

FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARÍLIA – UNIVEM  
CURSO DE DIREITO

**MARCELAMILANI CANEZIN**

**RELAÇÕES DE CONSUMO E MEIO AMBIENTE: APROXIMAÇÕES  
ENTRE A LEI CONSUMERISTA E O DIREITO AMBIENTAL**

MARÍLIA  
2017

MARCELAMILANI CANEZIN

**RELAÇÕES DE CONSUMO E MEIO AMBIENTE: APROXIMAÇÕES  
ENTRE A LEI CONSUMERISTA E O DIREITO AMBIENTAL**

Trabalho de Curso apresentado ao curso de Direito da Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientadora:  
Profa. Msc. Daniela Ferreira Dias  
Batista

MARÍLIA  
2017

Canezin, Marcela Milani.

Relações de consumo e meio ambiente: aproximações entre a lei consumerista e o direito ambiental. /Marcela Milani Canezin; orientador: Profa. Daniela Ferreira Dias Batista. Marília, SP, 2017.

nº de páginas: 48 fls.

Trabalho de Curso (Graduação em Direito) - Curso de Direito, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília –UNIVEM, Marília, 2017.

1. Consumerismo. 2. Meio ambiente. 3. Sustentabilidade.

CDD: 341.347



**Marcela Milani Canezin**

RA: 52926-5

Relações de consumo e meio ambiente: Aproximações entre a lei  
consumerista e o direito ambiental

Banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Programa de Graduação em Direito da UNIVEM, F.E.E.S.R, para obtenção do Título de Bacharel em Direito.

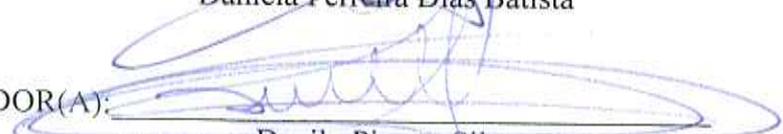
Nota:

8,0

ORIENTADOR(A):

  
\_\_\_\_\_  
Daniela Ferreira Dias Batista

1º EXAMINADOR(A):

  
\_\_\_\_\_  
Danilo Pierote Silva

2º EXAMINADOR(A):

  
\_\_\_\_\_  
Maria Júlia Gabrigna Rosa

Marília, 30 de novembro de 2017.

*Dedico este trabalho em primeiro lugar a Deus, por me guiar durante toda a trajetória deste curso, aos meus familiares e a minha amada companheira que me acompanhou, não me deixando desistir deste desafio.*

## AGRADECIMENTOS

*Agradeço:*

*Aos meus pais que me deram o dom da vida. Como consequência a educação, o caráter e principalmente o amor. Sou imensamente grata a Deus por ter Marcelo Canezin e Patricia Andrade Milani como meus heróis.*

*Aos meus avôs Severino Canezin (o qual neste momento olha por mim de um lugar que brilha unicamente) e Lindinalva Carvalho Canezin, dedicando com muito zelo, carinho e comprometimento a tarefa de se colocarem no lugar de pai e mãe, dando todo o suporte necessário a mim, sua neta. Nenhuma palavra é capaz de demonstrar o sentimento de gratidão que tenho por vocês.*

*As minhas irmãs que são únicas, cada qual com sua personalidade. Ana Júlia, Bianca e Lígia, eu aprendo a cada momento com vocês e o amor que nos une é único. Sou privilegiada por ser a irmã mais velha.*

*Não posso deixar de agradecer, a pessoa que eu amo e vem me apoiando em todos os desafios, batalhas, há seis anos. O destino nos uniu e sinto que não poderia ser diferente. Por todo o conjunto, agradeço a ti por estar presente nesta etapa de extrema importância em nossas vidas, a graduação. Você é linda e eu te amo muito, Juliana Melo.*

*Ao projeto social “Escola da Família” que, em parceria com o Univem, deu-me a oportunidade de desenvolver um trabalho social gratificante e de muito aprendizado durante a graduação. Junto a este projeto, cada criança, adolescente, companheiros universitários e a Coordenadora fizeram com que todos os meus domingos, trabalhados, não fossem vistos como trabalho, mas sim satisfação por participar junto à comunidade de um projeto profundo em seus aspectos de desenvolvimento social.*

*À minha orientadora, Professora Msc. Daniela Ferreira Dias Batista, que me acompanhou e prestou todo o auxílio necessário na elaboração deste trabalho.*

*Aos meus amigos, companheiros de turma, Lara Stefano, Otávio Costa, Rafael Cita, Nilson Júnior, Wilson Pinheiro Júnior, Vinicius de Camargo, Tiago Caputi, que por cinco anos, de segunda a sexta-feira, todas as noites, tornaram-se amigos, irmãos, e com cada um pude aprender um pouco. A vitória de vocês faz parte das minhas alegrias, vocês merecem todo o sucesso.*

*A menos que modifiquemos a nossa maneira de pensar, não seremos capazes de resolver os problemas causados pela forma como nos acostumamos a ver o mundo.*

*Albert Einstein.*

CANEZIN, Marcela Milani. **Relações de consumo e meio ambiente:** aproximações entre a lei consumerista e o direito ambiental. 2017. 48fls. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito). Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Marília, 2017.

## RESUMO

O mundo moderno passa por um momento de crise ambiental. Neste cenário, apresentam-se dois paradigmas: o antropocêntrico, que preconiza o homem como elemento mais importante e o biocêntrico que objetiva, valoriza de modo igualitário toda a vida existente no planeta. O padrão antropocêntrico, ainda prevalente, apresenta uma variável bastante agressiva sobre o comportamento de consumo da espécie humana e conseqüente prejuízo de natureza ambiental. Neste contexto, os estudos sobre consumerismo, direitos do consumidor e ainda a necessária educação ambiental em harmonia com o direito ambiental aliado a um tipo de consumo responsável e sustentável é o caminho para uma sociedade social e ambientalmente mais equilibrada. A educação ambiental, portanto, possui um papel indispensável na formação de uma mentalidade, e neste interím para o consumo é um elemento de extrema importância para a conscientização social no que atine à sua responsabilidade para o desenvolvimento sustentável. Tendo por objetivo aproximar o direito ambiental e o direito do consumidor, este estudo foi desenvolvido por meio de revisão de literatura dividida em três capítulos: 1) Do direito do consumidor; 2) Meio ambiente e direito ambiental; 3) sustentabilidade, direito e educação ambiental.

**Palavras-chave:** Consumerismo. Educação ambiental. Meio ambiente. Sustentabilidade.

CANEZIN, Marcela Milani. **Relações de consumo e meio ambiente:** aproximações entre a lei consumerista e o direito ambiental. 2017. 48 fls. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito). Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Marília, 2017.

#### ABSTRACT

The modern world is going through a time of environmental crisis. In this scenario, two paradigms are presented: the anthropocentric, which advocates man as the most important element and the biocentric that objectively values all life on the planet in an egalitarian way. The anthropocentric pattern, still prevalent, presents a very aggressive variable on the consumption behavior of the human species and consequent environmental damage. In this context, the study of consumerism, consumer law, supplier responsibility and the necessary environmental education in harmony with environmental law and a responsible and sustainable type of consumption is the way to a socially and environmentally more balanced society. Environmental education, therefore, has an indispensable role in the formation of a mentality, and in this interim for consumption is an extremely important element for social awareness regarding its responsibility for sustainable development. Aiming at an approximation between environmental law and consumer law, this study was developed through a literature review divided into three chapters: 1) Consumer law; 2) Environment and environmental law; 3) sustainability, law and environmental education.

**Keywords:** Consumerism. Environmental education. Environment. Sustainability.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1 DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	10
1.1 O consumerismo no Brasil .....	10
1.2 Relação de consumo .....	14
1.2.1 Consumidor .....	16
1.2.2 Fornecedor.....	17
1.2.3 Produto e serviço .....	18
1.2.4 Princípios gerais do direito consumerista.....	18
1.2.4.1 Vulnerabilidade .....	19
1.2.4.2 Transparência.....	20
1.2.4.3 Boa fé.....	21
1.2.4.4 Equidade .....	23
1.2.4.5 Isonomia .....	24
2 MEIO AMBIENTE E DIREITO AMBIENTAL .....	26
2.1 Conceito de meio ambiente .....	26
2.2 Conceito jurídico de meio ambiente no Direito Brasileiro.....	27
2.3 O direito ambiental .....	29
2.3.1 Correntes do direito ambiental: o antropocentrismo e o biocentrismo.....	30
3 SUSTENTABILIDADE, DIREITO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL.....	33
3.1 Desenvolvimento econômico e sustentabilidade.....	33
3.1.1 Dimensões da sustentabilidade.....	34
3.2 A proteção ambiental como direito fundamental .....	35
3.3 Base legal da educação ambiental no Brasil.....	36
3.4 Educação ambiental e relações de consumo.....	39
CONCLUSÃO.....	42
REFERÊNCIAS .....	43

## INTRODUÇÃO

Para compreender a correlação de direito do consumidor e sustentabilidade é necessário estabelecer um ponto de convergência entre dois extremos: o exercício do poder e o atendimento das aspirações do cidadão comum.

Por regra, durante a maior parte da história, o exercício do poder reduziu as aspirações sociais tão somente à uma fachada retórica. Porém, pouco a pouco, vem sendo introduzido no cenário sócio-político pequenas fissuras nesta sólida estrutura de poder a fim de atender algumas demandas sociais.

Assim, as diversas áreas do direito têm se constituído em meios para se atingir um maior equilíbrio nas relações entre o hiper e o hipossuficiente.

Esta percepção de um direito com este viés mais protetor pressupõe que em alguma proporção, em algum seguimento da vida, em algum contexto, todas, ou quase todas as pessoas acabam circunstanciadas na hipossuficiência.

De certa forma também pode-se admitir que a sociedade como um todo é hipossuficiente para alguns de seus direitos coletivos. Este é o caso, por exemplo, do direito do consumidor.

O direito consumerista, a princípio, pode parecer atender a um espectro mais direto de garantias, ou seja, proteger o consumidor nas relações de consumo. Porém, sua abrangência é maior; estende-se para situações em que o consumo excessivo de bens e serviços possa produzir situações de desequilíbrio social, econômico e ambiental.

Este ramo do direito intenta, *a posteriori*, corresponder à uma necessidade subjacente relativa a um de crescimento econômico sustentável e capaz de garantir um desenvolvimento futuro sem inviabilizar a preservação ambiental e a qualidade de vida das pessoas.

Aqui o direito do consumidor vai ao encontro do direito ambiental uma vez que estas duas disciplinas jurídicas possuem em comum o fato de se estabelecerem sob objetivos sociais, éticos, econômicos, ambientais e outros éticos que prescindem de um arcabouço que lhes dê sustentação legal, bem como de instrumentos que sejam capazes de viabilizar sua finalística no cenário fático dos conflitos humanos.

Esta convergência entre as duas correntes do direito parece mais evidente quando se apresentam seus objetivos.

No direito consumerista pretende-se proteger a pessoa nas relações de consumo; no direito ambiental almeja-se salvaguardar o bem-estar e a segurança do indivíduo. Em ambas

as situações deve-se reconhecer a condição de vulnerabilidade e hipossuficiência do indivíduo ante ao mercado de consumo e seus desdobramentos sociais econômicos e ambientais e que prescinde da tutela jurisdicional.

Compreender a dinâmica da interação destes dois ramos do direito foi o elemento motivacional para o desenvolvimento deste estudo, cujo objetivo geral foi compreender a abrangência e dimensões desta interação.

