

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
PPGD: PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO**

ISABELLE CALLIARI MONTEIRO DE LIMA

**CONSUMO CONSCIENTE E RESPONSABILIDADE
SOCIOAMBIENTAL ESTATAL**

CURITIBA

2010

Dados da Catalogação na Publicação
Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/PUCPR
Biblioteca Central

Lima, Isabelle Calliari Monteiro de
L732c Consumo consciente e responsabilidade socioambiental estatal / Isabelle
2010 Calliari Monteiro de Lima ; orientador, Antônio Carlos Efig. – 2010.
163 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná,
Curitiba, 2010
Bibliografia: f. 147-157

1. Direito ambiental. 2. Desenvolvimento sustentável. 3. Política ambiental.
4. Educação ambiental. 5. Consumidores - Educação. 6. Responsabilidade do
Estado. 7. Bens de consumo - Aspectos ambientais. 8. Proteção ambiental.
9. Consumo (Economia) - Aspectos ambientais. I. Efig, Antônio Carlos.
II. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Programa de Pós-Graduação
em Direito. III. Título.

Doris 4. ed. – 341.347

ISABELLE CALLIARI MONTEIRO DE LIMA

**CONSUMO CONSCIENTE E RESPONSABILIDADE
SOCIOAMBIENTAL ESTATAL**

Dissertação apresentada ao PPGD – Programa de Pós-Graduação em Direito, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, como requisito à obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof.Dr. Antônio Carlos Efig

CURITIBA

2010

ISABELLE CALLIARI MONTEIRO DE LIMA

**CONSUMO CONSCIENTE E RESPONSABILIDADE
SOCIOAMBIENTAL ESTATAL**

Dissertação apresentada ao PPGD – Programa de Pós-Graduação em Direito, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, como requisito à obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof.Dr. Antônio Carlos Efing

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Antônio Carlos Efing (Orientador)

Prof. Dra. Rosalice Fidalgo Pinheiro (Convidada – UNIBRASIL)

Prof. Dra. Fabiane Lopes Bueno Netto Bessa (Membro - PPGD)

Curitiba, _____ de _____ de 2010.

A meus pais Serafim e Dirce pelo incansável incentivo,
A meu marido César Luiz por estar ao meu lado em todas as horas,
Para Gabrielle, meu amor e minha herança.

AGRADECIMENTOS

A Deus por sua onipresença, onisciência e onipotência.

Ao Professor Doutor Antônio Carlos Efig, mestre nas horas decisivas.

RESUMO

O presente trabalho aborda a crescente demanda na busca de consumo sustentável e o papel da educação para alcançar este objetivo. Questiona os impactos das economias dos mais diversos países, da tecnologia e do marketing no meio ambiente e tenta buscar equilíbrio entre economia e consumo em contraposição aos limites ambientais. A situação do meio ambiente é muito preocupante, pois a destruição dos recursos naturais é muito acelerada e as medidas de prevenção, cuidados e sanções caminham a passos mais lentos. Vê-se na educação uma grande arma para revertermos este quadro. Os danos ao meio ambiente têm reflexos diretos sobre a vida de todos os seres humanos e com o que será deixado como legado para as próximas gerações. É mais do que evidente que se a população entender os recursos naturais como pertencendo a todos e sua finitude haverá mais preservação e cuidado. Para isso é necessária a união do Estado em todas as suas esferas, dos setores privados e da comunidade. Medidas simples são muito importantes para atingirmos este objetivo, tais como: campanhas de reciclagem, economia dos recursos naturais, diminuição da poluição, diminuição da produção de lixo (resíduos) e conscientização para o consumo sustentável. Assim poderemos ter esperanças de ver o planeta continuar possibilitando à vida humana sem desastres e catástrofes naturais, motivadas, sobretudo, pela atuação humana.

