o aparecimento da denominada sociedade de consumo no século XX, com a Revolução Tecnológica e com os novos modelos de produção em massa,

acrescentando a facilidade de obtenção de crédito, através da criação dos cartões de crédito, bem como com o aprimoramento *do* marketing e da publicidade.

O modelo de sociedade atual passou a priorizar o ter, em vez do ser, vinculou o ato de consumir ao sucesso pessoal, ao *status* social, levando as pessoas a consumirem produtos que não precisam e que não podem pagar, para ostentar uma posição que não possuem.

De tal forma, o consumo desenfreado gerou o abuso por parte dos produtores/fornecedores, que aproveitaram essa nova cultura social para objetivarem mais lucro e, para tanto, passaram a incentivar cada vez mais o referido consumo, sem a preocupação com a segurança e a qualidade de seus produtos.

Primeiramente, como já destacado, acreditou-se que o mercado fosse capaz de se autorregulamentar e que o consumidor fosse capaz de discernir e optar pela melhor forma de consumir e contratar produtos e serviços, obedecendo-se ao princípio da autonomia privada que norteava as relações contratuais no século XX e início do século XXI.

A este respeito, o reconhecimento de direitos subjetivos distintos atendeu a diferentes etapas, começando pela tutela de situações específicas- como a proteção do direito dos trabalhadores e o estabelecimento de uma disciplina jurídica própria do direito do trabalho. O último passo desta trajetória está na concepção dos direitos difusos ou coletivos, onde a determinação dos titulares do direito é relativa, e seus efeitos dizem respeito a todo um grupo de coletividade. Neste sentido refere Iain Ramsay, ao lembrar origens do direito do consumidor, de que a organização de grupos de consumidores, a partir de seus interesses específicos, foi a base do consumerismo, e que no ambiente de múltiplas tendências nas quais se destacavam também os ambientalistas e os movimentos urbanos, dão origem ao direito do consumidor (MIRAGEM, 2010, p. 27-28).

Não obstante, várias outras condutas abusivas por parte dos fornecedores foram praticadas, como a total ausência de informação sobre os produtos e serviços e sua falta de segurança, que começaram a colocar em risco a vida e a saúde dos consumidores.

Conforme é facilmente perceptível, existe um conflito básico na sociedade de consumo: o acesso ao consumo. Além deste, um outro se coloca: a insuficiência de informações para que se possa consumir com um mínimo de eficiência, garantia e segurança. A ausência de recursos econômicos exige a necessidade de se gastar o pouco que se tem da forma mais adequada possível. O problema é que a grande fonte de informação dos consumidores é a publicidade comercial, que, por sua vez, não tem como objetivo informar corretamente os consumidores, mas vender seus produtos (SODRÉ, 2009, p.9).

Frente a essa realidade, verificou-se que o consumidor não era capaz de se autoprotger, estando totalmente vulnerável ao mercado de consumo, o que clamava por uma legislação protetiva e capaz de regulamentar essa relação e impor limites aos produtos e serviços colocados no mercado.

Diante dos fatos apresentados, o Direito passou a se preocupar com as relações consumeristas e com a necessidade de sua regulamentação, mas focando na proteção ao consumidor e na limitação dos abusos por parte do fornecedor, demonstrando pouca preocupação com o aspecto da sustentabilidade.

Visando a uma conscientização internacional sobre os direitos do consumidor, foi realizada a Conferência Mundial do Consumidor no ano de 1972 em Estocolmo.

Em Estocolmo no ano de 1972 foi realizada a Conferência Mundial do Consumidor e no ano seguinte a Comissão das Nações Unidas sobre Direitos do Homem deliberou que o ser humano no seu status de consumidor deveria gozar de quatro direitos fundamentais: o direito à segurança; o direito à informação; o direito à escolha e o direito de ser ouvido, os mesmos quatro direitos elencados pelo presidente americano. Foi aprovada, logo em seguida, na Assembleia Consultiva da Comunidade Europeia a Resolução 543 da qual originou a Carta Europeia de Proteção ao Consumidor (OLIVEIRA, 2014, s/p).

A Comissão de Direitos Humanos da ONU, na 29ª sessão em Genebra, em 1973, reconheceu os direitos fundamentais do consumidor e consolidou a noção de que o Direito do Consumidor seria um direito humano de nova geração, um direito social econômico, direito de igualdade material do mais fraco, do cidadão civil nas suas relações privadas frente aos fornecedores de produtos e serviços (VIEGAS; ALMEIDA, 2011, s.p.).

Por sua vez, a Assembleia Geral da ONU teve uma participação fundamental na construção de uma legislação consumerista, editando a Resolução nº 39/248 de 10 de abril de 1985, após dois anos de negociação com o Conselho Econômico e Social da própria ONU, sobre a proteção ao consumidor, acolhendo o princípio da vulnerabilidade e orientando os países na regulamentação da relação de consumo. Essa resolução é reconhecida como o documento mais importante da proteção internacional do consumidor.

Na época da adoção da Resolução nº 39/248 da ONU, os países desenvolvidos já haviam criado leis internas de proteção dos consumidores, todavia,

nos países em desenvolvimento, ainda não havia registro significativo de legislação protetiva.

A origem do referido texto normativo foi a Resolução nº 1979/1974 do Conselho Econômico e Social da ONU, que solicitou ao secretário-geral da ONU a elaboração de um relatório a fim de propor padrões adequados de consumo a serem seguidos pelas nações integrantes da ONU. A apresentação do relatório sobre a proteção do consumidor pelo secretário-geral da ONU ao Conselho Social e Econômico da ONU, em 23 de julho de 1981, gerou a Resolução nº 1981/1962, determinando providências no sentido de prosseguir às consultas para a elaboração de normas para a proteção dos consumidores.

O anexo à Resolução nº 39/248 da ONU contém quatro eixos principais: objetivos; princípios gerais; normas; cooperação internacional. Os quatro eixos principais do documento em referência foram inicialmente subdivididos em 46 itens. O capítulo referente aos objetivos da proteção internacional propõe o reconhecimento dos interesses e das necessidades dos consumidores de todos os países, com destaque especial aos consumidores dos países em desenvolvimento (SANTANA, 2014, p. 53-64).

As diretrizes constituíam um modelo abrangente, descrevendo oito áreas de atuação para os Estados, a fim de prover proteção ao consumidor. Entre elas: a) proteção dos consumidores diante dos riscos para sua saúde e segurança, b) promoção e proteção dos interesses econômicos dos consumidores, c) acesso dos consumidores à informação adequada, d) educação do consumidor, e) possibilidade de compensação em caso de danos, f) liberdade de formar grupos e outras organizações de consumidores e a oportunidade de apresentar suas visões nos processos decisórios que as afetem. Estas diretrizes forneceram importante conjunto de objetivos internacionalmente reconhecidos, destinados aos países em desenvolvimento, a fim de ajudá-los a estruturar e fortalecer suas políticas de proteção ao consumidor (VIEGAS; ALMEIDA, 2011, s.p.).

A dita resolução apresenta em suas justificativas dos objetivos da proteção internacional do consumidor o reconhecimento da vulnerabilidade do destinatário final de produtos e serviços (consumidor), cuja diferença de força em relação ao fornecedor se apresentava especificamente sobre desequilíbrios econômicos, níveis educacionais e poder aquisitivo. Também, a proteção à vida, à saúde e à segurança do consumidor foi citada nas justificativas dos objetivos gerais, inclusive com o direito de acesso a produtos inofensivos, tema relacionado à reparação de danos em decorrência de acidente de consumo.

A Resolução nº 39/248<sup>16</sup> da ONU tem os seguintes objetivos:

- a) auxiliar países a atingirem ou manterem uma proteção adequada para a sua população consumidora;
- b) oferecer padrões de produção e distribuição que preencham as necessidades e os desejos dos consumidores;
- c) incentivar altos níveis de conduta ética para aqueles envolvidos na produção e distribuição de bens e serviços para os consumidores;
- d) auxiliar países a diminuïrem as práticas comerciais abusivas, usando de todos os meios, tanto em nível nacional como internacional, que estejam prejudicando os consumidores;
- e) ajudar no desenvolvimento de grupos independentes e consumidores;
- f) promover a cooperação internacional na área de proteção ao consumidor;
- g) incentivar o desenvolvimento das condições de mercado que ofereçam aos consumidores maior escolha, com preços mais baixos.

A parte mais detalhada da Resolução nº 39/248 da ONU é quanto às normas (*guidelines*)<sup>17</sup> gerais de proteção do consumidor, destacando que se referem tanto a produtos e serviços nacionais quanto a importados. Entretanto, a par da aplicação das normas (*guidelines*) gerais, o texto em referência afirma a preocupação no sentido de dispensar o devido cuidado para que a proteção do consumidor não se transforme em barreiras ao comércio internacional e óbice ao cumprimento das obrigações comerciais internacionais (SANTANA, 2014 p. 53-64).

As normas (*guidelines*) de proteção internacional do consumidor são criadas a partir da identificação de temas de alta relevância, como a segurança física do consumidor, a proteção dos interesses econômicos do consumidor, a adoção de padrões de segurança e qualidade de produtos e serviços, os meios de distribuição de produtos e serviços essenciais aos consumidores, a reparação dos danos sofridos pelos consumidores, a informação e a educação para o consumo, e a áreas específicas como alimento, água e medicamento (SANTANA, 2014, p. 58).

Salienta-se que a legislação de proteção ao consumidor estabelece deveres dos administradores públicos quanto à criação de leis que garantam produtos eficientes e seguros, bem como a obrigação dos fornecedores de prestarem as

---

<sup>16</sup> Mais informações no portal ONU. Disponível em: <<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/39/248>>. Acesso em: 20 out. 2018.

<sup>17</sup> Diretrizes – tradução nossa.

informações adequadas sobre a correta utilização dos produtos pelos consumidores com a finalidade de se evitar acidentes de consumo.

Os interesses econômicos do consumidor também se encontram protegidos quando se assegura a “utilização excelente dos recursos econômicos”, além da exigência da qualidade dos produtos e serviços, informações sobre a comercialização e proteção contra práticas abusivas do fornecedor, níveis aceitáveis de durabilidade, incentivo à competição leal entre os fornecedores, disponibilidade de peças na pós-venda, proibição de cláusulas abusivas nos contratos de adesão, entre outras (SANTANA, 2014, p. 53-64).

As regras que dispõem sobre os padrões de segurança e qualidade de produtos e serviços recomendam revisão periódica e adaptação aos padrões internacionais de normalização. Há manifesto reforço no dever governamental de tomar medidas que elevem o padrão de segurança e a qualidade de produtos e serviços.

No que diz respeito às determinações sobre a distribuição de produtos e serviços essenciais para o consumidor, elas objetivam atender toda a população do Estado, com ênfase para a área rural, inclusive com incentivo para a criação de cooperativas de consumidores.

A responsabilidade civil do fornecedor prevista na Resolução nº 39/248 aumenta as possibilidades de reparação dos danos sofridos pelos consumidores, prevendo o acesso à justiça e aos órgãos administrativos para a solução de controvérsias para os consumidores de baixa renda. Ressalte-se a recomendação para que os fornecedores promovam a solução de conflitos diretamente com o consumidor, de maneira justa, eficiente e informal.

Os Estados são responsáveis pelo planejamento e pela execução de programas visando à efetivação dos direitos básicos do consumidor, à informação adequada e à educação para o consumo, sempre observando as tradições culturais da população (SANTANA, 2014, p. 60). Os referidos programas governamentais visam capacitar os consumidores a fim de minorar as diferenças entre estes e os fornecedores, propiciar mais liberdade de escolha no ato da contratação de produtos e serviços, considerando, ainda, os consumidores com necessidades especiais ou com baixo nível de informação ou escolaridade, bem como aqueles que vivem em zonas rurais.

A referida resolução também apresenta normas na área da saúde do consumidor, expressamente quanto à segurança alimentar, com adoção de padrões internacionais de controle, inspeção e avaliação; os governos devem desenvolver esforços para melhorar o fornecimento, a distribuição e a qualidade da água potável; quanto aos medicamentos, os governos devem observar os padrões internacionais de adequação, prescrição e regulação do licenciamento, produção e distribuição, dentre outros aspectos da questão (SANTANA, 2014, p. 61).

A Resolução nº 39/248 ainda dispõe sobre a cooperação internacional entre os governos, ressaltando a troca de informações sobre a proteção do consumidor, o estabelecimento de normas comuns para obtenção de melhores resultados com os recursos disponíveis, o fornecimento de bens essenciais nos quesitos preço e qualidade, os conhecimentos das decisões recíprocas sobre produtos considerados nocivos ou perigosos, para impedir que ocorra diferença de qualidade de produtos entre países distintos, e a preocupação permanente no sentido de que as normas de cooperação não se transformem em barreiras comerciais (SANTANA, 2014, p. 63).

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) é núcleo do Sistema ONU para a discussão integrada dos temas de comércio e desenvolvimento, e questões relativas.

Em razão de deliberação do Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (ECOSOC), a competência para a execução do processo de revisão das Diretrizes das Nações Unidas de Proteção do Consumidor (DNUPC) é da UNCTAD. Tal instrumento é considerado um marco na proteção dos consumidores, e é a principal referência internacional no assunto. Cabe ressaltar que o Brasil foi importante ator no processo de revisão das Diretrizes (ONU, 2017, s.p.).

As Diretrizes das Nações Unidas de Proteção do Consumidor foram estabelecidas por meio da Resolução A/RES/39/248 da Assembleia Geral, de 9 de abril de 1985, e revisadas pela primeira vez em 1999. A nova proposta de revisão das Diretrizes foi pautada principalmente pela inclusão do princípio de Acesso ao Conhecimento (Access to Knowledge – A2K), mas também se buscou adicionar provisões com relação a serviços financeiros e comércio eletrônico (ONU, 2017, s.p.).

A proposta de novos temas foi submetida à 13ª Reunião Intergovernamental de Grupo de Especialistas em Leis e Políticas de Concorrência, realizada em julho de 2013. Na segunda reunião *ad hoc* de especialistas em proteção ao consumidor,

realizada em Genebra, Suíça, ficou decidida pela implementação de quatro grupos de trabalho<sup>18</sup>.

Os grupos de trabalho formados foram:

1. Serviços Financeiros (presidência da Malásia);
  2. Comércio Eletrônico (presidência da França);
  3. Outros Assuntos (presidência da Alemanha e Brasil);
  4. Implementação (presidência do Gabão)
- (ONU, 2017, s.p.).

As diretrizes foram analisadas pelos grupos de trabalho, separadamente, com a finalidade de melhorar os marcos regulatórios e incluir “novos” temas para sanar as lacunas e criar práticas mais efetivas.

Por exemplo, têm-se os temas tratados no grupo de trabalho “Outros Assuntos”, onde foi constatado que o tema referente à proteção de dados foi escalonado de 0 a 10 em razão de sua importância de inclusão, com nota 7.64, enquanto o turismo recebeu avaliação de 7.06. Essas mensurações demonstram o elevado grau de importância do debate de tais temas e a inclusão nas Diretrizes (ONU, 2017, s.p.).

A terceira reunião *ad hoc* do grupo de especialistas em proteção do consumidor ocorreu em janeiro de 2015 e teve a participação da Secretaria Nacional do Consumidor do Brasil. A reunião buscou discutir o primeiro rascunho do texto das Diretrizes, circulado no final de 2014 (ONU, 2017, s.p.).

Resultado de suma importância dessa reunião foi a criação do Grupo Intergovernamental de Especialistas em Direito e Política de Proteção ao Consumidor (IGE-CONS) na estrutura orgânica da UNCTAD. Em julho de 2015, ocorreu a 7ª Conferência das Nações Unidas para Revisão de todos os Aspectos do Conjunto Acordado Multilateralmente de Princípios Equitativos e Regras para o Controle de Práticas Comerciais Restritivas da UNCTAD (ONU, 2017, s.p.).

Nessa reunião, ainda ocorreu a última reunião deliberativa dos especialistas e autoridades dos países membros da UNCTAD em proteção e defesa do consumidor para concluir o texto das Diretrizes. Na plenária de encerramento do dia 10 de julho, o texto acordado entre os países foi aprovado e encaminhado para aprovação final da Assembleia Geral das Nações Unidas (AGNU), tendo sido previamente

---

<sup>18</sup> Os quais o Brasil participou ativamente, para auxiliar o Secretariado na preparação de relatórios para a 7ª Conferência de Revisão das Nações Unidas, realizada em julho de 2015 (ONU, 2017, s.p.).

submetido pelo 2º Comitê Econômico e Financeiro e pelo 5º Comitê Administrativo e Orçamentário da AGNU. Em 22 de dezembro, durante a 70ª Sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas, o texto das Diretrizes foi aprovado por meio da Resolução A/RES/70/186 (ONU, 2017, s.p.).

Essas Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor têm como preocupação fundamental os Estados em desenvolvimento, pois, neles, os consumidores apresentam grande disparidade em razão de sua capacidade econômica, nível de educação e poder de negociação, mas devem ter o direito de acesso às informações sobre os produtos colocados no mercado de consumo, bem como sobre sua periculosidade ou não.

Também, as diretrizes ressaltam a importância de se promover um desenvolvimento econômico e social justo, equitativo e sustentável, integrando a proteção ao meio ambiente, destacando-se os seguintes objetivos:

- a) Ajudar os países a alcançar ou manter uma proteção adequada de seus habitantes como consumidores;
- b) Facilitar as modalidades de produção e distribuição que respondam às necessidades e desejos dos consumidores;
- c) Incentivar aqueles que lidam com a produção de bens e serviços e a sua distribuição aos consumidores para que adotem rígidos padrões éticos de conduta; Defesa do consumidor A / RES / 70/186 5/20
- d) Ajudar os países a coibir práticas comerciais abusivas de todas as empresas, nacionais e internacionais, que prejudicam os consumidores;
- e) Facilitar a criação de grupos independentes de defesa do consumidor;
- f) Encorajar a cooperação internacional no domínio da defesa do consumidor;
- g) Promover o estabelecimento de condições de mercado que proporcionem aos consumidores uma maior escolha a preços mais baixos;
- h) Promover o consumo sustentável (UNCTAD, 2016, p. 4-5, tradução nossa).<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor

I. Objetivos

1. Teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los Estados Miembros, y particularmente de los que están en desarrollo, reconociendo que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación y teniendo en cuenta que los consumidores deben tener el derecho de acceso a productos que no sean peligrosos, así como la importancia de promover un desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenible y la protección del medio ambiente, las presentes directrices para la protección del consumidor persiguen los siguientes objetivos:

- a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;
- b) Facilitar modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;
- c) Alentar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta; Protección del consumidor A/RES/70/186 5/20.

As novas diretrizes ampliaram a proteção ao consumidor e criaram o IGE-CONS no âmbito da UNCTAD, o que representa um avanço no diálogo internacional na área.

A primeira reunião do IGE-CONS criou um fórum multilateral anual de discussão sobre as DNUPC, com a finalidade de debater temas de proteção do consumidor; realizando estudos e pesquisas; fomentando capacitações e assistências técnicas; conduzindo revisões periódicas das Diretrizes; etc.

Essa reunião também decidiu pelo reforço da participação da UNCTAD em matéria de proteção do consumidor e o seu desenvolvimento e aperfeiçoamento. Ademais, ressaltou a importância da contribuição de atores estatais e não estatais no âmbito de proteção do consumidor, numa clara referência ao processo de governança. Também adotou um programa de trabalho para os IGE-CONS até 2020 e criou um fundo dedicado a receber contribuições financeiras voluntárias para a consecução dos trabalhos do grupo (ONU, 2017, s.p.).

A pesquisa e o estudo aprofundados sobre a implementação da nova versão das Diretrizes da ONU de Proteção ao Consumidor são de suma importância, uma vez que acompanha os trabalhos de implementação em âmbito internacional e verifica se há a necessidade de aplicação dos novos temas nas legislações internas. Assim, considerando que as DNUPC constituem princípios gerais basilares para os órgãos de defesa do consumidor de todos os países membros das Nações Unidas, incluindo o Brasil, faz-se necessário, não apenas o acompanhamento dos trâmites no âmbito das Nações Unidas, mas a compreensão aprofundada dos novos temas, a experiência de outros países e o estudo de políticas para a implementação e aplicação interna das DNUPC (ONU, 2017, s.p.).

Essas novas DNUPC foram elogiadas e muito bem recebidas pelos órgãos governamentais e não governamentais de proteção ao consumidor do Brasil:

Na primeira revisão exaustiva desde 1985, as novas diretrizes visam a proteger melhor os consumidores no atual cenário econômico global, incluindo temas emergentes como o comércio eletrônico, serviços

- 
- d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores;
  - e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;
  - f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor;
  - g) Promover el establecimiento de condiciones de mercado que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos;
  - h) Promover un consumo sostenible.
- Resolução A/RES/70/186.

financeiros e serviços públicos. As diretrizes da ONU são o único documento internacional que trata da proteção ao consumidor por meio de um conjunto de recomendações para governos e empresas, a fim de que os países adotem políticas e legislações eficazes para a defesa dos direitos do consumidor (IDEC, 2015, s/p).

Os principais pontos incluídos nas novas diretrizes são:

- Reconhecimento de que o acesso a bens e serviços essenciais e a proteção dos consumidores vulneráveis e desfavorecidos são necessidades legítimas.
- Orientações sobre o comércio eletrônico, como igualdade de tratamento entre os consumidores on-line e off-line, e proteção de privacidade para os consumidores.
- Mais orientações sobre os serviços financeiros, serviços públicos, as boas práticas comerciais e de cooperação internacional.
- Criação de um painel intergovernamental de especialistas sobre política, direito e defesa do consumidor, para monitorar a implementação da Diretrizes. (IDEC, 2015, s.p.).

Nos dias 17 e 18 de outubro de 2016, a UNCTAD realizou a primeira reunião do Grupo de Experts em Direito do Consumidor (IGE), em Genebra, com o objetivo fundamental de estabelecer um programa de trabalho em política do consumidor, em nível global, para o período 2016-2020. Estiveram presentes delegações de quase 70 países, cuja participação devia-se à criação do Grupo Intergovernamental de Experts em Direito do Consumidor, que constitui evento digno de nota (MARQUES; OLIVEIRA; CIPRIANO, 2016, s.p.).

Nessa reunião, os membros introduzem no documento um breve histórico dos trabalhos até então realizados, para demonstrar a evolução da relevância do direito do consumidor para o desenvolvimento econômico (UNCTAD, 2016, s.p.)<sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup> 1. Revisión de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor  
 5. El 16 de abril de 1985, la Asamblea General aprobó la resolución 39/248, que contiene las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. Las Directrices se ampliaron en 1999, con la adición de un capítulo relativo a la promoción del desarrollo sostenible (capítulo V H) en la versión de 2015).  
 6. En julio de 2012, la primera Reunión Especial de Expertos sobre Protección del Consumidor recomendó que la UNCTAD abriera un proceso de consultas para la revisión de las Directrices. Tras haber celebrado las consultas y solicitado contribuciones, la secretaria preparó una nota titulada "Informe sobre la aplicación de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (1985-2013)" 2.  
 7. En julio de 2013, en la segunda Reunión Especial de Expertos sobre Protección del Consumidor se examinaron el informe y sus conclusiones y se propuso la creación de cuatro grupos de trabajo (sobre comercio electrónico, servicios financieros, aplicación de las Directrices y otras cuestiones), a fin de que ayudaran a preparar un informe sobre las modalidades de revisión de las Directrices que sería presentado en la Séptima Conferencia 1 A/RES/70/1. 2 TD/B/C.I./CLP/23. TD/B/C.I./CPLP/2 GE.16-14005 3 de las Naciones Unidas Encargada de Examinar Todos los Aspectos del Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas.

A criação de órgãos específicos para a discussão do Direito do Consumidor na agenda mundial e as efetivas reuniões realizadas em conjunto com discussões de organismos ligados ao desenvolvimento econômico geraram a conclusão de que não se pode mais falar em desenvolvimento econômico sem englobar a proteção ao consumidor e, logicamente, pretende este estudo demonstrar que a proteção ao

---

8. En enero de 2015, en la tercera Reunión Especial de Expertos sobre Protección del Consumidor se examinaron el informe sobre las modalidades y sus conclusiones, así como otras cuestiones destacadas por los Estados miembros y los interesados para que se considerara la posibilidad de incluir nuevas disposiciones al respecto en las Directrices. Entre enero y junio de 2015 se negoció un texto a nivel técnico y diplomático.

9. La Séptima Conferencia de las Naciones Unidas Encargada de Examinar Todos los Aspectos del Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas, celebrada del 6 al 10 de julio de 2015, aprobó un proyecto de resolución sobre protección del consumidor y las Directrices revisadas y pidió a la Asamblea General que en su septuagésimo período de sesiones considerara la posibilidad de aprobar la resolución y la revisión de las Directrices.

10. En el recuadro 1 figuran las cláusulas dispositivas de la consiguiente resolución 70/186. El párrafo 7 de la parte dispositiva comenzará a aplicarse al celebrarse el primer período de sesiones del Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Política de Protección del Consumidor en 2016, en el que se estudiarán el método y el programa de trabajo del Grupo

Tradução nossa:

I. Revisão das Diretrizes das Nações Unidas para a Defesa do Consumidor

5. Em 16 de abril de 1985, a Assembleia Geral adotou a resolução 39/248, que contém as Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção dos Consumidores. As Diretrizes foram ampliadas em 1999, com a adição de um capítulo sobre a promoção do desenvolvimento sustentável (capítulo V H) na versão de 2015).

6. Em julho de 2012, a primeira Reunião de Especialistas em Proteção ao Consumidor recomendou que a UNCTAD abrisse um processo consultivo para a revisão das Diretrizes. Depois de realizar as consultas e solicitar contribuições, o secretariado preparou uma nota intitulada "Relatório sobre a aplicação das Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor (1985-2013)" 2.

7. Em julho de 2013, a segunda reunião de peritos Ad Hoc de Defesa do Consumidor o relatório e as suas conclusões foram discutidas e a criação de quatro grupos de trabalho (e-commerce, serviços financeiros, aplicação das orientações e outras questões propostas), para ajudar a preparar um relatório sobre as modalidades de revisão das Diretrizes que seriam apresentadas na Sétima Conferência 1 A / RES / 70/1. 2 TD / B / C.I / CLP / 23. TD / B / C.I. / CPLP / 2 GE.16-14005 3 da Nações Unidas para rever todos os aspectos do conjunto de princípios e regras para o controle das práticas comerciais restritivas.

8. Em janeiro de 2015, o terceiro Hoc Reunião de peritos ad sobre o relatório de Defesa do Consumidor sobre as modalidades e os resultados, bem como outras questões destacadas pelos Estados-Membros e as partes interessadas para incluir a possibilidade de uma análise mais aprofundada foram consideradas disposições a este respeito nas Diretrizes. Entre janeiro e junho de 2015, um texto foi negociado em nível técnico e diplomático.

9. A Sétima Conferência das Nações revisão United todos os aspectos do conjunto de princípios e regras para o controle das práticas comerciais restritivas, realizada de 6 a 10 julho de 2015, aprovou um projeto de resolução sobre a proteção do Consumidor e as Diretrizes Revisadas e solicitou à Assembleia Geral que considerasse a possibilidade de adotar a resolução e a revisão das Diretrizes em sua septuagésima sessão.

10. O Quadro 1 contém as cláusulas operativas da resolução posterior 70/186. Parágrafo 7 ° do dispositivo irá começar a aplicar a ser realizada a primeira sessão do Grupo Intergovernamental de Peritos em Direito e Defesa do Consumidor Política em 2016, em que o método eo programa de trabalho do Grupo será estudado (UNCTAD, 2016, s.p.).

consumidor requer a proteção ao meio ambiente o que gera, automaticamente, o desenvolvimento sustentável.<sup>21</sup>

Desde o ano de 1946, a Organização das Nações Unidas (ONU) promove fóruns de discussão acerca de práticas restritivas de mercado. O primeiro desses encontros, realizado há exatos 70 anos, em Londres, teve como pauta as preocupações dos Estados com as práticas monopolistas, os cartéis, entre outras condutas anticoncorrenciais. No decorrer das décadas seguintes, diversos eventos sucederam essa primeira iniciativa

Mais recentemente, desde o ano de 2000, um Grupo de Experts em Direito e Política da Concorrência vem se encontrando anualmente no âmbito da UNCTAD, para discutir estratégias de promoção de um mercado efetivamente concorrencial em seus Estados e, de forma cooperativa, também em nível global.

Até 2016, as discussões específicas atinentes às questões consumeristas ocorriam a título de eventos paralelos à reunião do Grupo de Experts em Direito da Concorrência. A autonomia concedida à temática, ao se criar um fórum específico para seu debate no âmbito da ONU, é um grande avanço na construção de uma efetiva norma protecionista (MARQUES; OLIVEIRA; CIPRIANO, 2016, s.p.).

A agenda da primeira reunião oficial de experts em direito do consumidor incluiu:

i) a recente Revisão das Diretrizes das Nações Unidas para defesa do consumidor, aprovada pela Assembleia Geral da ONU em 22 de dezembro de 2015; ii) as estratégias eficazes para se envolver os Estados, as empresas e os consumidores na obtenção do desenvolvimento sustentável; iii) os desafios da economia colaborativa; iv) além de uma reflexão sobre o desafio de se conseguir obter instituições eficazes na promoção da política consumerista. Ademais, discutiu-se a metodologia a ser empregada nas próximas atividades do grupo, tal como aquela que deverá nortear a realização de “Peer Review” da política de defesa do consumidor entre os países membros que se voluntariarem (MARQUES; OLIVEIRA; CIPRIANO, 2016, s.p.).

Verifica-se, conforme a referida agenda, que pretendeu-se abordar e discutir estratégias para um desenvolvimento sustentável, bem como um consumo sustentável, considerando que uma das pautas é a economia colaborativa. Também informa que a criação do grupo deve ser considerada à luz da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, para que seu trabalho produza resultados de grande

---

<sup>21</sup> Na abertura da 15ª sessão do grupo de experts em Direito e Política da Concorrência, ocorrido na data de 19 de outubro de 2016, o vice-secretário geral da UNCTAD, Sr. Joakim Reiter, foi enfático em afirmar que a política concorrencial representa um meio, não um fim em si mesma (MARQUES; OLIVEIRA; CIPRIANO, 2016, s.p.). Em suas opiniões, a concorrência representa um meio de combate à pobreza em nível mundial.

impacto que contribuirão para a consecução dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (UNCTAD, 2016, s.p.)<sup>22</sup>.

No entanto, entre os temas consensualmente de maior preocupação para os países membros, destacaram-se o comércio eletrônico, os assuntos financeiros, a saúde e a segurança do consumidor, a cooperação internacional e a economia

---

<sup>22</sup>Introducción

1. El 22 de diciembre de 2015, la Asamblea General aprobó la resolución 70/186 sobre protección del consumidor, que incluye la versión revisada de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor revisadas y prevé el establecimiento, en el marco de una comisión existente de la Junta de Comercio y Desarrollo de la UNCTAD, del Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Protección del Consumidor, que actuará como mecanismo institucional internacional de las Directrices.
2. El Grupo celebrará su primer período de sesiones los días 17 y 18 de octubre de 2016. Se espera que el Grupo apruebe el método y el programa de trabajo que seguirá entre 2016 y 2020, año en que se celebrará la Octava Conferencia de las Naciones Unidas Encargada de Examinar Todos los Aspectos del Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas. En la conferencia se decidirá el programa de trabajo para el Grupo desde 2020 hasta la celebración de la siguiente conferencia en 2025. Según lo dispuesto en la resolución 70/186, el Grupo celebrará reuniones anuales hasta la conferencia siguiente, en la que se examinará la labor del Grupo y se considerará la posibilidad de renovar su mandato.
3. El establecimiento del Grupo debería considerarse a la luz de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible aprobada en septiembre de 2015, y su labor producirá resultados de gran repercusión que contribuirán al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
4. En la presente nota se proponen el método y el programa de trabajo del Grupo para el período 2016-2020. En el primer capítulo se describe la versión revisada de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. En el segundo capítulo se describe el método de trabajo y en el tercero se detalla el programa de trabajo. Por último, en el capítulo cuarto se proponen algunas cuestiones que se podrían examinar en el primer período de sesiones del Grupo (UNCTAD, 2016, s.p).

Tradução nossa:

Introdução

1. Em 22 de dezembro de 2015, a Assembleia Geral adotou a resolução 70/186 sobre proteção ao consumidor, que inclui a versão revisada das Diretrizes das Nações Unidas para Proteção do Consumidor e prevê a criação, no âmbito de uma comissão existente do Conselho de Comércio e Desenvolvimento da UNCTAD, do Grupo Intergovernamental de Especialistas em Direito e Proteção ao Consumidor, que atuará como o mecanismo institucional internacional das Diretrizes.
2. O Grupo realizará a sua primeira sessão em 17 e 18 de Outubro de 2016. O Grupo deverá aprovar o método e o programa de trabalho continuará entre 2016 e 2020, o ano será realizada a Oitava Conferência da Responsável das Nações Unidas por Examinar Todos os Aspectos do Conjunto de Princípios e Regras Equitativamente Acordados Multilateralmente para o Controle de Práticas Comerciais Restrictivas. A conferência decidirá sobre o programa de trabalho para o Grupo de 2020 até a próxima conferência em 2025. Conforme disposto na resolução 70/186, o Grupo realizará reuniões anuais até a próxima conferência, que examinará a O trabalho do Grupo e a possibilidade de renovar o seu mandato serão considerados.
3. A criação do Grupo deve ser considerada à luz da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável adotada em setembro de 2015, e seu trabalho produzirá resultados de grande impacto que contribuirão para a consecução dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.
4. O método e programa de trabalho do Grupo para o período 2016-2020 são propostos nesta nota. O primeiro capítulo descreve a versão revisada das Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção ao Consumidor. No segundo capítulo, o método de trabalho é descrito e no terceiro, o programa de trabalho é detalhado. Finalmente, o quarto capítulo propõe algumas questões que poderiam ser consideradas na primeira sessão do Grupo.

colaborativa. Pontualmente no que se refere à economia colaborativa, foi evidenciada a circunstância de que o consumidor, nesse novo cenário, em muito se difere do consumidor tradicional (MARQUES; OLIVEIRA; CIPRIANO, 2016, s.p.).