Desenvolvido sob a metodologia de revisão de literatura este trabalho está dividido em três capítulos: 1) Do direito do consumidor; 2) Meio ambiente e direito ambiental; 3) sustentabilidade, direito e educação ambiental.

## 1 DO DIREITO DO CONSUMIDOR

A Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, também conhecida como Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelece os princípios que equilibram as relações de consumo.

Este código consumerista brasileiro abrange toda sorte de direitos de espectro individual e coletivo, por meio de instrumentos de tutela disponíveis para todos com o intuito fundamental de propiciar o acesso aos meios de defesa e proteção para o consumidor.

Nesse capítulo inicial apresenta-se o consumerismo e em seu contexto a evolução do direito do consumidor em solo brasileiro.

### 1.1 O consumerismo no Brasil

A palavra consumerismo, em um sentido mais amplo, distingue o movimento de defesa do consumidor e sua associação à melhoria da qualidade de vida (GIACOMINI FILHO, 2003).

Em sentido mais específico, o consumerismo diz respeito ao movimento de consumidores que questiona “a produção, a comunicação em massa, as técnicas de marketing, a periculosidade dos produtos colocados no mercado, a qualidade das mercadorias e das informações fornecidas pelos fabricantes” (DIAS apud CAGNI, 2014, p. 7).

Nesse âmbito mais restrito da abordagem conceitual deve-se ponderar que o direito do consumidor também contempla a proteção contra os abusos que podem advir das relações de consumo, inclusive aquela decorrente da agressividade dos fornecedores na ocupação do mercado, situação que não é das mais favoráveis ao consumidor, uma vez que uma das funções subliminares do marketing é ‘criar necessidades’ onde essas elas não existiam.

Por isso há de haver também uma proteção mais efetiva quanto a prática de políticas mercadológicas mais incisivas por parte das corporações.

Ampliando o conceito de consumerismo, abordando-o como um modo de ação coletiva que contempla preocupações com a justiça e equidade nas relações de consumo, Djalma Eudes dos Santos leciona que:

O consumerismo [...] estrutura-se a partir de modelos organizacionais típicos e evoca uma noção de consumidor diferente daquela concebida pelo mercado. A sua ação é tipificada por valores e critérios como saúde, segurança e proteção ao meio ambiente, mas, além disso, guarda o idealismo que marcou suas origens, qual seja, que somente com a ação dos consumidores é possível alcançar transformação e almejar equidade nas

relações de consumo (...). Para tanto, suas ações são estrategicamente diversificadas: estão presentes nos meios de comunicação (alguns veículos de mídia dedicam espaços diários ou semanais ao tema da defesa do consumidor); publicam relatos e resultados de testes de produtos; recomendam a compra ou boicote de determinadas marcas; sugerem ações etc.); promovem manifestações públicas, podendo, inclusive, se associar a outros movimentos e lutas (SANTOS, 2014, p. 201).

Trata-se, pois, de um movimento complexo, multifacetado e que engloba inúmeras variáveis.

Consumidor e fornecedor tem interesses que se complementam, mas muitas vezes são díspares, pois de um lado o fornecedor precisa aumentar consumo, a comercialização de seus bens e serviços e de outro lado o consumidor embora precise consumir, não o poderá fazê-lo de forma desordenada e sem critério, sem lastro, senão haverá, certamente, prejuízos e comprometimentos financeiros de grande relevância para o mesmo.

A necessidade da expansão dos negócios, portanto, deve impactar o consumidor dentro de limites que lhe permita manter a sua sanidade econômica e financeira.

Não por acaso, já disseminado em todo o mundo, acaba por intrinchar-se no tecido social causando importantes efeitos no mesmo, sobretudo na consolidação de uma classe média com padrões globalizados de consumo, no estabelecimento de uma indústria de consumo de massa (por regram, liderado por multinacionais) e a luta contra o autoritarismo, fortalecendo a sociedade civil (SORJ, 2000).

Todavia, para que a proteção ao consumidor se estabeleça é necessário que ela esteja contemplada no universo jurídico como suporte às políticas públicas nessa seara.

No Brasil, as iniciativas que efetivamente vieram disciplinar a defesa do consumidor só surgiram (em âmbito federal) na década de 1990 (Lopes, 2002), antes disso, no Estado de São Paulo Decreto nº 7.890, de 6 de maio de 1976, criou o Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor (SEPC), na prática o primeiro PROCON do Brasil.

A iniciativa do governo paulista ilustra o caráter dinâmico da construção do Direito.

O primeiro PROCON tinha por objetivo “atuar de forma coletiva, visando informar e orientar o consumidor, por meio de programas específicos que incluía pesquisas e estudos relacionados à conjuntura econômica brasileira”, caberia também a esse órgão receber e encaminhar as reclamações e sugestões trazidas pelas entidades classistas e representativas da comunidade (BRITO; SANTOS, 2016, p. 293).

As iniciativas legislativas podem surgir no âmbito estadual, ou mesmo municipal e a partir desse ponto alcançar toda a Nação.

O Procon foi uma inovação que deu certo. Tanto é assim, que se espalhou por todo o Brasil, sendo a agência protetora do consumidor por excelência, que inclusive tornou-se padrão procura-la sempre que o consumidor se sentir de alguma forma lesado em seus direitos.

Essas unidades de proteção do consumidor além de acolherem reclamações e proceder autuações também tem um caráter instrutivo, formativo, desenvolvendo e consolidando cada vez mais na percepção da população a necessidade de vigilância permanente nas relações de consumo, acompanhando as ações de governo e fornecedores ante à maior fragilidade do consumidor.

Iniciativas como a criação do Procon também acabam por motivar uma maior mobilização das pessoas por meio de associações e organizações não governamentais (ONG's) de natureza consumerista e que também tem a finalidade principal de proteger o consumidor.

Dois anos depois, o SEPC ganhou força com a aprovação da Lei Estadual nº 1.903, de 20 de dezembro de 1978,

(...) que aumentou o seu âmbito de atuação, com o acréscimo de atividades não previstas pelo precitado decreto, tais como: a) possibilidade de atendimento direto ao consumidor (o decreto só falava em atendimento a “entidades representativas”); b) possibilidades de ajuizamento de medidas judiciais; e c) promoção, “pelos meios legais”, de medidas tendentes a combater cláusulas lesivas em contratos de adesão (RIOS, 1998, p. 49).

Vivia-se ainda nesse período sob a égide do governo militar, todavia com movimentações sociais que visavam retomar os caminhos da democracia no País, portanto, assim como outras áreas do cotidiano brasileiro, a percepção da necessidade de uma maior e mais abrangente defesa do consumidor também crescia.

Superado os anos pesados do governo militar o Brasil vê-se novamente sob o controle dos civis, e já no primeiro mandato presidencial pós militarismo, tendo à frente o Presidente José Sarney, cria-se o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor (CNDC) que teve por objetivo contribuir para a elaboração e implemento de políticas consumeristas no país; esse Conselho foi o primeiro órgão federal criado com a finalidade precípua de defender o consumidor (CORDEIRO, 2013).

Tal tradição, todavia, não garante que efetivamente seja levado a termo suas finalidades originárias. Seja total, ou mesmo parcialmente.

Criar o CNDC, portanto, não garantiu, por si só, a melhoria da proteção ao consumidor, mas certamente contribuiu para tanto, na medida que foi o órgão daquele período para a qual convergiu iniciativas de proteção consumerista.

Ainda na década de 1980, deu-se a aprovação da Lei n. 7.347, de 24 de julho de 1985, norma que disciplinou a ação civil pública (ACP) que dentre seus objetivos tinha o de proteger o consumidor, e que representou a ferramenta eletiva para as ações do Ministério Público e das instituições da sociedade civil de defesa do consumidor, sobretudo, até o advento da Constituição Federal de 1988 e do código consumerista brasileiro (SORJ, 2000).

Até que houvesse normas mais específicas para a defesa do consumidor, a ACP foi certamente o instrumento processual mais utilizado para contemplar as demandas sociais no que tange às relações de consumo.

A aplicação da Lei regulamentadora da ACP, no que diz respeito ao direito do consumidor, contempla responsabilização por danos (morais e patrimoniais)

Outro grande avanço na defesa do consumidor foi o surgimento dos juizados de pequenas causas. Essa inovação também foi uma inovação trazida pela Lei 7.244, de 7 de novembro de 1984.

Trata-se de uma daquelas mudanças que decorrem de um profundo anseio popular, que nesse caso em específico, visava atender o clamor por uma justiça menos morosa na solução de conflitos, mesmo aqueles de menor complexidade (CAPPELLETTI, 1988).

Também é importante ressaltar que a iniciativa caminha no sentido de buscar a simplificação e minimização processual, não penalizando o direito, por óbvio, mas dando maior celeridade àquelas situações concretas que são mais custosas para se processar do que o seu próprio valor de face.

Em outros termos, é mais oneroso pedir do que obter, lembrando que o custo é suportado pela estrutura social que não obtém nenhuma vantagem ou benefício na solução tormentosa de causas ínfimas.

Esses juizados, como ensinado por Lopes; Laniado (2010), promoveram uma maior acessibilidade geral à justiça significa que implica o ajuizamento das ações de uma forma mais simples, pouco formalismo e com o auxílio de servidores para orientar as partes.

Essa tendência, desde então, vem evoluindo e sendo aperfeiçoada. Concretamente, a Lei n. 9.099, de 26 de setembro de 1995, que revogou a Lei n. 7.244/1984, traz logo em seu artigo 2º: “Art. 2º O processo orientar-se-á pelos critérios da oralidade, simplicidade, informalidade, economia processual e celeridade, buscando, sempre que possível a conciliação ou a transação”.

Tais critérios, é sabido, visam sempre atender as demandas sociais por justiça que não prescindem de tramitação longa e onerosa, podendo ser solucionada de forma mais simples, econômica e célere.

O marco da década de 1980, no entanto, se deu no bojo da Carta Constitucional de 1988 que elevou a proteção do consumidor à direito fundamental. O inciso XXXII, do art. 5º da Constituição normatiza que o Estado deve promover a defesa do consumidor (REIS, 2006).

A defesa do consumidor, desde então, passa a se constituir em um dos pilares a serem preservados nessa estrutura de Estado consolidada no Direito constitucional pátrio.

Tal status tem implicações de suma importância, uma que vez que garante, por meio do controle prévio e posterior de constitucionalidade a preservação dos direitos tão caros e relevantes para o cidadão, nesse caso concreto, o do seu direito enquanto consumidor.

Ainda nessa década, *sui generis*, cabe destacar o surgimento de organizações não governamentais de proteção ao consumidor, sobretudo, aquelas que tiveram maior impacto nesse mister, como é o caso do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC).

O IDEC, segundo seu próprio sítio na internet assim se conceitua:

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor é uma associação de consumidores fundada em 1987, [...] é independente de empresas, governos ou partidos políticos. Os recursos financeiros para o desenvolvimento de suas atividades têm sua origem nas contribuições dadas pelos seus associados, na venda de assinaturas da Revista do Idec e outras publicações, além da realização de cursos. O Idec também desenvolve projetos que recebem recursos de organismos públicos e fundações independentes (IDEC, 2008*on line*).

Trata-se, portanto, de uma instituição independente (de empresas e governos) que se mantém com recursos próprios e que fomenta ações que fomentam a sua finalidade de origem: a defesa do consumidor.

## 1.2 Relação de consumo

O ponto de partida para uma melhor compreensão da definição de relação de consumo (ou relação jurídica de consumo) consiste em saber qual o conceito de relação jurídica e, conseqüentemente, se a relação firmada entre consumidor e fornecedor pode ser qualificada como tal (ALMEIDA, 2003).