Palavras-chave: administração pública, consumo sustentável, educação, meio ambiente, responsabilidade socioambiental

ABSTRACT

In this paper we have the studies about the increasing demand in the search for sustainable consume and the role of education to achieve this target. Questioned the impact of economies, technology and marketing in the environment and tries to find balance between savings and consumption as opposite to the environmental limits. The situation of the environment is very worrying, because the destruction of natural resources is very accelerated and the measures for prevention, care and penalties walk the slower steps. We see in education a big weapon for transforming this reality. The damages to the environment have direct repercussions on the lives of all human beings and what will be left as legacy for the next generations. It is more than clear that if the people understand that natural resources as belonging to everyone and its finish will be more preservation and care. To do this we need the union of the State in all its spheres, the private sector and the community. Simple measures are very important to targeting this objective, such as recycling campaigns, economy of natural resources, reduction of pollution, reduction of garbage (waste) and awareness for sustainable consume. And then we can have hopeness to see the planet efforting the human life without disasters and natural catastrophes, motivated principally by human action.

Keywords: education, environment, public administration, responsibility, social environmental sustainable consume.

LISTA DE ABREVIações

BB – Banco do Brasil

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CF – Constituição Federal

CMMAD – Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento

DEDS – Década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável

EDS- Educação para o Desenvolvimento Sustentável

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

OCSCO – Oxford Commission on Sustainable Consumption

PAEP - Pesquisa de Atividade Econômica Paulista

PET - Polyethylene Tereftalate (tereftalato de polietileno)

SMAM – Secretaria Municipal de Assuntos Metropolitanos

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences

TECPAR – Instituto Tecnológico do Paraná

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

USP – Universidade de São Paulo

WWF – World Wildlife Found

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 DIREITO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	16
2.1 RELAÇÃO DE CONSUMO.....	16
2.2 CONSUMIDOR.....	21
2.3 FORNECEDOR.....	25
2.4 PRODUTOS E SERVIÇOS.....	28
2.5 PRINCÍPIOS.....	30
2.5.1 Vulnerabilidade.....	33
2.5.2 Informação.....	36
2.5.3 Boa-fé.....	39
2.6 FUNÇÃO SOCIAL.....	42
2.7 CONSUMO CONSCIENTE, SOLIDÁRIO E SUSTENTÁVEL NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS.....	46
3 O MEIO AMBIENTE E O CONSUMO SUSTENTÁVEL: CONSCIENTIZAÇÃO QUANTO AOS RECURSOS NATURAIS	49
3.1 O MEIO AMBIENTE E O CONSUMO SUSTENTÁVEL	49
3.2 SURGIMENTO DO TERMO SUSTENTABILIDADE.....	52
3.2.1 Sustentabilidade no contexto mundial.....	56
3.2.2 Sustentabilidade no contexto brasileiro.....	62
3.2.3 Limitação dos Recursos Naturais.....	66
3.2.4 Equilíbrio entre economia, consumo e meio ambiente.....	69
3.3 INTERESSES ECONÔMICOS E MEIO AMBIENTE.....	74
4 O PAPEL DO ESTADO E A POLÍTICA PÚBLICA DE CONSUMO SUSTENTÁVEL.....	80
4.1 PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À RECICLAGEM.....	85
4.2 CONSCIENTIZAÇÃO PARA EVITAR OS DESPERDÍCIOS DE MATERIAIS E ALIMENTOS NO SETOR PÚBLICO	89
4.3 USO RACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS E ELÉTRICOS NAS REPARTIÇÕES PÚBLICAS.....	90

4.4 SELO PÚBLICO PARA “EMPRESA AMIGA DO MEIO AMBIENTE” QUE VAI CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA.....	91
4.5 DESTINAÇÃO ADEQUADA DE RESÍDUOS (PÓS-CONSUMO).....	93
4.6 PROGRAMAS DE DIMINUIÇÃO DA POLUIÇÃO DA ÁGUA, DO AR E DO SOLO.....	97
4.7 O PAPEL DA EDUCAÇÃO NO CONSUMO CONSCIENTE.....	100
4.8 CONTRATAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E O CONSUMO SUSTENTÁVEL.....	104
4.9 POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO AO CONSUMO CONSCIENTE.....	105
5 EXEMPLOS DE AÇÕES PRÁTICAS DOS ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS QUE OBJETIVAM A INTERAÇÃO ENTRE EDUCAÇÃO, CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE.....	108
5.1 JUSTIFICATIVA METODOLÓGICA.....	108
5.2 ESTUDO DE CASO.....	109
5.3 PESQUISA DE CAMPO: ANÁLISE DOS DADOS.....	110
5.4 ANÁLISE CONSUMERISTA DOS CASOS.....	134
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	139
REFERÊNCIAS.....	147
ANEXO 1.....	159

1 INTRODUÇÃO

A situação do meio ambiente é muito preocupante, a destruição dos recursos naturais é extremamente acelerada e as medidas de prevenção, cuidados e sanções não acompanham tal destruição.