Embora o grupo tenha constatado a existência de um novo consumidor, também concluiu que este continua necessitando de proteção, e, se está lidando com um novo consumidor, são necessários novos métodos mais adequados para a realidade que se impõe, principalmente no que tange à economia de compartilhamento, que irá requerer uma diretriz internacional.

Assim, produziu-se um documento com as novas Diretrizes de Proteção ao Consumidor das Nações Unidas (2016-2020), que têm como princípios gerais, entre outros, a proteção dos consumidores de acordo com as circunstâncias econômicas, sociais e ambientais e a promoção de modalidades de consumo sustentáveis.

O documento em questão ainda justifica que os padrões insustentáveis de produção e consumo, particularmente nos países industrializados, são a principal causa da contínua degradação do meio ambiente global, devendo todos os estados membros promoverem padrões de consumo sustentáveis. No que diz respeito às políticas, para promover o consumo sustentável, devem levar em conta, como objetivos, a erradicação da pobreza, a satisfação das necessidades humanas básicas de todos os membros da sociedade e a redução da desigualdade, dentro e entre os países (UNCTAD, 2016, s.p.)<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> III. Principios generales

4. Corresponde a los Estados Miembros formular, fortalecer o mantener una política enérgica de protección del consumidor, teniendo en cuenta las directrices que figuran más adelante y los acuerdos internacionales pertinentes. Al hacerlo, cada Estado Miembro debe establecer sus propias prioridades para la protección de los consumidores, según las circunstancias económicas, sociales y ambientales del país y las necesidades de su población y teniendo presentes los costos y los beneficios de las medidas que se propongan.

5. Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes: a) El acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales; b) La protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja; c) La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad; d) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores; e) El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual; f) La educación del consumidor, incluida la educación sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas que tienen sus elecciones; g) La disponibilidad para el consumidor de medios efectivos de solución de controversias y de compensación; h) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten; i) La promoción de modalidades de consumo sostenible; j) Un grado de protección para los consumidores que recurran al comercio electrónico que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio; k) La protección de la privacidad del consumidor y la libre circulación de información a nivel mundial.

- 
6. Las modalidades de producción y consumo no sostenibles, particularmente en los países industriales, son la causa principal de que siga degradándose el medio ambiente mundial. Todos los Estados Miembros deben procurar fomentar modalidades de consumo sostenible; los países desarrollados deben ser los primeros en lograr modalidades de consumo sostenible, mientras que los países en desarrollo deben procurar lograrlas en su proceso de desarrollo, prestando la debida atención al principio de responsabilidad común pero diferenciada. Deberán tenerse plenamente en cuenta la situación y las necesidades especiales de los países en desarrollo en esta esfera.
  7. Las políticas de fomento del consumo sostenible deben tener en cuenta como objetivos la erradicación de la pobreza, la satisfacción de las necesidades humanas básicas de todos los miembros de la sociedad y la reducción de la desigualdad, tanto dentro de los países como entre ellos.
  8. Los Estados Miembros deben establecer o mantener una infraestructura adecuada que permita formular, aplicar y vigilar el funcionamiento de las políticas de protección del consumidor. Debe prestarse especial atención a la necesidad de garantizar que las medidas de protección del consumidor se apliquen en beneficio de todos los sectores de la población, en particular de la población rural y de los pobres.
  9. Todas las empresas deben acatar las leyes y reglamentos aplicables en los países en que realizan sus operaciones. Deben también acatar las normas internacionales pertinentes para la protección del consumidor que las autoridades competentes del país de que se trate hayan accedido a aplicar (en lo sucesivo, las referencias a las normas internacionales que se hagan en las directrices deben entenderse en el contexto del presente párrafo).
  10. Al elaborar políticas de protección del consumidor, debe tenerse en cuenta el papel positivo que pueden desempeñar las universidades y las empresas públicas y privadas en la investigación.

Tradução nossa:

### III Princípios gerais

4. Cabe aos Estados-Membros formular, reforçar ou manter uma política forte de defesa do consumidor, tendo em conta as orientações definidas abaixo e os acordos internacionais relevantes. Ao fazê-lo, cada Estado-Membro deve estabelecer suas próprias prioridades para a proteção dos consumidores, dependendo das circunstâncias econômicas, sociais e ambientais do país e as necessidades de sua população e tendo em conta os custos e benefícios das medidas propostas.
5. As necessidades legítimas que as diretrizes buscam abordar são as seguintes: a) O acesso dos consumidores a bens e serviços essenciais; b) A proteção de consumidores vulneráveis e desfavorecidos; c) A proteção dos consumidores contra os riscos para a sua saúde e segurança; d) A promoção e proteção dos interesses econômicos dos consumidores; e) O acesso dos consumidores a informações adequadas que lhes permitam fazer escolhas fundamentadas de acordo com os desejos e necessidades de cada um; f) Educação do consumidor, incluindo educação sobre as consequências ambientais, sociais e econômicas de suas escolhas; g) A disponibilidade para o consumidor de meios efetivos de resolução e compensação de disputas; h) A liberdade de formar grupos ou outras organizações relevantes de consumidores e a oportunidade para que essas organizações façam suas opiniões ouvidas nos processos de tomada de decisão que as afetam; i) A promoção de modalidades sustentáveis de consumo; j) Um grau de proteção para os consumidores que recorrem ao comércio eletrônico que não seja inferior àquele concedido em outras formas de comércio; k) A proteção da privacidade do consumidor e o livre fluxo de informações em todo o mundo.
6. Os padrões insustentáveis de produção e consumo, particularmente nos países industrializados, são a principal causa da contínua degradação do meio ambiente global. Todos os Estados-Membros devem procurar promover padrões de consumo sustentáveis; os países desenvolvidos devem ser os primeiros a alcançar padrões de consumo sustentáveis, enquanto os países em desenvolvimento devem procurar alcançá-los em seu processo de desenvolvimento, prestando a devida atenção ao princípio da responsabilidade comum, porém diferenciada. A situação e as necessidades especiais dos países em desenvolvimento nessa área devem ser plenamente levadas em consideração.
7. Políticas para promover o consumo sustentável devem ter em conta os objetivos de erradicação da pobreza, a satisfação das necessidades humanas básicas de todos os membros da sociedade e reduzir a desigualdade tanto dentro dos países e entre eles.
8. Os Estados-Membros devem criar ou manter uma infraestrutura adequada para formular, aplicar e monitorizar o funcionamento das políticas de defesa do consumidor. Atenção especial deve ser

Deliberou-se, como prioritário, que a Secretaria da UNCTAD providencie relatórios prévios e estudos em dois temas considerados essenciais: estrutura legal e institucional para proteção do consumidor; e comércio eletrônico. Também se deliberou por encorajar os estados membros da ONU a definirem a data de 15 de março como o Dia Internacional dos Consumidores (MARQUES; OLIVEIRA; CIPRIANO, 2016, s.p.).

É oportuno destacar a conquista do movimento internacional criado a partir de um direito protetivo, regulador e assegurador de garantias de proteção e defesa dos consumidores. E que a existência de uma regulamentação internacional não significaria a sua efetivação na internalização dessas normas no cotidiano dos países. Para isso, foi fundamental o papel da governança para que sua finalidade fosse alcançada, inclusive a criação de Associação dos Consumidores e suas participações nas criações de políticas e programas de ação têm sido encorajadas por diversas legislações.

A pesquisa mencionada teve como objetivo demonstrar o surgimento do Direito do Consumidor internacional, suas diretrizes e princípios, que passam a demonstrar que foram absorvidos tanto pela legislação da União Europeia como pelo Direito brasileiro.

É oportuno destacar que as atuais Diretrizes das Nações Unidas para a proteção do consumidor abrangem a necessidade de se criar políticas para um desenvolvimento sustentável e promover um consumo sustentável.

### **3.2 Direito do Consumidor da União Europeia**

O Direito do Consumidor na União Europeia está consubstanciado em normas de direito material de cada estado membro, oriundas, entretanto, das diretivas que emanam da Comissão Europeia. A pesquisa observa que o tema foi objeto de

---

dada à necessidade de assegurar que as medidas de proteção ao consumidor sejam aplicadas em benefício de todos os setores da população, particularmente a população rural e os pobres.

9. Todas as empresas devem respeitar as leis e regulamentos aplicáveis nos países em que operam. Devem igualmente cumprir as normas internacionais relevantes em matéria de defesa do consumidor que as autoridades competentes do país em causa acordaram em aplicar (a seguir, as referências às normas internacionais estabelecidas nas orientações devem ser entendidas no contexto da presente decisão).

10. Ao desenvolver políticas de proteção ao consumidor, o papel positivo que as universidades e as empresas públicas e privadas podem desempenhar na pesquisa deve ser levado em conta. (UNCTAD, 2016, s.p.).

delimitação e de enfoques extremamente específicos, o que denota a importância de sua tutela no espaço comunitário europeu.

O Direito da União Europeia tem uma característica supranacional, é dotado de prevalência sobre as normas nacionais- Por tal razão, sua aplicabilidade é direta aos indivíduos e estados membros sem necessitar de sua internalização na sua ordem jurídica. E isso ocorreu pelo cumprimento da meta de aproximação legislativa, prevista no Tratado de Roma, nos artigos. 100, 100-A, 100-B, 101 e 102, a qual é mantida até o presente.

O Tratado das Comunidades Europeias – Tratado de Roma - em seu artigo 249 atribuiu no âmbito institucional europeu, ao Parlamento Europeu, aos Conselhos Europeu e da UE e à Comissão Europeia, competência para editar regulamentos e diretivas, para tomarem decisões e para formularem recomendações e pareceres. Esses instrumentos de aproximação normativa consolidaram o direito derivado comunitário.<sup>24</sup>

Com relação aos regulamentos, são normas de caráter geral, equiparáveis às leis internas estatais, que estabelecem regras, impondo obrigações ou conferindo direitos a todos que se incluam na categoria de seus destinatários, sendo obrigatórios em todos os seus elementos e diretamente aplicáveis a todos os estados membros e podem ser elaborados pelo Conselho da UE, pela Comissão, pelo Parlamento, em conjunto com o Conselho Europeu.

Quanto às diretivas, por meio delas se promove a aproximação legislativa na modalidade de harmonização, pois se prestam a eliminar disparidades entre as legislações dos estados membros e a comunitária. Elas podem ser classificadas pelos seus autores, distinguindo-se entre as elaboradas pelo Conselho da UE, pelo Conselho Europeu e pelo Parlamento Europeu, bem como pela Comissão Europeia,

---

<sup>24</sup> CAPÍTULO 2  
DISPOSIÇÕES COMUNS A VÁRIAS INSTITUIÇÕES  
Artigo 249.o

Para o desempenho das suas atribuições e nos termos do presente Tratado, o Parlamento Europeu em conjunto com o Conselho, o Conselho e a Comissão adoptam regulamentos e directivas, tomam decisões e formulam recomendações ou pareceres.

O regulamento tem carácter geral. É obrigatório em todos os seus elementos e directamente aplicável em todos os Estados-Membros.

A directiva vincula o Estado-Membro destinatário quanto ao resultado a alcançar, deixando, no entanto, às instâncias nacionais a competência quanto à forma e aos meios.

A decisão é obrigatória em todos os seus elementos para os destinatários que designar.

As recomendações e os pareceres não são vinculativos.

Disponível em: <<https://respublicaeuropeia.wordpress.com/2002/12/24/tratado-de-roma-versao-consolidada/>>. Acesso em: 20 out. 2018.

e pela sua natureza jurídica, podendo assumir feição de diretiva de base, com fundamento nos tratados constitutivos, ou de execução, e pode decorrer tanto de um regulamento como de uma diretiva anterior (GOMES, 2012, s.p.).

Feita essa análise sobre o sistema normativo europeu, passa-se a focar objetivamente o Direito do Consumidor europeu, que surgiu em 1973 na Carta Europeia de Proteção do Consumidor, gerando o primeiro Programa da Comunidade Econômica Europeia em 1975.

O referido Programa, oriundo de uma Resolução do Conselho das Comunidades Europeias, traz os seguintes princípios:

- a) Saúde e Segurança dos Consumidores: princípios da prevenção, transparência, reparação, precaução e normalização;
- b) Proteção dos Interesses Econômicos: princípios da paridade material, reparação, licitude, veracidade, transparência, continuidade e variedade;
- c) Conselhos, Assistência e Reparação de Prejuízos: princípios da assistência e reparação;
- d) Informação do Consumidor: princípios da transparência, racionalidade, segurança e reparação;
- e) Educação do Consumidor: princípios de acesso à educação e à formação e domínio dos princípios da economia;
- f) Consulta e Representação dos Consumidores: princípios da participação e consulta (FROTA, 2007, p. 20-25).

O segundo Programa de Ações de Proteção ao Consumidor – Resolução do Conselho das Comunidades Europeias, de 19 de maio de 1981, baseado no programa anterior e nos seus princípios, definiu os seguintes direitos do consumidor:

- a) o direito à proteção da saúde e da segurança;
- b) o direito à proteção dos interesses econômicos;
- c) o direito à reparação dos prejuízos;
- d) o direito à informação e à educação;
- e) o direito à representação (FROTA, 2007, p. 26).

Em 1985, foi criado um programa denominado de “Novo Impulso para a Política de Consumidores”, visto que os programas anteriores não lograram êxito frente à diversidade das legislações dos estados membros. Esse programa está ancorado no bem-estar dos cidadãos e retoma os princípios e os cinco direitos fundamentais dos programas anteriores.

Karel Van Miert, o comissário europeu que, à época, detinha as honras dos consumidores dentro da Comissão, ao enunciar os cinco direitos fundamentais, concluiu: “os direitos permanecem ao nível de puros princípios a que toda a gente adere de bom grado, mas simplesmente isso não acarreta consequências práticas-urge, pois, transformar as mentalidades” (FROTA, 2007, p. 32).

Com o advento do Tratado de Maastricht, foi necessário o relançamento de uma política de consumidores, e, em 1989, foi adotado o Plano de Ação Trienal de 1990-1992, que identifica quatro áreas de interesses prioritários: representação, informação e segurança dos consumidores e contratos e proteção dos seus interesses econômicos. Já o Plano de Ação Trienal de 1993-1995 tem como eixos a informação, o acesso à justiça, a saúde e a segurança (FROTA, 2007, p. 37-46).

O Plano de Ação Trienal de 1996-1998 traz 10 prioridades definidas: centrar esforços na melhoria da educação e informação dos consumidores; completar, rever e manter atualizado o quadro necessário para garantir que os interesses dos consumidores sejam devidamente acautelados no mercado interno; os serviços financeiros e os consumidores; proteção dos interesses dos consumidores no fornecimento de serviços essenciais de utilidade pública; adotar medidas que permitam os consumidores se beneficiar das vantagens oferecidas pela sociedade de informação; adotar medidas tendentes a incentivar a confiança dos consumidores nos bens alimentares; fomentar uma perspectiva prática do consumo sustentado; reforçar e alargar a representação dos consumidores; ajudar os países das Europas Central e Oriental a desenvolverem políticas de consumidores e considerações em matéria de política de consumidores nos países em vias de desenvolvimento.

O Tratado de Amsterdã, no item nº 1 de seu artigo 153, elenca os objetivos globais para a proteção do consumidor:

A fim de promover os interesses dos consumidores e assegurar um elevado nível de defesa destes, a comunidade contribuirá para a proteção da saúde, da segurança e dos interesses econômicos dos consumidores, bem como para a promoção do seu direito à informação, à educação e à organização para a defesa dos seus interesses.

O tratado gerou o Plano Trienal de Ação de 1999-2001, tendo como tripé: voz mais ativa para os consumidores em toda a União Europeia; nível elevado de saúde, de segurança para os consumidores da União Europeia; e pleno respeito dos interesses econômicos dos consumidores da União Europeia. Ainda apresentou

como diretrizes: a educação para a sociedade de consumo; a informação sob o influxo de novas estratégias; o reforço das estruturas associativas de consumidores; a representação dos consumidores; associações de consumidores; níveis elevados de saúde e segurança; dentre outros (FROTA, 2007. p. 58-73).

O Tratado de Nice gerou a edição de um Plano Quinquenal de 2002-2006, cujos objetivos principais se traduzem em três ideias: asseguramento de um elevado nível comum de tutela da posição jurídica do consumidor; aplicação efetiva das regras que conformam o estatuto europeu do consumidor; participação das instituições de consumidores na definição das políticas empreendidas no seio da comunidade. O dito plano prevê como estratégia a integração sistemática dos consumidores nas demais políticas: mercado interno, ambiente, desenvolvimento sustentável, transportes, serviços financeiros, comércio externo e outros.

Nesse plano, tem-se a preocupação com a integração do Direito do Consumidor ao meio ambiente, quando propõe as seguintes ações:

- a) comunicação sobre o ambiente e a saúde: esta comunicação estabelecerá uma estratégia baseada numa abordagem global que integrará as questões de saúde nas diversas políticas ambientais, com o objetivo de limitar o impacto dos riscos ambientais da saúde humana, prestando particular atenção às crianças;
- b) Livro Branco sobre a política integrada relativa aos produtos;
- c) desenvolvimento e divulgação do rótulo ecológico europeu;
- d) proposta da Comissão sobre as substâncias químicas;
- e) iniciativas da Comissão em matéria de consumo sustentável;
- f) proposta de diretiva destinada a uma maior redução das emissões de compostos orgânicos voláteis durante a utilização dos produtos;
- g) recomendações da Comissão relativas à informação dos consumidores sobre a economia de combustível e as emissões de CO<sub>2</sub> dos veículos de passageiros novos (FROTA, 2007, p. 137-139)

Em razão das inúmeras diretrizes adotadas pela União Europeia para a defesa do consumidor, oriundas dos planos plurianuais de ação e da diversidade de formas de internalização destas nas legislações dos estados membros, a Comissão iniciou uma proposta de unificação apresentando um projeto de diretiva dos direitos dos consumidores com o objetivo de uniformização das legislações.

Para atingir tal finalidade, a Comissão Europeia realizou uma consulta pública denominada "Livro Verde sobre a revisão do acervo relativo a defesa do consumidor", documento que identifica uma série de problemas na legislação comunitária e apresenta algumas opções para a reforma dessa legislação, bem como o conjunto de 28 recomendações para consulta pública. Desse livro verde resultou a proposta de diretiva dos direitos dos consumidores da União Europeia. No entanto, essa proposta foi muito questionada, dando ensejo à nova consulta pública com relação ao mesmo livro verde, a qual se encerrou em 2011, gerando uma Proposta de Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho relativa a um direito europeu comum da compra e venda, adotada pela Comissão Europeia em outubro de 2011, permanecendo a tentativa de se criar um direito uniforme, porém com caráter facultativo (GOMES, 2012, p. 11).

No ano de 2005, a Comissão Europeia apresentou um documento intitulado "Melhorar a saúde, a segurança e a confiança dos cidadãos: uma estratégia em matéria de saúde e de proteção dos consumidores", que consubstanciava o plano ou programa de ação para a proteção dos consumidores para os anos de 2007-2013. Esse plano reforça e engloba todos os direitos e princípios dos anteriores, estabelecendo três objetivos comuns:

- a) proteger os cidadãos dos riscos que escapam à observação de um indivíduo isolado e contra os quais os estados membros não podem opor-se pontualmente de modo eficaz (as ameaças à saúde, os produtos perigosos, as práticas comerciais desleais);
- b) reforçar a capacidade dos cidadãos de modo a alcançarem melhores decisões nos planos de saúde e da proteção enquanto consumidores;
- c) integrar tais objetivos em qualquer das políticas desenhadas no plano comunitário de modo a recentrar nesse particular tais preocupações (FROTA, 2007, p. 147-164).

O atual Programa Plurianual dos Consumidores da União Europeia (2014-2020)<sup>25</sup> tem como objetivo assegurar um elevado nível de proteção dos consumidores, bem como conferir-lhes mais poder através da informação e da educação. Organizando-se, os consumidores podem exercer melhor os seus direitos

---

<sup>25</sup> Regulamento (UE) n.º 254/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de fevereiro de 2014, relativo a um programa plurianual Consumidores para o período 2014-2020 e que revoga a Decisão n.º 1926/2006/CE.

e, assim, desempenhar um papel mais ativo no mercado único da UE (EUR-LEX, 2016, s/p).

O Programa tem quatro objetivos principais, de acordo com a EUR-LEX (2016, s.p.):

- a) consolidar e reforçar a segurança dos produtos graças a uma fiscalização eficaz do mercado (na qual se inclui o sistema de alerta rápido da UE para produtos de consumo perigosos - RAPEX<sup>26</sup>) em toda a UE; a segurança dos produtos é importante para os consumidores, mas também o é para os comerciantes e industriais (cuja competitividade depende do cumprimento das normas de segurança);
- b) informar e educar os consumidores e apoiar as organizações de consumidores, tendo designadamente em conta as necessidades específicas dos consumidores vulneráveis;
- c) assegurar o respeito dos direitos dos consumidores e garantir que eles possam beneficiar de reparação por meio de uma ação regulamentar inteligente e de um melhor acesso a vias de reparação simples, eficientes, rápidas e econômicas (incluindo a resolução extrajudicial de litígios);
- d) aumentar a eficácia da aplicação da legislação através do reforço da cooperação entre os organismos nacionais responsáveis pela aplicação da lei e da prestação de aconselhamento aos consumidores.

---

<sup>26</sup> The Rapid Alert System enables quick exchange of information between 31 European countries and the European Commission about dangerous non-food products posing a risk to health and safety of consumers. Every day the European Commission receives from national authorities information about dangerous products found and the measures taken. The information may come from producers or distributors who voluntarily organise recalls of the products they found posed a risk to consumers health. A list of dangerous products describing the risk they pose and the measures taken is published every week on the web. Other countries may find the same product in their national markets and add extra information and more measures to prevent the further selling of the dangerous product. All this information is circulated inside the network.

Tradução nossa:

O sistema de alerta rápido permite uma rápida troca de informações entre 31 países europeus e a Comissão Europeia sobre produtos perigosos não alimentares que representam um risco para a saúde e a segurança dos consumidores. Todos os dias, a Comissão Europeia recebe das autoridades nacionais informações sobre os produtos perigosos encontrados e as medidas tomadas. A informação pode ser proveniente de produtores ou distribuidores que voluntariamente organizam recordações dos produtos que encontraram representavam um risco para a saúde dos consumidores. Uma lista de produtos perigosos que descrevem o risco que representam e as medidas tomadas são publicadas todas as semanas na web. Outros países podem encontrar o mesmo produto em seus mercados nacionais e adicionar informações extras e mais medidas para evitar a venda do produto perigoso. Toda essa informação é circulada dentro da rede.

Para a execução de referido programa, a Comissão Europeia criou programas anuais de trabalho que incluem informações pormenorizadas sobre as ações a serem financiadas. Os anúncios de concursos e os convites à apresentação de propostas são publicados pela Agência de Execução para os Consumidores, a Saúde, a Agricultura e a Alimentação e pela DG Justiça e Consumidores (EUR-LEX, 2016, s.p.).

Para o custeio, está disponível o financiamento para as organizações de consumidores que exerçam a sua atividade em nível da UE ou nacional, os Centros Europeus do Consumidor, as autoridades dos países da UE responsáveis pelas questões relacionadas com os consumidores, assim como as organizações internacionais que promovam princípios e políticas consentâneos com os objetivos do programa. Os níveis de financiamento da UE para o programa dependem do tipo de atividade. O orçamento para esse programa ascende a 188,83 milhões de euros para o período compreendido entre 2014 e 2020 (EUR-LEX, 2016, s.p.).

Podem participar do programa e também serem beneficiados com financiamentos os organismos que desenvolvam ações para a elaboração de códigos de conduta, guias de melhores práticas e orientações em matéria de comparação de preços, qualidade e sustentabilidade dos produtos. O programa está também aberto à participação dos países da Associação Europeia de Comércio Livre (EFTA) que participam no Espaço Económico Europeu, dos países parceiros abrangidos pela Política Europeia de Vizinhança, dos Estados aderentes e dos países candidatos e potenciais candidatos.

Dos Programas de Ação para a Proteção do Consumidor da União Europeia e dos princípios e direitos fundamentais adotados já expostos, resultaram diversas diretivas para a proteção dos consumidores a serem absorvidas e internalizadas por todos os estados membros. No entanto, ainda que tal internalização ou harmonização das diretivas seja uma realidade, a criação de um Código de Defesa do Consumidor Europeu é uma aspiração a ser alcançada.

### **3.2.1 Diretivas da União Europeia**

Neste item, o estudo tenciona realizar uma ligeira abordagem a respeito das Diretivas da União Europeia para a Proteção do Consumidor, oriundas dos programas de ação descritos anteriormente, e sua internalização pelos estados

membros, e, em razão da quantidade destas, não pretende esgotar o assunto, somente trabalhando de forma exemplificativa.

Como menciona Irti (apud MARQUES, 2011, p. 706-707), em sua obra sobre o Código Civil e a sociedade de política, ao desafio da sociedade de consumo de massa soou-se o das novas exigências de um mercado integrado. Essas novas formas sociais e da economia mundial tiveram forte repercussão legislativa nos Estados industrializados, a ponto de se criar um direito privado comum europeu, entre os países membros da União Europeia. Efetivamente, as comunidades europeias e, hoje, a União Europeia são um forte legislador dos direitos econômico, civil e comercial, em especial sobre temas de proteção do consumidor, a ponto de professores franceses defenderem, no final do século XX, a ideia de um código europeu do consumo.

No início do século XXI, autores alemães consideraram que a influência legislativa europeia modificou tão profundamente os direitos nacionais que, quebrando tradições puramente civilistas e evoluindo para uma visão econômico-privatista, pode-se falar de um novo direito privado do consumidor (*Verbraucherprivatrecht*)<sup>27</sup>. Assim, o direito privado do século XXI seria tripartite, reunindo o Direito Civil, o que restou do Direito Comercial e um forte Direito do Consumidor (MARQUES, 2011, p. 707).

Todas essas linhas têm como convergência o fato de procurarem dar respostas efetivas para o desafio da imposição, em nossas sociedades pós-modernas (seja em países industrializados ou em países emergentes, como o Brasil), de uma nova coexistência de leis especiais e gerais, que regulam o mercado de consumo em massa. Esses modelos merecem atenção (MARQUES, 2011, p. 707).

No modelo francês, o consumo é tido como um tema transversal dos direitos privado e público. Certo é que o sistema jurídico brasileiro é fruto de uma história. No direito comparado, os autores alemães classificam o direito brasileiro como pertencente à chamada “família romana” de direitos (MARQUES, 2011, p. 707).

Nesse íterim, mister se faz considerar as Diretivas da União Europeia<sup>28</sup>, cujo

---

<sup>27</sup> Verbraucherprivatrecht - o consumidor de direito privado (tradução nossa).

<sup>28</sup> Trata-se da análise sistêmica da Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores, que altera a Diretiva 93/13/CEE do Conselho e a Diretiva 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e que revoga a Diretiva

principal é reforçar os direitos dos consumidores na referida União. Conforme a Diretiva nº 2011/83, é possível elencar dois grandes objetivos de proteção:

- a) visando aumentar os níveis de proteção do consumidor mediante a harmonização de vários aspetos essenciais da legislação nacional relativa aos contratos celebrados entre os clientes e os vendedores;
- b) incentivando o comércio entre os países da UE, em especial para os consumidores que efetuam aquisições em linha (EUR-LEX, 2011, s.p.).

Essa diretiva abrange os contratos celebrados entre profissionais e consumidores relativos à venda de bens, à prestação de serviços (como o fornecimento de água, gás, eletricidade e aquecimento) e de conteúdos digitais em linha, com exceção das viagens e férias organizadas ou dos serviços financeiros, como o crédito ao consumo e os seguros e substitui a diretiva relativa às vendas à distância (EUR-LEX, 2011<sup>29</sup>, s.p.) e a diretiva relativa às vendas de porta a porta (EUR-LEX, 2011<sup>30</sup>, s.p.).

Dentre outras regras, determina-se que antes da celebração de um contrato, os profissionais devam facultar aos consumidores, numa linguagem clara e compreensível, informações relativas, nomeadamente: à identidade e aos dados de contato, às características principais do produto e às condições aplicáveis, incluindo as condições de pagamento, o prazo de entrega, a execução e a duração do contrato, bem como as condições de rescisão (EUR-LEX, 2011, s.p.).

Com relação ao direito à informação, prevê a diretiva que ele deve ser mais pormenorizado para os contratos celebrados por meio de correspondência, telefone ou pela Internet e para as compras efetuadas fora do estabelecimento comercial (nas situações em que o profissional visita o domicílio do consumidor) (EUR-LEX, 2011, s.p.).

Merece atenção o Direito de Retratação. Os consumidores podem, salvo determinadas exceções, exercer o direito de retratação, sem qualquer explicação e sem incorrer em custos, relativamente a contratos celebrados a distância e fora do estabelecimento comercial, dispondo, para isso, de um prazo de 14 dias a contar da data de entrega dos bens ou da celebração do contrato de prestação de serviços. Para esse efeito, é suficiente o formulário normalizado de retratação fornecido pelo

---

85/577/CEE do Conselho e a Diretiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho Texto relevante para efeitos do EEE.

<sup>29</sup> Directiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de maio de 1997.

<sup>30</sup> Directiva 85/577/CEE do Conselho, de 20 de dezembro de 1985.

vendedor. Quando não tiver sido fornecida ao consumidor a informação relativa ao direito de retratação, o prazo de retratação é prorrogado por 12 meses (EUR-LEX, 2011, s.p.).

O Direito de Retratação apresenta algumas exceções, como os bens suscetíveis de se deteriorarem rapidamente, bens lacrados não suscetíveis de devolução por motivos de proteção da saúde ou de higiene quando abertos pelo consumidor, e às reservas de hotel ou serviços de aluguel de automóveis que estejam associados a uma data específica (EUR-LEX, 2011, s.p.).

Para o exercício do referido direito, proíbe-se a cobrança de custos, ou ainda encargos suplementares. Os fornecedores são proibidos de cobrar dos consumidores encargos que ultrapassem o custo por eles suportado.

Outras diretrizes são semelhantes às previsões encontradas no Direito do Consumidor brasileiro, tais como aquela que dispõe que, ao utilizar o telefone para contactar o fornecedor a fim de obter informações ou apresentar uma reclamação relativamente a um contrato, o consumidor não fica vinculado a pagar mais do que a tarifa de base da linha telefônica, ou ainda a necessidade que têm os fornecedores de obter o consentimento expresso do consumidor quando oferecem serviços que requerem pagamento adicional (EUR-LEX, 2011, s.p.).

Quanto à aplicabilidade da diretiva<sup>31</sup>, ela se tornou vigente a partir de 12 de dezembro de 2011. Os países da UE tiveram que absorvê-la para o direito nacional até 13 de dezembro de 2013. Essa diretiva aplica-se a contratos celebrados depois de 13 de junho de 2014.

A UE objetiva assegurar um elevado nível de segurança do consumidor sempre que as pessoas adquirem produtos à venda na Europa. A diretiva<sup>32</sup> impõe às empresas a obrigação de garantirem a segurança dos produtos colocados à venda e de tomarem medidas corretivas quando tal não se verificar (EUR-LEX, 2003, s.p.).

Outrossim, possui um sistema de alerta rápido da UE para produtos<sup>33</sup> não alimentares perigosos. Esse sistema permite que as autoridades nacionais partilhem

---

<sup>31</sup> Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores, que altera a Diretiva 93/13/CEE do Conselho e a Diretiva 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e que revoga a Diretiva 85/577/CEE do Conselho e a Diretiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho (JO L 304 de 22.11.2011, p. 64–88).

<sup>32</sup> Diretiva 2001/95/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 3 de dezembro de 2001, relativa à segurança geral dos produtos.

<sup>33</sup> Segundo a própria Diretiva (2001/95/CE), produto é qualquer artigo que se destine a ser vendido aos consumidores, ou suscetível de ser utilizado por estes, seja ele novo, usado ou recuperado.

prontamente informações sobre as medidas adotadas para retirar tais produtos do mercado.

A Diretiva nº 2001/95/CE, que trata da segurança dos produtos, entrou em vigor em de 15 de janeiro de 2002 e possui alguns princípios, como todos os produtos colocados no mercado da UE têm de ser seguros. Além disso, devem apresentar informações que permitam o seu rastreio, como a identidade do fabricante e as referências do produto. Sempre que se afigurar necessário para uma utilização segura, os produtos deverão ser acompanhados de avisos e informações sobre os riscos inerentes (EUR-LEX, 2003, s.p.).

Um produto é considerado seguro se respeitar os requisitos nacionais específicos ou as normas da UE. Na ausência de tais requisitos ou normas, a avaliação da segurança deve ser efetuada de acordo com:

- a) orientações da Comissão;
- b) as boas práticas no setor em causa;
- c) o estado atual dos conhecimentos e da técnica;
- d) o nível de segurança com que os consumidores podem razoavelmente contar (EUR-LEX, 2003, s.p.).

Para o efetivo cumprimento da regra, as autoridades nacionais responsáveis pela sua aplicação dispõem de poderes para controlar a segurança dos produtos e tomar as medidas adequadas em relação aos produtos que não ofereçam segurança. Como já exposto anteriormente, um sistema de troca rápida de informações, gerido pela Comissão, permite às autoridades nacionais alertar rapidamente os seus homólogos relativamente aos produtos que apresentem um risco grave para a saúde e a segurança. Os produtos alimentares, farmacêuticos e os dispositivos médicos são objetos de disposições separadas (EUR-LEX, 2003, s.p.).<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> **FOOD PRODUCTS**

The EU has one of the highest food safety standards in the world – largely thanks to the solid set of EU legislation in place, which ensures that food is safe for consumers. A key tool to ensure the flow of information to enabling swift reaction when risks to public health are detected in the food chain is **RASFF – the Rapid Alert System for Food and Feed**.

Created in 1979, RASFF enables information to be shared efficiently between its members (EU-28 national food safety authorities, Commission, EFSA, ESA, Norway, Liechtenstein, Iceland and Switzerland) and provides a round-the-clock service to ensure that urgent notifications are sent, received and responded to collectively and efficiently. Thanks to RASFF, many food safety risks had been averted before they could have been harmful to European consumers.

Vital information exchanged through RASFF can lead to products being recalled from the market. A robust system, which has matured over the years, RASFF continues to show its value to ensure food safety in the EU and beyond.