Para Cavalieri Filho a conceituação de relação jurídica parte da atividade social do homem.

Vivendo em sociedade, necessariamente nos relacionamos com os nossos semelhantes, ensejando relações sociais. Muitas dessas relações são de natureza afetiva, cultural, religiosa, recreativa, vale dizer, sem relevância jurídica; outras, entretanto, têm natureza econômica, familiar, funcional, pública etc., exigindo, pela sua relevância social, disciplina jurídica. As relações sociais reguladas pelo Direito tornam-se relações jurídicas. (...) podemos, então, conceituar relação jurídica como toda relação social disciplinada pelo Direito. Preferem outros defini-la como toda relação da vida social que produz consequências jurídicas (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 57).

O relacionamento humano, portanto, é o estrato sob o qual se constrói as relações jurídicas.

Desse relacionamento humano, por seu turno, advém os conflitos, as divergências, que prescindem de soluções, não raramente, intermediadas, que se promovem no tecido social tanto no âmbito infra jurídico como por meio da judicialização, que acabam por caracterizar as relações jurídicas.

Assim, é inerente à vivência humana, tanto o surgimento do conflito, quanto a sua intermediação pelos instrumentos do Direito.

Importante, sempre pontuar, entretanto, que uma relação social só se verterá em relação jurídica quando produzir repercussões jurídicas.

Vencendo essa introdução conceitual, pode-se passar para a abordagem pontual das relações de consumo.

Mais uma vez, para fins de melhor compreensão e aprofundamento é pertinente estabelecer a definição desse tipo de relação que é, fundamentalmente:

[...] uma relação de cooperação, em que um cidadão entra com o bem ou serviço e o outro oferece em troca o pagamento do preço; ambos colaboram, assim, para o sucesso do objetivo comum, que é a transferência do domínio do bem ou a execução dos serviços (LEITE, 2002, p. 54).

Nesse conceito, destaca-se os termos: bem ou serviço, pagamento, transferência de domínio, execução de serviços.

Assim, toda relação de consumo, pressupõe que alguém (consumidor) está precisando de um bem ou serviço disponibilizado por outrem (fornecedor) estando disposto a arcar com o dispêndio financeiro (pagamento) para obter a finalidade precípua de transferir o domínio do bem ou de receber o serviço ofertado.

Em outros termos (e de forma simplificada), o que se estabelece entre as partes (consumidor e fornecedor) é uma relação por meio da qual se objetiva a compra de um produto ou a contratação de um serviço, eis então o que se entende por ‘relação de consumo’.

No Brasil, todavia, faltava o elemento normativo que contemplasse essa relação de consumo, uma lacuna que foi preenchida pelo Código de Defesa do Consumidor.

O CDC é, conquanto, a norma específica aplicável às relações de consumo das quais participem, de um lado, o fornecedor de bens ou serviços, e, do outro, o consumidor final desses bens ou serviços; fundamentando-se tal diploma, sobretudo, na vulnerabilidade do consumidor que é, por regra, a parte mais frágil numa relação de consumo (PIMENTEL, 2010).

Ademais, é importante ressaltar que o estatuto consumerista busca a harmonia nas relações de consumo, com o correto equilíbrio que provém do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, da sua consequente proteção e do incentivo à atividade produtiva dos fornecedores e a sua grande relevância de natureza econômica e social. Mesmo porque sem empresários eficientes, dotados de espírito de iniciativa, nenhum pode progredir.

Assim, ao contrário de fragilizar o fornecedor, a norma legal vigente deve assegurar sua robustez, uma vez que sem fornecedores eficientes e prestigiados não há relação de consumo que perdure, por isso, indispensável é que se assegure também a sua proteção, seja no que tange ao crédito (no caso de inadimplência), seja no que concerne a preservação de seu patrimônio e às boas condições de operacionalidade e livre concorrência.

Bem por isso, o CDC, ao estabelecer a Política Nacional das Relações de Consumo, diz que tal política terá por objetivo - dentre outros - assegurar a harmonia das relações de consumo (BRAGA NETTO, 2013).

O princípio da equidade e equilíbrio é, por fim, consagrado no artigo 4º do CDC, onde se lê que “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”.

### 1.2.1 Consumidor

O CDC trouxe quatro definições de consumidor, sendo que três delas retratam o denominado consumidor por equiparação. Em sentido estrito (ou seja, aquele que de fato adquire um produto ou contrata um serviço), conforme disposto no art. 2º do CDC

(ALMEIDA, 2003), *in verbis*: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (CDC, art. 2º).

Numa análise inicial da definição legal, pode-se inferir que: consumidores são as pessoas naturais ou jurídicas; consumidor é aquele que adquire produto ou contrata serviço; consumidor é também aquele que utiliza produto ou serviço; consumidor é o destinatário final do produto ou do serviço adquirido/contratado no mercado de consumo.

Interessante, nessa fase conceitual, também é compreender que em certa medida as figuras ‘consumidor’ e ‘fornecedor’ mudam com frequência de posição.

Por isso, aquele que em uma determinada situação consome, em outra fornece, e assim sucessivamente em uma série intrincada e extensa de relações de consumo.

Por regra, toda pessoa é potencial consumidor ou fornecedor de bens ou serviços, mesmo que não o seja de modo estritamente tipificado.

Por fim, compreende todos os que podem comprar o produto/serviço da organização (GARCIA, CAIM E TRAJANO, 2006).

### 1.2.2 Fornecedor

O art. 3º do CDC traz a definição de fornecedor:

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

A simples leitura desse artigo já é capaz de dar um panorama da extensão das pessoas enunciadas como fornecedoras, a saber: todas as pessoas capazes, físicas ou jurídicas, além dos entes sem personalidade.

A abrangência conceitual considera, sobretudo, que na relação de consumo o fornecedor é o detentor do capital e dos meios de produção (e por isso a parte mais forte na relação), podendo ele determinar o que, onde, como e quanto produzir e decidir o quanto cobrar do consumidor pelos seus produtos e/ou serviços (RIOS, 2002).

Percebe-se na definição a prevalência natural de força que os fornecedores têm em relação aos consumidores, uma que são aqueles que possuem os meios de produção, escolhendo ‘o que’, ‘o quanto’ e ‘quando produzir’ e, sobretudo, determinando o preço, o valor que pretendem receber pelo que produz.

É por isso que a legislação consumerista acaba por interferir na relação de consumo favoravelmente ao consumidor a fim de estabelecer o equilíbrio necessário para que o segundo não seja prejudicado por conta de sua vulnerabilidade e hipossuficiência.

### 1.2.3 Produto e serviço

O CDC definiu produto no § 1º do art. 3º: “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”.

Quanto ao termo serviço, o CDC definiu no § 2º do art. 3º e buscou apresentá-lo de forma mais completa possível. Dessa maneira, serviço é qualquer atividade fornecida ou, melhor dizendo, prestada no mercado de consumo, mediante remuneração, salvo os de caráter trabalhista (PIMENTEL, 2010).

Segundo Nunes:

Serviço é, tipicamente, atividade. Esta é ação humana que tem em vista uma finalidade. Ora, toda ação se esgota tão logo praticada. A ação se exerce em si mesma. Daí somente poderia existir serviço não durável. Será uma espécie de contradição falar em serviço que dura. Todavia, o mercado acabou criando os chamados serviços tidos como duráveis, tais como os contínuos (p. ex., os serviços de convênio de saúde, os serviços educacionais regulares em geral etc.) (RIZZATO NUNES, 2012, p. 134).

Ponto importante a se destacar ainda são os vícios e defeitos. O vício do produto ou do serviço está consubstanciado no artigo 12, já o artigo 18 dispõe sobre o vício ou defeito apresentado pelo próprio produto. Nos dois casos, a responsabilidade cabe ao fornecedor e constitui um direito que pode ser exigido pelo consumidor lesado. O art. 18 também considera uma lesão ao consumidor a deficiência na informação sobre o produto ou serviço, mesmo que o produto ou o serviço em si não apresente problemas.

No prazo de 30 dias, o fornecedor tem o direito de sanar o vício. Entende-se por sanar o vício substituir ou consertar o produto (ALMEIDA, 2003).

### 1.2.4 Princípios gerais do direito consumerista

O art. 4º da Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 (CDC), e seus incisos contempla os princípios reguladores da relação jurídica de consumo, a saber: a vulnerabilidade, a transparência, a boa-fé, a equidade e a isonomia, que serão apresentados nesta seção.

#### 1.2.4.1 Vulnerabilidade

Vulnerar é ferir; vulnerável: aquele que se pode vulnerar, o lado fraco de uma demanda que pode ser ferido ou atacado (DICIONÁRIO AURÉLIO, 2002).

Evoluindo na compreensão do sentido dos termos, vulnerabilidade é a qualidade daquilo que é vulnerável e que indica um estado de fraqueza, que pode se referir ao comportamento das pessoas, a situações, ideias ou mesmo objetos.

Quando associado à temática sociológica diz-se ‘vulnerabilidade social’ que, nesse particular, está relacionado à condição de pessoas expostas à exclusão social, que vivem à margem da sociedade (ABRAMOVAY et al., 2002).

No âmbito jurídico e, portanto, que atende ao escopo deste trabalho, o termo ‘vulnerabilidade’ encontra-se compito da legislação consumerista pátria, e representa a condição do consumidor em relação ao fornecedor, uma vez que este é detentor de saberes atinentes ao produto que o consumidor não conhece colocando-o em uma situação de fragilidade nesta relação (FILOMENO, 2007).

Não sem razão, portanto, a vulnerabilidade é tida como o próprio fundamento no sistema de consumo, o próprio CDC (art. 4º, I) confirma este fato: “o consumidor é vulnerável”. O Código, aliás, existe em razão dessa vulnerabilidade visando, afinal, retomar o equilíbrio na relação (frequentemente desigual) entre consumidor e fornecedor (BRAGA NETTO, 2013).

Esse reconhecimento é, portanto, a medida primeira de realizar a isonomia prevista na Carta Constitucional, significando reconhecer (*a priori*) que o consumidor é de fato a parte frágil da relação jurídica de consumo, e tal fragilidade é real, concreta (RIZZATO NUNES, 2012).

Tal vulnerabilidade é compreendida por Filomeno (2007, p. 16) como a “fragilidade dos consumidores, em face dos fornecedores”, ou como, no ensino de Martins (2006), a viga mestra das relações de consumo, sendo, a princípio, todos os consumidores presumivelmente vulneráveis.

Esse princípio é fundamental para entender as relações de consumo, uma vez que a legislação consumerista nasceu com o intuito de equilibrar os pesos entre fornecedor e consumidor na relação de consumo, que, via de regra, coloca de um lado um fornecedor forte e capaz de determinar o produto, suas características, preço e condições de venda e pós venda e de outro lado o consumidor, em geral, limitado em seus recursos e com quase ou nenhuma condição de enfrentar o embate econômico de modo favorável com o fornecedor.

Segundo Densa (2011) a doutrina admite quatro tipos de vulnerabilidade do consumidor, a saber:

[...] técnica: o consumidor não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo, tanto no que diz respeito às características do produto quanto no que diz respeito à utilidade do produto ou serviço; jurídica: reconhece o legislador que o consumidor não possui conhecimentos jurídicos, de contabilidade ou de economia para esclarecimento, por exemplo, do contrato que está assinando ou se os juros cobrados estão em consonância com o combinado; fática (ou socioeconômica): baseia-se no reconhecimento de que o consumidor é o elo fraco da corrente, e que o fornecedor encontra-se em posição de supremacia, sendo o detentor do poder econômico. informacional: considera o consumidor pessoa carente de informações sobre os diferentes tipos de produtos e serviços inseridos no mercado de consumo, razão pela qual ficará mais exposto, portanto vulnerável, frente ao fornecedor. E certo que quanto mais informado e educado estiver o consumidor, melhor será sua condição para exercer suas escolhas e estará menos vulnerável na relação de consumo (DENSE, 2011, p. 26).