A educação é o principal meio de reversão deste quadro. Verifica-se que a educação pode ser um instrumento de prevenção e redução de danos ambientais e especialmente um fator de conscientização da necessidade de participação integral da sociedade para que sejam encontradas soluções para os desafios ambientais e de consumo consciente que tem inquietado a humanidade.

Outro fator importante é que a sociedade está cobrando medidas punitivas para aqueles que descumprem as leis ambientais e ignoram o bem coletivo certos da impunidade. A punição para estas pessoas deve ser exemplar para que haja o resgate da confiança da população na Justiça. Precisa-se fazer com que a punição pelos danos causados ao meio ambiente corresponda à medida célere e efetiva que impeça tanto pessoas físicas como pessoas jurídicas de continuarem degradando o meio ambiente.

Os danos ao meio ambiente têm reflexos diretos sobre a vida de todos os seres humanos e com o que será deixado como legado para as próximas gerações. É mais do que evidente que se a população entender os recursos naturais como pertencendo a todos, e se tomarem conhecimento da sua finitude, terão mais consciência no seu manejo. Para isso é necessária a união do Estado, em todas as suas esferas, do setor privado e da comunidade.

Medidas simples são muito importantes para atingirmos este objetivo, tais como: campanhas de reciclagem, economia dos recursos naturais, diminuição da poluição, diminuição da produção de lixo (resíduos) e conscientização para o consumo sustentável.

Percebe-se que o mundo atual está inserido num ciclo de consumismo desenfreado, que leva a inúmeras conseqüências, entre elas o aumento da poluição, do lixo e também à destruição do meio ambiente. A atuação humana tem sido decisiva para contemplarmos num curto espaço de tempo tantos desastres e catástrofes naturais.

Pretende-se fazer uma base teórica da doutrina sobre conceitos fundamentais do Direito do Consumidor tais como: relação de consumo, consumidor, fornecedor, princípios norteadores das relações consumeristas.

O Estado como agente regulador das relações de consumo e sendo também, ora consumidor e ora fornecedor tem papel fundamental para se tentar atenuar, se não cessar; o que seria uma tarefa com proporções gigantescas; o impacto do consumismo.

De forma ideal o consumo deve ser consciente, solidário e sustentável, não devendo ser pautado em necessidades artificiais de consumo promovidas pela mídia e pelo *marketing*.

Mas o papel da propaganda e do *marketing* é tão grande em termos econômicos que se tornou cada vez mais importante entender este universo e é primordial termos visão crítica destas investidas da mídia sobre nossos valores, gostos e preferências.

Com a globalização transformou-se o modo de se ver e de se pensar o mundo. As distâncias diminuíram drasticamente e isso gerou reflexos irreversíveis nas economias, a tecnologia envolveu o planeta, a velocidade das informações surpreende a cada dia, mas não necessariamente tornou as pessoas mais próximas ou mais conscientes do seu papel de cidadã.

Pretende-se verificar a compatibilidade entre crescimento econômico em face do meio ambiente e do consumo sustentável, bem como identificar a visão de sustentabilidade no contexto brasileiro e mundial.

O Estado pode ser o primeiro agente conscientizador do uso de material reciclável, remanufaturado e biodegradável e ecologicamente correto junto aos seus funcionários, ao disponibilizar e incentivar o uso deste material nas repartições públicas. Poderá exercer seu papel de consumidor consciente colocando cláusulas ecologicamente corretas para contratação de fornecedores para a Administração Pública.

Deve-se também refletir se o custo da adequação ao consumo consciente e solidário pelas empresas fornecedoras não será revertido em aumento de custo de produtos e serviços para o Estado quanto ele está no papel de consumidor e conseqüentemente maior gasto do dinheiro público.