### **PHARMACEUTICAL PRODUCTS**

Medicinal products for human use: The EU legal framework for medicinal products for human use guarantees high standards of quality and safety of medicinal products and intends to promote the functioning of the internal market, with measures which encourage innovation and competitiveness in Europe. It is based on the principle that medicinal products may be placed on the market only following a marketing authorisation granted by the competent authorities.

A large body of legislation has developed around this principle with the progressive harmonisation of requirements implemented across the whole European Economic Area. Today, medicinal products in the EU may be either authorised at EU level by the European Commission or at national level by Member States' competent authorities. Special rules exist for the authorisation of medicinal products for paediatric use, orphan medicines, traditional herbal medicines, vaccines and clinical trials. In addition, once a medicinal product is placed on the market, its safety continues to be monitored throughout its entire lifespan through the EU system of pharmacovigilance. The European Medicines Agency, established in 1995, underpins the centralised authorisation procedure and supports coordination between national competent authorities. The Agency is the hub of a European medicines network comprising over 40 national regulatory authorities guaranteeing a constant exchange and flow of information regarding the scientific assessment of medicinal products in the EU.

### **MEDICAL DEVICES**

The role of medical devices is essential to the healthcare of EU citizens. The diversity and innovativeness of this sector contributes significantly to enhancing the safety, quality and efficacy of healthcare in the EU. Covering a wide range of products, from simple bandages or sticking plasters to the most sophisticated X-ray equipment, the medical devices sector plays a crucial role in the diagnosis, prevention, monitoring and treatment of diseases. It also helps improve the quality of life of those with disabilities.

The importance of the medical devices sector

The medical devices sector helps save lives by providing innovative health care solutions regarding diagnosis, prevention, monitoring, treatment and alleviation of disease. The sector has become increasingly important for the healthcare of EU citizens and an influencer of expenditure.

The medical devices industry is a major employer in Europe, employing 575,000 people in the EU.

Total sales amount to EUR 100 billion.

The sector represents some 25,000 companies, of which 95% are Small and Medium-sized Enterprises (SMEs).

Challenges faced by the sector

The medical devices sector faces many challenges at national, European and international level, which may have an impact on their innovation capacity and overall competitiveness:

#### **Public Health Systems**

In particular, emerging needs such as developing a shared understanding of healthcare goals, overcoming health inequalities, an ageing society and exploiting the potential of e-health technologies.

#### **Finding the balance between patient's needs and financial sustainability**

Ensuring that the sector can enhance better access for patients to devices whilst simultaneously ensuring that pricing and reimbursement policies are effective;

#### **Competitiveness and innovation**

Challenges related to R&D, emerging technologies and the green economy, as well as issues related to the EU's trade and regulatory cooperation globally. SMEs in particular face challenges in this regard

Tradução nossa:

**PRODUTOS ALIMENTARES:** A UE tem um dos mais altos padrões de segurança alimentar no mundo - em grande parte graças ao sólido conjunto de legislação da UE em vigor, o que garante que os alimentos são seguros para os consumidores. Uma ferramenta chave para garantir o fluxo de informações para permitir uma reação rápida quando os riscos para a saúde pública são detectados na cadeia alimentar é RASFF - o Sistema de Alerta Rápido para Alimentos. Criada em 1979, o RASFF permite que as informações sejam compartilhadas de forma eficiente entre seus membros (autoridades nacionais de segurança alimentar da UE-28, Comissão, EFSA, ESA,

A Comissão pode instaurar ações rápidas em âmbito da UE, por um período não superior a um ano (renovável), se um determinado produto apresentar um risco grave (EUR-LEX, 2003, s.p.). A legislação não se aplica a antiguidades ou a produtos que necessitem ser reparados ou recuperados.

É possível vislumbrar que sempre que utilizarem o sistema de alerta rápido, as autoridades nacionais deverão facultar informações sobre a identificação do produto e a sua disponibilidade no resto da Europa, a descrição dos riscos que o produto comporta e as medidas tomadas com vista à proteção do público.

A diretiva que normatiza a publicidade enganosa e comparativa<sup>35</sup> intenta proteger os profissionais contra a publicidade enganosa de outras empresas (ou seja, B2B<sup>36</sup>), que é semelhante a uma prática comercial desleal. Ainda, estipula as condições em que a publicidade comparativa pode ser autorizada.

Dispõe a diretiva que as publicidades que enganem ou possam enganar as pessoas que as recebam são proibidas na medida em que o seu caráter enganoso possa afetar o comportamento econômico dos consumidores e dos profissionais ou prejudicar um concorrente (EUR-LEX, 2006, s.p.).

---

Noruega, Liechtenstein, Islândia e Suíça) e oferece um serviço 24 horas por dia para garantir que seja urgente as notificações são enviadas, recebidas e respondidas de forma coletiva e eficiente. Graças ao RASFF, muitos riscos para a segurança alimentar foram evitados antes que pudessem ter prejudicado os consumidores europeus.

**PRODUTOS FARMACÊUTICOS:** Medicamentos para uso humano: O quadro jurídico da UE para medicamentos para uso humano garante elevados padrões de qualidade e segurança dos medicamentos e pretende promover o funcionamento do mercado interno, com medidas que incentivem a inovação e a competitividade na Europa. Baseia-se no princípio de que os medicamentos só podem ser colocados no mercado na sequência de uma autorização de introdução no mercado concedida pelas autoridades competentes.[...] A Agência Europeia de Medicamentos, criada em 1995, sustenta o procedimento centralizado de autorização e apoia a coordenação entre as autoridades nacionais competentes [...] garantindo um intercâmbio constante e um fluxo de informações sobre a avaliação científica dos medicamentos na UE.

**DISPOSITIVOS MÉDICOS:** O papel dos dispositivos médicos é essencial para os cuidados de saúde dos cidadãos da UE. A diversidade e a inovação deste sector contribuem significativamente para melhorar a segurança, qualidade e eficácia dos cuidados de saúde na UE. Abrangendo uma ampla gama de produtos, desde bandagens simples ou emplastos de aderência até equipamentos de raios-X mais sofisticados, o setor de dispositivos médicos desempenha um papel crucial no diagnóstico, prevenção, monitoramento e tratamento de doenças. Também ajuda a melhorar a qualidade de vida das pessoas com deficiência. [...] O setor dos dispositivos médicos enfrenta muitos desafios a nível nacional, europeu e internacional, que podem ter um impacto na sua capacidade de inovação e competitividade global.

<sup>35</sup> Diretiva 2006/114/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa à publicidade enganosa e comparativa (versão codificada) (JO L 376 de 27.12.2006, p. 21-27).

<sup>36</sup> B2B significa “*business to business*”, ou “empresa para empresa”, e o B2C significa “*business to consumer*” ou “empresa para consumidor”. Quando falamos que um negócio é B2B, quer dizer que seu público-alvo são outras empresas – e não o consumidor final, como é o caso de empresas B2C – Disponível em: <<https://endeavor.org.br/b2b/>>. Acesso em: 20 out. 2018.

Ainda, prevê que o caráter enganoso de uma publicidade depende de um conjunto de critérios, segundo EUR-LEX (2006, s.p.):

- a) as características dos bens e dos serviços (disponibilidade, composição ou natureza, modo de fabrico ou de prestação, origem, etc.), os resultados que podem ser esperados da sua utilização e os resultados dos controlos de qualidade realizados;
- b) o preço ou o seu modo de estabelecimento e as condições de fornecimento dos produtos e de prestação dos serviços; e
- c) a natureza, as qualidades e os direitos do anunciante (identidade e património, qualificações, direitos de propriedade industrial, etc.).

Além disso, decreta que as publicidades comparativas referem-se a um concorrente ou a bens e serviços concorrentes, de forma explícita ou implícita. Esse tipo de publicidade é autorizado apenas se ela não for enganosa, podendo, então, constituir um meio legítimo de informar os consumidores das vantagens que lhe estão associadas. Assim, de acordo com EUR-LEX (2006, s.p.), as comparações devem, nomeadamente:

- a) referir-se a bens ou serviços que respondem às mesmas necessidades ou têm os mesmos fins;
- b) referir-se a produtos com uma mesma denominação de origem;
- c) tratar objetivamente características essenciais, pertinentes, comprováveis e representativas desses bens e serviços, entre as quais se pode incluir o preço; e
- d) evitar gerar confusões entre os profissionais, não desacreditar, imitar ou tirar partido de marcas ou designações comerciais concorrentes.

Por último, preconiza que os países da UE devem velar para que as pessoas ou as organizações que nisso tenham um interesse legítimo possam intentar uma ação judicial ou um recurso administrativo contra as publicidades ilícitas. Dessa forma, os tribunais ou as autoridades administrativas dos países da UE devem poder ordenar a cessação de uma publicidade ilícita, mesmo na ausência de prova de perda, de prejuízo real ou de intenção de negligência; ou proibir uma publicidade ilícita que ainda não tenha sido publicada (EUR-LEX, 2006, s.p.).

A diretiva sobre a rotulagem e embalagem dos produtos<sup>37</sup> entrou em vigor em 23 de janeiro de 1976. A maioria dos países da UE foi obrigada a integrá-la em sua legislação interna até 22 de julho de 1977. A Bélgica, a Irlanda e o Reino Unido puderam fazê-lo até 31 de dezembro de 1979.

Dispõe essa diretiva que as pré-embalagens<sup>38</sup> (ou embalagens preparadas antecipadamente) e seu respectivo conteúdo devem indicar a massa ou o volume que contêm na rotulagem, de forma harmonizada, tendo em conta certas condições metrológicas. E que as pré-embalagens e os produtos pré-embalados<sup>39</sup> devem apresentar na respetiva rotulagem uma série de informações que interessam ao consumidor (EUR-LEX, 2000, s.p.).

Ainda determina que esses produtos pré-embalados deverão ser vendidos por unidade, com um peso ou um volume constante, escolhido de antemão pelo acondicionador. O peso ou o volume deve ser: igual ou superior a cinco gramas ou cinco mililitros para as embalagens menores; igual ou inferior a 10 quilogramas ou 10 litros para as embalagens maiores (EUR-LEX, 2000, s.p.).

Além disso, a rotulagem deve indicar o volume dos produtos líquidos e a massa para os outros produtos. Por outro lado, o produto pré-embalado deve também trazer no respetivo rótulo as indicações de massa e de volume de uso comercial ou seguir a regulamentação nacional de destino se essas indicações forem diferentes nos países da UE (EUR-LEX, 2000, s.p.).

É importante ressaltar que, conforme a diretiva, os países da UE não podem proibir ou restringir a colocação no mercado de embalagens que cumpram as prescrições da diretiva no que diz respeito à indicação do volume ou da massa e aos métodos metrológicos utilizados.

Quanto à produção e à rotulagem dos produtos biológicos, o seu regulamento próprio<sup>40</sup> estabelece um quadro jurídico para elas e ainda estabelece os objetivos e

---

<sup>37</sup> Diretiva 76/211/CEE do Conselho, de 20 de janeiro de 1976, relativa à aproximação das legislações dos Estados-Membros respeitantes ao pré-acondicionamento em massa ou em volume de certos produtos em pré-embalagens (JO L 46 de 21.2.1976, p. 1-11) As sucessivas alterações e correções da Diretiva 76/211/CEE foram integradas no texto de base. A versão consolidada apenas tem valor documental.

<sup>38</sup> Diretiva 76/211/CEE: Pré-embalagem: o conjunto de um produto e da embalagem individual na qual ele é pré-embalado.

<sup>39</sup> Diretiva 76/211/CEE: Produto pré-embalado: um produto considera-se pré-embalado quando é colocado numa embalagem de qualquer natureza, fora da presença do comprador e de tal modo que a quantidade de produto contida na embalagem tenha um valor previamente escolhido e não possa ser alterada sem que a embalagem seja aberta ou sofra uma alteração perceptível.

<sup>40</sup> Regulamento (CE) n.º 834/2007 do Conselho — produção e rotulagem dos produtos biológicos.

os princípios gerais que servem de base à agricultura biológica e traz as regras relativas à produção, à rotulagem, aos controles e às trocas com países não pertencentes à UE. Ao consagrar as regras relativas à produção, à rotulagem e ao controle dos produtos biológicos, visa a assegurar a concorrência leal entre produtores e o aumento da confiança dos consumidores nestes produtos (EUR-LEX, 2007, s.p.).

Os objetivos da referida diretiva incidem na agricultura sustentável e na qualidade da produção, que devem dar resposta às necessidades dos consumidores. Já os princípios gerais referem-se, por exemplo, aos métodos de produção específicos, à utilização dos recursos naturais e à estrita limitação da utilização de fatores de produção químicos de síntese (EUR-LEX, 2007, s.p.).

Também consagra princípios específicos aplicáveis à agricultura, à transformação de gêneros alimentícios biológicos e alimentos biológicos para animais, como as regras de produção. Segundo as regras gerais de produção biológica, são proibidas todas as formas de organismos geneticamente modificados (OGM). As regras de rotulagem dos alimentos permitem que os operadores se assegurem de que essa proibição é respeitada. São igualmente proibidos os tratamentos por radiação ionizante (EUR-LEX, 2007, s.p.).

Ressalte-se que a diretiva determina que os operadores que optem pela coexistência dos dois tipos de produção agrícola (biológica e não biológica) devem assegurar a separação dos animais e terras.

A norma ainda autoriza a utilização de um número limitado de produtos e substâncias na agricultura biológica (EUR-LEX, 2007, s.p.). Esses produtos podem ser destinados ao tratamento das plantas, à alimentação animal e à limpeza das instalações utilizadas para a produção animal e vegetal, podendo também ser fixado limite e condições para a aplicação desses produtos.

Conforme a diretiva, as explorações que iniciem uma atividade de produção biológica devem passar por um período de conversão (uma fase de transição durante a qual devem ser respeitadas as práticas biológicas). O regulamento estabelece regras aplicáveis a esse período de conversão (EUR-LEX, 2007, s.p.).

Outrossim, preconiza que os alimentos biológicos transformados para animais devem conter matérias-primas biológicas e não podem ter sido transformadas com o recurso de solventes de síntese. Os gêneros alimentícios transformados devem

conter principalmente ingredientes de origem agrícola (EUR-LEX, 2007, s.p.). São permitidos outros ingredientes, desde que tenham sido autorizados.

Salienta-se que a rotulagem, a publicidade e a documentação comercial, de acordo com a regra, podem utilizar termos como eco e bio para caracterizar um produto biológico, os seus ingredientes ou as matérias-primas (EUR-LEX, 2007, s.p.). A rotulagem de um produto biológico deve ser facilmente visível na embalagem e conter uma referência ao organismo de controle que certifica o produto em questão.

Ainda, as autoridades têm a obrigação de controlar as atividades de cada operador implicado na comercialização de um produto biológico antes da sua colocação no mercado.

#### Trocas com países não pertencentes à UE

Os produtos provenientes de países não pertencentes à UE podem igualmente ser vendidos no mercado da UE como sendo produtos biológicos desde que cumpram o regulamento e tenham sido controlados. O controlo pode ser efetuado quer por um organismo reconhecido pela UE, quer por um organismo de controlo acreditado.

#### Comercialização e acompanhamento estatístico

A comercialização de um produto biológico não pode ser de forma alguma entravada pelas autoridades de um país da UE diferente daquele cuja autoridade controlou o produto.

A Comissão efetua um acompanhamento estatístico baseado nos dados fornecidos pelos países da UE. O Comité de Regulamentação da Produção Biológica assiste a Comissão na definição das políticas relativas à agricultura biológica (EUR-LEX, 2007, s.p.).

Quanto aos gêneros alimentícios e aos alimentos para animais geneticamente modificados, a diretiva<sup>41</sup> estabelece regras sobre o modo como os OGMs<sup>42</sup> são autorizados e supervisionados e sobre a rotulagem dos gêneros alimentícios e alimentos para animais geneticamente modificados (EUR-LEX, 2007, s.p.).

O principal objetivo é proteger as vidas e a saúde da população; a saúde e o bem-estar animal; e os interesses ambientais e dos consumidores. A aplicabilidade dessas proteções está relacionada aos OGMs utilizados em gêneros alimentícios ou em alimentos para animais; aos gêneros alimentícios ou alimentos para animais que

<sup>41</sup> Regulamento (CE) n.º 1829/2003 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de setembro de 2003, relativo a géneros alimentícios e alimentos para animais geneticamente modificados (JO L 268 de 18.10.2003, p. 1-23).

<sup>42</sup> Regulamento (CE) n.º 1829/2003: Organismo geneticamente modificado: um organismo cujo material genético tenha sido modificado através de engenharia genética com o objetivo de passar a conter genes que, de outro modo, não conteria.

tenham OGM; aos gêneros alimentícios ou alimentos para animais produzidos a partir de ou que tenham ingredientes produzidos a partir de OGM (EUR-LEX, 2007, s.p.).

Mas, para isso, a rotulagem deve ser clara e objetiva quando contém, de qualquer modo, OGM. No entanto, os gêneros alimentícios e alimentos para animais que tenham menos de 0,9% de OGM não têm de ser rotulados, desde que a presença dos OGMs seja tecnicamente inevitável (EUR-LEX, 2007, s.p.).

A rastreabilidade (adequação para rastrear os OGMs e os produtos produzidos a partir de OGM em todas as fases das cadeias de produção e de distribuição) é fundamental para fornecer aos consumidores e ao comércio de alimentos informações e salvaguardas acerca dos gêneros alimentícios/alimentos para animais derivados de OGM (EUR-LEX, 2007, s.p.). Permite-lhes fazer escolhas esclarecidas com base numa rotulagem exata.

Existem três requisitos obrigatórios para os vendedores desses produtos:

- informar os compradores por escrito de que um produto contém OGM (ou fornecer uma «declaração de utilização» para os produtos destinados a géneros alimentícios ou a alimentos para animais);
- comunicar os identificadores únicos atribuídos a cada OGM ao abrigo do regulamento;
- (para géneros alimentícios e alimentos para animais) identificar cada um dos ingredientes produzidos a partir de OGM, se existir uma lista de ingredientes (EUR-LEX, 2007, s.p.).

É necessário destacar que essas informações devem ser prestadas em cada fase das cadeias de produção e de distribuição e ser conservadas durante cinco anos (EUR-LEX, 2007, s.p.).

Há de se destacar que na via europeia a consciência da importância do papel do consumidor é tamanha que se pode dizer que o cidadão europeu é visto como um consumidor potencial, razão pela qual a busca pela melhoria da qualidade de vida é sempre presente na sua defesa.

E há uma identidade entre a defesa dos direitos do consumidor e a defesa dos direitos fundamentais do cidadão, e que a harmonização da legislação pelos estados membros representa a garantia de proteção aos consumidores europeus.

Também se conclui, com o estudo realizado sobre o Direito Internacional do Consumidor e com o estudo do Direito do Consumidor da União Europeia, que todos

os princípios e direitos fundamentais de proteção do consumidor, recomendados pelos Organismos Internacionais, foram absorvidos pelos estados membros.

### 3.3 Direito do consumidor brasileiro

A preocupação com a proteção do consumidor sempre existiu na legislação brasileira, ainda que de forma pouco expressiva, e prova disso é que se observam dispositivos que apontam direitos e obrigações já no Código Comercial de 1840. Essa preocupação resta clara e precisa no artigo 631 do referido dispositivo comercial, eis que discorre sobre os direitos e obrigações dos passageiros de embarcações.<sup>43</sup>

O Código Civil de 1916 também demonstrava interesse na vulnerabilidade do consumidor e sua proteção quando previa as responsabilidades do empreiteiro, reconhecendo que o consumidor é a parte fraca da relação, conforme expressa seu artigo 1.245.<sup>44</sup>

Não obstante, nessa época ainda imperava a pouca intervenção estatal em respeito aos ideais da autonomia privada e da autorregulamentação do mercado, o que se chamou de Liberalismo Econômico do século XIX, e serviu de inspiração para o Código Civil de 1916. Predominava o princípio da autonomia da vontade privada, o entendimento absoluto do contrato como lei entre as partes e a força obrigatória deste (*pacta sunt servanda*).

Posteriormente, na década de 30, foi promulgado o Decreto nº 22.626/1933, que discorria sobre juros no contrato, reprimindo a usura, tema que também ganhou previsão no artigo 117 da Constituição de 1934, que abordava questões de ordem econômica focada na existência digna de todos.

Outras normas nesse sentido foram surgindo, tais como os Decretos-Lei nº 869/1938 e nº 9.840/1946, que versavam sobre os crimes contra a economia

---

<sup>43</sup> CCom Art. 631. Interrompendo-se a viagem depois de começada por demora de conserto de navio, o passageiro pode tomar passagem em outro, pagando o preço correspondente à viagem feita. Se quiser esperar pelo conserto, o capitão não é obrigado ao seu sustento; salvo se o passageiro não encontrar outro navio em que comodamente se possa transportar, ou o preço da nova passagem exceder o da primeira, na proporção da viagem andada.

<sup>44</sup> CCivil 1916: Art. 1.245 – (...) o empreiteiro de materiais e execução responderá, durante 5 (cinco) anos, pela solidez e segurança do trabalho, assim em razão dos materiais, como do solo, exceto, quanto a este, se, não o achando firme, preveniu em tempo o dono da obra.

popular, restando revogada em 1951 pela Lei de Economia Popular, que permanece em vigor; o Decreto-Lei nº 5384/1942, que discorria sobre seguro de vida; a Lei de Repressão ao Abuso do Poder Econômico, que instituiu o Conselho Administrativo de Defesa Econômica, que de forma indireta favorecia o consumidor; a Lei nº 1283/1950, que dispunha sobre a inspeção industrial e sanitária; a Constituição de 1967, que embora tenha estabelecido a competência legislativa da União acerca da produção e consumo no artigo 150, nada previu acerca dos direitos dos consumidores quando dispôs sobre a ordem econômica no artigo 157.

A partir de 1960, o Direito do Consumidor surgiu de forma extremamente acanhada, com a Lei Delegada nº 4, de 1962, que vigorou até 1998. A referida lei tinha como finalidade a fiscalização e a regulamentação das normas de comercialização, assegurando a livre distribuição de produtos.

Acompanhando os movimentos consumeristas mundiais, a atenção com a defesa do consumidor no Brasil se mostrou mais expressiva na década de 70, por meio dos discursos do então Deputado Federal Raimundo Nina Ribeiro, que perseguiram uma intervenção mais eficiente neste âmbito. No ano de 1976, foi criado o primeiro órgão público de proteção ao consumidor, que recebeu o nome de Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, mais conhecido como PROCON, pelo Governo do Estado de São Paulo. Também nessa década houve a promulgação e a implementação de normas direcionadas aos segmentos de alimentos (Decreto-lei nº 986/1969), saúde (Decreto-lei nº 211/1970) e habitação (Lei nº 6649/1979 – locação e nº 6676/1979 – loteamento).

Na década de 80, a participação da sociedade em relação ao consumo passou a se intensificar, surgiram vários regulamentos setoriais, normas técnicas e de condutas, entre outros instrumentos, que eram criados para proteger os consumidores. Várias entidades civis também se formaram, conquistando diversas garantias em áreas específicas. A partir daí, foram criados os PROCONs nos demais estados do Brasil, crescendo referido movimento que buscava a proteção e defesa do consumidor.

Em 21 de julho de 1987, um grupo de voluntários cria oficialmente o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), uma associação de consumidores sem fins lucrativos, independente de empresas, partidos ou governos, cuja missão é orientar, conscientizar, defender a ética na relação de consumo e, sobretudo, lutar pelos direitos de consumidores-cidadãos. O instituto ganhou grande notoriedade

nacional e internacional, e é até hoje uma grande referência na luta e na defesa dos direitos do consumidor<sup>45</sup>.

O marco mais importante relativo à proteção do consumidor ocorreu com a promulgação da Constituição Federal (CF) de 1988, que trouxe dispositivos específicos sobre o tema, ganhando o Direito do Consumidor o *status* de direito fundamental de terceira geração e passando a integrar definitivamente o sistema jurídico brasileiro.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

...

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

O texto constitucional citado elencou a defesa do consumidor como um dos princípios gerais da atividade econômica, o que pode ser observado no artigo 170, inciso V:

Art. 170 - A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:  
V - defesa do consumidor;

Diante das determinações contidas no artigo 48 do ato de Disposições Transitórias da Constituição de 1988, o Congresso Nacional realizou estudos e discussões que resultaram na edição da Lei nº 8.078/1990, o Código de Defesa do Consumidor, como lei principiológica reguladora das relações de consumo. Nesse cenário, o Direito do Consumidor brasileiro afirma-se, cada vez mais, como resposta à ideia de igualdade formal do direito civil, para a construção de um microsistema que privilegia a igualdade material da concepção aristotélica (tratar os desiguais de forma desigual).

Destaca-se, por oportuno, o surgimento do Decreto nº. 2.181/1997, que dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, determinando normas gerais de aplicação das sanções administrativas asseguradas no Código de Defesa do Consumidor.

---

<sup>45</sup> Disponível em: <<https://idec.org.br/http%3A//www.idec.org.br/o-idec/vitorias%3Fid%3D36>>. Acesso em: 20 out. 2018.

Diante da inviabilidade de proteção ampla dos consumidores por meio das leis, particularmente no que tange o comércio eletrônico, o Código de Defesa do Consumidor constitui uma rica fonte de orientação ou nas lições de Canut (2008, p. 96) um “conjunto normativo flexível, composto por normas genéricas, suscetíveis de valoração e adaptação ao sistema fático”.

Tal sistema calcado nesta concepção de “igualdade”, não traduz os reclames fáticos e sociais das relações de consumo, em especial no tocante aos contratos. Por enxergar nas relações jurídicas consumeristas, uma parte vulnerável às pressões da outra, o legislador elaborou um novo sistema imerso dentro do direito civil, ou seja, um microsistema traduzido em um conjunto de princípios e regras especiais e autônomo, com vistas à regulação destas relações. No Brasil a defesa do consumidor é exercida tanto dentro do Estado, como por meio de associações civis de defesa do consumidor. Entre as mais destacadas estão o Movimento das Donas de Casa (1983), IDEC (1987), Brasilcon (1992) e Instituto Alana (1994) (MARIMPIETRI, [2011], p. 9).

O Código de Defesa do Consumidor é reconhecidamente uma das leis de proteção ao consumidor mais completas e modernas do mundo, e trouxe mudanças significativas nas relações de consumo, reconhecendo a fragilidade, a hipossuficiência do consumidor na relação de compra e venda, pois sofreu muitas influências do Direito, das leis e dos princípios já implementados em diversos países.

### **3.3.1 Código de Defesa do Consumidor**

O Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, é o atual diploma legal vigente em ordenamento jurídico brasileiro, com o escopo de reger as relações de consumo.

Anteriormente à entrada em vigor desse código, as relações de consumo eram normatizadas pelo Código Civil brasileiro de 1916, vigente à época, sendo evidente a desvantagem do consumidor, pois o referido diploma legal foi elaborado muito antes da expansão do fenômeno da industrialização e do surgimento do consumo em massa, dando origem à denominada sociedade de consumo.

O Código Civil de 1916, alheio à Revolução Tecnológica e à sociedade de consumo, ainda previa regras clássicas de direito privado, como *pacta sunt servanda* - autonomia da vontade e responsabilidade civil fundada na culpa. Assim, se conflitos surgissem oriundos das relações de consumo, deveriam ser solucionados

com fundamento nesses preceitos legais, conferindo sérias desvantagens ao consumidor frente ao fornecedor na solução da lide, uma vez que notória era a sua vulnerabilidade na sociedade de consumo que se apresentava.

Com a evolução das relações sociais e o surgimento do consumo em massa, bem como dos conglomerados econômicos, os princípios tradicionais da nossa legislação privada já não bastavam para reger as relações humanas, sob determinados aspectos. E, nesse contexto, surgiu o Código de Defesa do Consumidor, atendendo a princípio constitucional relacionado à ordem econômica (GONÇALVES, 2012, p. 65).

Todos os estudos, os discursos e as normas que surgiram para a proteção do consumidor foram fundamentadas em um único princípio básico e universal, ou seja, no princípio da vulnerabilidade do consumidor. Tal princípio é o pilar fundamental da legislação protecionista brasileira, atingindo diretamente a solução de conflitos oriundos das relações de consumo.

O inciso I do art.4º reconhece: o consumidor é vulnerável. Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa ele que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico (NUNES, 2012, p.178).

Constatou-se, dessa maneira, que o consumidor necessitava de proteção frente a sua vulnerabilidade. Mas não qualquer proteção, e sim uma proteção especial capaz de colocá-lo em posição de igualdade dentro da relação jurídica que integra (relação de consumo) e que ostenta desigualdade desde a sua formação, nascendo então a legislação consumerista no Brasil.

E qual seria a base lógica do Código de Defesa e Proteção do Consumidor? Sua *ratio* é, justamente, a equidade diante da desigualdade/vulnerabilidade dos consumidores (art. 5º, XXXII, da CF/1988 e art. 4º, I, do CDC), a ser compensada por normas protetoras ali impostas, de forma a alcançar uma verdadeira igualdade formal e material entre os contratantes. O CDC é um código, um sistema protetivo e tutelar da igualdade, que beneficia aqueles que não são iguais. O CDC é um Código para diferentes, os consumidores (MARQUES, 2011, p. 700).

Além do Código de Defesa do Consumidor ser um sistema multidisciplinar, em razão de abranger normas de diferentes fontes, a doutrina brasileira entende ser também uma “lei principiológica”. “O CDC é considerado uma lei principiológica, isto

é, está constituído de uma série de princípios que possuem como objetivo maior conferir direitos aos consumidores, que são vulneráveis da relação, e impor deveres aos fornecedores” (BOLZAN, 2017, p. 38).

Como bem ensina Nunes (2012, p. 114):

Ademais, o CDC é uma lei principiológica, modelo até então inexistente no Sistema Jurídico Nacional. Como lei principiológica entende-se aquela que ingressa no sistema jurídico, fazendo, digamos assim, um corte horizontal, indo no caso do CDC, atingir toda e qualquer relação jurídica que possa ser caracterizada como de consumo e que esteja também regada por outra norma jurídica infraconstitucional.

Tal conclusão doutrinária já encontrou aceitação dos tribunais brasileiros, em especial do Superior Tribunal de Justiça, que pacificou entendimento no que diz respeito às práticas abusivas, entendendo ser toda aquela que afronte os princípios previstos no Código de Defesa do Consumidor.

É necessária a aceitação do Código de Defesa do Consumidor como lei principiológica no presente estudo, principalmente pelo fato dessa caracterização ser fundamental para a aplicabilidade desta em relações jurídicas já normatizadas por legislações específicas.

Nesse momento, o estudo passa a expor alguns conceitos e regras estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor, necessários ao fundamento da proposta final a ser apresentada, lembrando que eles são semelhantes aos conceitos e definições encontrados na norma internacional.

### 3.3.1.1 A Relação de Consumo

Para o Direito do Consumidor brasileiro, como também para outras normas alienígenas, a legislação consumerista, o Código de Defesa do Consumidor, incidirá sempre que se estiver diante de uma relação de consumo. É uma relação jurídica própria, com características específicas ditadas na norma, que se traduz na existência real de uma relação de consumo, logo, *a contrario sensu*, se não houver uma relação de consumo, não se aplica a legislação consumerista.

Esta, por sua vez, ocorre quando, de um lado, identifica-se a figura do consumidor e, de outro, a do fornecedor, tendo como objeto a negociação de produtos ou serviços. Portanto, os conceitos de consumidor e fornecedor integram o

próprio conceito de relação jurídica de consumo, assim como o fazem os conceitos de produtos e serviços.

Os conceitos de consumidor e fornecedor encontram-se no Código de Defesa do Consumidor, logo em seus artigos 2º e 3º, nos quais são definidas as figuras do consumidor e do fornecedor, além de estabelecer o que se deve entender por produtos e serviços.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 2º, preceitua que consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire produtos e serviços como destinatário final, criando ainda a figura do consumidor equiparado.<sup>46</sup>

A primeira parte do *caput* do dispositivo mencionado é objetiva e não apresenta dificuldades. Nela, o legislador deixa claro que admite que pessoas jurídicas também figurem em relações de consumo, na qualidade de consumidoras. A parte final do referido artigo é que exige maior atenção: a interpretação da expressão destinatário final.

Em uma interpretação restritiva, entende-se que o legislador pretendeu atribuir a qualidade de consumidor apenas àqueles que colocam fim à cadeia de produção de um produto ou serviço, retirando-os do mercado para consumi-los. Como exemplo, tem-se a aquisição de um fogão por uma pessoa para a utilização em sua residência. Neste caso, não resta dúvida de que essa pessoa é uma consumidora, em razão de claramente estar caracterizada como destinatário final do produto.

Exemplo diverso seria a mesma pessoa adquirindo um fogão para revenda em sua loja de eletrodomésticos. Aqui, também, não resta dúvida de que não se vislumbra uma relação consumerista, mas sim uma relação civil, não havendo aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor, pois não há a caracterização de destinatário final.

Não obstante, a ideia de destinatário final nem sempre se apresentará nítida na análise do caso concreto. Isso ocorrerá quando certo produto ou serviço for adquirido por pessoa física ou jurídica, que, por sua vez, também produz ou comercializa serviços ou produtos.

---

<sup>46</sup> Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.  
Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

No exemplo citado, considera-se a hipótese da pessoa adquirir o fogão para ser utilizado na sua residência para o preparo e venda de marmitas para a vizinhança. Diante da interpretação do conceito de destinatário final, essa pessoa não poderia ser considerada uma consumidora.

Todavia, se assim o fosse, estaria contrariando frontalmente o princípio da vulnerabilidade do Direito do Consumidor.

Outrossim, o legislador brasileiro preferiu a teoria finalista quando da elaboração do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor. Dessa forma, na definição legal de consumidor, a única característica que se exigiria dele seria a de destinatário final do produto ou serviço.

Nas lições de Garcia (2013, p. 29):

São três os elementos que compõem o conceito de consumidor segundo a redação supracitada. O primeiro deles é o subjetivo (pessoa física ou jurídica), o segundo é o objetivo (aquisição ou utilização de produtos e serviços) e o terceiro e último o teleológico (a finalidade pretendida com a aquisição de produto ou serviço) caracterizado pela expressão destinatário final.

Para-se diante de um conflito e, para sua solução, doutrina e jurisprudência, dividiram-se em três as teorias que tentam atribuir significado à expressão destinatário final. São elas: as teorias finalista, maximalista e finalista aprofundada.