Sobre esta tipologia deve-se ponderar que a qualificação técnica ou jurídica do consumidor não remove a sua qualidade de vulnerável, vez que permanece intacta a vulnerabilidade fática.

#### 1.2.4.2 Transparência

O princípio da transparência estabelece que o consumidor deve ser informado sobre tudo aquilo que diz respeito ao produto ou serviço disponibilizado para o mercado de consumo.

Tal direito está consagrado no art. 6º, III da Lei Consumerista brasileira:

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 e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Esse princípio, no âmbito do CDC, surge com a finalidade de regradar o poder econômico, cobrando-lhe visibilidade, devendo o fornecedor transmitir àqueles que potencialmente podem consumir seus produtos e serviços as informações necessárias para que possam tomar a decisão de consumo.

A transparência, portanto, deve se constituir em sinônimo de informação clara, correta sobre o produto que será comercializado e sobre o contrato a ser firmado, implica em respeito e lealdade nas relações jurídicas de consumo.

Esse princípio, aliás, vem ganhando cada vez mais importância na vida pública e privada no Brasil e no mundo, sendo o principal pilar da governança corporativa de empresas privadas e da própria Administração Pública.

Ser transparente, os dias atuais, é uma exigência ética e normativa que se torna cada vez mais uma condição inescapável para qualquer organização.

Toda empresa, sob esse princípio, deve prover a sociedade de informação pública, tempestiva, confiável, relevante, clara, não só sobre seus produtos e serviços, mas também sobre sua gestão financeira, sua estratégia comercial, etc.

Leciona Rizzatto Nunes,

O princípio da transparência, expresso no caput do art. 4º do CDC, se traduz na obrigação do fornecedor de dar ao consumidor a oportunidade de conhecer os produtos e serviços que são oferecidos e, também, gerará no contrato a obrigação de propiciar-lhe o conhecimento prévio de seu conteúdo. O princípio da transparência será complementado pelo princípio do dever de informar, previsto no inciso III do art. 6º, e a obrigação de apresentar previamente o conteúdo do contrato está regradada no art. 46 (RIZZATTO NUNES, 2012, p. 178).

Tal princípio, portanto, busca estabelecer uma relação mais próxima e adequada entre o fornecedor e o consumidor, “visando à sinceridade no negócio entre ambos os contratantes” (MARTINS, 2006, p. 9).

A própria ideia objetiva de transparência como algo que permite ver adiante sem opacidade, ou elementos que possam confundir a melhor compreensão acerca do objeto em concreto dá a dimensão de que o consumidor não pode entrar em uma relação de consumo sem ter a condição de visualizar de modo cristalino (o tanto quanto possível) essa mesma relação.

#### 1.2.4.3 Boa fé

O princípio da boa-fé é tributário do princípio da equidade, princípio este existente desde o Direito Romano e que norteia todo universo de relações jurídicas (FRANCO, 2011).

O ordenamento jurídico brasileiro erigiu este princípio com um dos pilares de toda relação contratual, estando o mesmo consignado nos arts. 4º, III e 51, IV, do CDC e arts. 113 e 422 no Código Civil (DENSA, 2011).

Este princípio consagra o padrão ético com fulcro na confiança e lealdade como condição essencial para as relações humanas e boa convivência social (MARTINS, 2006).

A raiz etimológica do termo encontra-se na locução latina *bona fides*, que significa: confiança, convicção, crença; tendo por antônimo a má-fé, que se traduz como: dolo, engano, malícia. A primeira presume a validade do ato jurídico, a segunda sua nulidade (FRANCO, 2011).

No âmbito consumerista, a boa-fé tem caráter objetivo e destaca valores como: ética, verdade, correção e que devem permear todas as fases da relação de consumo, da negociação à execução.

Um dos axiomas do Código de Defesa do Consumidor, esse princípio é, antes de tudo, um princípio de ordem moral, um norteador ético sob o qual os contratantes devem agir não apenas com os olhos apenas no lucro *per se* mas considerar de modo cotidiano a sinceridade, a veracidade, a correção nas relações relacionais e contratuais.

Tal princípio não se aplica tão somente ao fornecedor, mas também ao consumidor, por isso, embora as relações de consumo tenham instrumentos de controle que permitem um certo grau de controle sobre a parte (como é o caso das consultas ao Serasa e SPC, com relação ao consumidor/ e cadastros públicos de mau atendimento, no caso de fornecedores) vale ainda muito a confiabilidade que se estabelece entre fornecedor e consumidor, sendo uma condição até subjetiva de escolha de um cliente por uma determinada empresa ou não.

A boa-fé que a lei consumerista incorpora é a chamada boa-fé objetiva, diversa da subjetiva.

Ensina Rizzatto Nunes (2012) com propriedade,

A boa-fé subjetiva diz respeito à ignorância de uma pessoa acerca de um fato modificador, impeditivo ou violador de seu direito. É, pois, a falsa crença sobre determinada situação pela qual o detentor do direito acredita em sua legitimidade, porque desconhece a verdadeira situação. Nesse sentido, a boa-fé pode ser encontrada em vários preceitos do Código Civil, como, por exemplo, no art. 1.567, quando trata dos efeitos do casamento putativo, nos arts. 1.201 e 1.202, que regulam a posse de boa-fé<sup>158</sup>, no art. 879, que se refere à boa-fé do alienante do imóvel indevidamente recebido etc.<sup>159</sup>. Já a boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida, grosso modo, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. Não o equilíbrio econômico, como pretendem alguns, mas o equilíbrio das posições

contratuais, uma vez que, dentro do complexo de direitos e deveres das partes, em matéria de consumo, como regra, há um desequilíbrio de forças. Daí que, para chegar a um equilíbrio real, o intérprete deve fazer uma análise global do contrato, de uma cláusula em relação às demais (RIZZATTO NUNES, 2012, p. 180).

A boa-fé é, portanto, um modelo, um padrão, em contraponto à má fé subjetiva do fornecedor ou do consumidor. Por isso, quando se trata de boa-fé deve-se pensar em fidelidade, lealdade nas relações de consumo a fim de garantir respeito mútuo. Tal princípio configura-se então como condição precedente abstrata para uma ideal relação de consumo.

#### 1.2.4.4 Equidade

Pode-se dizer que a equidade é a justiça do caso concreto. Por meio dela o julgador suaviza o rigor da lei abstrata, considerando as particularidades do caso concreto.

Ou seja, falar em equidade é falar no sentimento do justo concreto, em consonância com as circunstâncias e ajustado ao caso.

Por isso, a solução de conflitos por meio da equidade é:

(...) a que se obtém pela consideração harmônica das circunstâncias concretas, do que pode resultar um ajuste da norma à especificidade da situação a fim de que a solução seja justa. Pois, como diziam os romanos, *summum jus summa injuria*. Não se trata de um princípio que se oponha à justiça, mas que a completa, a toma plena (FERRAZ JUNIOR, p. 248).

O dicionário e a sinonímia também ajudam consideravelmente a compreender melhor o conceito de equidade.

Etimologicamente, equidade tem sua raiz no latim *aequitas* (igualdade) que quando aplicada à justiça ganha o significado de adequamento do *jus* aos casos práticos (ORIGEM DA PALAVRA, 2017).

Equidade é a “característica de algo ou alguém que revela senso de justiça, imparcialidade, isenção e neutralidade”. A “correção no modo de agir ou de opinar; em que há lisura, honestidade; igualdade”. Ou ainda a “disposição para reconhecer a imparcialidade do direito de cada indivíduo” (DICIO, 2016 *on line*).

São sinônimos de equidade: integridade, isenção, justiça, lisura, honestidade, equivalência, igualdade. O conjunto desses termos são, em essência, quase tudo que se espera em qualquer relação humana, incluso aí as relações de consumo.

Percebe-se, portanto, que a equidade é um princípio ético, um parâmetro ideal de justiça, um princípio inspirador do bom Direito, que objetiva à consecução da perfeita igualdade material, vertendo-se em padrão jurídico quando aplicado pelo juízo ao fato concreto. Constitui-se em um ideário que orienta a aplicação do Direito de modo a evitar eventual injustiça ou desigualdade, que pode decorrer da rigidez da letra da lei (AMARAL NETO, 2004).

A equidade não é substrato exclusivo da relação de consumo (aplica-se ao Direito como um todo), no entanto, nesta seara acaba por assumir forte significação, face à necessidade de se estabelecer o equilíbrio entre nas relações de consumo dando-lhes maior clareza e aplicabilidade.

É de tamanha relevância para o sistema de consumo que sua falta ocasiona nulidade às cláusulas contratuais que estabeleçam obrigações consideradas iníquas ou abusivas e que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada e que sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade.

Ou seja: cláusula iníqua, cláusula nula.

O CDC trata desse princípio em seu artigo 7º e 51. No artigo 7º dispõe que os direitos previstos na lei consumerista não excluirão aqueles derivados dos princípios gerais do “direito, analogia, costumes e equidade”. No artigo 51 enuncia que serão nulas de pleno direito as cláusulas contratuais que “sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade”.

A palavra equidade está ligada à noção de equilíbrio, equitativo, concluindo que a solução justa e equilibrada nas relações de consumo é revelada por intermédio dos critérios equitativos que operam em atendimento à necessidade social ao princípio pró-consumidor.

Quanto à sua função no contexto do consumerismo, o princípio da equidade visa promover o equilíbrio na relação contratual, procurando garantir o desenvolvimento do negócio e combater as práticas abusivas.

Trata-se de equilíbrio absoluto (por isso que também é conhecido como princípio do equilíbrio contratual absoluto) uma vez que a norma legal exige, no relacionamento contratual, o equilíbrio substancial, de tal modo que nenhuma das partes venha a ter substancialmente mais vantagem que a outra (SILVA, 2008).

#### 1.2.4.5 Isonomia

Uma das formas de ver a justiça é como uma personificação ética do fundamento da igualdade.

Essa justiça igualitária pode ser: comutativa, consistindo na equivalência entre dois objetos, sem levar em conta a condição das pessoas; distributiva, aquela em que a sociedade confere a cada um o bem que é devido segundo uma igualdade proporcional ou relativa; social: aquela em que os membros da sociedade devem dar a esta sua contribuição para o bem comum, observada principalmente uma igualdade proporcional, de modo que se alcance a prosperidade na sociedade como um todo (GARCIA, 2015).

Esse princípio consagrado na Constituição (artigo 5º da Carta Magna), dispõe que:

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 (...)

No entanto, para dar a devida interpretação a esse texto constitucional é preciso reportar-se ao pensamento grego neoclássico (Aristóteles) que já explicava que “seu resultado adequado advinha da fórmula: dar tratamento igual aos iguais e desigual aos desiguais, na medida dessa desigualdade” (RIZZATTO NUNES, 2012, p. 74).

Baseado nessa hermenêutica, o legislador do CDC, reconheceu o consumidor como a parte mais fraca (vulnerável) na relação de consumo, estabelecendo que o contrato deve sempre ser interpretado de modo mais favorável a ele, aplicando dessa forma o princípio constitucional da isonomia (GARCIA, 2010).