O contexto atual por si só justifica a escolha deste tema tão moderno, vibrante e ainda tão pouco desvendado, pretende-se analisar os impactos do consumismo desregrado e o papel do Estado como detentor do poder de legislar, mas ao mesmo tempo não deixando de ser fornecedor e consumidor.

Este assunto repercute de forma direta sobre toda a sociedade, já que todos nós seja de forma mais ativa ou mais passiva fazemos parte das sociedades de consumo. Outro fator de grande importância para a efetividade da proteção jurídica do meio ambiente é a aplicação de recursos financeiros e humanos na informação e na educação da população em geral. A mentalidade tão propagada de classificar os bens coletivos sendo de todos e, portanto, na verdade não pertencendo a ninguém só poderá ser modificada a partir de políticas públicas educacionais. Se a população entender os recursos naturais como pertencendo a todos e tendo o conhecimento que tais recursos podem acabar haverá, possivelmente, mais conscientização na sua utilização.

Determinar o papel do Estado e políticas públicas de consumo sustentável serão fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho e neste contexto a educação é imprescindível para que estas informações sejam divulgadas.

O papel do Estado para se atingir este ideal de consumo passa pelo âmbito educacional primeiramente nos bancos escolares e posteriormente há o repasse da informação escolar ao núcleo familiar. Outra possibilidade é a conscientização dos próprios funcionários e colaboradores por meio de campanhas socioeducativas locais, outras campanhas educacionais utilizando a mídia como ferramenta de grande abrangência a seu favor.

Outras formas da atividade estatal ser efetiva é a implantação de políticas que financiem a criação e a expansão de cooperativas de reciclagem e sua sustentabilidade.

A criação de regulamentos e estatutos internos que priorizem campanhas para evitar desperdícios de materiais, já que a mentalidade de muitos na sociedade é de que o bem público não é de ninguém. O patrimônio público pertencendo a todos deveria ser cuidado e defendido por todos, mas o que se verifica na prática é que a sociedade não se identifica fazendo parte destes direitos coletivos, portanto não se sente responsável pelo seu cuidado, preservação e defesa dos mesmos. O

que agrava esta situação é que uma fiscalização ineficiente e uma punição tardia são sustentáculos para que a impunidade e o descrédito na justiça se perpetuem no tempo.

Acredita-se que outra reflexão fundamental para direcionar-se o estudo é se seria possível ao Estado contratar somente com empresas que tenham posturas e projetos socioambientais, pois se entende que isto aumentaria o grau de preocupação ambiental das empresas, acirrando a concorrência.

Se houvesse a criação de um selo público com a inscrição, a título de exemplo, “Empresa Amiga do Meio Ambiente”, a partir de uma série de critérios transparentes e pré-estabelecidos, já seria o indicativo do engajamento socioambiental desta empresa, devendo o Poder Público priorizar a contratação com empresas que tenham este compromisso valorizando aquelas que desenvolvem ações positivas com os cidadãos e que têm responsabilidade social.

Exemplificativamente os critérios, para adquirir o selo de empresa responsável socioambiental, poderiam ser: a diminuição de poluentes, bem como tratamento dos mesmos antes de serem devolvidos ao meio ambiente; criação de uma política nacional com critérios claros para a destinação adequada de resíduos tóxicos e com propostas que sejam aplicáveis à realidade das empresas, com custos baixos e componentes biológicos de degradação.

Estas e outras tantas possibilidades serão propostas ao longo do trabalho com o intuito de trazer contribuições viáveis para o grave problema ambiental e consumerista que vivenciamos na atualidade.

Observamos com o aumento da população e o desenvolvimento econômico o maior consumo dos recursos naturais, que muitas vezes não são renováveis. Por isso se torna tão importante colocar em discussão a necessidade de desenvolvimento de novas tecnologias para a reciclagem; melhor aproveitamento dos recursos hídricos e energéticos, com o aperfeiçoamento de meios alternativos de fontes de energia e o combate ao desperdício e à degradação ambiental.

Com a aplicação de questionários em entidades federais, estaduais e municipais buscou-se investigar junto aos funcionários a realidade sobre as questões relativas a responsabilidade socioambiental e consumo consciente utilizados nestes locais, bem como a visão pessoal do entrevistado sobre tais

indagações. A intenção foi à obtenção de dados que em sua análise permitam a sugestão de ações para maior efetividade da responsabilidade socioambiental em órgãos ligados ao Poder Público.