De conformidade com os ensinamentos de Marques (2011, p. 305):

Destinatário final é aquele *destinatário fático e econômico* do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação *teleológica*, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, leva-lo para o escritório ou residência: é necessário ser destinatário final ou econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu. Neste caso, não haveria a exigida “destinação final” do produto ou do serviço.

Já aqueles que defendem a teoria maximalista contrariam a concepção finalista, estendendo a interpretação do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor ao máximo, partindo do pressuposto de que “O CDC seria um Código geral sobre o consumo, um Código para a sociedade de consumo, que institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores” (MARQUES, 2011, p. 306).

Para os maximalistas, não importa se o agente que adquire o produto é pessoa física ou jurídica, e se o faz com ou sem a finalidade de atingir lucro. A concepção de destinatário final liga-se com a de destinatário fático do produto, ou seja, aquele que o retira do mercado de consumo e o utiliza, seja para uso próprio, seja para processá-lo e comercializá-lo posteriormente.

Para essa corrente, seriam destinatários finais, por exemplo, a fábrica de toalhas que compra algodão para transformar em produto, a fábrica de celulose que compra carros para o transporte dos visitantes, o advogado que compra uma máquina de escrever para o seu escritório, ou mesmo o Estado, quando adquire canetas para uso nas repartições, e, é claro, a dona de casa que adquire produtos alimentícios para a família (MARQUES, 2011, p. 306).

Lembrando o exemplo citado no início deste item, para a teoria maximalista, portanto, a pessoa que adquire o fogão para revendê-lo poderia ser considerado um consumidor, e essa relação, uma relação de consumo regida pelo Código de Defesa do Consumidor.

Com a evolução das teorias expostas, e tendo em vista a necessidade de se atingir uma única interpretação sobre o conceito de destinatário final do Código de Defesa do Consumidor, até porque a aplicabilidade delas não satisfazia mais a necessidade do Judiciário frente à diversidade de casos levados a sua apreciação, surgiu uma nova interpretação sobre o tema.

Um estudo apresentado por Marques (2011, p. 307), observando a evolução das decisões proferidas pelo Superior Tribunal de Justiça, identificou que o STJ se posiciona de modo finalista; mas não com o finalismo rígido e superficial de outrora, mas sim com uma interpretação finalista mais aprofundada e híbrida, mitigando o conceito originário de destinatário final. Tal teoria foi denominada como teoria finalista aprofundada.

Demonstra Marques (2011, p. 307):

A partir de 2003, com a entrada em vigor do CC/2002, parece estar aparecendo uma terceira teoria, subdivisão da primeira – que aqui denominei de “finalismo aprofundado” -, na jurisprudência, em especial do STJ, demonstrando ao mesmo tempo extremo domínio da interpretação finalista e do CDC, mas com razoabilidade e prudência interpretando a expressão destinatário final do art. 2º do CDC de forma diferenciada e mista.

A teoria finalista aprofundada tem como objetivo analisar, em cada caso concreto, a existência de vulnerabilidade daquele que adquire ou utiliza o produto ou serviço, diante do fornecedor do mesmo, de acordo com o disposto no artigo 4º, I, do CDC, que eleva o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor a verdadeiro princípio nas relações de consumo. Para tanto, considera-se as capacidades técnica, econômica e jurídica daquele que adquire o produto ou serviço.

A nobre jurista cita o seguinte julgado:

Em caso líder, o Superior Tribunal de Justiça considerou vulnerável tecnicamente (e economicamente) uma costureira frente à fabricante de máquinas de bordar, especialmente no que concerne à imposição de cláusulas de eleição do foro, ensinando: “Processo civil e consumidor – Contrato de compra e venda de máquina de bordar – Fabricante – Adquirente – Vulnerabilidade – Relação de Consumo – Nulidade de cláusula eletiva de foro. 1. A 2ª Seção do STJ, ao julgar o Resp 541.867/BA, rel. Min. Pádua Ribeiro, rel. p/ acórdão Min. Barros Monteiro, DJ 16.05.2005, optou pela concepção subjetiva ou finalista de consumidor. 2. Todavia, deve-se abrandar a teoria finalista, admitindo a aplicação das normas do CDC a determinados consumidores profissionais, desde que seja demonstrada a vulnerabilidade técnica, jurídica e econômica. 3. Nos presentes autos, o que se verifica é o conflito entre uma empresa fabricante de máquinas e fornecedora de softwares, suprimentos, peças e acessórios para a atividade confeccionista e uma pessoa física que adquire uma máquina de bordar em prol de sua sobrevivência e de sua família, ficando evidenciada a sua vulnerabilidade econômica. 4. Nesta hipótese, está justificada a aplicação das regras de proteção ao consumidor, notadamente a nulidade de cláusula eletiva de foro. 5. Negado provimento ao recurso especial” (Resp 1.010.834/GO, Min. Nancy Andrighi, j. 03.08.2010). Realmente, neste caso se unem a vulnerabilidade técnica, de conhecimento da própria máquina e software adquiridos, e de conhecimentos jurídicos em relação ao contrato de adesão assinado e o acesso ao foro, assim a vulnerabilidade “econômica” frente ao outro contratante (MARQUES, 2011, p. 330).

O julgado citado tornou-se um ícone na aplicabilidade da teoria finalista aprofundada, também chamada de mitigada, e é atualmente a teoria adotada pelo Superior Tribunal de Justiça.

Apresentou-se, assim, uma breve explanação sobre a conceituação de consumidor, segundo a norma legal e o entendimento doutrinário e jurisprudencial.

Outra parte da relação de consumo, o seu conceito, pode ser igualmente encontrado na legislação, que define em seu artigo 3º, *in verbis*:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Primeiramente, cumpre salientar que a intenção do legislador ao definir fornecedor foi abranger o maior número de atividades presentes no mercado de consumo.

Nas palavras de Nunes (2012, p. 135):

Não há exclusão alguma do tipo de pessoa jurídica, já que o CDC é genérico e busca atingir todo e qualquer modelo. São fornecedores as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no País, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta etc.

Ainda, o legislador pretendeu no referido artigo 3º, depois de definir quem poderá figurar como fornecedor na relação de consumo, dispor sobre o critério caracterizador para o fornecimento de produtos e serviços.

Verifica-se que, no tocante aos produtos, considera-se fornecedor aquele que exerce atividades tipicamente profissionais descritas pela lei: produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos. No que diz respeito à caracterização de fornecedor de serviço, foi mais objetiva: desenvolver atividade de prestação de serviço.

A real concepção da expressão atividade será essencial para caracterizar, no caso concreto, o fornecedor e, por conseguinte, a relação de consumo, se o outro polo for ocupado por um consumidor. A análise precipitada de algumas situações poderia levar à errônea conclusão de se estar diante de relação de consumo, quando, na verdade, trata-se de relação civil.

Segundo os eminentes doutrinadores, a referida atividade deve ser caracterizada como profissional, vale dizer, o fornecedor deve desenvolvê-la profissionalmente, ainda que eventualmente.

Nunes (2012, p. 135), no que diz respeito à eventualidade das atividades, esclarece:

Por exemplo, uma estudante que, para pagar seus estudos, compra e depois revende *lingerie* entre seus colegas exerce atividade que a põe como fornecedora para o CDC. Se essa compra e venda for apenas em determinada e específica época, por exemplo, no período de festas natalinas, ainda assim ela é fornecedora, porque, apesar de eventual, trata-se de atividade comercial.

Pode-se citar como exemplo inverso uma loja de cosméticos que vende suas luminárias usadas para poder adquirir luminárias novas. Ainda que quem adquira essas luminárias possa ser classificado como destinatário final, não estamos diante de uma relação de consumo, pois a loja não é uma fornecedora. Outro exemplo clássico é a venda de um carro usado por uma pessoa física, sendo que referido veículo era de uso pessoal, e essa atividade de compra e venda de veículos não é atividade profissional exercida pelo vendedor; nesse caso também não haverá aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor, por não se estar diante de uma relação de consumo face a ausência do fornecedor.

A simples venda de ativos sem caráter de atividade regular ou eventual não transforma a relação jurídica em relação jurídica de consumo. Será um ato jurídico regulado pela legislação comum civil ou comercial (NUNES, 2012, p.136).

Pode-se concluir que estará presente a figura do fornecedor prevista no dispositivo legal quando ele desenvolver atividade tipicamente profissional, relacionada a produto ou serviço, podendo ser pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, ou entes despersonalizados.

Após apresentação dos conceitos de consumidor e fornecedor, o presente estudo abordará o objeto da relação de consumo, produtos e serviços.

### *3.3.1.2 Produto e Serviço*

Os elementos objetivos da relação de consumo, ou seja, produto e serviço, também encontram definição no texto legal consumerista.

Art. 3º...

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Nunes (2012, p. 13) entende que o conceito de produto melhor se adequa aos dias atuais, uma vez que já utilizado por agentes do mercado, como os econômicos, financeiros e de comunicação, contrariando a definição contida no Código Civil, ou seja, bens móveis e imóveis.

Oliveira (2005, p. 28) afirma que “Produto, objeto da relação de consumo, é qualquer bem suscetível de apropriação hábil à satisfação de uma necessidade do destinatário final, o consumidor”.

Não necessita de análise a definição legal de produto, em razão de sua objetividade e clareza. Não obstante, o Código de Defesa do Consumidor prevê uma classificação com relação aos produtos que será útil à questão das garantias legais: é a divisão entre produtos duráveis e não duráveis, estampada no artigo 26 do *códex*.<sup>47</sup>

Tal classificação importa para fins dos prazos de reclamação, sendo considerado durável o produto cujo uso não importa em sua destruição, podendo ser utilizado inúmeras vezes sem perder suas qualidades e características, e não durável aquele que se extingue com o uso ou cuja extinção se inicia com o uso e prossegue na medida em que o uso se repete. Ressalte-se que tal classificação também é utilizada para serviços.

Em continuação, serviço é “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista” (§ 2º do art. 3º do CDC).

Excluindo-se do conceito de serviço as relações de caráter trabalhista, tem-se que: “serviço é atividade; esta, por sua vez, é ação humana destinada a uma finalidade” (NUNES, 2012, p. 144). Um exemplo seria o conserto de eletrônicos, o transporte de pessoas e cargas, a construção de um prédio, hospedagem e outros.

Ressalte-se que o dispositivo analisado utiliza a expressão mediante remuneração para a caracterização de serviço. Logo, poder-se-ia entender que os serviços que caracterizam a relação de consumo são aqueles pagos.

---

<sup>47</sup> Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º Obstat a decadência:

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II - (Vetado).

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.

§ 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

No entanto, o legislador, ao definir que o serviço deve se dar mediante remuneração, pretendeu abranger todos os serviços colocados à disposição do consumidor, ainda que de maneira gratuita. Ao romper com a ideia clássica de negócios jurídicos onerosos e gratuitos, a legislação consumerista pôde abranger um universo de serviços que, embora não cobrados diretamente do consumidor-usuário, são reembolsados por toda a coletividade de consumo. Por exemplo, têm-se os estacionamento gratuitos dos supermercados, cuja remuneração, com certeza, está incluída nos preços dos produtos vendidos por ele.

Sob esse aspecto, Marques (2011, 407) ensina:

Como a ofertas e o *marketing* de atividades de consumo “gratuitas” estão a aumentar no mercado de consumo brasileiro (transporte de passageiros idosos gratuitos, viagens-prêmio, coquetéis gratuitos, lavagens de carro como brinde etc.), importante frisar que o art. 3.º, §2.º, do CDC refere-se à remuneração dos serviços e não a sua gratuidade. “Remuneração” (direta ou indireta) significa um ganho direto ou indireto para o fornecedor. “Gratuidade” significa que o consumidor não “paga”, logo, não sofre um *minus* em seu patrimônio. “Oneroso” é o serviço que onera o patrimônio do consumidor. O serviço de consumo (por exemplo, transporte) é que deve ser “remunerado”; não se exige que o consumidor (por exemplo, o idoso destinatário final do transporte – art. 230, §2.º, da CF/1988) o tenha remunerado diretamente, isto é, que pare ele seja “oneroso” o serviço; também não importa se o serviço (o transporte) é gratuito para o consumidor, pois nunca será “desinteressado” ou de “mera cortesia” se prestado no mercado de consumo pelos fornecedores que são remunerados (indiretamente) por este serviço.

No ordenamento jurídico brasileiro, como no europeu, só se aplica o Código de Defesa do Consumidor se a relação jurídica for caracterizada como uma relação de consumo. A definição de relação de consumo, como já dito, é aquela que se estabelece entre consumidor e fornecedor, e tem como objeto a aquisição de produtos e serviços.

Logo, todas as propostas realizadas no presente estudo terão como foco a relação de consumo, supramencionada.

### 3.3.1.3 Responsabilidade Civil do Fornecedor

O instituto da responsabilidade civil está positivado no Código Civil brasileiro em seu artigo 186, que diz: “Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”.

Dessa forma, presentes estão quatro elementos para a caracterização da responsabilidade civil: a ação ou omissão, a culpa ou o dolo do agente, a relação ou o nexo de causalidade e o dano.

Filomeno (2008, p. 146), entende por responsabilidade civil, “a circunstância de alguém ser compelido a ressarcir algum prejuízo causado a outrem pela prática de um ato ilícito, quer por dolo, quer por culpa”.

Na lição de Diniz (2015, p. 35):

A responsabilidade civil é a aplicação de medidas que obriguem uma pessoa a reparar dano moral ou patrimonial causado a terceiros, em razão de ato por ela mesma praticado, por pessoa por quem ela responde, por alguma coisa a ela pertencente ou de simples imposição legal.

Com o ensinamento exposto, pode-se concluir que a função basilar da responsabilidade civil é de natureza reparadora, ou seja, indenizatória. Acessoriamente, possui também caráter punitivo, de modo que obriga o transgressor a ressarcir aquele que sofreu com a sua ação ou omissão.

A responsabilidade civil poderá ser contratual ou extracontratual, dependendo de sua origem. Deriva-se de um contrato, ocorre pela presença de uma relação contratual existente entre as partes envolvidas. Logo, uma das partes, estando diante dos quatro elementos da responsabilidade civil (ação ou omissão, somados à culpa ou dolo, nexo e o consequente dano) em relação à outra parte, em razão do vínculo jurídico, incorrerá na chamada responsabilidade civil contratual.

Em contrapartida, deriva-se de uma relação jurídica extracontratual, ou responsabilidade aquiliana, não há vínculo contratual entre as partes, mas sim vínculo legal, uma vez que, em razão do descumprimento de um dever legal, uma parte por ação ou omissão, com nexo de causalidade e culpa ou dolo, causará à outra um dano.

Muitos juristas entendem que as duas responsabilidades são de igual natureza, não havendo por que discipliná-las separadamente. E, de fato, tanto na configuração da reponsabilidade contratual, como na da aquiliana, vários pressupostos são comuns. Numa e noutra mister se faz a existência do dano, a culpa do agente e a relação de causalidade entre o comportamento do agente e o dano causado pela vítima ou pelo contratante. Ao menos para fins didáticos parece conveniente manter a distinção, pois sob alguns ângulos práticos ela se justifica amplamente (VIVA, 2013, p.12).

A responsabilidade civil poderá, ainda, ser dividida, em razão da culpa como responsabilidade objetiva ou subjetiva.

Por responsabilidade civil subjetiva entende-se que é a responsabilidade que se consubstancia na culpa do agente, ou ainda, restará caracterizada caso tenha este agido com dolo ou culpa. Assim, não havendo culpa, não haverá a obrigação de reparação do dano. É a chamada teoria clássica ou subjetiva, por meio da qual a comprovação da culpa constitui requisito do dano indenizável.

Como ensina Diniz (2015, p. 41), tem-se a regra geral de que o ressarcimento pela prática de atos ilícitos decorre da culpa, ou seja, da reprovação ou censurabilidade da conduta do agente. O comportamento do agente será reprovado ou censurado quando, ante as circunstâncias concretas do caso, entende-se que ele poderia ou deveria ter agido de modo diferente. Portanto, o ato ilícito qualifica-se pela culpa.

Preleciona Viva (2013, p. 13):

Em rigor não se pode afirmar serem espécies diversas de responsabilidade, mas sim maneiras diferentes de encarar a obrigação de reparar o dano. Assim, conforme o fundamento que se dê à responsabilidade, a culpa será ou não considerada elemento da obrigação de reparar o dano.

Já por responsabilidade civil objetiva, entende-se aquela em que a obrigação de indenizar independe da culpa do agente.

Tal instituto baseou-se na teoria do risco integral ou risco da atividade, previsto no *códex* civilista, que prevê em seu artigo 927, parágrafo único, que nos casos estabelecidos em lei ou quando a atividade desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, riscos para os direitos de outrem, haverá a obrigação de reparar o dano causado, independente de culpa efetivamente havida.

Sobre isso, ensina Diniz (2015, p. 52):

Como em certos casos a teoria da culpa, que funda a responsabilidade civil na culpa, caracterizada como uma violação de um dever contratual ou extracontratual, não oferece solução satisfatória, devido, p. ex., aos progressos técnicos, que trouxeram um grande aumento de acidentes, a corrente objetivista desvinculou o dever de reparação do dano da ideia de culpa, baseando-se na atividade lícita ou no risco com o intuito de permitir ao lesado, ante a dificuldade da prova da culpa, a obtenção de meios para reparar os danos experimentados. Assim, o agente deverá ressarcir o prejuízo causado, mesmo que isento de culpa, porque sua responsabilidade é imposta por *lei* independentemente de culpa e mesmo sem necessidade de apelo ao recurso da presunção.

A responsabilidade objetiva, ou ainda, a obrigação de indenizar sem a necessidade da presença de culpa, é imposta a determinadas pessoas por lei, como, por exemplo, aos fornecedores através do Código de Defesa do Consumidor, e ao transporte marítimo pelo Decreto-Lei nº 116/1967.

Concluindo, o Código de Defesa do Consumidor adota a responsabilidade objetiva quando o risco integral do negócio é do fornecedor.

Não obstante, esse diploma legal divide a responsabilidade do fornecedor em responsabilidade pelo vício do produto e do serviço e responsabilidade pelo fato do produto e do serviço, ou defeito do produto ou serviço, ou ainda, acidente de consumo. De acordo com Viva (2013, p. 60), o legislador não tratou da mesma maneira ou com o mesmo rigor essas responsabilidades, em razão da importância que a segurança e a saúde do consumidor possuem, tema que o presente passa a abordar.

Primeiramente, cumpre salientar que o legislador consumerista diferenciou vício de defeito do produto e do serviço.

Nos dizeres de Nunes (2012, p. 229):

São considerados vícios as características de qualidade ou quantidade que tornem os produtos ou serviços impróprios ou inadequados ao consumo que se destinam e também lhe diminuam o valor. Da mesma forma são considerados vícios os decorrentes da disparidade havida em relação às indicações constantes do recipiente, embalagem, rotulagem, oferta ou mensagem publicitária.

O vício é a inadequação do produto ou serviço ao fim que se destina, é a sua impropriedade; por exemplo, o ferro de passar roupas que não esquentam.

Já o defeito é um vício acrescido de um dano, o defeito não se limita a inadequação do produto ou serviço, além do produto ou serviço não prestarem ao fim que se destinam, a sua utilização gera um dano ao consumidor, que poderá ser material ou moral.

Nas lições de Viva (2013, p. 56):

O vício é uma característica inerente, intrínseca do produto ou serviço em si. O defeito é vício acrescido de um problema extra, alguma coisa extrínseca ao produto ou serviço, que causa um dano maior, que simplesmente o mau funcionamento, a quantidade errada, a perda do valor pago - já que o produto ou serviço não cumpriram o fim ao qual se destinavam. O defeito causa, além desse dano do vício, outro ou outros

danos ao patrimônio jurídico material e/ou moral e/ou estético e/ou à imagem do consumidor.

Assim, a responsabilidade pelo vício do produto e do serviço ocorre quando eles apresentam qualidade ou quantidade impróprias ou inadequadas para o consumo ao qual se destinava e que também ocasionem diminuição em seu valor.

A responsabilidade pelo vício do produto está prevista no artigo 18 do CDC<sup>48</sup>, estabelecendo que os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor.

Verifica-se que, diante de um vício do produto, o fornecedor terá a obrigação de saná-lo no prazo máximo de 30 dias, findo os quais o consumidor terá direito de escolher entre a troca do produto, a restituição da quantia paga ou o abatimento do preço, se for o caso.

O não cumprimento dessas disposições por parte do fornecedor acarretará o direito à indenização por parte do consumidor, para a reparação dos danos sofridos.

---

<sup>48</sup> Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

§ 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do § 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo.

§ 5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Já a responsabilidade pelo vício do serviço encontra previsão no artigo 20 do CDC<sup>49</sup>, e estabelece que o fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor.

Bolzan (2017, p. 354) elucida cada uma das disposições previstas no citado dispositivo legal:

A primeira, no entanto, é comum o consumidor não mais confiar num fornecedor que, por exemplo, transforma seu carro preto num prata com seu serviço de polimento e cristalização. Pensando em casos como este, dispôs o §1º do art.20: “a reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor”. Assim, no exemplo citado, o consumidor poderá levar seu veículo a um funileiro de sua confiança para realização de um novo serviço, que será custeado integralmente pelo fornecedor originário responsável pelo vício. A segunda, conferida ao consumidor envolve a restituição da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo das perdas e danos. Nunca é demais destacar que o direito a indenização depende de comprovação efetiva de prejuízo materiais e/ou morais. A terceira escolha que poderá ser feita pelo vulnerável traduz-se na exigência do “abatimento proporcional do preço”. Muitas vezes o consumidor prefere resolver o problema por conta própria a aguardar a boa vontade de um mau fornecedor. Nestes casos, o abatimento proporcional no preço acaba sendo a melhor saída.

Verifica-se que, ocorrendo uma das hipóteses de serviços viciados, poderá o consumidor, a sua livre escolha, pleitear a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível; a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; ou o abatimento proporcional do preço.

No que diz respeito à responsabilidade do fornecedor pelo vício do produto, Viva (2013, p. 61) afirma que “o legislador não explicitou claramente se ela é ou não objetiva. Some-se a isso a redação dos dispositivos (arts. 18 e ss.), que não contém qualquer expressão indicativa do tipo de responsabilidade adotada”. Ainda concluiu

---

<sup>49</sup>Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

o autor em sua obra que "na hipótese de responsabilidade por vício do produto e/ou serviço, pode - e deve - o consumidor lançar mão da teoria objetiva, tal qual faria se fosse o caso de defeito" (VIVA, 2013, p. 64).

Mister se faz anotar que, ainda que os referidos dispositivos tratem do fornecedor direto, isso não exime a responsabilidade dos demais que, indiretamente, participaram da relação de consumo. Encontra-se tal solidariedade prevista nos seguintes artigos do CDC:

Art. 25...

§ 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Bolzan (2017, p. 340) afirma que o CDC não proíbe a venda de produtos com pequenos vícios, contanto que seja informado ao consumidor, o que se conhece como compra no estado, desde que haja ostensiva divulgação com relação ao vício, para restar esclarecido que a razão da diferença do preço é a impropriedade do produto ou serviço.

Por sua vez, Miragem (2010, p. 414) prescreve também que:

É evidente que pela principiologia inerente do Código de Defesa do Consumidor tais impropriedades deverão estar dentro dos limites do razoável, não sendo admitidos, em "nenhuma hipótese, contudo, o vício do produto comercializado nestas condições poderá comprometer toda sua utilidade, nem apresentar riscos à saúde ou segurança do consumidor (qualificando-se como defeito), hipótese em que se estará violando diretamente as normas de proteção previstas no CDC.

Superada a distinção ente vício e defeito do produto e do serviço, e a responsabilidade do fornecedor por referido vício, o estudo passa a abordar a responsabilidade pelo defeito do produto e do serviço.

O defeito do produto ou do serviço também é chamado de fato do produto e do serviço, ou ainda acidente de consumo.

Nunes (2012, p. 321) entende que a expressão "acidente de consumo" é inadequada, em razão dos diversos casos de defeito (geração de danos) em que a expressão acidente não se adequaria.

Viva (2013, p. 59) afirma que:

Por mais que os fornecedores procurem produzir produtos e serviços adequados, seguros e isentos de falhas, é inevitável a ocorrência de falhas, é inevitável a ocorrência de eventuais defeitos que por ventura possam pôr em risco a saúde e a segurança do consumidor ou lhe diminuir o patrimônio.

A responsabilidade pelo defeito do produto está normatizada nos artigos 12 e 13 do CDC, a saber:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação.

§ 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I - que não colocou o produto no mercado;
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

- I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;
- II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;
- III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Já a responsabilidade pelo defeito do serviço encontra previsão legal no artigo 14 do CDC:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - o modo de seu fornecimento;
- II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Logo, o fornecedor de produtos ou serviços terá a obrigação de indenizar o consumidor se, em razão de um serviço defeituoso, ele vier a sofrer danos. Tal responsabilidade, como já visto, é objetiva, ou seja, independe de culpa.

No dispositivo que trata da responsabilidade pelo fato do serviço, excepciona-se o profissional liberal, cuja responsabilidade pessoal será apurada mediante a verificação de culpa.

Não obstante, o consumidor deverá demonstrar o dano e o nexo de causalidade entre este e o serviço, podendo se valer da inversão do ônus da prova, previsto no artigo 6º, inciso VIII, do CDC.

Aqui também se aplica o instituto da solidariedade, vale dizer, todos os prestadores de serviços envolvidos, quer direta ou indiretamente, respondem pelo seu defeito e, conseqüentemente, pelos danos causados. Já no que diz respeito à responsabilidade pelo fato do produto, o artigo 12 do CDC é claro ao nomear os responsáveis pelo evento danoso.

Na lição de Nunes (2012, p. 356):

A resposta é exatamente a mesma dada para o caso dos agentes fabricantes de várias peças de um produto final: todos são responsáveis solidários, na medida de suas participações. Haverá, é claro, o prestador do serviço direto que provavelmente venha a ser acionado em caso de dano. Porém, todos os demais participantes da execução do serviço principal, que contribuíram com seus próprios serviços e seus produtos são, também, responsáveis solidários.

Não obstante, a lei consumerista também prevê causas excludentes da responsabilidade do fornecedor de serviços, previstas no parágrafo terceiro do artigo 14, que se resumem na inexistência do defeito e culpa exclusiva do consumidor e de terceiro.

No tocante à excludente referente à ausência de defeito, Miragem (2010, p. 381) diz que:

Não basta, neste sentido, mera argumentação lógica que busque demonstrar o quão improvável seria a existência de um determinado defeito. Sem a comprovação cabal da ausência de defeito não se afasta a responsabilidade determinada ao fornecedor.

A excludente de responsabilidade consubstanciada na culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros é tratada com o mesmo rigor, vale dizer, necessário se faz a prova cabal de sua ocorrência.

Este capítulo se destinou ao estudo do Direito do Consumidor brasileiro e das principais disposições contidas no Código de Defesa do Consumidor, principalmente no que diz respeito à aplicabilidade do diploma legal na relação de consumo, bem como a responsabilidade do fornecedor pelos produtos e serviços colocados no mercado de consumo, e é oportuno salientar a semelhança existente entre o ordenamento jurídico interno que absorveu as diretrizes da ONU e a legislação europeia.

Os institutos, conceitos e direitos previstos no Direito do Consumidor brasileiro não foram exauridos no presente trabalho em razão de serem fundamentos de diálogos de princípios que serão expostos no próximo capítulo, evitando-se, assim, a repetição.

## 4 CONTRIBUIÇÃO DO DIÁLOGO DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA E DA LEGISLAÇÃO AMBIENTAL PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL

### 4.1 Diálogo das fontes

Atualmente, os princípios de direito são reconhecidos como normas jurídicas, dada a sua eficácia na criação de direitos e obrigações, inclusive tendo algumas legislações obtido a denominação de normas principiológicas, como é o caso do Código de Defesa do Consumidor.

Assim, os princípios do direito, anteriormente utilizados costumeiramente para suprir lacunas da lei, hoje são aplicados diretamente para a solução de litígios, mesmo na presença de norma específica para regulamentar a questão.

Diante de tal realidade, questiona-se se princípios de direito oriundos de normas de especificidade diversas podem dialogar e serem aplicáveis a um único fato, o que parece amplamente viável e admissível, principalmente se for aceita a teoria do diálogo das fontes já aplicada internacionalmente.<sup>50</sup>

Certo é que a referida teoria foi criada para a solução de conflitos de normas de Direito do Consumidor, de Direito Civil e de Direito Empresarial, no entanto, o que o presente estudo demonstra é a possibilidade de utilização dessa teoria para a realização de um diálogo entre o Direito do Consumidor e o Direito Ambiental.

De conformidade com Marques (2011, p. 692), o diálogo das fontes é o diálogo das diferenças, uma solução atual para a aplicação das leis no complexo sistema de direito atual, ou ainda, uma solução para o conflito de leis no tempo, que tem como resultado uma “aplicação simultânea, coerente e coordenada das mais heterogêneas fontes legislativas”, que não se excluem. Diante disso, cabe ao aplicador encontrar soluções harmonizadas e funcionais no sistema, assegurando efeitos úteis a elas, garantindo sempre a preservação das normas constitucionais.

Vejamos. Em seu Curso Geral de Haia, de 1995, o mestre de Heidebelberg, Erik Jayme, ensinava que, em face do atual “pluralismo pós-moderno” de um direito com fontes legislativas plúrimas, ressurgiu a necessidade de coordenação entre as leis no mesmo ordenamento, como

---

<sup>50</sup> “Diálogo das fontes é a expressão visionária do grande mestre Erik Jayme” (MARQUES, 2011, p. 691). A teoria do “diálogo das fontes” teve origem na Alemanha com o doutrinador Erik Jayme, e no Brasil, a Professora Cláudia Lima Marques foi sua precursora.

exigência para um sistema jurídico eficiente e justo. Cada vez se legisla, nacional e internacionalmente, sobre temas convergentes. A pluralidade de leis é o primeiro desafio do aplicador da lei contemporâneo. A expressão usada comumente é “conflito de leis no tempo”, a significar que haveria uma “colisão” ou conflito entre os campos de aplicação dessas leis. Assim, por exemplo, uma lei anterior, como o Código de Defesa do Consumidor, de 1990, e uma lei posterior, como o Código Civil Brasileiro de 2002, estariam em “conflito”, daí a necessária “solução” do “conflito” através da prevalência de uma lei sobre outra e a consequente exclusão da outra do sistema(MARQUES, 2011, p. 692 -693).

De conhecimento amplo, as formas de solução de conflitos de leis no tempo seriam somente três: a anterioridade, a especialidade e a hierarquia. No entanto, a doutrina atual prioriza a harmonia e a coordenação entre as normas, que denomina de “coerência derivada ou restaurada”, que após sua decodificação procura uma eficiência não só hierárquica, mas também funcional em razão do complexo ordenamento jurídico atual, evitando-se a incompatibilidade ou a “não coerência” (MARQUES, 2011, p. 693).

Jayme (apud MARQUES, 2011, p. 694) ensina que, nos tempos atuais, onde há pluralidade e complexidade de normas, também os direitos humanos que garantem o “direito de ser diferente”, a solução para conflito de normas deve ser mais fluída e flexível. A superação de paradigmas deve ser substituída pela convivência de paradigmas.

Há, por fim, a convivência de leis com campos de aplicação diferentes, campos por vezes convergentes e, em geral, diferentes, em um mesmo sistema jurídico, que parece ser agora um sistema (para sempre) plural, fluído, mutável e complexo, um sistema hipercomplexo (AZEVEDO apud MARQUES, 2011, p. 694).

De acordo com Jayme (apud MARQUES, 2011, p. 695), deve haver uma solução ao lado da solução tradicional para os conflitos de normas, que seria a coordenação dessas fontes, flexível e destinada a restabelecer sua coerência, uma mudança de paradigmas para a convivência dessas normas. O doutrinador dá a essa convergência a denominação de “diálogo das fontes” que permite a aplicação simultânea, coerente e coordenada das plúrimas fontes legislativas convergentes. Justifica a expressão diálogo em razão de existir a aplicação conjunta de duas normas ao mesmo tempo e ao mesmo caso, ou complementando-se ou aplicando-se a mais favorável.

Essa teoria também permite a opção voluntária das partes sobre a fonte prevalente, principalmente quando se trata de “convenções internacionais e leis modelos, ainda que paire um conflito abstrato” (MARQUES, 2011, p. 695).

Marques (2011, p. 696) divide o diálogo das fontes em três tipos: diálogo sistemático de coerência, diálogo sistemático de complementariedade e diálogo de coordenação e adaptação sistemática.

No diálogo sistemático de coerência, há aplicação simultânea de duas leis, uma pode servir de base conceitual para outra, principalmente se uma lei é geral e outra especial, “se uma lei é a central do sistema e a outra um microsistema específico”. Já no diálogo sistemático de complementariedade e subsidiariedade, uma lei pode complementar a aplicação da outra, dependendo do caso concreto, “em antinomias aparentes ou reais”, que indicam a aplicação complementar de suas normas e princípios, no que couber, ou subsidiariamente.<sup>51</sup> Também, informa a existência do diálogo de coordenação e adaptação sistemática, ou ainda, diálogo das influências recíprocas sistemáticas, que seria a redefinição do campo de aplicação de uma lei, como no caso da “definição de consumidor e consumidor equiparado”<sup>52</sup> (MARQUES, 2011, p. 719-721).

No presente estudo, os três tipos de diálogo das fontes são considerados. No entanto, ressalta-se o diálogo sistemático de complementariedade e subsidiariedade, pois se pretende um diálogo entre princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor, que podem ser aplicados em casos hipotéticos ou reais, e o referido diálogo ser inspiração ou fonte normativa para a criação de diretivas internacionais de proteção ao consumidor.

Vale ressaltar que o Direito do Consumidor é um direito fundamental na maioria das legislações internacionais, e, por tal razão, deve compreender e

---

<sup>51</sup> Código de Defesa do Consumidor brasileiro: Art. 7°. Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

<sup>52</sup> Código de Defesa do Consumidor brasileiro: Art. 2°. Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Ainda se pode exemplificar com o empresário - consumidor, aquele que apesar de ser fornecedor, poderá ser considerado consumidor em determinação relação em razão de sua vulnerabilidade.

permitir a aplicação e convergência de todas as normas vigentes, quer sejam leis gerais ou especiais.