O CDC, assim, pressupõe a vulnerabilidade do consumidor a partir do princípio de que nas relações de consumo há uma desigualdade fática entre consumidor e fornecedor, motivo pelo qual, ao regrar direitos e vantagens ao consumidor, a norma pretende equalizar sua posição jurídica na relação contratual.

Desse modo, a legislação consumerista se justifica na medida em que é um meio para realizar, quanto melhor possível, o princípio constitucional da isonomia, objetivando assim, neutralizar ou reduzir a situação de vulnerabilidade, restaurando a isonomia entre consumidores e fornecedores (SEIXAS, 2001).

## 2 MEIO AMBIENTE E DIREITO AMBIENTAL

O meio ambiente vem assumindo nos últimos anos uma posição cada vez mais proeminente na sociedade humana. Depois de milhares de anos de uso sem maiores preocupações com a sua dilapidação, o ser humano caiu em si e percebeu que precisava cuidar do planeta e no meio em que vive.

O Direito, como parte da própria sociedade, refletiu, através de inúmeros diplomas legais, o desejo latente da sociedade em começar a tutelar com maior cuidado um bem tão essencial para a sobrevivência da espécie.

No Brasil, não foi diferente, e percebe-se em todas as esferas governamentais: federal, estadual e municipal; a preocupação dos legisladores em estabelecer normas cada vez mais específicas sobre o uso dos recursos naturais, e que contemple também um arcabouço de sanções que venham a coibir as práticas delituosas contra a natureza.

Nesse contexto, a educação ambiental é fundamental, para esclarecer aspectos para se estabelecer um melhor padrão de qualidade de vida para toda a sociedade.

Este capítulo tem por objetivo apresentar o conceito de meio ambiente, de direito ambiental e suas diferentes abordagens: o antropocentrismo e o biocentrismo.

### 2.1 Conceito de meio ambiente

A conceituação da expressão “meio ambiente” ainda não alcançou consenso doutrinário; isso se deve, sobretudo, a dois obstáculos: a própria abrangência do conceito e a grande diversidade de significados contemplados por esta expressão (SALES, 2008).

Em sentido mais estrito, meio ambiente é tudo o que envolve ou cerca os seres vivos (BARBIERI, 2007).

Numa perspectiva mais ampla meio ambiente é “a interação do conjunto de elementos naturais, artificiais e culturais que propiciem o desenvolvimento equilibrado da vida humana” (PINTO, 1998, p.12).

Para Farias (1999, p. 203), o termo meio ambiente “engendra uma variedade de significados, conforme o aspecto em que é considerado”; a expressão também pode designar “a esfera, o círculo, o âmbito que nos cerca, em que vivemos” (SILVA, 2013, p. 1).

Meio ambiente também comporta um conceito normativo, como ocorre, por exemplo, na disposição legal contida no art. 3º, I da Lei 6.938/81, que estatui a Política Nacional de Meio Ambiente brasileira, onde se define o termo:

Art. 3º Para os fins previstos nesta Lei, entende-se por:

I - meio ambiente, 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 (BRASIL, 1981).

O termo pode ainda ser definido sob a perspectiva mais ampla possível como “a combinação de todas as coisas e fatores externos ao indivíduo ou à população de indivíduos em questão” (MILARÉ, 2010, p. 52), ou seja, como um verdadeiro processo de interação entre fatores bióticos e abióticos.

No âmbito da gestão pública, o termo é objeto da Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, que dispõe sobre a “Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação”, e neste documento meio ambiente é definido no seu artigo 3º, I, como: “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas” (art. 3º, I).

Em que pese a dificuldade de uma definição conceitual do termo “meio ambiente”, é imprescindível para o bom desenvolvimento deste estudo o estabelecimento de uma conceituação jurídica desta expressão, algo que será apresentado na próxima seção.

## 2.2 Conceito jurídico de meio ambiente no Direito Brasileiro

Fundamentando-se no Direito Ambiental italiano, Silva pondera que:

O ambiente integra-se, realmente, de um conjunto de elementos naturais e culturais cuja interação constitui e condiciona o meio em que se vive. Daí porque a expressão “meio ambiente” se manifesta mais rica de sentido (como conexão de valores) do que a simples palavra ambiente. Esta exprime o conjunto de elementos; aquela expressa o resultado da interação desses elementos. O conceito de meio ambiente há de ser, pois, globalizante, abrangente de toda a natureza original e artificial, bem como os bens culturais correlatos, compreendendo, portanto, o solo, a água, o ar, a flora, as belezas naturais, o patrimônio histórico, artístico, turístico, paisagístico e arqueológico. O meio ambiente é, assim, a interação do conjunto de elementos naturais, artificiais e culturais que propiciem o desenvolvimento equilibrado da vida em todas as suas formas. A interação busca assumir uma concepção unitária do ambiente compreensiva dos recursos naturais e culturais (SILVA, 2013, p.4).

Partindo deste princípio plural da noção de “ambiente”, é necessário enfatizar o estabelecimento de uma interatividade entre os elementos (cultural, natural e artificial) constitutivos daquela conceituação, elaborando uma noção unitária do conceito de “meio ambiente (SALES, 2008).

Sob uma perspectiva jurídica, conforme adverte Milaré:

Numa concepção ampla, que vai além dos limites estreitos fixados pela Ecologia tradicional, o meio ambiente abrange toda a natureza original (natural) e artificial, assim como os bens culturais correlatos. Temos, aqui, então, um detalhamento do tema, de um lado com o meio ambiente natural, ou físico, constituído pelo solo, pela água, pelo ar, pela energia, pela fauna e pela flora, e do outro, com o meio ambiente artificial (ou humano), formado pelas edificações, equipamentos e alterações produzidos pelo homem, enfim, os assentamentos de natureza urbanística e demais construções. Em outras palavras, quer-se dizer que nem todos os ecossistemas são naturais, havendo mesmo quem se refira a ecossistemas naturais e ecossistemas sociais. Nesta perspectiva ampla, o meio ambiente sena a Interação do conjunto de elementos naturais, artificiais e culturais que propõem o desenvolvimento equilibrado da vida em todas as suas formas (MILARÉ, 2010, p. 53).

Evidencia-se, assim, que a noção de “meio ambiente” formulada no Direito Brasileiro prioriza o caráter interativo dos elementos naturais, culturais e artificiais, concebendo-o sob uma perspectiva ampla (SALES, 2008).

Em consonância com está perspectiva plural de meio ambiente, no plano normativo são enfatizadas estas relações de interdependência entre os aspectos naturais, culturais e artificiais no estabelecimento de uma noção unitária de meio ambiente. Assim, o meio ambiente é conceituado no art. 30 da Lei nº. 6.938/81 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”.

Este conceito engendrado antes da promulgação da CF de 1988, foi por esta plenamente amparado, uma vez que a Carta Magna tutelou não só o meio ambiente natural, mas também o artificial e o cultural.

Neste prisma, Farias esclarece que:

A Constituição da República submete a objeto da proteção o meio ambiente ecologicamente equilibrado, conforme se lê do art. 225, caput, alçando-o à condição de bem de uso comum do povo e essencial à qualidade de vida, a qual todos têm direito. Essa, portanto, é a característica finalística de meio ambiente que deve ser perseguida e preservada por toda a Federação. A manutenção de um ecossistema de forma não-equilibrada ecologicamente, o exercício de atividade econômica que desconsidere a determinação constitucional e o desenvolvimento de políticas públicas que não observem

esta imposição, consubstanciarão clara afronta ao texto constitucional aplicável a todos os entes federados. A definição constitucional e a infraconstitucional apresentadas tem por mérito, ademais, integrar o homem ao meio, rompendo com posições cartesianas, que o colocam ante o meio ambiente, dele destacado, em relação de dominação (FARIAS, 1999, p. 215-216).

Dessa forma, o conceito de meio ambiente é o unitário, ou seja, aquele que considera que existem elementos distintos que integram o meio ambiente.

### 2.3 O direito ambiental

O Direito Ambiental se constitui por um conjunto de princípios que regulamentam a proteção do meio ambiente e o seu uso, tendo por objetivo o desenvolvimento sustentável e a melhoria da qualidade de vida para a atual e futuras gerações (OLIVEIRA, 2012).

Em outros termos, o Direito Ambiental é:

[...] o complexo de princípios e normas coercitivas reguladoras das atividades humanas que, direta ou indiretamente, possam afetar a sanidade do ambiente em sua dimensão global, visando à sua sustentabilidade para as presentes e futuras gerações (MILARÉ, 2010, p.134).

Trata-se de um ramo do Direito autônomo, dotado de regulamentação própria e, por excelência multidisciplinar, vez que congrega conhecimentos de uma série de outras disciplinas e ciências (OLIVEIRA, 2012).

A relação do Direito Ambiental com os demais ramos do Direito é transversal, isto é, as normas ambientais tendem a se incrustar em cada uma das demais normas jurídicas, obrigando que se leve em conta a proteção ambiental em cada um dos demais ramos do Direito (ANTUNES, 2010).

Em termos constitucionais, o Direito Ambiental encontra seu núcleo normativo na norma-matriz do caput do art. 225 estabelecendo o direito de todos a um meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à comunidade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (SILVA, 2013).

### 2.3.1 Correntes do direito ambiental: o antropocentrismo e o biocentrismo

Os problemas ecológicos são objeto de estudo do direito ambiental. Tais problemas são extremamente complexos e variados: aquecimento global, destruição da camada de ozônio, transformações climáticas, desertificação de grandes espaços, extinção animal e vegetal, são apenas alguns dos problemas que acometem a humanidade.

Além destes problemas globais, ocorrem outros de impacto local ou regional e que também se constituem objeto de intervenção do direito ambiental, tais como: açoreamentos, queimadas, poluição de rios, desmatamento de áreas de preservação permanente, entre tantas outras.

Todavia, estes problemas e a intervenção do direito sobre eles apresentam uma concepção ética-ecológica que, fundamentalmente, se dividem em duas correntes: a corrente antropocêntrica e a corrente biocêntrica (JUNIOR; COUTINHO, 2010).

A corrente antropocêntrica antecede a biocêntrica, uma vez que a proteção do meio ambiente teve nos seus primórdios a justificativa basilar da tutela do ser humano, protegia-se o meio ambiente para, em última instância assegurar a sobrevivência da espécie humana ou daquilo que lhe seria muito valioso no sentido estético, paisagístico, estético ou mesmo econômico (JUNGES, 2010).

A corrente de pensamento antropocêntrica orienta a cultura ocidental há mais de 2 mil anos, e seu conceito tem raízes na filosofia clássica, sendo o significado proveniente do Grego *anthropos* (o homem) e do latim *centrum* (o centro).

Para os gregos:

Ao se curvar aos Deuses do Olimpo e aos santos das Escrituras, o homem mudou sua concepção de mundo e, tornando-se “a medida de todas as coisas” conforme a célebre fórmula de Protágoras (481-411 a.C.), passa a subjugar as outras criaturas vivas (LEVAI apud STOPPA; VIOTTO, 2015, p. 121).

A máxima de Protágoras “o homem é medida de todas as coisas”, marcou o início da era antropocêntrica que, a partir de então, passaram a ocupar posição superior com relação às demais criaturas (STOPPA; VIOTTO, 2015).

É esta visão antropocêntrica que ainda prevalece no cenário do direito ambiental nacional e internacional e que propõe que o homem é o centro do mundo, “a medida de todas as coisas, o ponto de convergência e de irradiação de todos os valores” (SILVA, 2002, p. 199).

Sob esta perspectiva:

[...] um bem que não seja vivo, material ou imaterial, assim como uma vida que não seja humana, poderá ser tutelado pelo direito ambiental na medida em que for relevante para a garantia da sadia qualidade de vida do ser humano, visto ser este o único animal racional e por isto, destinatário das normas jurídicas. Cabe ao homem a preservação das espécies, incluindo a espécie humana (FIORILLO, 2006, p. 16).