O Estado pode agir como legislador, consumidor e defensor do patrimônio público e somente uma ação conjunta poderá nos trazer esperança de um país melhor. Outro objetivo do presente trabalho é verificar a viabilidade das atitudes do Estado como consumidor tendo como alvo a proteção do meio ambiente.

2 DIREITO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

2.1 RELAÇÃO DE CONSUMO

A relação de consumo pode ser caracterizada pelo relacionamento envolvendo consumidor e fornecedor para aquisição de bens ou serviços.

A definição do Prof. Nelson Nery (2007, p.504) na obra Código Brasileiro de Defesa do Consumidor é de que “o objeto de regulamentação pelo Código de Defesa do Consumidor é a relação de consumo, assim entendida a relação jurídica existente entre fornecedor e consumidor, tendo como objeto a aquisição de produtos ou utilização de serviços pelo consumidor.”

No entendimento de Lisboa (1999, p.5) “os mesmos elementos que se encontram presentes na relação jurídica ordinária são encontrados na de consumo, motivo pelo qual se pode afirmar que o vínculo de consumo é espécie de relação jurídica, porém dotada de características especiais, quais sejam: o fornecedor, o consumidor e o produto ou o serviço.”

Como bem nos ensina Nogueira:

A partir vigência do Código de Defesa do Consumidor, toda relação de consumo é composta por duas partes legalmente definidas: o consumidor e o fornecedor. Isso porque antes do mencionado diploma legal essas partes não eram assim definidas, a figura do consumidor era representada pelo comprador ou pelo adquirente, e o fornecedor geralmente pelo vendedor, fabricante, produtor, etc. Não havia definição legal unívoca. (NOGUEIRA, 1999, p.31)

Alinne Novais nos ensina que:

Reconhecendo o legislador, a debilidade de um dos partícipes na relação de consumo, nada mais justo do que, a partir daí, criar para tais relações uma categoria diferenciada, com normas próprias, já que a disciplina prevista para as relações privadas em geral, fundada precipuamente no dogma da autonomia da vontade e no princípio da igualdade formal, em vez de corrigir qualquer desigualdade e equilibrar um contrato, colocava um dos contratantes ainda mais à mercê do poderio econômico do outro.

Para criar esta nova categoria de normas de tutela às relações de consumo, que culminou com a elaboração do Código de Defesa do Consumidor, o Estado, já com postura totalmente nova perante a sociedade e às relações intersubjetivas, iniciou mais um capítulo do dirigismo contratual, intervindo nas relações contratuais para garantir que as mesmas fossem feitas com justiça e equilíbrio. (NOVAIS, 2001, p.89)

O mesmo ensinamento é o do Código de Defesa do Consumidor no artigo 4º
in verbis:

O Art. 4º A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

O professor Waldírio Bulgarelli (1992, p.35), acompanha a tendência atual de entender o Direito do Consumidor como interagindo com os outros ramos do Direito, não podendo ser considerado isoladamente ao dizer que “de um ponto de vista normativo, a bem dizer, formal, verifica-se que se trata de uma lei completa, quase autônoma, com incursões no Direito privado, no campo administrativo, no plano processual e na órbita penal, o que se verifica pelos seus 119 artigos, o que o enquadra naqueles diplomas legais caracterizados pela doutrina moderna, como um *microssistema legal autônomo*”.

No dizer de Plínio de Lacerda Martins (2002, p.8), percebe-se objetivamente a preocupação com o consumidor visto numa situação de total desvantagem em relação ao fornecedor ao dizer que “é notório que o contrato na relação de consumo já nasce desequilibrado porque a parte mais forte impõe condições, em alguns casos injustas, à parte mais fraca, o consumidor, sem condições de oposição”.

Cláudia Lima Marques na apresentação feita na obra de Luís Renato Ferreira da Silva nos afirma que:

O direito pode ser, portanto, um instrumento de Justiça, de equilíbrio contratual e de vinculação social na sociedade atual, instrumento de proteção de determinados grupos na sociedade, de combate ao abuso do poder econômico e combate a toda a atuação que seja contrária à boa-fé no tráfico social e no mercado. (MARQUES, 1999, p.XVII)

Percebe-se claramente o ideal do direito é a solução de conflitos levando à pacificação social.