A legislação consumerista estrangeira, ao ser consolidada ou simplesmente criada, já vislumbrou a necessidade da aplicabilidade de diversas normas ao mesmo fato, autorizando ou remetendo à aplicabilidade de outra legislação, no âmbito da União Europeia.

O sistema francês optou pela consolidação de todas as normas consumeristas (Code de la Consommation) que incluem a proteção do consumidor, normas processuais, administrativas e penais, mantendo em vigor o seu Código Civil e Comercial. O Código de Consumo francês não tem como tema central o consumidor, mas o consumo e o mercado de consumo, ou seja, o tema consumo é transversal e atravessa várias disciplinas (MARQUES, 2011, p. 709).

A Itália possui um modelo consolidado (Codice dei Consumo), que reuniu a maioria das normas sobre consumo, é um código-fonte que indica que podem ser aplicadas algumas leis especiais, transformando-se, assim, num modelo de pluralidade de fontes legislativas, não havendo exclusividade de aplicabilidade do Código de Consumo nas relações de consumo. Esse sistema permite que o Código de Consumo irradie e receba direitos de outros ramos do direito (MARQUES, 2011, p. 710-711).

O Código do Consumo e as normas sobre diálogo das fontes realizam o que Alpa (apud MARQUES, 2011, p. 710) denominou de “necessário *ordinamento com altre disposizioni*, seja o Código Civil, sejam as leis especiais de proteção do consumidor”.

Já o sistema alemão diferencia-se totalmente dos anteriores, o consumidor está incluído no Código Civil/BGB (Código Civil Alemão) sendo organizado de tal forma a incorporar todas as leis especiais, além das gerais e sociais. O direito alemão assim o fez para obedecer às “diretivas da união europeia”. Esse modelo pode ser comparado a um círculo abrangente, abarcando o novo BGB e um núcleo composto de normas especiais consumeristas (MARQUES, 2011, p.712-714).

Os autores do anteprojeto do Código do Consumidor brasileiro receberam grande influência do direito comparado, sendo que a legislação estrangeira que serviu de inspiração para o *códex* nacional foi o Projeto Calais-Auloy de Código de Consumo (Projet de Code de la Consommation), projeto francês que não entrou

em vigor com o texto original, mas originou uma legislação própria (MARQUES, 2011, p. 708).

Verifica-se, assim, que os legisladores estrangeiros, ao criarem as normas protetivas do consumidor, bem como as diretivas da União Europeia<sup>53</sup>, preocuparam-se no diálogo das leis consumeristas com outras normas especiais.

Os tribunais brasileiros têm recepcionado a teoria do diálogo das fontes de forma expressa. O primeiro tribunal brasileiro a absorver tal teoria foi o Supremo Tribunal Federal na Ação Direta de Inconstitucionalidade ajuizada pela Confederação Nacional das Instituições Financeiras (CONSIF) — (Adin 2.591/2006) contra a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas relações bancárias, que restou vencida.

O Superior Tribunal de Justiça brasileiro seguiu os passos da Corte Constitucional e passou a fundamentar diversos julgados com a teoria do diálogo das fontes, permitindo uma coordenação do Código de Defesa do Consumidor brasileiro com outras diversas normas, como o Código Civil brasileiro, o Código de Processo Civil brasileiro, leis especiais e até tratados internacionais.<sup>54</sup>

Bolzan (2017, p. 53) afirma categoricamente que “é importante destacar que o diálogo das fontes poderá estabelecer-se não apenas entre o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor, mas, ainda, entre o Diploma Consumerista e outras leis especiais”.

O presente trabalho passa a descrever os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor que irão dialogar nas propostas a serem realizadas ao final.

## **4.2 Princípios do Direito Ambiental internacional e nacional**

Atualmente, os princípios de direito são reconhecidos como normas jurídicas, dada a sua eficácia na criação de direitos e obrigações, embora dotados de um valor

---

<sup>53</sup> As Diretivas da União Europeia têm por objetivo principal reforçar os direitos dos consumidores na referida União. Conforme Diretiva 2011/1983, é possível elencar dois grandes objetivos de proteção: a) visando aumentar os níveis de proteção do consumidor mediante a harmonização de vários aspectos essenciais da legislação nacional relativa aos contratos celebrados entre os clientes e os vendedores; b) incentivando o comércio entre os países da UE, em especial para os consumidores que efetuam aquisições em linha.

<sup>54</sup> Resp. 1.216.673/SP; Resp. 1.037.759/RJ; Súmula Vinculante 25 do STF.

abstrato, e são de alto valor para o mundo jurídico, já que trazem todos os pilares e fundamentos para o ordenamento brasileiro.

O Direito Ambiental, traduzido em uma política pública, rege-se por princípios que conferem fundamento à sua autonomia e estabelecem uma base lógica em relação ao conteúdo das normas. Quando a norma incorpora, direta ou indiretamente, certo princípio, fica formalmente explicitada a direção tomada pelo legislador na formulação da regra jurídica. Todavia, o princípio pode estar expressamente mencionado no ordenamento jurídico ou apenas resultar de uma formulação teórica, sem, contudo, deixar de constituir uma norma (GRANZIERA, 2014, p. 55).

Para o presente estudo, necessário se faz a distinção entre os princípios informativos e os princípios fundamentais, pois os princípios informativos são considerados quase como verdades absolutas, são axiomas, enquanto os fundamentais são a base de interpretação de valores, direciona o modo de se pensar determinada ciência e podem se submeter às variações culturais. Em razão dessa diferença, alguns princípios podem apresentar valores conflitantes, como é o caso do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e da livre iniciativa econômica (RODRIGUES, 2016, p. 303-304).

No conflito apresentado no parágrafo anterior, também se pode lançar mão da teoria do diálogo das fontes para a sua solução, pois pode-se realizar uma convergência entre esses dois princípios para uma única aplicabilidade.

Os primeiros princípios do Direito Ambiental Internacional que foram relevantes e absorvidos pelo ordenamento jurídico externo e interno surgiram na Declaração de Princípios produzida na Conferência de Estocolmo, realizada na Suécia em 1972, marco internacional do Direito Ambiental.

Destaque-se que as denominações e enumerações dos princípios de Direito Ambiental não são unânimes e uniformes na doutrina, elegendo-se para o presente estudo aqueles que tenham relação com o tema proposto.

O meio ambiente como direito humano é considerado o primeiro grande princípio do Direito Ambiental, sendo ainda entendido como um direito de terceira geração ou dimensão.

#### **Princípio 1**

O homem tem o direito fundamental à liberdade, à igualdade e ao desfrute de condições de vida adequadas em um meio ambiente de qualidade tal que lhe permita levar uma vida digna e gozar de bem-estar, tendo a solene obrigação de proteger e melhorar o meio ambiente para as gerações presentes e futuras. A este respeito, as políticas que promovem ou

perpetuam o *apartheid*, a segregação racial, a discriminação, a opressão colonial e outras formas de opressão e de dominação estrangeira são condenadas e devem ser eliminadas (ONU, 1972, s.p.).

A Declaração de Princípios de Estocolmo reconhece pela primeira vez que, além dos direitos fundamentais do homem, como a igualdade e liberdade, também está o direito às condições de vida adequadas em um meio ambiente de qualidade que lhe permita levar uma vida digna e gozar de bem-estar, gerando, conseqüentemente, a obrigação de proteger e melhorar o meio ambiente para as gerações presentes e futuras. Assim, tal direito não é só fundamental, mas também geracional (PADILHA, 2010, p. 52).

O princípio do desenvolvimento sustentável, já amplamente estudado no Capítulo 2, se traduz no “desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras” (ONU, 2016, s.p.).

### 1.3 Desenvolvimento Sustentável.

O conceito de desenvolvimento sustentável tem limites, não absolutos, mas existentes. A comissão entende que para haver um desenvolvimento sustentável tem de atender as necessidades básicas de todas as populações, aspirando uma vida melhor. Para haver um equilíbrio é preciso que os ricos adotem um novo estilo de vida, visando os recursos ecológicos do planeta e também a condição do aumento da população que aumenta o fator de consumo. O desenvolvimento sustentável tem de estar em sintonia com as necessidades atuais e futuras, dependendo de um empenho político.

A Declaração de Princípios da Conferência de Estocolmo preocupou-se também com o desenvolvimento sustentável, depois também reafirmado na Declaração da Conferência do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento de 1992.

#### **Princípios 4**

O homem tem a responsabilidade especial de preservar e administrar judiciosamente o patrimônio da flora e da fauna silvestres e seu habitat, que se encontram atualmente, em grave perigo, devido a uma combinação de fatores adversos. Conseqüentemente, ao planificar o desenvolvimento econômico deve-se atribuir importância à conservação da natureza, incluídas a flora e a fauna silvestres.

#### **Princípio 5**

Os recursos não renováveis da terra devem empregar-se de forma que se evite o perigo de seu futuro esgotamento e se assegure que toda a humanidade compartilhe dos benefícios de sua utilização.

#### **Princípio 8**

O desenvolvimento econômico e social é indispensável para assegurar ao homem um ambiente de vida e trabalho favorável e para criar na terra as condições necessárias de melhoria da qualidade de vida.

**Princípio 13**

Com o fim de se conseguir um ordenamento mais racional dos recursos e melhorar assim as condições ambientais, os Estados deveriam adotar um enfoque integrado e coordenado de planejamento de seu desenvolvimento, de modo a que fique assegurada a compatibilidade entre o desenvolvimento e a necessidade de proteger e melhorar o meio ambiente humano em benefício de sua população (ONU,1972, s.p.).

O princípio da prevenção, de acordo com Milaré (2015, p. 823), “tem como objetivo impedir a ocorrência de danos ao meio ambiente, através da imposição de medidas acautelatórias, antes da implantação de empreendimentos e atividades consideradas efetiva ou potencialmente poluidoras.”

Para Fiorillo (2015, p. 123-124), a prevenção é um princípio fundamental, pois os danos ambientais são irreversíveis e irreparáveis. Assim, diante da impossibilidade do sistema jurídico restabelecer o meio ambiente em igualdade de condições, adota-se o princípio da prevenção do dano, como objetivo fundamental do Direito Ambiental.

Uma legislação severa que imponha multas e sanções mais pesadas funciona também como instrumento de efetivação da prevenção. Para tanto, é imprescindível que se leve em conta o poder econômico do poluidor, de modo a não desvirtuar o princípio através de um simples cálculo aritmético. Isso significa dizer que as penalidades deverão estar atentas aos benefícios experimentados com a atividade degradante, bem como com o lucro obtido à custa da agressão, de modo que essa atividade, uma vez penalizada, não compense economicamente (FIORILLO, 2015, p.125).

Outro princípio de suma importância é o princípio da precaução, que, embora apresente sérias divergências, ganhou grande importância após a publicação da obra de Ulrich Beck (2011) (Sociedade de Risco), analisada na Introdução do presente estudo.

Conforme Canotilho (2015, p. 70-71), “o princípio da precaução funciona como uma espécie de princípio *in dubio pro ambiente*: na dúvida sobre a periculosidade de uma certa atividade para o ambiente, decide-se a favor do meio ambiente”.

Muitos doutrinadores apresentam fundamentos para a distinção entre o princípio da prevenção e o princípio da precaução e, nos ensinamentos de Granziera (2014, p. 61), tem-se:

Os vocábulos prevenção e precaução, na língua portuguesa, são sinônimos. Todavia, a doutrina jurídica do meio ambiente optou por distinguir o sentido desses termos, consistindo o princípio da precaução em um conceito mais restrito que o da prevenção. A precaução tende à não-autorização de determinado empreendimento, se não houver certeza de que ele não causará no futuro um dano irreversível. A prevenção versa sobre a busca da compatibilização entre a atividade a ser licenciada e a proteção ambiental, mediante a imposição de condicionantes ao projeto.

O princípio da cooperação internacional se traduz na necessidade de colaboração entre os Estados, com o objetivo de uma preservação ambiental mais efetiva.

Ou ainda:

Cooperar é agir conjuntamente. É somar esforços. A cooperação surge como uma palavra chave quando há um inimigo a combater, seja a pobreza, seja a poluição, a seca, ou ainda a reconstrução de um Estado ou região em período de pós-guerra. Na luta contra a poluição e a degradação do meio ambiente, e considerando que, por sua natureza, os recursos naturais não se submetem necessariamente às fronteiras políticas, cabe aos Estados que os compartilham atuar de forma coordenada, mesmo no que se refere às ações internas, para evitar a ocorrência de danos, assim como racionalizar as medidas de proteção que se fizerem necessárias (GRANZIERA, 2014, p. 61).

A Declaração de Estocolmo, de 1972, em seu Princípio 24, foi o primeiro texto a consignar o princípio da cooperação internacional:

**Princípio 24**

Todos os países, grandes e pequenos, devem ocupar-se com espírito e cooperação e em pé de igualdade das questões internacionais relativas à proteção e melhoramento do meio ambiente. É indispensável cooperar para controlar, evitar, reduzir e eliminar eficazmente os efeitos prejudiciais que as atividades que se realizem em qualquer esfera, possam ter para o meio ambiente, mediante acordos multilaterais ou bilaterais, ou por outros meios apropriados, respeitados a soberania e os interesses de todos os estados (ONU, 1972, s.p.).

A Declaração da Conferência do Rio de Janeiro, de 1992, corroborou tal princípio acrescentando que cada Estado contribui distintamente para a degradação ambiental e, portanto, eles possuem responsabilidades comuns, mas diferenciadas.

**Princípio 7**

Os Estados irão cooperar, em espírito de parceria global, para a conservação, proteção e restauração da saúde e da integridade do ecossistema terrestre. Considerando as diversas contribuições para a degradação do meio ambiente global, os Estados têm responsabilidades

comuns, porém diferenciadas. Os países desenvolvidos reconhecem a responsabilidade que lhes cabe na busca internacional do desenvolvimento sustentável, tendo em vista as pressões exercidas por suas sociedades sobre o meio ambiente global e as tecnologias e recursos financeiros que controlam (ONU, 1972, s.p.).

Um dos mais importantes princípios deste estudo é denominado por muitos doutrinadores de princípio do poluidor-pagador, que dispõe sobre a obrigação do poluidor de pagar ou arcar com a poluição gerada ou que será gerada por ele.

Este princípio reclama atenção. Não traz como indicativo “pagar para poder poluir”, “poluir mediante pagamento” ou “pagar para evitar a contaminação”. Não se podem buscar através dele formas de contornar a reparação do dano, estabelecendo-se uma liceidade para o ato poluidor, como se alguém pudesse afirmar: “poluo, mas pago” (MACHADO apud FIORILLO, 2015, p. 84-75).

Rodrigues (2016, p. 329-330) ensina que o referido princípio é de suma importância e variadíssimo alcance, sendo um verdadeiro postulado de Direito Ambiental, podendo estar vinculado aos princípios da prevenção ou a ideia de repressão (responsabilidade civil, penal e administrativa), constituindo um dos mais robustos pilares do Direito Ambiental. Também afirma que esse princípio tem sua gênese nas regras econômicas de mercado, produção e consumo. O autor preconiza também que o princípio do poluidor-pagador tem uma inspiração na teoria econômica, em razão de seu objetivo de internalizar no preço dos produtos os custos sociais (externalidades negativas)<sup>55</sup>, e apresenta um ótimo exemplo para ilustrar esta tese:

Vejamos também um exemplo de externalidade negativa do ponto de vista ambiental. Basta pensar na hipótese de uma grande empresa que produz recipientes plásticos. Trata-se, como se sabe, de um resíduo sólido de difícil reaproveitamento que, pelo lento processo de decomposição, gerará enormes quantidades de lixo e, portanto, será um fator de degradação ambiental. Será que, quando a empresa coloca seus produtos no mercado, inclui em seu preço final todo o “custo ambiental” que provoca? É evidente que não! (RODRIGUES, 2016, p. 332).

O autor ainda reafirma que a internalização dos custos sociais/ambientais é a solução para que o produtor não coloque no mercado de consumo um produto

---

<sup>55</sup> Externalidades são os reflexos sociais (benéficos ou maléficos) que um produto causa. Por ser impossível medi-las, essas consequências não estão geralmente incluídas no preço do produto. Daí por que as externalidades são um desvio de mercado (PINDYCK apud RODRIGUES, 2016, p. 331).

que não será por todos adquirido, mas cujo custo social será suportado, inclusive, por quem não consumiu ou nunca consumirá o referido produto, ou ainda, há um enriquecimento do produtor às custas de uma externalidade negativa suportada por toda a sociedade, não só pela atual, mas como também pela futura (RODRIGUES, 2016, p. 332).

Derani (apud RODRIGUES, 2016, p. 333), esclarece a expressão “privatização de lucros e socialização de perdas”, que deriva da situação antes mencionada:

Durante o processo produtivo, além do produto a ser comercializado, são produzidas “externalidades negativas”. São chamadas externalidades porque, embora resultantes da produção, são recebidas pela coletividade, ao contrário do lucro, que é recebido pelo produtor privado. Daí a expressão “privatização de lucros e socialização de perdas”, quando identificadas as externalidades negativas. Com a aplicação do princípio do poluidor-pagador, procura-se corrigir este custo adicionado à sociedade, impondo-se a sua internalização. Por isto, este princípio também é conhecido como princípio da responsabilidade (Verantwortungsprinzip).

No mundo atual e diante da urgência de medidas protetivas ao meio ambiente, como justificado anteriormente, não há mais espaço para um modelo econômico que gera prejuízos irreparáveis às futuras gerações em razão de uma externalidade ambiental negativa do presente. Assim, mister se faz a internalização do custo ambiental do produto<sup>56</sup>, não que seja essa a solução que se pretende apresentar nesta tese.

Salienta-se que o estudo sobre os princípios do Direito Ambiental mencionados não esgotou o assunto, uma vez que diversos princípios elencados pela doutrina não foram citados, a escolha deu-se em razão da possibilidade e da essencialidade para o diálogo destes com os princípios do Direito Consumerista.

### **4.3 Princípios do Direito do Consumidor internacional e nacional**

Justifica-se o título do presente item pelo fato dos princípios do Direito do Consumidor, quer denominados informativos ou fundamentais, serem iguais, ou

---

<sup>56</sup> Dessa forma, o preço de um bem colocado no mercado só teria uma medida correta-um valor justo- se no valor que lhe fosse atribuído estivessem computados todos os ganhos sociais advindos de seu consumo e também quando se computassem todas as perdas sociais surgidas com a produção desse bem, além, é claro, dos custos de sua produção e do lucro (RODRIGUES, 2016, p. 332).

seja, o Direito brasileiro absorveu integralmente todos os princípios criados por diretrizes internacionais, assim como diversos países, em especial por aqueles integrantes da União Europeia, como já estudado.

Os princípios do Direito do Consumidor brasileiro, além de estarem lastreados em normas internacionais, também estão diretamente derivados da Constituição Federal brasileira, principalmente em seu princípio máximo: “dignidade da pessoa humana”, não se olvidando que o princípio de proteção ao consumidor também é um princípio de ordem econômica (artigo. 170, V, CF/1988).

Nem todos os princípios serão utilizados para os fins da presente pesquisa.

A doutrina não é unânime nem na quantidade nem na denominação dos princípios

Inicia-se o estudo desses princípios pelo mais importante de todos, aquele que justificou a criação de toda a legislação consumerista internacional, o princípio da vulnerabilidade.

De acordo com o Superior Tribunal de Justiça brasileiro (STJ), “o princípio de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor”, e objetiva garantir a igualdade formal-material da relação de consumo (REsp. 586.316/MG).

Informa Marques (2016, p. 261) que novos estudos europeus a respeito da vulnerabilidade a diferenciam de sua fonte ou base filosófica que é a igualdade, uma vez que a vulnerabilidade é filha da igualdade, apresentando traços de subjetividade.

Ainda, nos dizeres da autora:

Poderíamos afirmar, assim, que a vulnerabilidade é mais um estado da pessoa, um estado inerente de risco ou um sinal de confrontação excessiva de interesses identificados no mercado (assim Rippert, *La Règle Morale*, p. 153), é uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva (Fiechter-Boulevard, Rapport, p.324), que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos desequilibrando a relação. A vulnerabilidade não é pois, o fundamento das regras de proteção do sujeito mais fraco, é apenas “explicação” destas regras ou da atuação do legislador (Fiechter-Boulevard, Rapport, p.328), é a técnica para aplica-las bem, é a noção instrumental que guia e ilumina a aplicação destas normas protetivas e reequilibradoras à procura do fundamento da igualdade e da justiça equitativa (MARQUES, 2016, p. 261-262).

Filomeno (2008, p. 16), por sua vez, entende que a vulnerabilidade nada mais é do que fragilidade dos consumidores frente aos fornecedores, quer na fase pré-contratual das relações de consumo - informações, publicidade -, quer na fase

contratual e pós-contratual, na qual poderá ocorrer vícios ou defeitos no produto ou prestação de serviços.

Para Miragem (2010, p. 68), a vulnerabilidade presume a “absoluta fraqueza ou debilidade do consumidor no mercado de consumo, de modo a fundamentar a existência de normas de proteção”.

Já Nunes (2012, p. 178) pontua que o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, no inciso I, do art. 4º do Código de Defesa do Consumidor, advém do fato de que o consumidor é a parte fraca na relação jurídica de consumo, fraqueza real, concreta, que decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de natureza econômica.

Em resumo, em uma relação de consumo, como já narrado no presente trabalho, tem-se, de um lado, a presença do consumidor, e de outro, o fornecedor. Essa relação é caracterizada pela vulnerabilidade do consumidor, pois é indiscutível o maior poder econômico e técnico do fornecedor, a detenção dele de todo o conhecimento sobre os meios de produção e funcionamento do produto, bem como da prestação do serviço, deixando o consumidor a mercê somente das informações que serão prestadas por ele.

E mais, o consumidor no mercado de consumo tem o seu poder de escolha totalmente limitado, embora possa parecer o contrário, pois a referida escolha está restrita somente aos produtos que foram eleitos pelos fornecedores para serem colocados no mercado, ainda que sejam muitos, a seleção destes será somente por critérios dos produtores.

Tal princípio, então, fundamentou toda a criação das normas protetivas globais ao consumidor, inclusive, sendo o fundamento do famoso discurso do presidente americano J. F. Kennedy já citado. Diante desse princípio, as normas consumeristas procuram proteger o consumidor no mercado impondo limites e regras para a produção e oferecimento de produtos, bem como para a prestação de serviços, buscando resguardar a sua vida, a sua saúde, a sua segurança e a sua dignidade, sendo que tais proteções podem, também, ser traduzidas em outros princípios que ora se estuda.

O princípio que deriva da vulnerabilidade, e também presente em outros ramos do Direito, é o princípio da boa-fé objetiva. Como dispõe o artigo 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, as ações públicas para a proteção do consumidor devem ter como finalidade a harmonização dos interesses dos

participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.<sup>57</sup>

Tal princípio do Direito do Consumidor se relaciona diretamente com os dispositivos constitucionais da ordem econômica e será novamente citado pela norma consumerista brasileira em seu artigo 51, inciso IV, quando da proteção contratual.

Com isso, tem-se que a boa-fé não serve somente para a defesa do débil, mas sim como fundamento para orientar a interpretação garantidora da ordem econômica que, como vimos, tem na harmonia dos princípios constitucionais do art. 170 sua razão de ser. Mas, não é só isso. Hodiernamente há de se levar em conta o princípio da boa-fé objetiva no papel que ele desempenha na construção do próprio sistema jurídico, assim como na aplicação efetiva dos demais princípios e normas jurídicas, todos suporte do modelo da sociedade capitalista contemporânea (NUNES, 2012, p.182).

Esse princípio tem como propósito alcançar a igualdade na relação de consumo, o reequilíbrio das partes e, o mais importante, garantir a atuação do juiz conforme a boa-fé ativa, a função de controle e de limitação das condutas (Schrankenfunktion). O juiz valora a relação e a conduta das partes, decidindo se extrapola os limites impostos pela boa-fé objetiva qualificada, a de consumo (MARQUES, 2016, p. 268).

Examine-se, pois, o funcionamento da boa-fé objetiva: o interprete lança mão dela, utilizando-a como modelo, um *standart* (um *topos*) a ser adotado na verificação do caso em si. Isto é, qualquer situação jurídica estabelecida para ser validamente legítima, de acordo com o sistema jurídico, deve poder ser submetida à verificação da boa-fé objetiva que lhe é subjacente, de maneira que todas as partes envolvidas (quer seja credora, devedora, interveniente, ofertante, adquirente, estipulante, etc) devem-na respeitar. A boa-fé objetiva é, assim, uma espécie de pré-condição abstrata de uma relação ideal (justa), disposta como um tipo ao qual o caso contrato deve se amoldar. Ela aponta, pois, para um comportamento fiel, leal, na atuação de cada uma das partes contratantes, a fim de garantir o respeito ao direito da outra. Ela é um modelo principiológico que visa garantir à ação e/ou conduta sem qualquer abuso ou nenhum tipo de obstrução ou, ainda, lesão à outra parte ou partes envolvidas na relação, tudo de modo a gerar uma atitude cooperativa que seja capaz de realizar o intento da relação jurídica legitimamente estabelecida (NUNES, 2012, p.184).

---

<sup>57</sup> CF/88: Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V - defesa do consumidor;

A importância desse princípio para a conclusão da presente pesquisa reside no fato de que autoriza o julgador a valorar as relações que a este são submetidas e decidir, segundo a interpretação e a aplicabilidade direta da regra principiológica, “um parâmetro genérico, um patamar geral de atuação do homem médio” (MARQUES, 2016, p. 268), que pode se adequar ao fato concreto segundo critérios de bom senso, equilíbrio, senso comum, função social ou proteção ambiental.

Outro princípio que é essencial para este estudo é o princípio da proteção da vida, saúde e segurança do consumidor, previsto no Direito do Consumidor brasileiro, preliminarmente no artigo 6º, I e artigo 8º do CDC, que dita, em suma, que os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou à segurança dos consumidores.<sup>58</sup>

Acima depara-se com o princípio geral, do qual o sistema jurídico apresenta algumas especificidades e exceções decorrentes, mas que em hipótese alguma poderão contrair a correlata proibição de qualquer produto ou serviço acarretar qualquer prejuízo ou risco à vida, à saúde ou à segurança do consumidor.

Desse princípio, nasceu a teoria da qualidade, bem como está alicerçada toda a responsabilidade civil do fornecedor prevista no sistema normativo brasileiro.

---

<sup>58</sup> CDC :**SEÇÃO I**

**Da Proteção à Saúde e Segurança**

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

§ 1º Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto. (Redação dada pela Lei nº 13.486, de 2017)

§ 2º O fornecedor deverá higienizar os equipamentos e utensílios utilizados no fornecimento de produtos ou serviços, ou colocados à disposição do consumidor, e informar, de maneira ostensiva e adequada, quando for o caso, sobre o risco de contaminação. (Incluído pela Lei nº 13.486, de 2017)

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

A teoria da qualidade foi inserida no Brasil por Antonio Herman Benjamin (2012, s.p.), segundo o qual a lei impõe um dever de qualidade dos produtos e serviços colocados no mercado de consumo. Se esse dever não for cumprido, os fornecedores deverão responder pelo fato (responsabilidade objetiva do fornecedor). De acordo com essa teoria, os produtos e serviços colocados no mercado de consumo deverão ter uma qualidade segurança (prevista nos artigos 8º a 17 do Código de Defesa do Consumidor brasileiro) e uma qualidade adequação (artigos 18º a 25 do Código de Defesa do Consumidor brasileiro).

No sistema do CDC, leis imperativas irão proteger a confiança que o consumidor depositou no produto, na marca, na informação que o acompanha, na sua segurança, ao uso e riscos normais ou que razoavelmente dele se espera, irão proteger, em resumo, a confiança que o consumidor deposita na segurança do produto ou do serviço colocado no mercado. Interessante notar que o mandamento de proteção da confiança (*Vertrauensgebot*) está intimamente ligado, pode-se mesmo afirmar ser uma consequência ética, ao anonimato das novas relações sociais. Como as relações contratuais e pré-contratuais, a produção, a comercialização são massificadas e multiplicadas, sem que se possa claramente identificar os beneficiados (consumidores e usuários), foi necessário criar um novo paradigma. Um novo paradigma mais objetivo do que a subjetiva vontade, boa ou má fé do fornecedor *in concreto*, mas sim um *standart* de qualidade e segurança que pode ser esperado por todos contratantes, usuários atuais e futuros (expectativas legítimas). Mencione-se que o critério de medida desta confiança é a periculosidade normal ou esperada (seja periculosidade inerente ou adquirida, segundo Benjamin, Comentários, p.47), daí o art. 8º mencionar a proibição de os produtos e serviços colocados no mercado de consumo acarretarem (hoje e no futuro) riscos à saúde ou segurança dos consumidores, “exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição” (MARQUES, 2016, p. 472-473).

No entender de Nunes (2012, p. 176-177), os princípios de proteção à vida, à saúde e à segurança do consumidor são direitos que surgem atrelados ao princípio fundamental da dignidade da pessoa humana, resguardando expressamente a sadia qualidade de vida do consumidor e reflete uma proteção ampla de asseguramento de condições morais e materiais.

Assim, tem-se que o princípio estudado tem como objetivo principal a proteção da vida do consumidor em todas as suas vertentes, tendo como consequência a obrigatoriedade da manutenção da qualidade dos produtos e serviços colocados no mercado de consumo e, como já descrito tanto no presente capítulo como no anterior, entende-se como qualidade do produto e do serviço a adequação deste ao fim que se destina e a segurança na sua utilização.

Também desse princípio decorre a proibição de colocar no mercado de consumo os produtos considerados nocivos e perigosos (vide artigos 8º, 9º e 10 do CDC), consideradas algumas exceções para produtos com média nocividade e periculosidade, ou ainda, potencialmente nocivos e perigosos, como no caso de alguns agrotóxicos e venenos, e vedados totalmente aqueles com alto grau de nocividade e periculosidade. A gradação da nocividade e a periculosidade dependem de normas próprias a serem produzidas pelos órgãos públicos responsáveis por essa avaliação.

Como assevera Del Masso (2016, p. 101), a qualidade do produto ou serviço significa considerá-los eficientes para a finalidade a que se destinam, mas não se deve esquecer que o “direito do consumidor regula uma relação jurídica entre fornecedores e consumidores e, portanto, a qualidade do produto ou serviço não é suficiente, pois a relação de fornecimento também deve ser”.

Não obstante, para fins da presente pesquisa, também se deve levar em consideração a durabilidade do produto como um dos aspectos de sua qualidade, pois é impensável na sociedade de consumo atual, e diante da necessidade de se estabelecer um consumo sustentável, falar-se em qualidade sem levar em consideração o tempo útil do produto e do serviço prestado.

Por mais que os tribunais dilatam o ventre da teoria dos vícios redibitórios, não se consegue dar abrigo à garantia de durabilidade. De fato, a pouca durabilidade de um bem nem sempre decorre de um vício (na acepção da doutrina clássica). A durabilidade, na sociedade de consumo, tem muito mais a ver com o processo decisório de marketing. Não são poucas as vezes em que o fornecedor pretende, efetivamente, criar produtos e serviços com pouca durabilidade sem, contudo, informar o consumidor adequadamente. Já não é novidade o fenômeno da obsolescência planejada. O consumidor é induzido a adquirir um produto ou serviço que, em pouco tempo, será considerado obsoleto, seja porque sua utilidade decai rapidamente, seja porque o fornecedor, intencionalmente, deixou de lhe dar certas características que já conhecia, apenas para lançar um "novo" produto em seguida. E o consumidor queda-se completamente alheio a todo esse processo, embora pagando, por inteiro, seus custos. A durabilidade, apesar de não presente entre as preocupações da teoria dos vícios redibitórios, é um dos princípios que deve orientar o trabalho do aplicador do Código (art. 4º, II, d). É que a teoria da qualidade, funcionando como verdadeira garantia de qualidade, ao lado da adequação e da segurança, também abarca uma garantia de "durée raisonnable", conforme assevera Nicole L'HEUREUX, ao analisar a legislação de Québec 23 e 24 (Droit de la consommation, p. 45) (BENJAMIN, 2012, s.p.).

A subscritora optou, no próximo item, pela inserção do tema obsolescência programada, a qual se refere Benjamin (2012, s.p.) na última citação, como fato que

poderá gerar a aplicabilidade do diálogo entre as legislações ambiental e consumerista, capaz de reduzir esta situação.

Ressalte-se que o tema da responsabilidade civil no Direito do Consumidor foi tratado no item 3.3 do Capítulo 3 do presente estudo, que decorre da não observância do princípio, ora tratado, e não é demais lembrar que o referido instituto guarda semelhança entre todas as legislações internacionais, somente acrescentando neste item a teoria da qualidade, também utilizada pela doutrina internacional para a responsabilização no Direito do Consumidor.

Para Marques (2016, p. 473), o Código de Defesa do Consumidor brasileiro também apresenta os princípios gerais da prevenção e precaução, presentes em diversos de seus dispositivos, principalmente em razão do artigo 7º<sup>59</sup>, e outros, como o controle de qualidade por parte dos fornecedores, a coibição de abusos, o dever de informação e a educação para o consumo, a informação, a prevenção de danos materiais e morais aos consumidores (artigos 4º e 6º do CDC).

**Neste sentido, mencione-se que o princípio da precaução, que é típico do direito ambiental, também inverte o ônus da prova: se não comprovou que não há risco, não introduza o produto ou serviço no mercado. Aqui poderíamos conceber o princípio da prevenção de danos e a proibição de introduzir no mercado produtos que acarretem riscos à saúde e segurança do consumidor como base para uma ação semelhante.** Como ensina a doutrina francesa, comentando o acordo sanitário europeu e o princípio da precaução, “...em caso de risco potencial para a saúde, a precaução postula um agir, sem esperar que a existência do risco seja confirmada por prova científica. O objetivo é superar a lógica clássica expressa através do princípio da prevenção, inscrito de longa data em nosso direito positivo, em favor de uma nova cultura do risco. Na lógica clássica, só um risco comprovado justifica que se tomem medidas de prudência: é somente após que o dano se produz ou que se torna fortemente provável, que seria legítimo procurar meios de o evitar e prevenir a sua realização. A ambição do princípio da precaução é precisamente inverter esta lógica. **A dúvida e a incerteza sobre a segurança de um produto, já produzem efeitos jurídicos e justificam a adoção de medidas protetivas**” (Christine Noiville, Principe de précaution et organisation mondiale du commerce – Le cas du commerce alimentaire. *Journal du Droit International*, v.2,2000, p. 269) (MARQUES, 2016, p.473-474, grifo nosso).