Na perspectiva antropocêntrica, apenas o homem é sujeito moral, somente ele detém a capacidade agir moralmente e ser sujeito de direitos. As ações morais com relação à natureza consideram o interesse da própria espécie humana, prevalecendo sua vontade como prerrogativa exclusiva da espécie, vez que somente o ser humano consegue reconhecer valores morais no comportamento alheio e adequa a própria conduta à racionalidade (ROLLA, 2016).

O pensamento antropocêntrico apresenta, por seu turno, duas linhas de pensamento: o antropocentrismo clássico e o antropocentrismo moderado.

O antropocentrismo clássico considera o homem o centro do universo, o ser humano detém superioridade absoluta, a espécie em torno da qual gravitam todas as demais (COSTA NETO, 2003).

O antropocentrismo moderado defende que o equilíbrio ambiental e a natureza (como um bem de uso comum) são instrumentos de proteção tanto do homem quanto da natureza. Este tipo de antropocentrismo preconiza que a natureza possui um valor intrínseco e merece ser tutelada (SILVA, 2002).

Todavia, além desta corrente antropocêntrica, a proteção do ambiente passou também a ser justificada em razão do valor intrínseco da própria natureza, ou seja, deve-se proteger o meio ambiente porque ele vale per si, independentemente de sua relevância turística, estética, econômica, sanitária ou paisagística. Esta é a perspectiva biocêntrica ou ecocêntrica (BENJAMIN, 2001).

Ayala destaca que no biocentrismo:

[...] há uma clara tendência de formulação de juízos de reconhecimento e proteção de uma posição de autonomia do patrimônio natural, importando o reconhecimento de um verdadeiro status de dignidade intrínseca à natureza, que condiciona a imposição de comportamentos de prudência do elemento humano inserido na comunidade biótica (AYALA, 2002, p. 85).

Ao contrário das perspectivas antropocêntricas que defendem que o homem tem responsabilidades com a natureza, a biocêntrica defende que a humanidade tem deveres ante a natureza. Em outros termos, a natureza é sujeito de direitos (JUNGES, 2010).

Há duas correntes biocêntrica: o mitigado (que privilegiam entidades individuais) e o global (que acentua processos naturais irreduzíveis).

O biocentrismo mitigado representou um avanço na consciência ecológica. Esta corrente preconiza que “os seres vivos que compõem o ecossistema conectam-se, retroalimentam-se, autorregulam-se e auto organizam-se” (BRETANHA TEIXEIRA, 2017).

O biocentrismo mitigado apresenta uma ética centrada na vida, defendendo a ideia de que todos os seres vivos são alvo de consideração moral direta (LOURENÇO, 2012).

Já o biocentrismo global preconiza a tutela moral à natureza em si (ecossistemas, fluxos migratórios, cadeias alimentares). A natureza, sob esta perspectiva, não é objeto, mas é sujeito de direitos (JUNGS, 2001).

### **3 SUSTENTABILIDADE, DIREITO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL**

A educação e o direito ambiental caminham de modo diferente para objetivos comuns. A primeira conscientizando, o segundo disciplinando e punindo. A educação ambiental apresenta um caráter preventivo, o direito ambiental é predominante normativo e corretivo. O objetivo, porém, é uno: preservar o meio ambiente e promover o desenvolvimento humano de modo sustentável.

Neste capítulo apresenta-se o conceito de meio ambiente, a sustentabilidade e suas dimensões, a proteção ambiental como direito fundamental e a educação ambiental e a sua relevância para as relações de consumo.

#### **3.1 Desenvolvimento econômico e sustentabilidade**

Com as mudanças sociais, econômicas e culturais da sociedade, o desenvolvimento de novos empreendimentos foi cada vez mais crescente ao longo do século XX. Contudo, toda a inovação e desenvolvimentos tecnológicos trouxeram problemas para a sociedade, como por exemplo, a deterioração do meio ambiente. (RUSCHMANN, 2008).

Por isso, o grande dilema do mundo atual seria: como manter o desenvolvimento econômico e ao mesmo tempo manter o equilíbrio do planeta e a qualidade de vida das pessoas?

Governos, empresas e a sociedade vem ampliando a discussão em torno desse problema à medida que o cerco ambiental se fecha, como resposta inevitável aos abusos cometidos pelo Homem ao longo dos últimos séculos, sobretudo no período pós Revolução Industrial.

Na verdade, o desenvolvimento econômico só faz sentido quando os benefícios dele decorrentes contribuem para a melhoria das condições de vida das pessoas e para a ampliação e otimização das capacidades humanas, entendidas como o conjunto das coisas que as pessoas podem ser, ou fazer, na vida (VEIGA, 2006).

E como conciliar desenvolvimento econômico e meio ambiente? A palavra chave para responder essa questão é: sustentabilidade.

A discussão em torno da sustentabilidade tem início a partir da discussão de padrões econômicos atinentes ao crescimento produtivo, populacional, à disponibilidade de recursos, sua escala e seus limites (GOODLAND, 1995).

Para Goodland (1995), o modelo de desenvolvimento possível em um planeta de recursos finitos, como a Terra, é aquele que permita o desenvolvimento sem crescimento dos meios de produção.

### 3.1.1 Dimensões da sustentabilidade

Segundo Guimarães (1997) a sustentabilidade assume várias dimensões, destacando as seguintes:

a) sustentabilidade planetária: diz respeito aos problemas que extrapolam fronteiras geográficas, preconiza o combate à degradação ecológica e ambiental, bem como a adoção, urgente, políticas para a mitigação do efeito estufa, do desmatamento e desflorestamento, manutenção do patrimônio biogenético e a busca de uma matriz industrial que incorpore tecnologias baseadas na biodiversidade.

b) sustentabilidade ecológica: objetiva a conservação e o uso racional dos recursos naturais, renováveis e não renováveis, incorporados às atividades produtivas.

c) sustentabilidade ambiental: ela amplia a sustentabilidade ecológica, trabalhando os recursos de modo integrado ao ecossistema, a fim de manter a capacidade da natureza para absorver e recuperar-se das agressões antrópicas.

d) sustentabilidade demográfica: considera o impacto demográfico na gestão dos recursos naturais.

e) sustentabilidade cultural: prioriza a manutenção da diversidade relativo tanto às minorias sociais quanto aos aspectos de cultura agrícola.

f) sustentabilidade social: objetiva a melhoria da qualidade de vida, justiça distributiva, universalização de cobertura para as políticas de educação, saúde, habitação e seguridade social.

g) sustentabilidade política: busca a democratização da sociedade como fundamento para a construção da cidadania e da incorporação das pessoas ao processo de desenvolvimento, tendo no Estado o elemento fomentador do processo.

h) sustentabilidade institucional: se traduz nas políticas de reparação ambiental com foco nas instituições, inclui a tributação sobre consumo ambiental, taxação de emissões, redefinição das várias formas de contabilidade e do aparato institucional, e ainda dos sistemas de regulação nacional e internacional.

### 3.2 A proteção ambiental como direito fundamental

Depois de estabelecido o conceito de meio ambiente como a interação dos elementos naturais, culturais e artificiais que visam promover a consecução de uma finalidade constitucional consistente no estabelecimento de uma sociedade detentora de uma sadia qualidade de vida, criada e mantida por meio da construção de um ecossistema ecologicamente equilibrado, não restam dúvidas de que sendo a Constituição Federal a ordenadora desta imposição ao poder público e aos particulares, o atingimento desta finalidade é um direito-dever constitucional, portanto, qualificado sob a perspectiva jurídica (SALES, 2008).

A Constituição Federal, em seu artigo 225, define

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

A inclusão do direito à qualidade ambiental foi uma importante inovação da Carta Maior de 1988, e que abriu caminho para o surgimento de outras normas, mais específicas, que vieram a tratar de temas pontuais.

Assim, o direito ao “meio ambiente ecologicamente equilibrado” é no ensino de SALES:

Atualmente reconhecido, inclusive no plano do direito positivo, como um dos direitos de maior importância na atualidade. Nesta perspectiva, costuma-se atribuir a este direito a marca de fundamentalidade, ou seja, costuma-se afirmar, proclamar, tanto no plano doutrinário, como no plano do direito positivado, seja este estabelecido no ordenamento jurídico interno ou internacional, que este direito deve ser qualificado como um direito fundamental. (SALES, 2008, pg. 20)

Aqui pode-se perceber a inclusão do direito à qualidade do meio ambiente como um direito fundamental do cidadão, demonstrando a atualidade da norma e a atenção do legislador aos acontecimentos e às demandas ambientais evidenciadas no final do século XX e início do século XXI.

A Constituição, ao considerar o direito à proteção ambiental como fundamental, estabelece, primeiramente, uma diretriz interpretativa no sentido de relacionar, sob várias

perspectivas — não só a conflituosa — este direito com os demais direitos constitucionais (SALES, 2008).

Ademais, a marca de fundamentalidade deste direito faz com que a estrutura da norma constitucional que o veicula detenha, em princípio, eficácia plena e aplicabilidade imediata, uma vez que, conforme dispõe o art. 50, § 10, da CF/88, “As normas definidoras dos direitos e garantias fundamentais têm aplicação imediata”.

Por ser norma de direito fundamental, também o direito à proteção ambiental possui força vinculante, tanto em relação ao poder público como em relação aos particulares. O primeiro deve atuar na promoção de políticas públicas contrárias à consecução deste direito e, ainda, deve atuar positivamente, a fim de evitar possíveis violações cometidas por entes estatais e por particulares. Os entes estatais, por seu turno, têm o dever constitucional de respeitar e efetivar este direito propiciando excelência de qualidade de vida, sendo este um parâmetro a ser mantido para o presente e para as futuras gerações.

Importante frisar ainda que os direitos e garantias individuais referidos no art. 60, § 4º, IV da Carta Constitucional incluem os direitos sociais, os direitos da nacionalidade e direitos de cidadania, e não somente aqueles definidos topograficamente no Título II da CF/88, como direitos e garantias fundamentais (SALES, 2008).

Como garantia fundamental, o direito ao meio ambiente equilibrado deve-se somar às demais conquistas relevantes conquistadas pelos cidadãos brasileiros.

### 3.3 Base legal da educação ambiental no Brasil

No Brasil a CF em seu art. 225, § 1º, VI, determina que cabe ao Poder Público a promoção da educação ambiental em todos os níveis de ensino.

No entanto, apesar da previsão da CF, e de ser mundialmente reconhecida e recomendada pela UNESCO, pouco ainda é feito no Brasil para a sua implantação concreta no ensino (SALES, 2008).

Um dos marcos históricos da educação ambiental no Brasil, se deu através da instalação, em 1995, da Câmara Técnica Temporária de Educação Ambiental (SIMÕES; BENEVIDES, 2005).

Esta Comissão realizou sua primeira reunião em junho de 1996, quando foi discutido os “Subsídios para a formulação de uma Política Nacional de Educação Ambiental”, elaborado pelo MMA/IBAMA e pelo MEC (PRONEA, 2005).

A Portaria nº. 353, de 30 de outubro de 1996, também foi um marco importante para a educação ambiental no Brasil. Esta norma exarada pelo Ministério do Meio Ambiente, criou o grupo de Trabalho de Educação Ambiental cujas atividades tinha por objetivo:

- elaboração e coordenação da 1ª conferência nacional de educação ambiental;
- estabelecimento de parceria com o projeto de educação ambiental para o ensino básico “Muda o Mundo, Raimundo!”;
- promoção de seminários sobre a prática da educação ambiental no ecoturismo, biodiversidade e agenda 21;
- promoção de palestras técnicas, inseridas na ação “temporada de palestras”;
- pesca amadora e agroecologia;
- promoção do levantamento nacional de projetos de educação ambiental (PRONEA, 2005).