A proteção ao consumidor foi ampliada com o estabelecimento do Código de Defesa do Consumidor. A proteção do consumidor antes do CDC era feita pela legislação civil e infelizmente não atingia a integralidade dos anseios sociais sobre este tema.

Segundo Efig (2006, p. 28) “o consumidor brasileiro de alguma forma já recebia a tutela legal de seus direitos. Todavia o sistema legal anterior à promulgação da Constituição de 1988 não permitia que essa tutela fosse adequada, já que aparelhada por princípios e procedimentos inadequados”.

Muito pertinente a crítica de Rizzato Nunes referente à tutela de interesses privados do Código Civil e a lacuna que se abria nas relações que envolviam interesses coletivos.

É verdade que já dispúnhamos de algumas normas tratando da questão da economia popular, bem como, no campo adjetivo, tínhamos a Lei da Ação Civil Pública, que é de 27 de junho de 1985 (Lei n. 7.347). Contudo era necessário que tivéssemos uma lei capaz de dar conta das relações jurídicas materiais que haviam surgido e estavam em pleno vigor, porém sem um suporte legal que lhes explicitasse o conteúdo e que impedisse os abusos que vinham sendo praticados. Já dissemos, e é importante frisar, o regime privatista do Código Civil é inoperante em questões ligadas à sociedade de massa, como da mesma forma o é o sistema das ações judiciais individuais do Código de Processo Civil. (NUNES, 2005, p. 68-69)

Assim, consigne-se que, para interpretar adequadamente o CDC, é preciso ter em mente que as relações jurídicas estabelecidas são atreladas ao sistema de produção massificado, o que faz com que se deva privilegiar o coletivo e o difuso, bem como que se leve em consideração que as relações jurídicas são fixadas de antemão e unilateralmente por uma das partes – o fornecedor -, vinculando de uma só vez milhares de consumidores. Há um claro rompimento com o direito privado tradicional.

A fim de compreendermos o alto alcance da lei, é interessante salientar que se entende por “práticas comerciais” todos os atos que integram a cadeia do fornecimento, desde a oferta do produto ou serviço até a cobrança de dívidas.

De acordo com Nogueira (1999, p. 33) “nosso legislador foi mais além, abrangendo todas as vítimas do dano causado, bem como todos os que estiverem expostos às práticas comerciais, nesse ponto percebe-se que além do aspecto econômico abrange também o aspecto sociológico”.

Aqui se torna indispensável à reflexão de Antônio Carlos Efig:

A tutela do consumidor, que, anteriormente à promulgação da Constituição Federal de 1988, estava esparsa e apresentava-se ineficaz, já que não instrumentalizada adequadamente, com a tutela constitucional assumiu a formação de princípio da ordem econômica e garantia fundamental do cidadão. Enfim, o direito do consumidor no Brasil teve revelado o seu grau de importância, não só para a sociedade atual, mas também para as gerações futuras. (EFING, 2006, p. 34)

Neste ponto percebe-se a referência ao conceito atual de sustentabilidade, onde um dos braços se dirige à preocupação concreta com as gerações futuras.

A previsão constitucional da tutela dos interesses do consumidor, igualando-a a direitos fundamentais, atribui grandiosidade ímpar a esta garantia, impossibilitando, inclusive, que qualquer outra norma venha a revogar o Código de Defesa do Consumidor, sob pena de estar afrontando princípio constitucional. (EFING, 2002, p. 81)

Esta proteção constitucional é imprescindível para que o consumidor sinta a segurança jurídica de que seus direitos serão respeitados.

Para a advogada Tânia Nogueira (1999, p. 41) relação de consumo é “todo o vínculo entre consumidor e fornecedor e que seja legalmente considerado como gerador de direitos e obrigações é relação jurídica de consumo e que o vínculo gerador da relação de consumo é estabelecido sempre que o consumidor adquire produtos ou utiliza serviços, ou é exposto às práticas comerciais previstas no Capítulo “V” do Código de Defesa do Consumidor.”