---

<sup>59</sup> CDC: Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade. Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

Verifica-se a grande semelhança, ousando falar em igualdade entre os princípios da precaução e da prevenção do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor, objetivando ambos à proteção ao indivíduo, por meio do ato de consumir (consumidor) ou não. A ideia central é a de que só se deve inserir no mercado produtos e serviços que se tenha certeza que são incapazes de gerar danos ao consumidor ou ao meio ambiente.

Outro princípio de suma importância para a presente pesquisa é o princípio da informação, também presente nos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, já citados, bem como diretamente atrelado ao princípio de proteção à vida, saúde e segurança e ao princípio da precaução e prevenção.<sup>60</sup>

Tal princípio também encontra guarida nos incisos XIV e XXXIII do artigo 5º da Constituição Federal de 1988, e se caracteriza pela dimensão coletiva, pois contempla direitos particulares, coletivos e gerais. A titularidade do direito à informação é, em princípio, indeterminada e integra os interesses difusos ou coletivos, com garantia de cláusula pétrea, cuja definição também se verifica no artigo 81, parágrafo único, inciso I do Código de Defesa do Consumidor brasileiro.

Segundo Martins (2014, p. 242), sobre o direito à informação com previsão no artigo 5º, XIV e XXXIII, da CF/1988:

As Constituições pós-modernas caracterizadas tanto mais pelo Estado Democrático de Direito tratam a informação como direito fundamental. Nesta perspectiva a informação transparece como objeto de relação jurídica fundamental, o que sintetiza vínculo entre o Estado e o cidadão com estabelecimento de limites e possibilidades.

Nunes (2012, p. 673-674) ensina que o dever de informar é exigido antes de se iniciar qualquer relação, impondo-se ao fornecedor, inclusive, o dever de informar na fase pré-contratual, ou seja, na oferta, na apresentação e na publicidade, e tal informação obrigatória integrará o contrato, nos termos do artigo 30 do Código de

---

<sup>60</sup> CDC: Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios

...

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

...

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Defesa do Consumidor brasileiro<sup>61</sup>. Juntamente com o dever de informar, o autor argumenta que o *códex* dispõe sobre o princípio da transparência, que se traduz na obrigação de o fornecedor dar ao consumidor a oportunidade de conhecer o conteúdo do contrato previamente, antes de assumir qualquer obrigação. Com a imposição dos deveres de informação e transparência, defende que o diploma legal inverteu a regra do *caveat emptor*, pela qual era o consumidor quem tinha de buscar as informações que desejasse sobre o produto ou serviço, trocando-a pela regra do *caveat venditor*, que ordena justamente o contrário, ou seja, cabe ao fornecedor dar plena informação sobre o produto ou serviço.

No contexto de valorização da transparência e da confiança nas relações negociais privadas, o CDC estabelece um regime próprio em relação aos meios de se propagar a informação, tendente a assegurar que a comunicação do fornecedor e a do produto ou serviço se façam de acordo com regras pré-estabelecidas, adequadas a ditames éticos e jurídicos que regulam a matéria (TARTUCE; NEVES, 2017, p. 46).

Sobre o dever de informação a que o fornecedor está obrigado, afirma Oliveira (2005, p. 60):

O consumidor, ao decidir por sua vinculação obrigacional, há que estar plenamente cômico de todos os caracteres do produto ou do serviço adquirido, assim como dos riscos que podem representar. Falhando o fornecedor no dever de lealdade na fase pré-contratual, responderá pelas consequências da frustração da expectativa legítima do consumidor e também pelos danos causados pela deficiência da informação.

Para Lobo (2001, s.p.), o direito à informação também atinge o poder de escolha do consumidor:

A informação e o dever de informar tornam realizável o direito de escolha e autonomia do consumidor, fortemente reduzida pelos modos contemporâneos de atividade econômica massificada, despersonalizada e mundializada. Nessa direção, recupera parte da humanização dissolvida no mercado e reencontra a trajetória da modernidade, que prossegue o sono

---

<sup>61</sup> CDC: Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

mais alto do iluminismo, a capacidade de pensar e agir livremente, sem submissão a vontades alheias, cada vez mais difícil na economia globalizada de Estados e direitos nacionais enfraquecidos, onde as principais decisões econômicas são tomadas por conselhos de administração de empresas transnacionais.

Constata-se com a pesquisa que a doutrina ao estudar o princípio da informação também engloba o princípio da transparência e o da educação do consumidor. Para fins deste estudo, serão mantidas em um único princípio todas as vertentes sobre o dever de informação ao consumidor.

O dever de informação imposto ao fornecedor, como já dito, se encontra presente em diversos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, bem como em diretrizes traçadas pela ONU e diretivas da União Europeia. No Código de Defesa do Consumidor brasileiro, está presente no capítulo destinado à proteção da vida, da saúde e da segurança (artigos 8º, 9º e 10 do CDC), quando determina que todos os produtos colocados no mercado de consumo devem apresentar informações sobre sua composição e modo de utilização e aqueles considerados com média nocividade e periculosidade devem conter informações ostensivas sobre estas.

Outrossim, o princípio da informação se encontra presente nos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor destinados à regulamentação da oferta e da publicidade<sup>62</sup>.

Ressalte-se que os princípios do Direito do Consumidor não foram exauridos neste item, uma vez que a doutrina é vasta em sua descrição e a opção pelos

---

<sup>62</sup> CDC: Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

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

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (Vetado).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

descritos foi realizada em razão da fundamentação necessária às propostas a serem realizadas no próximo item.

#### **4.4 Diálogo entre os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor**

A proposta da presente tese é apresentar uma contribuição para a efetividade do consumo sustentável, por meio de um diálogo entre os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor.

A contribuição para um consumo sustentável por meio do diálogo se alcançaria na sua aplicabilidade para a solução dos casos concretos, bem como para a interpretação das normas de cada sistema disciplinar (ambiental e consumerista).

A ineficiência da aplicabilidade das normas de ambos os sistemas estudados de forma estanque e independente aos fatos contemporâneos é de ampla notoriedade, como se demonstrou no decorrer do presente trabalho. Os sérios prejuízos ambientais em razão do consumo não sustentável são inegáveis e de grande preocupação da sociedade atual, bem como dos estudiosos do assunto, que são incansáveis em seus diversos alertas.

São inadmissíveis, diante da gravidade dos fatos, condutas passivas e omissivas ante a degradação ambiental, principalmente advindas dos estudiosos e aplicadores do Direito. As transformações do meio ambiente em razão das atividades antrópicas, em especial no presente estudo, focada no consumo exacerbado, requerem medidas urgentes, sob pena de não se resguardar o planeta para as futuras gerações.

Diz Jonas (2006, p. 57-58) que “somos tentados a crer que a vocação dos homens se encontra no contínuo progresso da tecnologia, superando-se sempre a si mesmo”, e que a “conquista de um domínio total sobre as coisas e sobre o próprio homem surgiria como a realização de seu destino”. Afirma ainda que a “tecnologia assume um significado ético por causa do lugar central que ela agora ocupa subjetivamente nos fins da vida humana”.

A sustentabilidade tem que ser absorvida em uma dimensão ampla por todos os princípios e normas presentes nos sistemas normativos das legislações pátrias, em especial pela legislação consumerista, que tem que se adequar aos seus imperativos.

Conforme Canotilho (2015, p.4-9), a sustentabilidade deve ser entendida como um “paradigma secular”, e, para que se possa falar em um Estado democrático de direito, tem-se que também entender um Estado regido por princípios ecológicos. Da mesma forma que os princípios basilares do Estado, a sustentabilidade deve ser considerada “um princípio aberto carecido de concretização conformadora e que não transporta soluções prontas, vivendo de ponderações e de decisões problemáticas”.

Em resposta ao ocaso da ciência moderna e à crise ambiental, vem emergindo um paradigma epistemológico renovado, de matriz transdisciplinar, lastreado em métodos inovadores e linguagens plurais, voltado à reconciliação entre humanidade e natureza, comprometido em não legar para as gerações vindouras as tenebrosas previsões apontadas pela atual crise ecológica. Ao rechaçar o consumo linear, o paradigma emergente lança as bases para o novo modelo jurídico teórico-imagético de relação de consumo (RIBEIRO, 2018, p. 210).

Certo é que a maioria das constituições dos países ocidentais já absorveu os princípios da sustentabilidade, também elegendo o direito ao meio ambiente sadio a um direito fundamental e informativo.

Benjamin (2011, p. 92), dispendo sobre a constitucionalização do ambiente e ecologização da Constituição brasileira, ensina:

Coube à Constituição – do Brasil, mas também de muitos outros países - repreender e retificar o velho paradigma civilístico, substituindo-o, em boa hora, por outro mais sensível à saúde das pessoas (enxergadas coletivamente), às expectativas das futuras gerações à manutenção das funções ecológicas, aos efeitos negativos a longo prazo da exploração predatória dos recursos naturais, bem como aos benefícios tangíveis e intangíveis do seu uso – limitado (e até não uso). O universo destas novas ordens constitucionais, afastando-se das estruturas normativas do passado recente, não ignora ou despreza a natureza, nem é a ela hostil. Muito ao contrário, na Constituição inicia-se uma jornada fora do comum que permite propor, defender e edificar uma nova ordem pública, como será visto adiante, centrada na valorização da responsabilidade de todos para com as verdadeiras bases da vida, a Terra.

A Constituição Federal brasileira prevê, em seu artigo 225, 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.

§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao Poder Público:

... V - controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente;

O Direito do Consumidor tem que se adequar aos imperativos da sustentabilidade, principalmente ao dispositivo constitucional, anteriormente citado, em que pese alguns poucos esforços do legislativo para tal, como os Projetos de Lei nº 3.514 e 3.515 de 2015, que agora comenta-se com a ideia de que o diálogo entre os princípios do Direito do Consumidor e do Direito Ambiental podem também se traduzir na norma positivada, não somente na interpretação dialogada para a aplicabilidade no caso concreto.

As disfunções atuais do meio ambiente ultrapassam qualquer barreira disciplinar artificialmente imposta ao conhecimento. Suas soluções, portanto, não advirão exclusivamente de determinada subdisciplina extremamente especializada, mas de abordagens que igualmente transcendam concepção disciplinar do conhecimento (RIBEIRO, 2018, p. 217).

O Senado Federal, em 2012, criou uma Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor, com o auxílio de Uma Comissão de Juristas, sob a presidência do Ministro do Superior Tribunal de Justiça, Prof. Dr. Antônio Herman Benjamin, tendo como membros: a Prof<sup>a</sup>. Dra. Claudia Lima Marques (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), Relatora-Geral; os autores do Anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor, Prof<sup>a</sup>. Dra. Ada Pellegrini Grinover (Universidade de São Paulo) e Kazuo Watanabe (Universidade de São Paulo); e os membros do Ministério Público do Distrito Federal, Prof. Dr. Leonardo Roscoe Bessa (UniCeub) e da Procuradoria do Estado de São Paulo e ex-coordenador da Fundação Procon-SP, Prof. Dr. Roberto Pfeiffer (Universidade de São Paulo). Também contou com a colaboração dos promotores do Estado do Espírito Santo, Dr. Alexandre de Castro Coura e Dra. Sandra Lengruber da Silva, e o Procurador do Estado do Espírito Santo, Dr. Leonardo de Medeiros Garcia.

Ressalte-se que a Comissão de Juristas foi criada apenas para legislar sobre os principais aspectos do crédito ao consumidor e combate ao superendividamento, do comércio eletrônico de consumo e das ações coletivas, em alteração pontual e limitada a novas seções, sem descaracterizar o Código de Defesa do Consumidor.

Os trabalhos oriundos dessa comissão temporária resultou na apresentação dos Projetos de Lei ao Senado (PLS) nº 281, nº 282 e nº 283, de 2012, pelo Senador

José Sarney, que objetivam alterar a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico, as ações coletivas, o crédito ao consumidor e a prevenção do superendividamento.

Verifica-se que esses Projetos de Lei originariamente não manifestaram preocupação direta com o meio ambiente ou com o diálogo do Direito do Consumidor e o Direito Ambiental, mas apresentaram uma nova figura jurídica, o assédio de consumo, que indiretamente contribui para o consumo sustentável:

Quanto à nova figura incluída pela Comissão de Juristas do assédio de consumo, foi esta desenvolvida por esta relatoria em mais dois aspectos: o da regulamentação da oferta e da publicidade infantil (com base no Direito Comparado, focando nos novos meios tecnológicos e no novo marketing agressivo dirigido a crianças) e quanto ao consumo sustentável e ao eco-marketing, em virtude da Resolução 39/248, de 09.05.1985 das Nações Unidas, atualizada em 1999 justamente para incluir estes parâmetros de consumo sustentável como modelo legislativo para o mundo.<sup>63</sup>

No entanto, no decorrer de sua tramitação no Senado, foram apresentadas diversas emendas que propuseram trazer para o CDC a preocupação direta com o meio ambiente.

Ocupa-se a presente pesquisa do Projeto nº 281/2012, em razão de seu objetivo.

Alguns exemplos da redação final do projeto aprovado pelo Senado que absorvem princípios ambientais são transcritos abaixo, com ênfase ao artigo 4º:

Art.4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, **a proteção do meio ambiente**, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

(...)

II- ação governamental

**e) pelo incentivo a padrões de produção e consumo sustentáveis.**

.....  
**IX – promoção de padrões de produção e consumo sustentáveis, de forma a atender as necessidades das atuais gerações, permitindo melhores condições de vida, promovendo o desenvolvimento econômico e a inclusão social, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras.**<sup>64</sup>

<sup>63</sup> Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?0&codcol=1604>>. Acesso em: 24 out. 2018.

<sup>64</sup> Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?0&codcol=1604>>. Acesso em: 24 out. 2018 (grifo nosso).

O artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, que trata dos “direitos básicos do consumidor”, passou a ter a redação abaixo, segundo o projeto, na tentativa de garantir a real possibilidade de escolha do consumidor, sem campanhas agressivas de marketing, bem como garantindo que as informações relativas à produção e seu impacto ambiental sejam obrigatórias na comercialização do produto e do serviço.

**Art. 6º** .....

XI – a autodeterminação, a privacidade, com eventual confidencialidade, e a segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico, assim como o acesso gratuito ao consumidor a estes e suas fontes;

XII – a liberdade de escolha, em especial frente a novas tecnologias e redes de dados, sendo vedada qualquer forma de discriminação e assédio de consumo;

XIII – a informação ambiental veraz e útil, em especial em relação à origem, aos processos de produção e comercialização dos produtos e serviços, ao eventual impacto ambiental de seu uso e aos procedimentos de descarte e logística reversa.

A redação atual dos artigos, 8º, 9º e 10 do Código de Defesa do Consumidor brasileiro trata do princípio de proteção à vida, à saúde e à segurança do consumidor, prevendo, em suma, que nenhum produto nocivo à saúde ou à segurança do consumidor poderá ser colocado no mercado de consumo, estabelecendo algumas exceções em razão da essencialidade do produto e do serviço e determinando medidas preventivas e punitivas no caso de desobediência do preceito. O projeto acrescentou o artigo 10-A, incluindo como riscos dos produtos e serviços aqueles decorrentes de impactos ambientais.

**Art. 10-A.** As regras preventivas e precautórias dos arts. 8º, 9º e 10 deste código aplicam-se aos riscos provenientes de impactos ambientais decorrentes de produtos e serviços colocados no mercado de consumo<sup>65</sup>.

Os artigos 31 e seguintes do Código de Defesa do Consumidor versam sobre oferta e publicidade, obedecendo ao princípio da informação, e vale dizer que toda informação ou publicidade dirigida ao mercado de consumo deve ser suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

---

<sup>65</sup> Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?0&codcol=1604>>. Acesso em: 24 out. 2018 (grifo nosso).

**Art. 31.** A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, tributos incidentes, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores e ao meio ambiente.

§ 1º .....

§ 2º As informações sobre qualidades ambientais dos produtos ou serviços devem atender aos seguintes princípios:

I – veracidade – as informações ambientais devem ser verdadeiras e sempre passíveis de verificação e comprovação;

II – exatidão – as informações ambientais devem ser exatas e precisas, não cabendo informações genéricas e vagas;

III – pertinência – as informações ambientais devem ter relação com os processos de produção e comercialização dos produtos e serviços anunciados;

IV – relevância – o benefício ambiental salientado deverá ser significativo em termos do impacto do produto ou serviço sobre o meio ambiente, em todo o seu ciclo de vida, ou seja, na sua produção, uso e descarte. (NR)”

**Art. 39.** .....

XIV – ofertar produto ou serviço com potencial de impacto ambiental negativo, sem tomar as devidas medidas preventivas e precautórias<sup>66</sup>.

A emenda que propôs a nova redação dos artigos mencionados justificou que a atualização do Código de Defesa do Consumidor deve conter normas que impõem deveres aos fornecedores quanto ao descarte e à logística reversa, bem como o direito à informação ambiental, em especial em relação à origem, aos processos de produção e comercialização dos produtos e serviços, ao eventual impacto ambiental de seu uso e sobre os procedimentos de descarte. Também propôs a inserção da informação ambiental que deve ser útil, pois o ecomarketing se limita a passar informação ambiental irrelevante ou vaga em excesso. O ecomarketing deve ser verdadeiro, logo exato e pertinente, de forma a assegurar a liberdade de escolha do consumidor e evitar as novas formas de assédio de consumo.<sup>67</sup>

(...) atendendo aos princípios do CDC de veracidade (as informações ambientais devem ser verdadeiras e sempre passíveis de verificação e comprovação), de exatidão (as informações ambientais devem ser exatas e precisas, não cabendo informações genéricas e vagas sobre as qualidades ambientais de produtos e serviços), de utilidade e pertinência (as informações ambientais devem ter relação com os processos de produção e comercialização dos produtos e serviços anunciados) e de relevância (o benefício ambiental salientado ao consumidor deverá ser significativo em termos do impacto do produto ou serviço sobre o meio ambiente, em todo o seu ciclo de vida, ou seja, na sua produção, uso e descarte).

<sup>66</sup> Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?0&codcol=1604>>. Acesso em: 24 out. 2018.

<sup>67</sup> Idem.

A redação do art. 76, VI, pretendeu incluir os danos causados ao meio ambiente como circunstância agravante aos crimes contra as relações de consumo tipificados no Código de Defesa do Consumidor:

**Art. 76.** São circunstâncias agravantes dos crimes tipificados neste código:  
.....  
VI – ocasionarem graves danos ao meio ambiente.

Assim, verifica-se que a Comissão do Senado destinada à atualização e à revisão do Código de Defesa do Consumidor planejou assegurar com seu projeto a responsabilidade ambiental dos fornecedores e consumidores, bem como trouxe para a legislação consumerista os princípios do direito ao meio ambiente equilibrado, do desenvolvimento sustentável e do poluidor-pagador.

Não obstante, ainda se encontra na fase de um projeto legislativo que, se convertido em norma, muitos benefícios trarão à efetivação do consumo sustentável. Ressalte-se que benefícios serão gerados, no entanto, a solução não estará simplesmente nessa norma, que, embora principiológica, não será suficiente para a resolução de todos os casos que podem surgir em razão do consumo insustentável e dos danos gerados ao meio ambiente.

Como já exposto, o presente estudo pretende apresentar outra contribuição para o consumo sustentável, ou seja, que os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor possam dialogar em todos os sentidos, tanto para a construção de novas normas como na ausência destas, para serem aplicados aos casos concretos que possam acarretar prejuízos ambientais face ao consumo insustentável.

E mais, a busca da solução para se atingir a sustentabilidade do consumo é algo urgente que não suporta mais intermináveis trâmites legislativos, necessitando a sociedade de um mecanismo rápido e eficaz para se evitar prejuízos irreparáveis ao meio ambiente.

Para se iniciar a proposta do diálogo dos princípios de Direito Ambiental e de Direito do Consumidor, mister se faz abordar o direito à vida, ainda de que forma superficial.

O direito à vida é um direito natural, nasce com o homem e é protegido pelo ordenamento jurídico internacional e nacional, é o princípio fundamental dos

princípios fundamentais, presente na Declaração Universal dos Direitos dos Homens em seu artigo 3º que diz que “toda pessoa tem direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal”.

A Constituição Pátria absorve esse princípio em seu artigo 1º, que elegeu a dignidade da pessoa humana como um fundamento da República Federativa do Brasil, e a vida garantida pelo artigo 5º da Magna Carta.

O direito humano fundamental à vida deve ser entendido como direito a um nível de vida adequado com a condição humana, ou seja, direito à alimentação, vestuário, assistência médica-odontológica, educação, cultura, lazer e demais condições vitais. O Estado deverá garantir esse direito a um nível de vida adequado com a condição humana respeitando os princípios fundamentais da cidadania, dignidade da pessoa humana e valores sociais do trabalho e da livre iniciativa; e, ainda, os objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil de construção de uma sociedade livre, justa e solidária, garantindo o desenvolvimento nacional e erradicando-se a pobreza e a marginalização, reduzindo, portanto, as desigualdades sociais e regionais (MORAES, 2003, s.p.).

Costa (2014, s.p.) entende que houve uma evolução na aplicação da lei e dos princípios, sendo um adepto da teoria do neoconstitucionalismo, o que não significa a aplicação de um direito fora da realidade ou em discordância com a lei e com os princípios, mas, pelo contrário, é a aplicação dele de forma qualificada e corroborada pela lei máxima e princípios basilares do ordenamento jurídico brasileiro.

Logo, acrescenta que na visão neoconstitucional está presente uma nova interpretação jurídica, focada na efetividade, na supremacia e na força normativa da lei maior. As normas constitucionais são imperativas e devem ser igualmente efetivas, incumbindo aos seus destinatários encontrar soluções que viabilizem sua plena aplicação (COSTA, 2014, s.p.).

A consequência disto é que a aplicação do direito passa a ser mais equilibrada, visando alcançar o resultado mais perto do justo, pois evita a aplicação fria da norma, da lei e busca uma aplicação Constitucional Principiológica da Lei, ou seja, a Constituição e os Princípios Fundamentais passam a ser o centro vital do sistema jurídico pátrio.

Logo, o direito à vida, sendo o princípio fundamental e essencial, deve ser aplicado em conformidade com a hermenêutica proposta pelo neoconstitucionalismo, independentemente de qualquer norma, inclusive nos demais dispositivos constitucionais, a exemplo do artigo 225, parágrafo 1º, da

Constituição Pátria, que prevê que o meio ambiente seja ecologicamente equilibrado, devendo o Poder Público “controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente”.

Diante do princípio do direito à vida, não só todas as demais normas nacionais e internacionais devem ser construídas, como também toda a proteção jurisdicional deve estar pautada.

No presente estudo, em especial, tem-se o princípio do direito ao meio ambiente equilibrado como pilar do Direito Ambiental e o princípio da proteção à vida, à saúde e à segurança do consumidor, ambos derivados diretamente do princípio maior do direito à vida, exemplo de diálogo direto de princípios expressos em normas positivadas.

A pesquisa agora propõe um diálogo entre os princípios do direito ao meio ambiente equilibrado e do desenvolvimento sustentável do Direito Ambiental com o princípio de proteção à vida, saúde e segurança do consumidor. Todas as diretrizes internacionais dispõem que o consumidor deve ser protegido em sua vida, sua saúde e sua segurança, como já narrado, e a maioria das legislações nacionais internalizaram este princípio.

Em especial, no Brasil, tem-se uma seção do Código de Defesa do Consumidor destinada a regulamentar essa proteção à vida, à saúde e à segurança do consumidor, traduzidos nos artigos 8º, 9º e 10, sem prejuízo de outros dispositivos legais, na mesma norma, que tratam indiretamente sobre o assunto.

A regra geral extraída do princípio consumerista em questão é: nenhum produto ou serviço poderá acarretar algum dano à vida, à saúde ou à segurança do consumidor.

No entanto, tal princípio é relativizado pela própria norma consumerista e em nenhum momento leva em consideração os danos causados ao meio ambiente.

O legislador pátrio, em especial, entende que existem alguns produtos ou serviços que, embora causem algum prejuízo à vida, à saúde ou à segurança do consumidor, devem ser inseridos no mercado de consumo, realizando uma valoração dessa nocividade ou periculosidade.

A valoração dessa nocividade ou periculosidade fica a cargo de órgãos oficiais de cada área abordada e, de acordo com o grau estabelecido, tem-se um

tipo de informação a ser prestada ao consumidor em relação ao produto ou serviço.

Assim, um produto ou serviço considerado de nocividade ou periculosidade normais e previsíveis em razão de sua natureza ou fruição poderá ser colocado no mercado de consumo desde que os seus fornecedores prestem todas as informações necessárias e adequadas a sua utilização (artigo 8º do CDC)<sup>68</sup>.

Já os produtos ou serviços tidos como potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou à segurança deverão apresentar uma informação ostensiva a respeito de sua nocividade ou periculosidade, mas não estão proibidos de serem colocados no mercado de consumo (artigo 9º do CDC)<sup>69</sup>.

E, por derradeiro, têm-se os produtos ou serviços com alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou à segurança, proibidos de serem inseridos no mercado de consumo (artigo 10 CDC)<sup>70</sup>.

Percebe-se, por meio dos dispositivos apresentados, que outro princípio está inserido na proposta desse diálogo, ou seja, o princípio da informação; vale dizer que a relatividade da segurança dos produtos e serviços está atrelada diretamente à informação ao consumidor.

Em nenhum momento, depara-se na norma com a preocupação com o meio ambiente ou, ainda, que a nocividade ou a periculosidade do produto ou do serviço também pode ser entendida como “nocividade ou periculosidade ao meio

---

<sup>68</sup> Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

§ 1º Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

§ 2º O fornecedor deverá higienizar os equipamentos e utensílios utilizados no fornecimento de produtos ou serviços, ou colocados à disposição do consumidor, e informar, de maneira ostensiva e adequada, quando for o caso, sobre o risco de contaminação.

<sup>69</sup> Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

<sup>70</sup> Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

ambiente”, somente se leva em consideração a nocividade ou a periculosidade direta ao consumidor.

Não se sabe se, ao chamar de periculosidade ou de nocividade direta ao consumidor, também não se poderia incluir o dano ao meio ambiente, uma vez que, sem um meio ambiente saudável e equilibrado, não há que se falar em vida, saúde ou segurança do consumidor.

Não obstante, o fato é que o dano gerado ao meio ambiente não é levado em consideração para a análise da periculosidade ou nocividade do produto ou serviço, pois, se assim o fosse, não ter-se-ia a maioria dos produtos sendo comercializados com embalagens plásticas. Ressalta-se que a ausência desse diálogo e dessa integração entre os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor pode ser constatada tanto na legislação nacional como na internacional.

O último plano de ação adotado pela União Europeia no domínio da política de defesa do consumidor para os anos de 2014 a 2020, permanece igualmente em silêncio sobre a questão dos padrões de produção e consumo sustentáveis. Se o desenvolvimento sustentável é citado como parte do objetivo geral do plano de ação adotado, não faz parte da lista de objetivos específicos referidos no art. 2 do regulamento comunitário, que contém o plano de ação e nem está disposto em qualquer outro parágrafo. (BOURGOIGNE, 2017, s.p.).

O princípio de proteção à vida, à saúde e à segurança dos produtos e serviços também gerou a teoria da qualidade, de acordo com a qual a lei impõe um dever de qualidade aos produtos e serviços, e essa qualidade deve ser entendida como qualidade-segurança ou qualidade-adequação (BENJAMIN, 2011, s.p.), já exposta no item 4.3 do presente trabalho.

Ainda, em conformidade com Nunes (2012, p. 176-177), o princípio de proteção à vida, à saúde e à segurança está diretamente atrelado ao princípio fundamental da dignidade da pessoa humana, protegendo expressamente a sadia qualidade de vida do consumidor.

Face ao narrado, poderia ser questionado: o que é um produto ou serviço considerado seguro e adequado?

No entender desta pesquisadora, essa questão só pode ser respondida de uma forma: todo produto ou serviço que não cause riscos à vida, à saúde e à

segurança do consumidor, assim entendido também os potenciais riscos ao meio ambiente.

Aqui, então, propõe-se o diálogo das fontes ou o diálogo dos princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor, em especial o diálogo sistemático de complementariedade e subsidiariedade, no qual uma norma ou princípio complementarizará a aplicação de outra norma ou outro princípio, ou ainda, também de forma subsidiária.

Dessa forma, realizando-se o diálogo dos princípios, tem-se como primeira consequência a alteração das regras de valoração da periculosidade e da nocividade do produto ou serviço e dos riscos à vida, à saúde e à segurança dos consumidores pelos órgãos competentes.

Na hipótese de um produto não ser diretamente perigoso ou nocivo ao ser humano pelo seu consumo, não lhe gerando nenhum risco direto, mas o seu meio de produção ser altamente nocivo ao meio ambiente, gerando um prejuízo irreparável, ele deverá ser proibido de ser inserido no mercado de consumo, pelo entendimento dialogado, uma vez que se acarreta riscos ou danos ao meio ambiente também acarretará danos à vida, saúde e segurança do consumidor.

Decorre dessa interpretação dialogada que todo produto ou serviço a ser colocado no mercado de consumo deverá ser produzido de forma sustentável.

Também como já abordado no item 4.2 e 4.3 da presente pesquisa, os princípios da prevenção e precaução do Direito Ambiental estão presentes neste diálogo sobre a segurança do produto ou do serviço, inclusive invertendo o ônus da prova. De acordo com Marques (2016, p. 473-474), se não há como comprovar que o produto ou serviço não causa riscos ou danos à vida, à saúde e à segurança do consumidor, deve ele ser proibido de ser inserido no mercado de consumo.

Logo, o diálogo inverso também é verdadeiro, pois se não se conhece o risco do produto ao meio-ambiente, do mesmo modo não se conhece o risco que poderá acarretar à vida, à saúde e à segurança do consumidor (ser humano).

O princípio da informação, presente tanto no Direito Ambiental como no Direito do Consumidor, conforme já exposto, dialogará com outros princípios de ambas as legislações.

Com relação à segurança dos produtos e serviços, o princípio da informação que se encontra no Código de Defesa do Consumidor brasileiro possui regras próprias relativas à mensuração da periculosidade e da nocividade do produto ou

serviço, mas nada a respeito dos riscos que tais produtos ou serviços possam causar ao meio ambiente. Da mesma forma que o diálogo antes proposto, o princípio da informação, já estudado, além de proporcionar o conhecimento por parte do consumidor sobre a segurança direta do produto ou serviço, também deverá garantir que esse mesmo consumidor tenha pleno conhecimento sobre os riscos do produto ou serviço, quer diretos, quer causados ao meio ambiente pela sua utilização, produção e descarte.

O princípio da informação do Direito do Consumidor também abrange a oferta e a publicidade dos produtos e serviços, estando a regra geral nos artigos 30 e 31:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Verifica-se nos dispositivos apresentados que menção nenhuma se faz sobre a necessidade de se informar sobre os riscos que apresentam ao meio ambiente, que devem atender a forma de utilização, produção e descarte dos produtos; mesmo quando se fala em OGMs, não se leva em consideração possíveis intervenções no equilíbrio ambiental.

Nos últimos tempos, grande foi a polêmica no Brasil sobre o dever de informar ou não sobre a característica transgênica (organismo geneticamente modificado – OGM) de um alimento ou um ingrediente de um alimento (Dec. 4.680/2003). Este dever de informar existe e tem fonte constitucional, pois há direito de ser informado das características e ingredientes do produto por parte dos consumidores. Há dever de informar do fornecedor que usa (no produto ou na ração) organismos geneticamente modificados não só por ser direito humano do consumidor (art. 5º, XXXII) a informação, daí a necessidade da defesa de sua dignidade e saúde, mas também porque é direito econômico dos consumidores, como sujeitos ativos do mercado (art. 170, caput e inciso V, da CF/1988), a liberdade de escolha (art. 6º, II, do CDC) entre produtos com ingredientes que tiverem seus genes modificados por intervenção humana artificial, em uma combinação que não ocorreria normalmente na natureza (OGM). (MARQUES, 2016, p. 935).

O dever de informar, ou princípio da informação, como já exposto, também irá ser aplicado à publicidade de produtos e serviços. A publicidade no regramento consumerista brasileiro está assim disposta:

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

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

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Aqui se depara a pesquisadora com a preocupação do legislador consumerista em não desrespeitar valores ambientais por meio da publicidade de produtos ou serviços, denominando a publicidade que assim o faz de publicidade abusiva, e proibindo a sua veiculação.

Não obstante, atualmente no Brasil, a interpretação de desrespeito aos valores ambientais é relativa e, por exemplo, foi mitigada em face da necessidade de se legitimar o agronegócio, que vinha sendo alvo de campanhas ambientalistas, visando a sua adequação à necessidade de se manter o meio ambiente saudável. A tentativa hoje de se resgatar a credibilidade do agronegócio se dá por meio de publicidades que demonstram imagens com diversas atividades que incentivam a utilização de agrotóxico, com mensagem subliminar de que este é saudável. Ademais, incentivam a criação desordenada de animais e não alertam para a necessidade de uma agricultura sustentável, o que poderá acarretar a desertificação. Nenhum alerta ou observação voltada à sustentabilidade acompanha essas divulgações.

Além da necessidade de se adequar a interpretação de desrespeito aos valores ambientais, retro citado, ao diálogo dos princípios que ora se propõe, outras integrações entre o Direito Ambiental e o Direito do Consumidor são

necessárias para se tratar a regulamentação da publicidade de forma a se levar em consideração a sustentabilidade.

Como já amplamente exposto e fundamentado, pode-se denominar a sociedade atual de sociedade de consumo, em razão dos padrões de consumo exacerbados ao ponto de se valorar o indivíduo pela sua capacidade de adquirir um produto ou serviço.

Do mesmo modo, a presente pesquisa demonstrou que esse novo padrão de consumo acarretou um cenário de risco de esgotamento dos recursos naturais, bem como um imensurável volume de resíduos que o planeta não é capaz de suportar, sendo emergencial a necessidade de se controlar referido consumo e se atingir a sustentabilidade.