Avançando para o ano de 1999, encontra-se a Lei 9.795/99, Lei de Política Nacional de Educação Ambiental. Este diploma legal, em seu termo, indica a necessidade de integração do processo de educação social, valores sociais, éticos, econômicos, culturais políticos e históricos que caracterizam cada região ou país. No seu artigo 4º, a norma traz os princípios básicos da educação ambiental, a saber:

Artigo 4º. São princípios básicos da Educação Ambiental:

- I. O enfoque humanista, holístico, democrático e participativo;
- II. A concepção do Meio Ambiente em sua totalidade, considerando a interdependência entre o meio natural, o socioeconômico e o cultural sob o enfoque da sustentabilidade;
- III. O pluralismo de ideias e concepções pedagógicas, na perspectiva da Inter, Multi e Transdisciplinaridade;
- IV. A vinculação entre a ética, a educação, o trabalho e as práticas sociais;
- V. A garantia de continuidade e permanência do processo educativo.
- VI. A permanente avaliação crítica do processo educativo;
- VII. A abordagem articulada das questões ambientais locais, regionais, nacionais e globais;
- VIII. O reconhecimento e o respeito à pluralidade e à diversidade individual e cultural.

Tem-se assim, estabelecido os princípios básicos a educação ambiental como um direito de todos, que objetivam a necessária transformação de valores, envolvendo o indivíduo e a coletividade, dando uma aprendizagem participativa, tendo como enfoque principal à relação entre os seres humanos e a natureza.

Quanto aos objetivos da educação ambiental, os mesmos são elencados no art. 5º, incisos de I a VII do mesmo instituto legal:

Art. 5º

[...]

I – o desenvolvimento de uma compreensão integrada do meio ambiente em suas múltiplas e complexas relações, envolvendo aspectos ecológicos, psicológicos, legais, políticos, sociais, econômicos, científicos, culturais e éticos;

II – a garantia de democratização das informações ambientais;

III – o estímulo e fortalecimento de uma consciência crítica sobre a problemática ambiental e social;

IV – o incentivo à participação individual e coletiva, permanente e responsável, na preservação do equilíbrio do meio ambiente, entendendo-se a defesa da qualidade ambiental como um valor inseparável do exercício da cidadania;

V – o estímulo à cooperação entre as diversas regiões do país, em nível micro e macrorregionais, com vistas à construção de uma sociedade ambientalmente equilibrada, fundada nos princípios da liberdade, igualdade, solidariedade, democracia, justiça social, responsabilidade e sustentabilidade;

VI – o fomento e o fortalecimento da integração com a ciência e a tecnologia;

VII – o fortalecimento da cidadania, autodeterminação dos povos e solidariedade como fundamentos para futuro da humanidade.

Em seu art. 10, o diploma legal apresenta o conteúdo e metodologia para se aplicar a educação ambiental:

Art. 10 – A educação ambiental será desenvolvida como uma prática educativa integrada, contínua e permanente em todos os níveis e modalidade do ensino normal;

§ 1º - a educação ambiental não deve ser implantada como disciplina específica no currículo de ensino.

§ 2º - nos cursos de pós-graduação, extensão e nas áreas voltadas ao aspecto metodológico da educação ambiental, quando se fizer necessário, é facultada a criação de disciplina específica;

§ 3º - nos cursos de formação e especialização técnico profissional, em todos os níveis, deve ser incorporado conteúdo que trate da ética ambiental das atividades profissionais a serem desenvolvidas.

Já em seu art. 11 traz que a dimensão ambiental deve constar dos currículos de formação de professores, em todos os níveis e em todas as disciplinas, devendo os professores receber formação complementar em suas áreas de atuação, com o propósito de atender adequadamente ao cumprimento dos princípios e objetivos da Política Nacional de Educação Ambiental.

No art. 12, por sua vez, dita que a autorização e supervisão do funcionamento de instituições de ensino e de seus cursos, nas redes pública e privada, deverão seguir o disposto quanto ao conteúdo e metodologia e ainda os currículos dos professores.

### 3.4 Educação ambiental e relações de consumo

O futuro do homem e de todas as espécies vivas dependem do equilíbrio do meio ambiente.

Sem este equilíbrio não há futuro viável e é por isso que é urgente estabelecer novos paradigmas éticos que valorizem a vida como um todo. A existência e sobrevivência do homem não pode e nem deve se descolar da sua interrelação com o planeta.

Trata-se aqui não apenas do homem ao direito ao meio ambiente equilibrado, mas ao planeta, seus biomas, espécies e integridade ecológica.

Esta situação ideal deve ser construída, sobretudo, por meio da educação ambiental com fulcro em um novo paradigma biocêntrico (SIRVINSKAS, 2002).

Sendo a educação ambiental reconhecida pelo ente estatal brasileiro como o conjunto de processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade (art. 1º da Lei 9.795, de 27 de abril de 1999), e estando a obrigação estatal estabelecida na Constituição Federal, cabendo ao Estado “promover a educação ambiental em todos os níveis do ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente” (art. 225, §1º, VI/CF), a educação ambiental deve fazer parte do currículo de todos os níveis de ensino existentes no país.

No que tange às relações de consumo há de se considerar, *a priori*, que ela e o desenvolvimento econômico são necessariamente interligados. Sem consumo não há desenvolvimento econômico, é uma realidade econômica. Todavia, o consumo exagerado é um potencial causador de desequilíbrio social e ambiental.

O problema é bem apresentado por Costa; Ignácio:

Cada vez mais se produz e mais se consome, estando à sociedade moderna condenada a um grande ciclo vicioso, onde se deve consumir para produzir e produzir cada vez mais para se consumir. Cada vez mais os produtos ganham menores tempos de vida úteis, e quando quebram são extremamente difíceis de consertar, afim de cada vez mais impulsionar o consumo e a produção, pois sempre sairá mais barato e pratico comprar um produto novo, do que conservar ou arrumar o produto antigo. Além é claro, também de sempre o mercado impulsionar modelos novos dos mesmos produtos mudando pequenas coisas, ou dando pequenos retoques, desvalorizando e desmerecendo os produtos antigos que muitas vezes ainda estão em boas condições de uso. Para garantir tamanha produção faz-se necessário cada vez

mais que a sociedade retire matérias-primas da natureza a fim de conseguir atender a grande quantidade da demanda pelo consumismo. Isto causa um efeito devastador no meio ambiente, pois sempre em nome do progresso e da economia, destroem-se matas, florestas, rios e animais. Além, da poluição do ar, das águas, do mar, do solo, seja com produtos tóxicos, seja com a deposição de resíduos sólidos (COSTA; IGNÁCIO, 2011, p. 1).

Ressalta-se também que o modelo econômico que vem sendo adotado pelas sociedades ocidentais (sobretudo) induz a altos índices de consumo que, no médio e longo prazo, verte-se insustentável em decorrência dos prejuízos que acarretam ao meio ambiente. Por isso, não é possível falar em sustentabilidade sem modificar os padrões de consumo da sociedade contemporânea (BRASIL, 2005).

Este padrão mais equilibrado de consumo é o que se convencionou chamar de “consumo sustentável”. Este padrão parte do princípio de que os consumidores do presente e do futuro deverão reavaliar, necessariamente, seus valores, hábitos e modificar seu comportamento. A sociedade, por seu turno, deverá promover valores que cooperem para a formação deste novo padrão de consumo (SPÍNOLA, 2001).

Este novo padrão de consumo faz parte, por sua vez, de um novo padrão civilizatório que precisará ser estabelecido para a manutenção das condições essenciais de sobrevivência da espécie humana. Trata-se de se construir uma consciência global e ao mesmo individual através da responsabilidade e responsabilização ambiental das pessoas.

Por isso, é fato inevitável e inescapável, que gradativamente o Direito venha a esta estabelecer e ampliar obrigações sociais e individuais com vistas a construção e fixação destes novos paradigmas.

O cidadão não poderá se furtar, muito menos os entes estatais, de contribuir para que o planeta mantenha condições de sustentabilidade. Neste contexto, consumir será, cada vez mais, um ato de cidadania, e isso terá – certamente – implicações para as empresas que precisarão – como nunca – priorizar processos e produtos não agressivos ao meio ambiente. O consumidor tenderá a consumir (pelo menos é o que se espera) produtos de empresas socialmente responsáveis e com compromisso com a preservação ambiental (BRASIL, 2005).

Toda esta mudança só poderá acontecer por meio da sensibilização e conscientização das pessoas e estas serão estabelecidas através da educação ambiental.

Todavia é preciso que o problema seja avaliado com realismo. Estabelecer um equilíbrio nesta relação, portanto, é muito difícil. A cadeia produtiva, emprego, renda, serviços públicos, tudo que mantém a sociedade de pé, depende de relações de consumo, bens e serviços circulando por todo o tempo e mantendo o ciclo ininterrupto de demanda e oferta.

Trata-se de um trabalho complexo e muito demorado. Pensando-se globalmente, quase impossível de realização. Localmente (em termos de país, por exemplo) a situação não é muito mais animadora. Há conflitos de interesses de inúmeras e variadas ordens.

Até mesmo o processo legislativo, necessário para corrigir problemas nas relações entre consumo e meio ambiente, por exemplo, é uma tarefa de difícil superação.

Endurecer os critérios para a concessão de licenças de funcionamento de empreendimentos potencialmente poluidores é uma tarefa árdua. Da mesma sorte, instituir políticas mais duras contra o desmatamento ou o desflorestamento também enfrentarão sérios obstáculos.

Nota-se, portanto, que políticas de curto e médio prazo serão sempre mais complexas de se implantar. Por outro lado, é na educação ambiental que se encontra as melhores alternativas de se estabelecer um maior nível de conscientização futura e, assim, projetar cenários mais favoráveis no longo prazo.

## CONCLUSÃO

A humanidade vive um grande dilema: como manter os níveis de desenvolvimento sem causar dano proporcional ao meio ambiente. São vetores antagônicos. Forças contrapostas.

O desenvolvimento, ainda que necessário para o progresso humano, traz inúmeros problemas ao meio natural.

O consumo, estimulado pelo marketing e necessário para a manutenção dos níveis de emprego, renda e crescimento econômico, é ao mesmo tempo necessário e temerário quando levado a níveis exagerados.

Este consumo desenfreado acarreta danos severos ao meio ambiente produzindo um ciclo nocivo, onde se produz para o consumo e se consome para produzir.

A legislação consumerista, não intencionalmente, eleva a segurança na aquisição de bens e serviços e ajuda, ao seu modo a expansão do consumo.

Os dois meios principais para a contenção do consumo, que não seja a própria recessão econômica, são de um lado a maior regulamentação e burocratização nas relações de consumo e de outro um longo, complexo e trabalhoso processo de educação para o consumo.

O primeiro meio é mais traumático e muito pouco eficiente, sobretudo no médio e longo prazo. A educação ambiental, por sua vez, é um meio muito mais eficiente de se construir um futuro em que o consumo seja muito mais equilibrado baseado em princípios de respeito ao meio ambiente e com uma visão mais biocêntrica ante o paradigma antropocêntrico ainda prevalente.