De acordo com Fortuny:

... de certa forma, o debate sobre a aplicação de determinada técnica legislativa adverte quanto ao conflito de interesses localizado na trama das relações sociais do mercado brasileiro. Eis que a positivação do direito do consumidor representa a possibilidade não de dissolução (já que os conflitos jurídicos são decididos e não dissolvidos), mas, pelo menos, de produção de decisões jurídicas vinculantes capazes de equilibrar as expectativas dos sujeitos vulneráveis implicados na relação de consumo.

(...) os fenômenos sociais, como o consumo, o equilíbrio do meio ambiente, a manipulação genética não podem ser encaixados em compartimentos estanques e verticais. Todos e cada um desses fenômenos requerem espaços de reflexão, especialmente no interior dos sistemas e instituições sociais, na medida em que somente poderão ser compreendidos mediante uma abertura cognitiva capaz de viabilizar a emergência dos novos paradigmas jurídicos que apresentam. (FORTUNY, 2003, 177)

A relação de consumo permite que os cidadãos adquiram os bens de que necessitam para sua sobrevivência. Bens materiais e simbólicos. Não importa quanto de necessidade ou de desejo esteja implicado em cada ato de consumo.

O certo é que com o verbo consumir identifica-se tudo aquilo que se adquire além do próprio ser. Nesse sentido, a convivência social contemporânea é constitutivamente, impregnada de relações de consumo. Portanto, consumir implica, entre outras coisas, estabelecer laços sociais.

Se as relações de consumo, com seus conflitos, estão intimamente vinculadas aos laços sociais, o direito precisa abranger a dimensão coletiva do fenômeno consumo se pretende tratá-lo como categoria operativa. Sob essa ótica, o Código brasileiro de Defesa do Consumidor, como microssistema de direitos e obrigações, possui o complexo de referenciais precisos para emergir como um dos novos paradigmas jurídicos das próximas décadas.

Importante ressaltar que mais uma vez se salienta a necessidade do Direito do Consumidor assumir e preencher a lacuna que existia nas relações jurídicas advindas do consumo.

A fundamentação para a consagração constitucional da defesa do consumidor se resume, em primeiro momento, nas profundas alterações sofrida pela sociedade comercial, tornando-se verdadeira sociedade de consumo, vindo a ocasionar desigualdades entre as partes relacionadas

quem num segundo momento, vieram a reclamar tutela jurisdicional para a garantia do Estado de Direito. (EFING, 2002, p. 81)

O direito é considerado algo vivo e propenso às constantes transformações da sociedade, assim, afirma-se que as relações de consumo não fugiriam a esta regra e que estão o tempo todo se aperfeiçoando e aparecendo novidades que não estavam previstas na lei, mas que certamente quando acontecem na vida cotidiana não poderão ficar sem o respaldo da lei. Com esta breve observação pretende-se destacar que o dinamismo do Direito e da vida em sociedade não permitem que tenhamos uma relação pronta e acabada de práticas comerciais, mas sim uma relação que muitas vezes terá que ser completada e alterada para contemplar a evolução da sociedade.

2.2 CONSUMIDOR

Para tratarmos da relação de consumo precisamos primeiramente conceituar os agentes desta relação, na doutrina encontramos muitas definições de consumidor e fornecedor.

O Código de Defesa do Consumidor no caput do art. 2º, e em seu parágrafo único e, nos arts. 17 e 29 apresentam quatro definições para a figura do consumidor:

Art.2º *caput* – “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

A seguir, no parágrafo único deste mesmo artigo amplia-se a abrangência do conceito ao estabelecer que:

Art. 2º, parágrafo único: “Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

Atendendo ao princípio indenizatório da reparação integral do dano causado, no art. 17, equipara ao conceito de consumidor, para efeito de reparação do dano sofrido “todas as vítimas do evento danoso”.

Ainda embasado nos mesmos princípios, no art. 29, equipara a consumidor “todas as pessoas determináveis ou não expostas às práticas comerciais de forma geral”.

Segundo Nunes (2005, p.72) “consumidor é a pessoa física, a pessoa natural e também a pessoa jurídica. Quanto a esta última, como a norma não faz distinção, trata-se de toda e qualquer pessoa jurídica, quer seja uma microempresa quer seja uma multinacional, pessoa jurídica civil ou comercial, associação, fundação etc”.