Para se atingir esse padrão de consumo exacerbado, os produtores se valeram de um mecanismo essencial, a publicidade. As ferramentas de marketing foram essenciais para a aproximação dos fornecedores e consumidores, e a estratégia central utilizada é persuadir o cliente por meio de imagens e peças publicitárias que atuam no imaginário, nos valores sociais. Técnicas agressivas foram e são utilizadas para se angariar consumidores.

A publicidade, por diversas vezes, associa o produto ao prazer, ao poder e ascensão social, criando necessidades até então inexistentes, com discursos subliminares do tipo: “se você não comprar nunca será aceito socialmente”, “se você não adquirir será considerado fracassado”, “você não pode viver sem”, “para ser feliz você precisa comprar” e outros.

O objetivo publicitário é, portanto, um objetivo de comunicação qual seja, estabelecer condições favoráveis para o consumo do produto, criar atributos para, mesmo após a compra, o consumidor se sinta privilegiado pela escolha do produto, e ainda, torna conhecida uma determinada marca, mostrar sua superioridade, etc. Para isso o objetivo publicitário deve ser composto de três elementos, isto é, uma intenção, uma proporção e um prazo. Os valores acrescentados são os capazes de satisfazer algumas necessidades do tipo geral, entre as quais encontra-se o prestígio social, possuir um certo estilo. Mas o mais importante para a publicidade é que estes valores apareçam relacionados com a imagem que o consumidor tem do produto. A imagem provém da personalidade da marca (MUNIZ, 2009, p. 5).

Neste estudo, não se pretende um aprofundamento do tema publicidade, mas somente fundamentar a ideia do diálogo frente a um fato de conhecimento público que pertence a diversos debates de diferentes áreas do saber.

Da mesma forma, não há a intenção de aqui se expor e debater a publicidade infantil, em razão de sua extensa regulamentação no direito brasileiro, como por exemplo: na Constituição Federal, no Estatuto da Criança e do Adolescente, no Código de Defesa do Consumidor, no Código brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) e também na Resolução nº 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), e também em razão do grande diálogo já realizado entre o princípio de proteção à criança e ao adolescente e os princípios de outras fontes.

Em vista disso, como a proposta de diálogo de princípios entre o Direito Ambiental e o Direito do Consumidor poderá colaborar com a sustentabilidade e o alcance de um consumo sustentável?

Acredita-se que, no tema da publicidade, o início do diálogo deverá estar focado também no princípio do direito ao meio ambiente equilibrado, princípio da informação (ambiental/consumidor), princípio da proteção da vida, da saúde e segurança do consumidor e princípio do desenvolvimento sustentável.

Toda a publicidade de produtos e serviços colocados no mercado de consumo devem conter informações corretas, precisas, ostensivas sobre as características destes, bem como, sobre suas qualidades, composição, validade e origem, entre outras que possam acarretar riscos aos consumidores (princípio da informação).

Ao se dialogar o princípio antes descrito com os demais citados, tem-se que a publicidade, além das obrigações de fornecer todos os dados previstos no referido princípio da informação, também deverá informar sobre os riscos deste ao meio ambiente, a proibição de vinculação a valores morais, sociais ou religiosos, e prazo de durabilidade ou vida útil, tema que será abordado adiante.

Também, ao se realizar o diálogo, a publicidade deveria alertar sobre a responsabilidade e a forma de descarte do produto.

Não se pretende nesta pesquisa apresentar um projeto de nova regulamentação da publicidade, o que teria que ser realizado em tese própria; no entanto, ao se dialogar os princípios, natural será o surgimento de uma nova legislação que integre os princípios ambientais.

Com essa proposta de diálogo, a publicidade continuaria legítima e atingindo sua finalidade, mas não conseguiria influenciar os padrões e costumes sociais,

nem positiva nem negativamente, simplesmente seria uma técnica de aproximação entre o produtor e o consumidor, capaz de fornecer imparcialmente todas as informações necessárias para que o consumidor, livremente faça a opção de adquiri-lo ou não.

Por derradeiro, a proposição agora de diálogo irá se direcionar à qualidade do produto ou serviço.

Como já demonstrado no Capítulo 3 desta tese, em especial no item 3.3, no que concerne à legislação brasileira, o fornecedor é responsável pela segurança de todos os produtos e serviços colocados no mercado de consumo.

A responsabilidade do fornecedor prevista na legislação consumerista é a objetiva, ou seja, aquela que gera a obrigação de indenizar sem a presença de culpa, tanto em razão do vício ou defeito (fato ou acidente de consumo) do produto ou serviço.

Do mesmo modo, considerando o estudo já realizado sobre vício e defeito do produto e do serviço no Direito do Consumidor, o fornecedor é responsável tanto pela adequação do produto ou serviço ao fim que se destina, ou seja, pelo seu bom funcionamento, quanto pela sua segurança, ou ainda, por qualquer dano causado por ele.

Ainda, o Código de Defesa do Consumidor estabelece uma garantia para o produto ou serviço, que deve ser concedida pelo fornecedor. Garantia é o prazo durante o qual o fornecedor se responsabiliza pela qualidade, pelo bom funcionamento do produto ou serviço, tendo a obrigação de trocá-lo, abater o preço ou devolver seu valor ao consumidor se algum vício for apresentado<sup>71</sup>.

---

<sup>71</sup> CDC Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

A referida garantia poderá ser legal, ou também, obedecer ao prazo previsto em lei, ou contratual, concedida pelo fornecedor. O prazo da garantia legal previsto no artigo 26 do Código de Defesa do Consumidor é de 30 dias para produtos e serviços não duráveis e de 90 dias para produtos duráveis<sup>72</sup>. O prazo da garantia contratual é estabelecido pelo fornecedor, e geralmente está ligada à durabilidade do produto ou serviço, na tentativa também de conceder maior credibilidade, em razão da ideia de que quanto maior a garantia, maior a qualidade.

Produtos e serviços não duráveis são considerados aqueles cuja utilização se dá por uma única vez, deixando de existir depois. Já os duráveis são aqueles destinados a uma utilização prolongada, sua durabilidade não é eterna, mas deve obedecer a um tempo razoável.

Fato é que a durabilidade ou vida útil de um produto ou serviço não foi até hoje normatizada, deixando a cargo do senso comum e da interpretação do Judiciário ao aplicar a lei ao caso concreto sua definição.

É notório que todo o produto ou serviço apresenta um desgaste natural pelo uso ou tempo, mas o que não é admissível é um produto ser criado especialmente para durar determinado tempo, sendo programado para perder sua utilidade

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

§ 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do § 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo.

§ 5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

<sup>72</sup> Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º Obstat a decadência:

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II - (Vetado).

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.

§ 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

somente para ser trocado por outro. A essa prática comum nos dias de hoje dá-se o nome de obsolescência programada, ou, obsolescência planejada.

Embora o conceito de obsolescência planejada como conhecemos atualmente tenha surgido apenas no século XX, historiadores relatam o surgimento de sua prática já no século XIX, quando o primeiro cartel mundial de que se tem notícia, conhecido como *Phoebus*, formado por fabricantes de lâmpadas de todo mundo, decidiu que a vida útil de seus produtos deveria ser deliberadamente reduzida por meio de novas tecnologias, obrigando os consumidores a adquirirem novas lâmpadas e aumentando assim o índice de vendas (MORAES, 2015, p. 52).

Neste momento, o objetivo é demonstrar que ao se dialogar os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor poder-se-ia exigir uma durabilidade maior dos produtos e serviços, rompendo o ciclo de produção, aquisição e descarte de produtos duráveis que se dá em períodos muito curtos de tempo, sobrecarregando o meio ambiente tanto com a excessiva produção quanto com o excessivo descarte.

Certo é que diversos órgãos não governamentais clamam, já há algum tempo, pela necessidade de uma durabilidade maior de produtos, no entanto, até o presente momento, ainda não se chegou ao consenso sobre o tempo de durabilidade mínimo para cada espécie de produto.

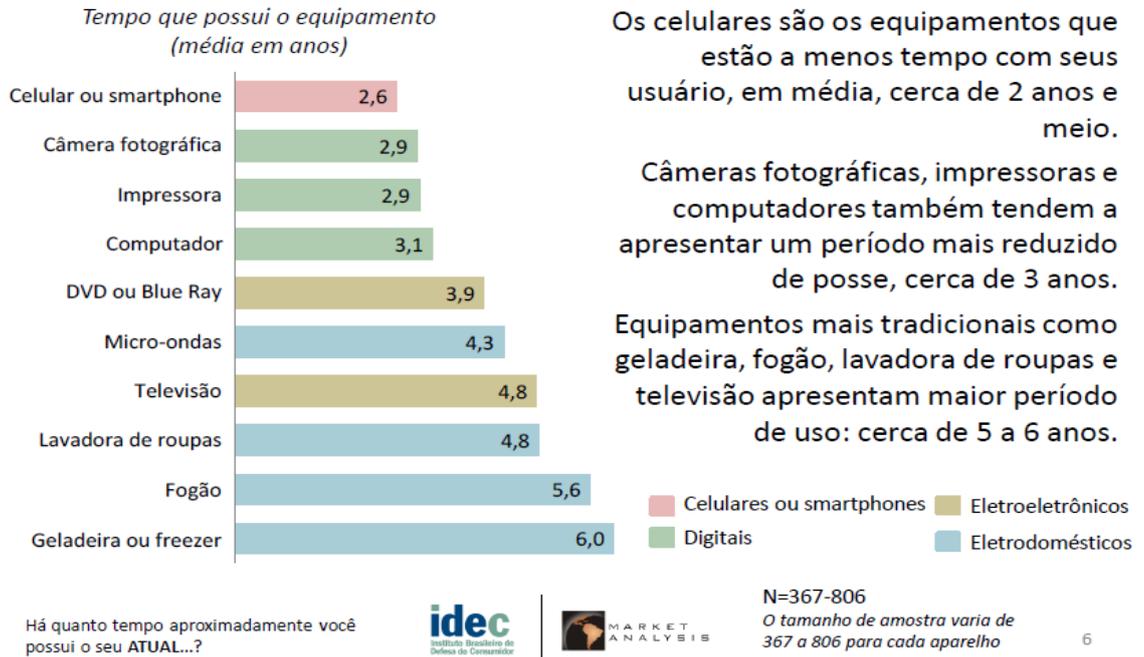
Para a validação dessa alegação, o presente estudo se vale de uma pesquisa realizada pelo IDEC e pela empresa Market Analysis<sup>73</sup>, que demonstra a durabilidade de alguns produtos e suas formas de consumo e descarte.

Na Figura 6, a pesquisa demonstra o tempo de uso ou de permanência de alguns produtos com os consumidores, e já se constata que eles são muito reduzidos, levando-se em consideração o senso comum.

---

<sup>73</sup> Disponível em: <<http://marketanalysis.com.br/>>. Acesso em: 20 out. 2018.

**Figura 6 – Posse de equipamentos**

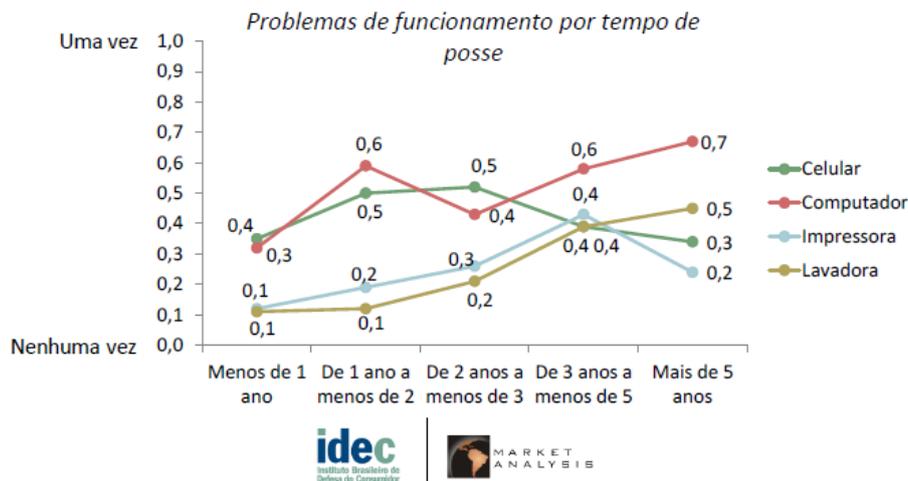


Fonte: IDEC (2013, p. 6).

Já a Figura 7 mostra o tempo médio em que um produto em uso passa a apresentar problemas, sendo considerado o produto com vida útil menor o celular, todavia, também não se pode olvidar que uma lavadora de roupas não deve ser fabricada para durar em média três anos e já no primeiro ano de uso passe a apresentar problemas.

### Figura 7 – Problemas de funcionamento

De forma geral, computadores e lavadoras de roupas tendem a apresentar mais problemas quanto maior é o tempo de uso. Os celulares com tempo de uso de 1 a 3 anos são os que mais problemas de funcionamento apresentam. Para as impressoras isso acontece no período de 3 a 5 anos de uso.



12

Fonte: IDEC (2013, p. 12).

Verificado o problema de funcionamento do produto, a primeira providência do consumidor deveria ser consertá-lo ou, ainda, buscar uma assistência técnica para solucionar o problema e continuar utilizando-o.

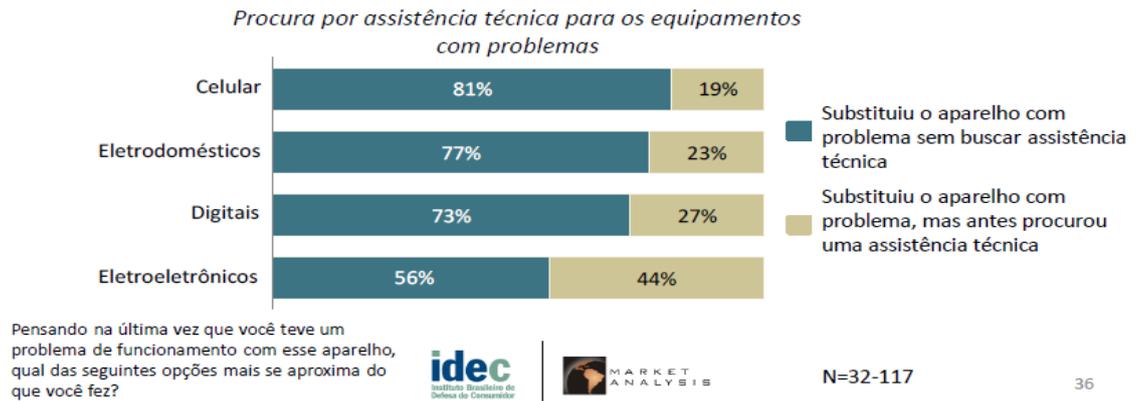
Não obstante, o que a pesquisa realizada constata por meio dos gráficos a seguir é que o consumidor prefere trocar o aparelho do que consertá-lo, por algumas razões, dentre as quais a principal está focada no valor, no preço, é a famosa expressão cotidiana: “não vale a pena consertar” ou “por este preço compro um novo”, até porque o “novo” é mais “moderno” e traz uma tecnologia melhor.

Lembre-se que a garantia legal para referidos produtos duráveis é de 90 dias, e a garantia contratual, em regra, não passa de um ano. Além disso, o valor do conserto deve ser suportado na sua totalidade pelo consumidor, excepcionando-se o caso de vício oculto para o início da contagem do prazo. As Figuras 8, 9 e 10 mostram a relação do consumidor com a assistência técnica.

**Figura 8 – Busca de assistência técnica**

Os consumidores que trocaram seus equipamentos por um novo em decorrência de problemas de funcionamento, de forma geral, não procuraram assistência técnica para o conserto do aparelho antigo.

Os eletroeletrônicos são os equipamentos para os quais mais se busca assistência técnica, ainda assim, pouco mais de metade dos consumidores não recorre à busca de conserto.



Fonte: IDEC (2013, p. 36).

**Figura 9 – Realização do conserto**

Os consumidores que buscam assistência técnica para o conserto dos equipamentos geralmente acabam comprando um equipamento novo de qualquer maneira. Fazem isso ou porque desistem de realizar o conserto ou porque apesar de realizar o conserto compram também um equipamento novo.



Fonte: IDEC (2013, p. 38).

## Figura 10 – Desistência do conserto

Os consumidores que buscam assistência técnica, mas desistem do conserto do aparelho geralmente o fazem pelo preço do conserto. Na maioria das vezes consideram que o valor do conserto não vale à pena para manter um equipamento antigo, comparado ao preço do aparelho novo.

A demora no conserto, a falta de peças e falta de garantia do conserto também são apontados como justificativas para a não contratação do serviço.



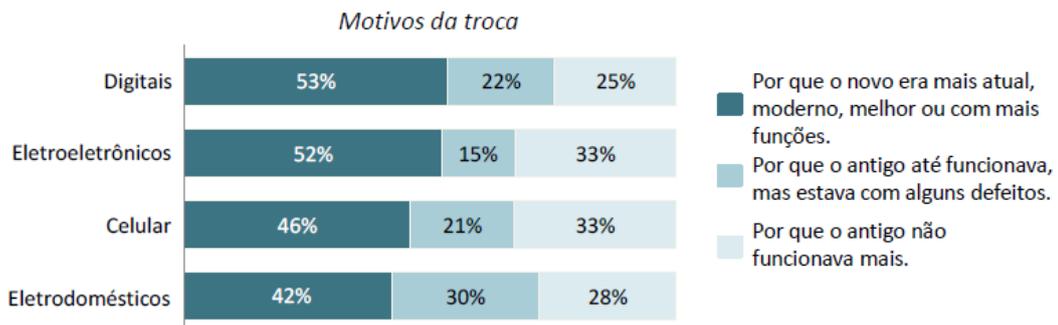
Fonte: IDEC (2013, p. 39).

Embora seja uma conduta costumeira do consumidor não se utilizar do conserto do aparelho e preferir a troca, a aquisição de um novo produto não se baseia somente nesse fato, mas também em outro mais prejudicial ainda, induzido pela obsolescência psicológica criada pela agressividade do marketing atual, como se constata nas Figuras 11 e 12.

**Figura 11 – Motivação da troca**

A busca por equipamentos mais atuais e modernos é a razão que motiva a maior parcela das substituições de aparelhos. Entre equipamentos digitais e eletroeletrônicos, essa é a motivação para pouco mais de metade das trocas.

Mas outros motivos também são apontados: 1 em cada 3 celulares e eletroeletrônicos são substituídos por falta de funcionamento e 3 em cada 10 eletrodomésticos são substituídos por apresentarem defeitos, mesmo estando em funcionamento.



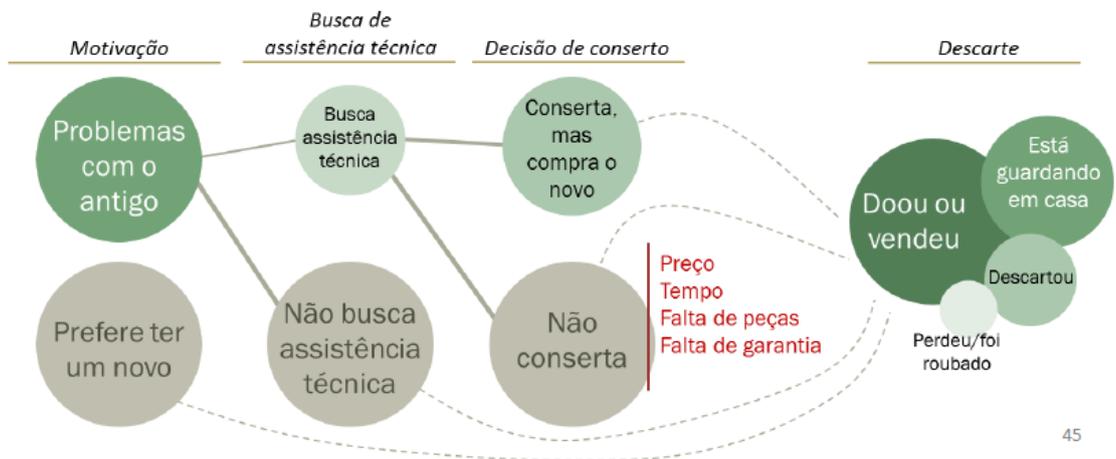
Você trocou o seu ANTIGO..., pelo novo...? N=67-216 34

Fonte: IDEC (2013, p. 34).

**Figura 12 – Processo de substituição do equipamento**

Problemas com os equipamentos antigos ou a preferência por adquirir um novo motivam a troca de equipamentos. Independentemente da busca por assistência técnica e da realização do conserto, geralmente um novo equipamento é comprado e o aparelho antigo é doado ou permanece guardado em casa.

*Processo de substituição do equipamento*



Fonte: IDEC (2013, p. 45).

Dessa forma, o produto antigo é substituído por um novo, o consumidor, então, providencia seu descarte. E é motivo de surpresa o constatado pela pesquisa, conforme as imagens a seguir (Figuras 13 e 14), pois se espera que o comportamento do consumidor, na grande maioria, demonstre o descarte incorreto, no entanto, o que se verifica é que a maioria realiza o descarte correto do produto.

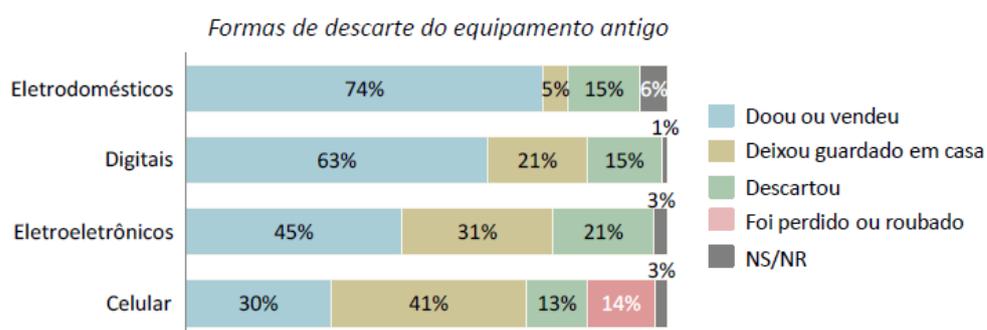
Por ora, o que se pode concluir superficialmente é que ou as campanhas de educação do consumidor, combinadas com legislações que penalizam com multa o descarte incorreto, estão surtindo grande efeito, ou o comportamento do consumidor nunca foi tão destrutivo. Assim, representa um alerta feito pela mídia para tentar não culpar a produção ou o incentivo ao consumo desenfreado pelos danos causados ao meio ambiente.

### Figura 13 – Descarte do equipamento

Os equipamentos que deixam de ser utilizados encontram geralmente dois destinos: ou são passados para terceiros através de doações ou venda, ou permanecem guardados em casa.

Eletrodomésticos, aparelhos digitais e eletroeletrônicos têm como principal destinação o uso de terceiros. Já o celular tende a ficar guardado em casa.

O descarte efetivo dos equipamentos é realizado por uma parcela mais restrita dos consumidores: cerca de 1 em cada 6 descarta os aparelhos.



Pensando no ... que você trocou nessa ocasião,  
o que você fez com o aparelho ANTIGO?

**idec**  
Instituto Brasileiro de  
Defesa do Consumidor

**MARKET  
ANALYSIS**

N=67-214

41

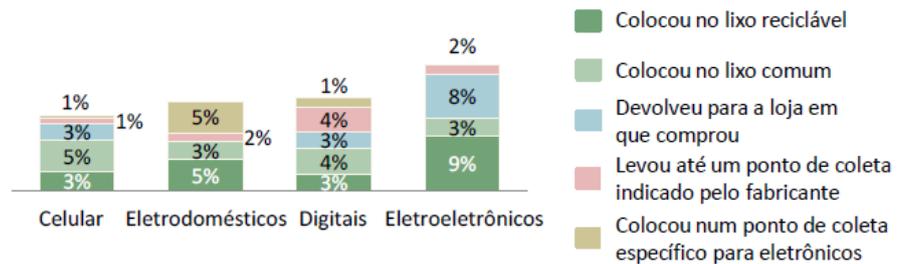
Fonte: IDEC (2013, p. 41).

### Figura 14 – Formas de descarte

Aqueles que descartaram o aparelho antigo o fizeram de diferentes formas, no entanto, a colocação em pontos de coleta específicos para esse tipo de produtos ou pontos de coleta indicados pelo fabricante são os últimos destinos em importância.

A colocação no lixo reciclável, no lixo comum e a devolução à loja em que foi comprada são as formas de descarte mais frequentes.

Formas de descarte do equipamento antigo – Descartou



Pensando no ... que você trocou nessa ocasião, o que você fez com o aparelho ANTIGO?

**idec**  
Instituto Brasileiro de  
Defesa do Consumidor

**MARKET  
ANALYSIS**

N=67-214

44

Fonte: IDEC (2013, p. 44).

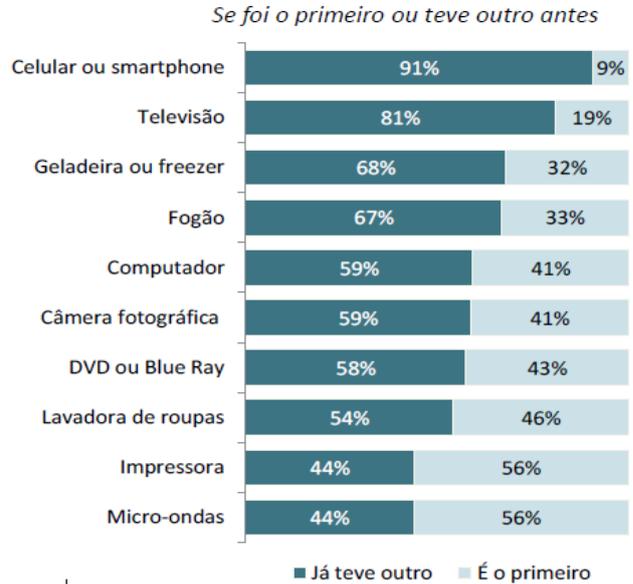
Com relação ao tempo útil dos produtos ou ciclo de vida útil deles, a pesquisa procura demonstrar, por meio de alguns produtos, e através de uma verificação conjunta das três figuras a seguir (Figura 15, 16 e 17) transcritas, ser inadmissível a sua durabilidade, conclusão que um leigo empiricamente é capaz de fazê-lo.

**Figura 15 – Ciclo de vida**

É difícil encontrar consumidores que ainda estejam utilizando o seu primeiro celular ou a primeira televisão. Em grande maioria, os brasileiros já possuíram mais de um desses aparelhos.

Fogão e geladeira também não tendem a ser o primeiro comprado.

Já o micro-ondas e a impressora se destacam como os aparelhos que mais tendência têm de serem os primeiros adquiridos.



Foi o primeiro que você teve, ou você já teve algum outro antes desse?



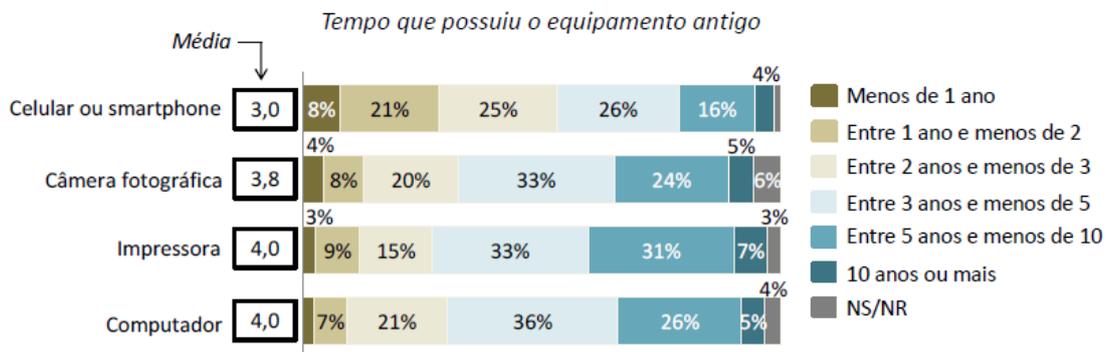
N=367-806

28

Fonte: IDEC (2013, p. 28).

**Figura 16 – Ciclo de vida - digitais**

O tempo médio de posse de um aparelho antigo que já foi descartado é, em média, um ano menor para celulares do que para impressoras e computadores. Para esse grupo de aparelhos as médias oscilam entre 3 e 4 anos respectivamente. Difícilmente os celulares apresentam um tempo de vida de mais de cinco anos.



E por quanto tempo aproximadamente você teve o seu ANTIGO...?



N=161-682

29

Fonte: IDEC (2013, p. 29).

### Figura 17 – Ciclo de vida - eletrodomésticos

Entre os eletrodomésticos, os micro-ondas são os que contam com a menor vida útil, e as geladeiras e os freezers os que contam com a maior média de vida útil.

Difícilmente um micro-ondas possui mais de 10 anos, enquanto cerca de metade das geladeiras ou freezers dos consumidores possui 10 anos ou mais.



Fonte: IDEC (2013, p. 30).

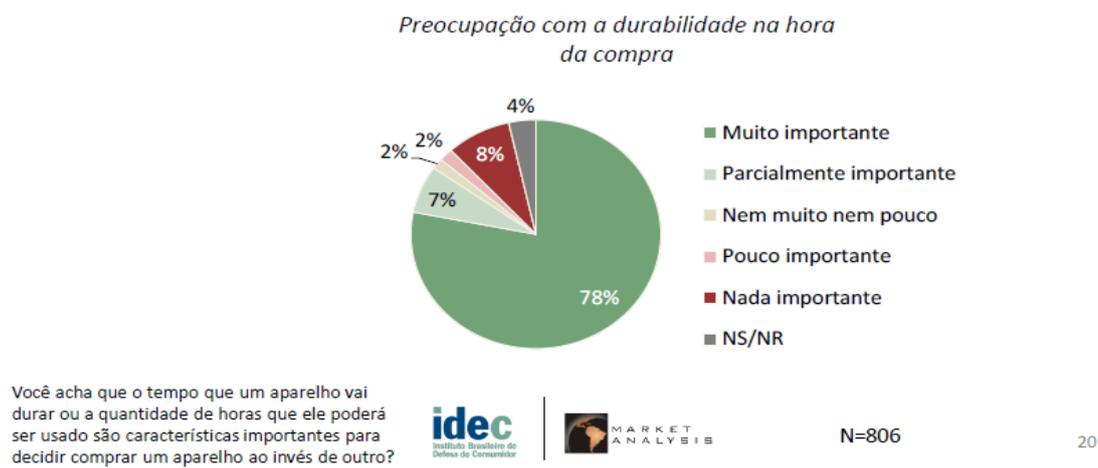
A importância da durabilidade do produto, considerada pelo consumidor como critério para a sua aquisição, também foi objeto da pesquisa realizada, o que constatou que a grande maioria leva isso em consideração na escolha. No entanto, ao se verificar a forma pela qual o consumidor busca a informação sobre a durabilidade do produto, apurou-se que ele faz isso por meio de informações diretas dos vendedores.

Sem pretender uma conotação pejorativa ou negativa sobre o ato da venda, é notório que objetivo maior do vendedor é a aquisição do produto pelo consumidor. Dessa maneira, seria necessário que o consumidor se valesse de uma fonte mais confiável, e, se a proposta já realizada acima de obrigar-se o fornecedor a informar no rótulo, oferta e publicidade do produto a sua durabilidade, se este prestasse informação falsa, seria responsabilizado por tal, e o consumidor teria o real conhecimento do tempo de vida útil do produto. Essa preocupação com a durabilidade e com a informação é demonstrada nas Figura 18 e 19.

## Figura 18 – Importância da durabilidade

A durabilidade é considerada um fator importante no momento de compra por uma grande maioria de consumidores.

É pequena a fatia dos que afirmam que não têm a preocupação com a durabilidade entre os fatores de escolha.



Fonte: IDEC (2013, p. 20).

## Figura 19 – Busca de informação

Dentre os consumidores que avaliam a durabilidade como um fator importante no momento de compra, metade busca informações com o vendedor durante a compra.

1 em cada 4 se informa através de sites de discussão, outro grupo de mesmo tamanho conversa sobre o assunto com conhecidos e 1 em cada 6 se informa através do site do fabricante.

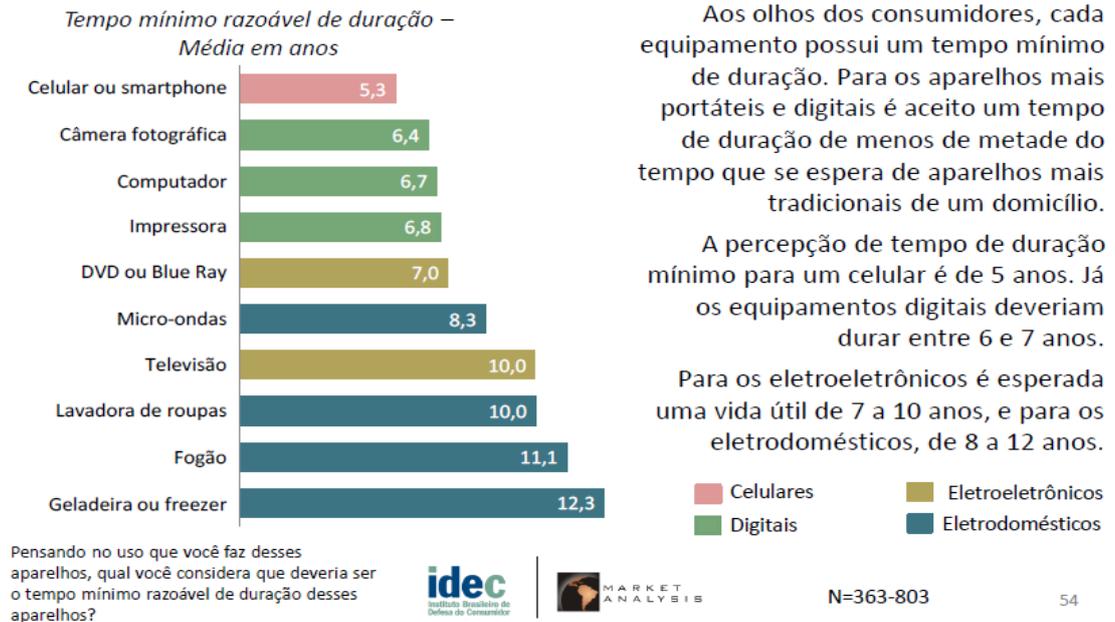


Fonte: IDEC (2013, p. 25).