Além disso, é imprescindível para uma relação mais saudável entre desenvolvimento e meio ambiente que as empresas, sociedade poder público somem forças e esforços para a promoção de um tipo de desenvolvimento com qualidade de vida, repensando hábitos de consumo e necessidades reais de produção, a fim de produzir o mínimo de agressão ao meio ambiente.

É necessário também ressaltar a relevância da utilização em conjunto dos instrumentos atinentes ao direito ambiental e ao direito consumerista, uma vez que a sua junção torna possível somar instrumentos jurídicos de preconizam a proteção ao meio ambiente e à sociedade. Esta sinergia entre os dois meios jurídicos trará relevantes consequências positivas relações de consumo, propiciando um caminhar mais seguro para uma sociedade baseada no desenvolvimento sustentável.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, M. et al. **Juventude, violência e vulnerabilidade na América Latina: desafios para políticas públicas**. UNESCO, Brasília, 2002.

ALMEIDA, J. B. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2003.

AMARAL NETO, F. S. A equidade no código civil brasileiro. **R. CEJ**, Brasília, n. 25, p. 16-23, abr./jun. 2004.

AURELIO, **O minidicionário da língua portuguesa**. 4 ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro, 2002.

AYALA, P. A. **Direito e incerteza: a proteção jurídica das futuras gerações no estado de direito ambiental**. 2002. 371 p. Dissertação (Mestrado em Direito). Centro de Ciências Jurídicas - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2. ed. atual e ampliada. São Paulo: Saraiva, 2007.

BENJAMIN, A. H. V. Objetivos do direito ambiental. In: BENJAMIN, A. H. V.; SÍCOLI, J. C. M. (Coord.). **O futuro do controle da poluição e da implementação ambiental**. São Paulo: Instituto o Direito por um Planeta Verde: Procuradoria Geral de Justiça de São Paulo, 2001. p. 56-78.

BRAGA NETTO, F. P. **Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ**. Salvador: Juspodivm, 2013.

BRASIL. Constituição Federal. Brasília. 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 25 set. 2017.

BRASIL. **Consumo sustentável: manual de educação**. Brasília: MMA/ MEC/IDEC, 2005.

BRASIL. Lei 7.244, de 7 de novembro de 1984. Dispõe sobre a criação e o funcionamento do Juizado Especial de Pequenas Causas. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1980-1988/L7244.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/L7244.htm). Acesso em: 13 out. 2017.

BRASIL. Lei n. 7.347, de 24 de julho de 1985. Disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio-ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L7347orig.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7347orig.htm). Acesso em: 17 out. 2017.

BRASIL. Lei n. 9.099, de 26 de setembro de 1995. Dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9099.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9099.htm). Acesso em: 14 de out. 2017.

BRASIL. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L6938.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6938.htm). Acesso em: 17 out. 2017.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de defesa do consumidor. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm). Acesso em: 25 set. 2017.

BRASIL. Lei nº 9.795, de 27 abr. 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9795.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9795.htm). Acesso em: 7 out. 2017.

BRETANHA TEIXEIRA, O. P. **A fundamentação ética do estado socioambiental**. São Paulo: Digitaliza Conteúdo, 2017.

BRITTO, I. R.; SANTOS, R. G. O papel do PROCON na defesa qualificada dos interesses dos consumidores: o acesso à justiça e os métodos alternativos de resolução de conflitos de consumo. **Revista Eletrônica de Direito Processual**, v. 4, n. 4, 2016.

CAGNI, G. S.; GRACIANO, D. A.; MACHADO, B. Consumismo e consumerismo: suas diferenças e importâncias frente ao desenvolvimento sustentável. **Anais... CEAD & CIESTEC**, 2014.

CAPPELLETTI, M. **Acesso à justiça**. Porto Alegre: Fabris, 1988.

CAVALIERI FILHO, S. **Programa de direito do consumidor**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CORDEIRO, C. S. **A efetividade do sistema nacional de defesa do consumidor e as agências reguladoras**. 2013. 236 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Centro Universitário de Brasília. 2013.

COSTA NETO, N. D. C. **Proteção jurídica do meio ambiente**. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

COSTA, L. A. V.; IGNÁCIO, R. P. Relações de consumo x meio ambiente: em busca do desenvolvimento sustentável. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIV, n. 95, dez 2011.

DENSA, R. **Direito do consumidor**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DICIO. **Equidade**. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/equidade/>. Acesso em: 20 set. 2017.

FARIAS, P. J. L. **Competência federativa e proteção ambiental**. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Editor, 1999.

- FILOMENO, J. G. B. **Curso fundamental de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2007.
- FIORILLO, C. A. P. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FRANCO, V. H. M. **Teoria geral do contrato: confronto com o direito europeu futuro**. São Paulo: Editora RT, 2011.
- GARCIA, G. F. B. **Novo código de processo civil: principais modificações**. Rio de Janeiro: Forense, 2015.
- GARCIA, L. M. **Direito do consumidor: código comentado, jurisprudência, doutrina, questões**. 6. ed. Niterói: Impetus, 2010.
- GARCIA, M, CAIM, F. e TRAJANO, T. **Marketing e comunicação para pequenasempresas**. São Paulo: Novatec, 2006.
- GIACOMINI FILHO, G. Consumerismo. **Revista Imes**, São Paulo, julho-dezembro de 2003.
- GOODLAND, R. **Sustentabilidade ambiental no setor de transportes: uma visão holística com ênfase nos países em desenvolvimento**. Departamento de Meio Ambiente, Banco Mundial, Washington: Banco Mundial, 1995.
- GUIMARÃES, Roberto Pereira. Desenvolvimento sustentável: da retórica à formulação depolíticas públicas. In: BECKER, B. K.; MIRANDA, M. (org.). **A geografia política do desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **O que é?** Disponível em: <http://www.idec.org.br/o-idec/o-que-e>. Acesso em: 21 set. 2017.
- JUNGES, J. R. Ética ecológica: antropocentrismo ou biocentrismo? **Perspectiva Teológica**, v. 33, n. 89, p. 33, 2010.
- JÚNIOR, A. B. A.; COUTINHO, F. S. N. A matriz teórica do Direito Ambiental: uma reflexão sobre o fundamento da necessidade de preservação do meio ambiente. **Revista Direito e Liberdade**, v. 3, n. 2, p. 79-94, 2010.
- LEITE, R. B. **Introdução ao direito do consumidor**. São Paulo: LTr, 2002.
- LEVAI, L. F. Ética ambiental biocêntrica: pensamento compassivo e respeito à vida. In: ANDRADE, S (org.). **Visão abolicionista: ética e direitos animais**. São Paulo: Libra Três, 2010, p. 124.
- LOPES, V. S. C. Cultura e comunicação na relação entre empresa econsumidores. In: FREITAS, R. F.; LUCAS, L. **Desafios Contemporâneos emComunicação: perspectiva de relações públicas**. São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, S. M.; LANIADO, R. N. Os juizados especiais cíveis de defesa do consumidor: a ampliação dos direitos no estado democrático. **Política & Sociedade**, v.9, n.17, outubro de 2010, p. 359-392.

LOURENÇO, D. B. Ética ambiental e o valor do mundo natural. In: Congresso Nacional do CONPEDI, 2012, Niterói. **Direito Ambiental**, 2012. p. 74-99.

MARTINS, P. L. **Anotações ao código de defesa do consumidor**. 3 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

MILARÉ, E. **Direito do Meio Ambiente**. 7ª ed., revista, atual. e ampliada. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

OLIVEIRA, C. M. de. **Direito ambiental descomplicado**. São Paulo: Cultura, 2012.

OLIVEIRA, F. M. G. **Direitos difusos e coletivos**, VI: ambiental. São Paulo: Saraiva, A 2012.

ORIGEM DA PALAVRA. **Igualdade**. Disponível em: <<http://origemdapalavra.com.br/site/>>. Acesso em: 27 set. 2017.

PIMENTEL, C. B. **Direito comercial**: teoria e questões. São Paulo: Elsevier, 2010.

PINTO, A. C. B. **Turismo e meio ambiente**: aspectos jurídicos. Campinas: Papirus, 1998.

PROGRAMA NACIONAL DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL – PRONEA. Ministério do Meio Ambiente - Diretoria de Educação Ambiental; Ministério da Educação. Coordenação Geral de Educação Ambiental. 3. ed. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2005.

REIS, E. C. A. **Código de defesa do consumidor e contratos de financiamento imobiliário**. Curitiba: Juruá, 2006. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=zuzoIk2q5oUC&lpg=PA1&dq=C%C3%B3digo%20de%20defesa%20do%20consumidor%20e%20contratos%20de%20financiamento%20imobili%C3%A1rio&hl=pt-BR&pg=PA1#v=onepage&q=C%C3%B3digo%20de%20defesa%20do%20consumidor%20e%20contratos%20de%20financiamento%20imobili%C3%A1rio&f=false>. Acesso em: 10 set. 2017.

RIOS, J. **A defesa do consumidor e o direito como instrumento de mobilização social**. Rio de Janeiro: Mauad, 1998. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=eguSgfetAb8C&lpg=PP1&dq=A%20defesa%20do%20consumidor%20e%20o%20direito%20como%20instrumento%20de%20mobiliza%C3%A7%C3%A3o%20social&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q=A%20defesa%20do%20consumidor%20e%20o%20direito%20como%20instrumento%20de%20mobiliza%C3%A7%C3%A3o%20social&f=false>. Acesso em: 15 set. 2017.

RIOS, J. O. **Guia dos seus direitos**. Rio de Janeiro: Globo, 2002.

RIZZATTO NUNES, L. A. R. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012.

ROLLA, F. G. **Ética ambiental: principais perspectivas teóricas e a relação homem-natureza**. Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2016.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 14 ed. Campinas, SP: Papirus, 2008.

SALES, L. M. M.; LIMA, M. M. B. **Constituição, democracia, poder judiciário e desenvolvimento**. São José (SC): Conceito Editorial, 2008.

SANTOS, D. E. Sobre as possibilidades de ação política na esfera do consumo. **Psicol. Soc.**, Belo Horizonte, v. 26, n.1, p. 201-211, 2014.

SÃO PAULO (Estado). Lei nº 1.903, de 20 de dezembro de 1978. Institui o Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor e dá providências correlatas. Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/1978/lei-1903-20.12.1978.html>. Acesso em: 14 out. 2017.

SEIXAS, R. **O princípio da isonomia aplicado à relação jurídica de consumo na legislação argentina e brasileira**. 2001. 78 f. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade de São Paulo. 2001.

SILVA, J. A. **Direito ambiental constitucional**. São Paulo: Malheiros, 2013.

SILVA, J. A. Q. C. **Código de defesa do consumidor anotado e legislação complementar**. 6 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

SILVA, J. R. **Paradigma biocêntrico: do patrimônio privado ao patrimônio ambiental**. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

SIMÕES DE SOUZA, J. N.; BENEVIDES, R. C. A. Educação ambiental para o desenvolvimento sustentável e o comprometimento das Universidades/Faculdades do município do Rio de Janeiro, RJ. **Anais... II SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA – SEGeT**, p531-548, 2005.

SIRVINSKAS, L. P. Meio ambiente e cidadania. **Revista do Instituto de Pesquisas e Estudos**. Bauru, n. 35, p. 305-307, ago. 2002.

SORJ, B. **A nova sociedade brasileira**. São Paulo: Zahar, 2000. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=k8lwiflXGrQC&lpg=PP1&dq=inauthor%3A%22Bernardo%20Sorj%22&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 20 ago. 2017.

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

STOPPA, T.; VIOTTO, T. B. Antropocentrismo x biocentrismo: um embate importante. **Revista Brasileira de Direito Animal**, v. 9, n. 17, 2015.

VEIGA, J. E. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.