O IDEC e a Market Analysis também se preocuparam, na pesquisa, em conhecer a opinião do consumidor sobre o tempo de vida útil do produto que ele

considera ideal. Tal opinião foi colhida em razão da espécie do produto, obtendo-se uma média, por exemplo, de cinco anos de ciclo de vida ideal para um aparelho celular, diante de uma média real de dois anos. Esse resultado é demonstrado nas Figuras 20, 21 e 22.

**Figura 20 – Tempo ideal de duração dos equipamentos (tempo mínimo)**

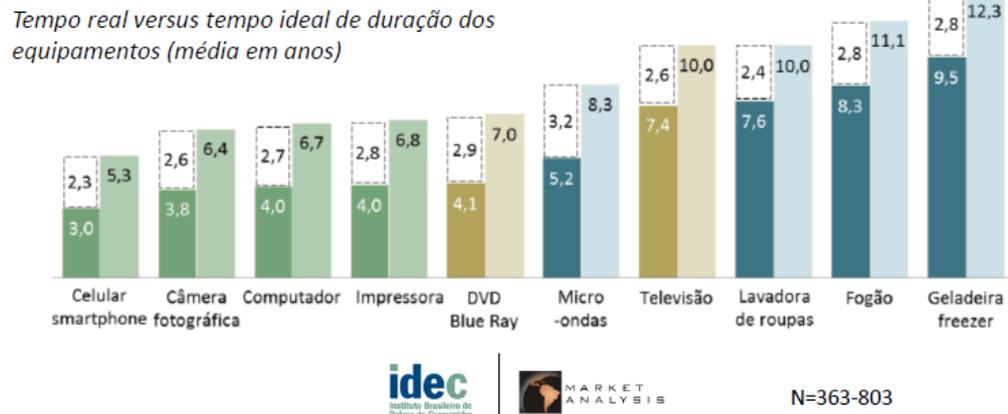


Fonte: IDEC (2013, p. 54).

**Figura 21 – Tempo ideal de duração dos equipamentos (tempo real x tempo real)**

A comparação entre o tempo mínimo ideal que um aparelho deveria durar e o tempo que realmente duram mostra que os equipamentos têm um ciclo de vida menor do que deveriam ter para os consumidores.

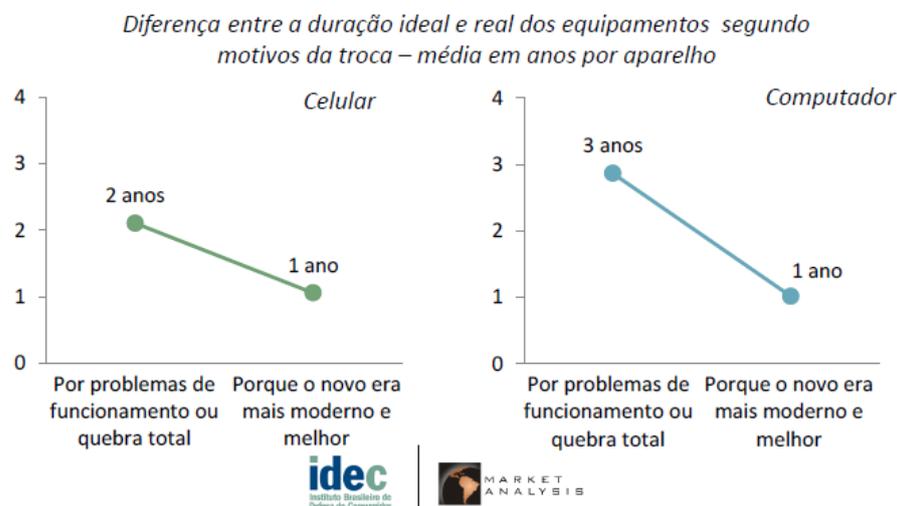
De forma geral, os consumidores esperam que os aparelhos tenham uma vida útil de 2 a 3 anos a mais do que de fato têm hoje.



Fonte: IDEC (2013, p. 55).

## Figura 22 – Tempo ideal de duração dos equipamentos (diferença na duração)

A brecha entre o tempo ideal e o tempo real de duração de celulares e computadores tende a ser maior entre os consumidores que trocam seus aparelhos por problemas de funcionamento (obsolescência funcional) do que entre aqueles que trocam para atualizar seu equipamento (obsolescência psicológica).



57

Fonte: IDEC (2013, p. 57).

Infelizmente, até o presente momento, não se normatizou o tempo de vida útil dos produtos, mas certo é que não se pode mais conviver com a reduzida durabilidade desses equipamentos, muitas vezes oriunda da obsolescência programada. Tal constatação já está fundamentando decisões judiciais, ressaltando que a única legislação aplicável por estas é a consumerista, visando o prejuízo direto ao consumidor, sem nenhuma preocupação com o meio ambiente:

### EMENTA:

JUIZADO ESPECIAL CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. VÍCIO OCULTO DO PRODUTO. TERMO A QUO DO PRAZO DECADENCIAL. ARTIGO 26, § 3º, DO CDC. CRITÉRIO DA VIDA ÚTIL. RESPONSABILIDADE DO FABRICANTE. NEGATIVA DE SUBSTITUIÇÃO. ARTIGO 18, § 1º, INCISO II, DO CDC. RESTITUIÇÃO INTEGRAL DA QUANTIA PAGA E DANOS MATERIAIS. DANOS MORAIS INEXISTENTES. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO EM PARTE. 1. Recurso Inominado interposto pela parte autora contra a sentença que julgou o processo extinto sem resolução de mérito. A parte autora narrou que, no dia 01.04.2014, adquiriu uma TV LED 75 polegadas (TV LED 75PSERIE 6400, modelo UN75F6400AGXZD, série Y1VA3XIF200303M), fabricada pela recorrida (Samsung), cuja entrega ocorreu em 28.04.2014. Após 4 (quatro) meses de uso da TV, em agosto/2014, o aparelho apresentou problemas e foi consertado. Em abril de 2015, o aparelho apresentou o mesmo defeito. Contudo, em contato com a empresa ré, foi-lhe repassada a informação de que a garantia do produto já havia expirado. 2. Inicialmente, ressalto que a relação jurídica estabelecida entre as partes é de natureza consumerista, tendo em vista

que a parte requerida é fornecedora de serviço, cujo destinatário final é o autor/recorrente. Portanto, a controvérsia deve ser solucionada sob o prisma do sistema jurídico autônomo instituído pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078/90).

3. Preliminar de incompetência. O julgador é o destinatário da prova. Deve ele determinar ou deferir a produção das provas indispensáveis à formação do seu convencimento. Nesse sentido, o deslinde da presente controvérsia não demanda a produção de prova pericial complexa para atestar o nexo de causalidade. As provas produzidas são suficientes para apreciar o pedido. Preliminar rejeitada.

4. Causa Madura. Afastada a incompetência acolhida pela sentença e estando a causa madura, pois devidamente instruída, e sendo desnecessária a produção de outras provas, cabível o julgamento do feito na forma do art. 515, § 3º, do CPC.

**5. O Código de Defesa do Consumidor, no § 3º do art. 26, adotou, na matéria de vício oculto, o critério da vida útil do bem, e não o critério da garantia, de sorte a tornar possível que o fornecedor se responsabilize pelo vício por período que vá além da garantia contratual. Tal critério possui forte apoio na doutrina e por si só é suficiente para tutelar os interesses do consumidor, garantindo a prevenção e reparação de danos patrimoniais durante todo o período de vida útil do produto. Nesse sentido o REsp 984.106/SC: a venda de bem tido por durável com vida útil inferior àquela que legitimamente se esperava, além de configurar um defeito de adequação (art. 18 do CDC), evidencia uma quebra da boa-fé objetiva, que deve nortear as relações contratuais, sejam de consumo, sejam de direito comum. Constitui, em outras palavras, descumprimento do dever de informação e a não realização do próprio objeto do contrato, que era a compra de um bem cujo ciclo vital se esperava, de forma legítima e razoável, fosse mais longo Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, julgado em 04/10/2012, DJe 20/11/2012.**

6. Não se mostra razoável que um televisor de LED tenha durabilidade de 1 (um) ano e 09 (nove) meses de uso. Assim, a troca do painel da TV, de valor equivalente a 71% do seu preço, caracteriza vício oculto do produto que autoriza o desfazimento do negócio por opção do consumidor.

7. A decadência, no caso, opera-se em 90 (noventa dias), contados da data em que o vício veio ao conhecimento do consumidor. (Art. 26, § 3º, do CDC: Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito), o que não ocorreu, conforme protocolo de atendimento 2135526505 (Documento ID 247959).

8. Compulsando os autos, verifica-se que após dois meses da entrega do aparelho de TV, este apresentou defeito na tela, cujo componente foi trocado e, após, oito meses, o defeito reapareceu. Tais fatos encontram-se comprovados pela nota de ID 247960, pela foto juntada aos autos ID 247970, bem como pelo orçamento de ID 247966.

9. Demonstrada a existência de vício oculto no bem adquirido, ainda no curso do razoável período de vida útil do bem, imperioso é o reconhecimento da responsabilidade objetiva da ré, cabendo ao consumidor o direito de rescindir o contrato e de ter restituída a quantia que pagou pelo produto, nos termos do que expressamente dispõe o artigo 18, § 1º, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor.

10. Em que pese os problemas enfrentados pelo consumidor, a situação não ultrapassou as dificuldades do cotidiano. Destaca-se que, no caso, não houve abalo emocional ou ofensa a direito da personalidade. **DANO MORAL NÃO CONFIGURADO.**

11. Recurso conhecido e provido em parte. Sentença reformada para declarar a rescisão do contrato estabelecido entre as partes e para condenar a empresa requerida à devolução de R\$ 12.500,00 (doze mil e quinhentos reais), acrescidos de juros de mora e correção monetária, a contar da citação, cujo bem deve ser devolvido ao réu, ficando ele autorizando a recolhê-lo na residência do autor em até 15 dias após o cumprimento do julgado, podendo, ainda, indicar endereço de sua assistência técnica aqui no Distrito Federal onde o autor possa entregá-lo, também no prazo de 15 dias, sob

pena de perdimento em favor da União. 12. Vencedor o recorrente, sem custas e honorários. 13. Acórdão elaborado de conformidade com o disposto no art. 46 da Lei 9.099/1995, 12, inciso IX, 98 e 99 do Regimento Interno das Turmas Recursais (Acórdão n. 906434, 07137274320158070016, Relator Juiz ARNALDO CORRÊA SILVA, 2ª Turma Recursal, Data de Julgamento: 17/11/2015, Publicado no DJe: 20/11/2015).

Assim, ao se propor o diálogo dos princípios no presente caso, o Judiciário poderá reforçar o fundamento do critério de vida útil do produto ao dano causado ao meio ambiente pela sua curta durabilidade e, por vezes proposital, o que se denomina obsolescência programada, o que atinge os usuários atuais e futuros.

A opção de escolha do diálogo pode ficar a cargo do juiz, como no diálogo de complementação propiciado pelo CDC, artigo 7º, *caput*, em razão da aplicação do princípio denominado de *favor debilis*. É o que se deduz do *animus* protetivo do conteúdo da norma, ao admitir, na solução de conflitos que envolvam relações de consumo, a aplicação de normas alheias ao código como: tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, legislação interna ordinária, regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, princípios gerais do direito, analogias e equidade (BENJAMIN; MARQUES; MIRAGEM, 2006, p. 38-39).

Ainda, a alteração da legislação consumerista no que diz respeito ao período de garantia legal, atualmente de 90 dias para produtos duráveis, para um prazo não inferior a três anos, seria uma medida eficaz para se coibir a reduzida durabilidade dos produtos e a obsolescência programada, mas é cediço que a construção de uma norma, ainda mais com tal teor, não seria rápida e eficaz a ponto de satisfazer a urgência que ora se apresenta com relação à deterioração do meio ambiente.

Por fim, pretendeu a presente pesquisa realizar propostas de diálogos de princípios do Direito Ambiental com os princípios do Direito do Consumidor, exemplificando em alguns fatos específicos que entende a pesquisadora que sejam atualmente os mais prejudiciais ao equilíbrio do meio ambiente.

Não obstante, as propostas apresentadas são somente exemplificativas e não exaustivas, pois, se for admitido o diálogo na forma apresentada, este será aplicável a toda e qualquer relação de consumo, obrigando-as a se adequarem ao Direito Ambiental e aos seus princípios.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo objetivou demonstrar como o Direito do Consumidor poderia colaborar com o equilíbrio do meio ambiente, através do consumo sustentável, por meio de investigação à luz da legislação e da doutrina, com o intuito de esclarecer se a hipótese seria viável, bem como a forma pela qual se poderia atingir o objetivo proposto.

A escolha da bibliografia deu-se em razão da necessidade do estudo de conceitos básicos de desenvolvimento sustentável, sustentabilidade, sociedade de consumo, princípios do Direito Ambiental e Consumerista nacional e internacional, teoria do diálogo das fontes e institutos do Direito do Consumidor.

A legislação consultada percorreu as regras internacionais oriundas, precipuamente da ONU e de organismos internacionais referentes ao Direito Ambiental, desenvolvimento sustentável e Direito do Consumidor, bem como a legislação nacional das áreas citadas, inclusive com análise de projeto de lei.

A análise das fontes partiu da premissa do comportamento do consumidor na sociedade atual e da influência dele na degradação do meio ambiente.

Tal hipótese foi confirmada pelo estudo que constatou que a conduta atual do consumidor gerou, inclusive, uma denominação própria para a sociedade atual, criada pelos doutrinadores e chamada de sociedade de consumo. A referida sociedade tem um comportamento frente ao ato de consumir bem diferenciado ao comparar-se com a geração dos anos de 1970. Essa diferença reside no fato do valor que é dado para a aquisição de produtos e serviços, vale dizer, o ato de consumir passou a fazer parte da valoração do ser humano, quanto mais se consome, mais respeitado é, maior inserção social tem, sendo assim considerado um indivíduo bem-sucedido, ao passo que, se não há capacidade de consumo, o ser humano sempre estará à margem social, sendo considerado um indivíduo fracassado e quase invisível socialmente.

Diante disso, foi constatado o fato de que se vive atualmente a sociedade do consumo exacerbado, a sociedade do descartável ou, ainda, a sociedade do ter, em que se mede o *status* de uma pessoa pela sua capacidade de consumir, como já citado na introdução do presente.

O consumismo desenfreado está diretamente relacionado tanto com os meios de produção quanto com o descarte de lixos pelo consumidor, o que gerou o desequilíbrio ambiental. Logo, interessa ao estudo ambiental, uma vez que está diretamente relacionado ao desequilíbrio ambiental e se torna um desafio também para o Direito Ambiental, pois, como normas e regras, é capaz de alterar todo um padrão de comportamento humano pautado em tão poderosas raízes.

Surge, então, a necessidade de se pensar em um consumo sustentável para se contrapor ao consumo desenfreado e aos prejuízos causados por ele.

Dessa forma, a pesquisa se volta ao estudo do consumo sustentável e, para chegar ao conceito definitivo, antes faz uma análise sobre o desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade.

Conclui-se, então, que a alteração do comportamento do consumidor frente ao ato de consumir, dispensando o supérfluo, realizando uma escolha consciente, não se deixando envolver pelas armadilhas do mercado e se libertando da necessidade de ter para ser reconhecido socialmente, pode ser chamada de consumo sustentável.

Ressalte-se que o consumo sustentável não pode ter como foco principal o indivíduo, o consumidor. Não é dele a principal responsabilidade pelo consumo, motivado pelo Estado e pelos detentores do mercado. Responsabilizar em primeiro plano o consumidor pelo equilíbrio ambiental face aos produtos que consome é uma hipocrisia, é justificar a existência de uma política pública que se sabe ser natimorta, frente ao grande poder econômico e político do produtor em contrapartida à hipossuficiência do consumidor.

Também a pesquisa verificou a existência de uma PNRS (Lei nº 12.305/2010) no Brasil, que, além de estabelecer em seu artigo 3º que a produção e o consumo de bens e serviços devem atender às necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras, instituiu a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida do produto, que consiste em um conjunto de atribuições desempenhadas de forma individualizada e encadeada por todos os atores envolvidos no ciclo, o qual se inicia com o desenvolvimento do produto, passa pela obtenção de matérias-primas, pelo processo produtivo e pelo consumo e se encerra com a disposição final dos resíduos.

Não obstante, a referida legislação e sua implantação não foram suficientes para evitar a degradação do meio ambiente diante do consumo exacerbado.

Em seguida, o estudo passou a analisar como o Direito do Consumidor trata as relações de consumo nacional e internacionalmente, já que sua origem se deu em razão da necessidade de proteção ao consumidor, figura que se tornou vulnerável frente ao novo mercado e aos novos padrões de consumo impostos.

Constatou-se com referida análise que as normas do Direito do Consumidor têm por objetivo a proteção do indivíduo, do ser humano consumidor, pouco se preocupando com o meio ambiente que ele vive.

A pesquisa, então, descobriu que uma teoria oriunda do Direito Internacional denominada diálogo das fontes também já estava sendo aceita pela doutrina nacional e aplicada pelo Poder Judiciário para a solução de conflitos que exigissem a aplicação do direito do consumidor em combinação com outras legislações.

Com o estudo um pouco mais aprofundado de dita teoria, descobriu-se que nada impediria o diálogo das fontes do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor para a solução de conflitos, interpretação das próprias regras do Direito do Consumidor e fundamentação para a criação de normas consumeristas.

Também se verificou que ambas as legislações, tanto o Direito Ambiental e quanto o Direito do Consumidor, são normas consideradas principiológicas, ou seja, constituídas de princípios gerais que devem ser adequados a soluções dos casos concretos.

Assim, foi realizada uma pesquisa sobre os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor, contatando-se que a legislação nacional, tanto ambientalista como consumerista, absorveram todos os princípios internacionais, ocorrendo também o fato com relação à União Europeia.

A partir das constatações expostas, o presente trabalho passa a apresentar uma proposta para contribuir para a efetividade do consumo sustentável, através de um diálogo entre os princípios do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor.

A dita contribuição para um consumo sustentável por meio do diálogo se alcançaria na aplicabilidade deste para a solução dos casos concretos, bem como para a interpretação das normas de cada sistema disciplinar (ambiental e consumerista), pois a ineficiência da aplicabilidade das normas de ambos os sistemas estudados de forma estanque e independente aos fatos contemporâneos é de ampla notoriedade.

Para exemplificar a proposta e como ela se daria na aplicabilidade do diálogo dos princípios de Direito Ambiental e Consumerista, a tese apresentou diversas formas de interpretação das normas dialogadas do Direito do Consumidor, tais como, segurança do produto e do serviço, informação, oferta, publicidade, durabilidade do produto (obsolescência programada) e seus reflexos.

Indiscutível é que, diante da gravidade dos fatos, condutas passivas e omissivas são inadmissíveis em face da degradação ambiental, principalmente advindas dos estudiosos e aplicadores do Direito. As transformações do meio ambiente, em razão das atividades antrópicas, em especial no presente estudo, focadas no consumo exacerbado, requerem medidas urgentes, sob pena de não resguardarmos o planeta para as futuras gerações.

Certo é que a sustentabilidade tem que ser absorvida em uma dimensão ampla por todos os princípios e regras presentes nos sistemas normativos nacionais e internacionais, em especial pela legislação consumerista, que tem que se adequar aos seus imperativos.

Longe de estar resolvida a questão, a presente tese só teve a intenção de apresentar uma pequena contribuição para o problema apresentado, com uma única certeza gerada pelo estudo, a pesquisa sobre o tema só foi iniciada, como também o alcance de um consumo sustentável está em fase embrionária.

## REFERÊNCIAS

- AKATU. **Consumo consciente para um futuro sustentável**. 2018. Disponível em: <<https://www.akatu.org.br/noticia/conheca-os-12-principios-do-consumo-consciente/>><<https://www.akatu.org.br/noticia/conheca-os-12-principios-do-consumo-consciente/>>. Acesso em: 20 out. 2018.
- AZEVEDO, Plauto Faraco de. **Ecocivilização: ambiente e direito no limiar da vida**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.
- BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução: Artur Mourão. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt . **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro> Zahar, 2017.
- BECK, Ulrich. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade**. Tradução: Sebastião Nascimento. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2011.
- BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcellos. **Função ambiental**. 2011. Disponível em: <[http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/8754/Fun%C3%A7%C3%A3o\\_Ambiental.pdf](http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/8754/Fun%C3%A7%C3%A3o_Ambiental.pdf)>. Acesso em: 19 maio 2016.
- \_\_\_\_\_. Teoria da qualidade. In: BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 134-145. Disponível em: <<https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/16339>>. Acesso em: 20 out. 2018. [Acesso restrito].
- BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2017.
- BOURGOIGNE, Thierry. Proteção do consumidor e desenvolvimento sustentável: consumidor soberano, poluidor, responsável ou vítima? **Revista de Direito do Consumidor**, [S.l.], ano 26, v. 109, 2017.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Do conceito de P+L para o conceito de PCS**. [2015]. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/do-conceito-de-pl-para-o-conceito-de-pcs>>. Acesso em: 20 out. 2018.
- \_\_\_\_\_. **Lei 8.078/1990**. Ementa: Institui o Código de Proteção e Defesa do Consumidor e dá outras providências. Disponível em: Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 31 maio 2016.

\_\_\_\_\_. **Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis**. 2011.

Disponível em: Acesso em: Disponível em:

<<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional>>. Acesso em: 24 out. 2018.

\_\_\_\_\_. Ministério do Meio Ambiente. **Processo Marrakesh**. [2012]. Disponível em:

<<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional/processo-de-marrakesh>>. Acesso em: 13 out. 2017.

\_\_\_\_\_. Ministério do Meio Ambiente. **Agenda 21 Global**. 1997. Disponível em:

<<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global/item/606-capitulo-4?tmpl=component&print=1>>. Acesso em: 24 out. 2018.

\_\_\_\_\_. Ministério do Meio Ambiente. **Declaração de Estocolmo**. 1972.

Disponível em: <[www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/\\_arquivos/estocolmo.doc](http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/estocolmo.doc)>.  
Acesso em: 15 ago. 2017.

CANOTILHO, Joaquim Gomes; LEITE, José Rubens Morato Leite. **Direito constitucional ambiental brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2015.

CANUT, Letícia. **Proteção ao consumidor no comércio eletrônico**. Curitiba: Juruá, 2008.

COOPER, R. **The design experience: the role of design and designers in the 21 century**. Cornwall: Ashgate Publishing, 2002.

CORTEZ, Ana Tereza Cáceres; ORTIGOZA, Sílvia Aparecida Guarnieri (Org.).

**Consumo sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício**. São Paulo: Unesp, 2007.

COSTA, Rodrigo. **O princípio fundamental dos princípios fundamentais, o direito à vida, artigo 5º da CF de 88, sob a ótica do neoconstitucionalismo**.

2014. Disponível em: <<https://rodrigocosta81.jusbrasil.com.br/artigos/155128118/o-principio-fundamental-dos-principios-fundamentais-o-direito-a-vida-artigo-5-da-cf-de-88-sob-a-otica-do-neoconstitucionalismo>>. Acesso em: 20 out. 2018.

DEL MASSO, Fabiano Del. **Direito do econômico esquematizado**. 4. ed. São Paulo: Método, 2016.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro: teoria geral das obrigações contratuais e extracontratuais**. 31 ed. São Paulo: Saraiva, 2015. v.3.

ESTADÃO. **Os três pilares da sustentabilidade: como o desenvolvimento econômico pode contribuir para os negócios, a natureza e a sociedade**. 2017.

Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/ecoando/os-tres-pilares-da-sustentabilidade-como-o-desenvolvimento-economico-pode-contribuir-para-os-negocios-a-natureza-e-a-sociedade/>>. Acesso em: 29 dez. 2017.

EUR-LEX. **Directiva 2000/53/CE**. 2000. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32000L0053>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

EUR-LEX. **Directiva 2003 88/CE**. 2003. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32003L0088>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

EUR-LEX. **Directiva 2006 /114/CE**. 2006. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/pt/TXT/?uri=CELEX:32006L0114>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

EUR-LEX. **Directiva 2007/2/CE**. 2007. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32007L0002>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

EUR-LEX. **Directiva 2011/83 UE**. 2011. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32011L0083>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

EUR-LEX. **Directiva 2016 /343**. 2016. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32016L0343>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

FELDMANN, F., CRESPO, S. **Consumo sustentável**. Rio de Janeiro: ISER/MMA/FBMC, 2003. 3 v.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso Fundamental de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FIORILLO, Celso Antônio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 16. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

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

FROTA, Mario. **Direito europeu do consumo: reflexo das políticas de consumidores da União Europeia**. Curitiba: Juruá, 2007.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência**. Salvador: JusPodivm, 2013.

GOMES, Joséli Fiorin. **Harmonização jurídica na União Europeia e no Mercosul: a dialética construção da integração regional**. 2012. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=06138bc5af602364>>. Acesso em: 17 set. 2018.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro: contratos e atos unilaterais**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino; MOURA, Carla. **Consumo sustentável**: muito além do consumo “verde”. 2007. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APS-C2378.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2018.

GRANZIERA, Maria Luiza Machado. **Direito Ambiental**. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2014.

IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. **Entenda o que é obsolescência programada**. 2012. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/entenda-o-que-e-obsolescencia-programada>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

\_\_\_\_\_. **ONU amplia diretrizes para a defesa do consumidor**. 2015. Disponível em: <<https://www.idec.org.br/em-acao/em-foco/onu-amplia-diretrizes-para-a-defesa-do-consumidor>>. Acesso em: 11 jan. 2018.

\_\_\_\_\_. **Ciclo de vida de eletrônicos**. 2013.

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

LASSU. LABORATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE. **Pilares da Sustentabilidade**. [2009]. Disponível em: <<http://www.lassu.usp.br/sustentabilidade/pilares-da-sustentabilidade>>. Acesso em: 29 dez. 2017.

LOBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, p. 37-59, jan.-mar. 2001.

LUCON, Oswaldo. Desenvolvimento sustentável. In: **Direito e desenvolvimento**: uma abordagem sustentável. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 24-54.

MACÊDO; Moema Luisa Silva; ROHLFS, Daniela Buosi. **Responsabilidade compartilhada, logística reversa e cadeias com obrigatoriedade**. 2012. Disponível em: <<http://www.cpgls.pucgoias.edu.br/8mostra/Artigos/SAUDE%20E%20BIOLOGICAS/Responsabilidade%20Compartilhada,%20Log%C3%ADstica%20Reversa.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2018.

MANIET, Françoise. Os apelos ecológicos, os selos ambientais e a proteção dos consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 4, p. 33-34, São Paulo: Revista dos Tribunais, 1992.

MARIMPIETRI, Flavia. **O histórico da defesa do consumidor no Brasil e na Argentina**. [2011]. Disponível em: <<https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/%20article/viewFile/3246/2327>>. Acesso em: 20 out. 2018.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

\_\_\_\_\_. **Contratos no código de defesa do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

\_\_\_\_\_; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; MIRAGE, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

\_\_\_\_\_; OLIVEIRA, Amada Flávio de; CIPRIANO, Ana Cândida Muniz. ONU acompanha evolução das relações de consumo em nível transnacional. **Revista Consultor Jurídico**, 26 out. 2016. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2016-out-26/garantias-consumo-onu-acompanha-evolucao-relacoes-consumo-nivel-transnacional>>. Acesso em: 11 jan. 2018.

MARTINS, Fernando Rodrigues. Sociedade da informação e promoção à pessoa: empoderamento humano na concretude de novos direitos fundamentais. **Revista 133 de Direito do Consumidor**, São Paulo: RT, ano 23, v. 96, p. 225-258, nov./dez. 2014.

MILARÉ, Édis. **Direito do ambiente**. 8. ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MORAES, Alexandre. **Direitos humanos fundamentais**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

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

MORENO, Rita de Cássia Peixoto; PADILHA, Norma Sueli. **A contribuição do direito do consumidor para o consumo sustentável**. 2016. Disponível em: <<https://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/4rvv15s2/MJMD7ZUzM54zLmG2.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2018.

MUNIZ, Eloá. Publicidade e sociedade de consumo. [2009]. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Publicidade%20e%20sociedade%20de%20consumo.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2018.

NOGUEIRA-NETO, Paulo. **Uma trajetória ambientalista**: diário de Paulo Nogueira Neto. São Paulo: Empresa das Artes, 2010. Disponível em: <[http://assets.wfbr.panda.org/downloads/diario\\_de\\_paulo\\_nogueira\\_net.pdf](http://assets.wfbr.panda.org/downloads/diario_de_paulo_nogueira_net.pdf)> Acesso em: 24 out. 2018.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

OLIVEIRA, James Eduardo. **Código de Defesa do Consumidor anotado e comentado**: doutrina e jurisprudência. 2. ed. São Paulo: Jurídica Atlas Editora, 2005.

OLIVEIRA, Júlio Moraes. **15 de março, o dia nacional do consumidor**. 2014.

Disponível em:

<[http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=14661&revista\\_caderno=10](http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=14661&revista_caderno=10)>. Acesso em: 15 mar. 2016.

ONU - Organização das Nações Unidas. **A ONU e o meio ambiente**. [2016].

Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/>>. Acesso em: 13 out. 2017.

\_\_\_\_\_. **Agenda 21**. [2012] Disponível em:

<<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/agenda21.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2017.

\_\_\_\_\_. **Declaração de Estocolmo**. 1972. Disponível em:

<[www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/\\_arquivos/estocolmo.doc](http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/estocolmo.doc)>. Acesso em: 15 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. Portal ONU-BR Defesa do Consumidor. Edital 03/2017. **Projeto ONU-BR nº 11/008**. 2017. Disponível em:

<[http://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/Legisla%C3%A7%C3%A3o/TR\\_Diretrizes\\_ONU\\_-\\_Publica%C3%A7%C3%A3o\\_em\\_sites.pdf](http://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/Legisla%C3%A7%C3%A3o/TR_Diretrizes_ONU_-_Publica%C3%A7%C3%A3o_em_sites.pdf)>. Acesso em: 11 jan. 2018.

\_\_\_\_\_. **Agenda 2030**. 2018. Disponível em:

<<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>> Acesso em: 14 out. 2018.

\_\_\_\_\_. **Declaração do Rio Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro, 1992. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf>>.

Acesso em: 18 fev. 2016.

PADILHA, Norma Sueli. **Fundamentos constitucionais do direito ambiental brasileiro**. São Paulo: Campus, 2010.

PORTILHO, Fátima. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p. 1-12, 2005. Disponível em: Acesso em: 30 maio 2016.

Disponível em: <[www.ebape.fgv.br/cadernosebape](http://www.ebape.fgv.br/cadernosebape)>. Acesso em 12 jul. 2018.

\_\_\_\_\_; RUSSO, Fátima Ferreira. **Processo Marrakech**: o consumo sustentável visto pelos organismos internacionais. 2008. Disponível em:

<<http://www.anppas.org.br/encontro4/cd/ARQUIVOS/GT13-413-412-20080510231242.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2017.

PRESSE, France. França abre investigação contra Apple por 'obsolescência programada'. **Globo.com**. 9 jan. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/franca-abre-investigacao-contra-apple-por-obsolescencia-programada.ghtml>>. Acesso em: 20 out. 2018.

RIBEIRO, Alfredo Rangel. **Direito do consumo sustentável**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

RODRIGUES, Marcelo Abelha. **Direito ambiental esquematizado**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

SACHS, Ignacy. **O Desenvolvimento sustentável: do conceito à ação**, de Estocolmo a Johannesburgo. In: VARELLA, Marcelo; BARROS-PLATIAU, Ana Flavia. **Proteção Internacional do Meio Ambiente**. Brasília: UNICEB/UnB/UNITAR, 2009, p. 27-33.

SANTANA, Héctor Valverde. **Proteção internacional do consumidor: necessidade de harmonização da legislação**. **Revista de Direito Internacional**, Brasília, v. 11, n. 1, 2014, p. 53-64. Disponível em:

<[https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/81418/protecao\\_internacional\\_consumidor\\_santana.pdf](https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/81418/protecao_internacional_consumidor_santana.pdf)>. Acesso em: 11 jan. 2018.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Um discurso sobre as ciências**. 8. ed. Porto: Afrontamento, 1996.

SCHMIDT, Albano Francisco; EFING, Antônio Carlos. **O papel do consumidor na reciclagem do EPS (isopor) segundo a Política Nacional de Resíduos Sólidos**.

**Revista de Direito Ambiental**, São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 20, n. 79, p. 133-155, jul./set. 2015.

SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. São Paulo: Edipro, 2018.

SILVA, Daniel Moreira da; RANGEL, Tauã Lima Verdán. **Do antropocentrismo ao holismo ambiental: uma análise das escolas de pensamento ambiental**. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, ano XX, n. 156, jan. 2017. Disponível em:

<[http://ambitojuridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=18364](http://ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=18364)>. Acesso em: 20 out. 2018.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **A construção do direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2009.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: Direito material e processual**. 6. ed. São Paulo: Método, 2017.

UNCTAD. Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. Assembleia General. **Resolución aprobada por la Asamblea General el 22 de diciembre de 2015**. 2016. Disponível em:

<[https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d186\\_es.pdf](https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d186_es.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2018.

UNDESA; UNEP. **Outline and timeline for the development of the 10 Year Framework of Programmes on Sustainable Consumption and Production**. dez. 2007. Disponível em: <<http://www.unep.fr/scp/>>. Acesso em: 24 out. 2018.

VARELLA, Marcelo Dias. **Direito internacional público**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

\_\_\_\_\_. O surgimento e a evolução do Direito Internacional do Meio Ambiente: da proteção da natureza ao desenvolvimento sustentável. In: VARELLA, Marcelo; BARROS, Ana Flavia (Org.). **Revista Proteção Internacional do Meio Ambiente**. Brasília: Unitar, UniCEUB e UnB, 2009, p. 6-25.

VIEGAS, Cláudia Mara de Almeida Rabelo; ALMEIDA, Juliana Evangelista de. **A historicidade do direito do consumidor**. *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, ano XIV, n. 90, jul. 2011. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?artigo\\_id=9820&n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?artigo_id=9820&n_link=revista_artigos_leitura)>. Acesso em: 2 abr. 2016

VIVA, Rafael Quaresma. **Responsabilidade civil objetiva: código civil versus código de defesa do consumidor**. 2. ed. Belo Horizonte: Arraes, 2013.