Nesta análise conceitual muito bem nos leciona Lisboa ao dizer que:

Consumidor é, ainda, todo o sujeito que se torna usuário do produto e do serviço, pouco importando tenha sido ele o efetivo adquirente ou não da mercadoria. À aludida noção e caráter econômico, deve-se acrescentar:

- a) a psicológica (a análise da reação do destinatário final dos bens, com vistas à individualização dos critérios de produção);
- b) a filosófica (consumidor como o indivíduo que reage mecanicamente para adquirir bens que a sociedade estabelece como necessidades, sem que realmente, muitas vezes, o sejam); e
- c) a sociológica (consumidor como aquele que frui bens, em razão da classe social à qual pertence). (LISBOA, 1999, p.17)

Aqui percebemos que o consumidor quer fazer parte da sociedade, mas para que a sociedade o veja ele precisa ser detentor de bens e o ato da compra acaba sendo uma forma de interação. Muitas vezes este consumidor não reflete sobre o ato de consumo, simplesmente segue a tendência da sociedade e de acordo com o seu poder aquisitivo ele poderá adquirir mais bens, objetos de maior valoração e mais uma vez estará buscando aprovação social.

Novais nos traz uma reflexão subjetiva ao afirmar que:

O Consumidor é, então, de acordo com a concepção subjetiva, um não-profissional, isto é, aquele que adquire um produto ou utiliza um serviço de forma privada, não incrementando o seu processo produtivo. A exclusão do profissional do conceito de consumidor, quando este é analisado sob a perspectiva subjetivista, diz respeito à atividade desenvolvida por este profissional, ou seja, um profissional que adquire produto ou utiliza um serviço como forma de incrementar a sua atividade, como, por exemplo, aquele que compra produtos para revenda, ou para fabricação de outros produtos, não é considerado consumidor, todavia, aquele que adquire um bem, mesmo sendo um profissional, cuja destinação é alheia à sua atividade, deve ser considerado, neste caso, um consumidor. (NOVAIS, 2001, p. 119)

Em sua conceituação, Cláudia Lima Marques substitui a expressão consumidor por destinatário final e nos ensina que:

Destinatário final é aquele *destinatário fático e econômico* do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação *teleológica* não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência, é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu. Neste caso não haveria a exigida 'destinação final' do produto ou do serviço. (MARQUES, 1999, p. 142)

Outro conceito de consumidor é o apresentado por Maria Antonieta Zanardo Donato (1994, p.227) que diz que consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, *bem como a que se encontra sujeita ou propensa a intervir nas relações de consumo.*

Numa visão bem inovadora e ampla Dimas Floriani nos diz que:

O consumidor é um anônimo coletivo do sistema mundial de produção e de consumo de mercadorias e de signos. O sentimento de pertencimento a alguma referência cultural particular (etnia, língua, passado comum etc.) é atenuada e confundida por valores universais de desejo de consumo, associado à uma padronização estética veiculada pela mídia como música, roupas, festivais, esportes, público jovem etc. (FLORIANI, 2004, p. 42)

Outro modo de analisar a figura do consumidor é a proposta por Rizzatto Nunes:

Temos dito que a definição de consumidor do CDC começa no individual, mais concreto (art. 2º, *caput*), e termina no geral, mais abstrato (art. 29). Isto porque, logicamente falando, o *caput* do art. 2º aponta para aquele consumidor real que adquire concretamente um produto ou um serviço, e o art. 29 indica o consumidor do tipo ideal, um ente abstrato, uma espécie de conceito difuso, na medida em que a norma fala da potencialidade, do consumidor que presumivelmente exista, ainda que possa não ser determinado. (NUNES, 2005, p.72)

Quanto às correntes que discutem o conceito de consumidor elas se dividem em finalistas e maximalistas.

Para os finalistas, consumidor será aquele que adquire o bem ou serviço para uso próprio ou para o âmbito familiar e o principal objetivo é proteger o destinatário final que é considerado a parte vulnerável na relação de consumo.

Para esta corrente - que é a majoritária na doutrina brasileira, tendo como uma das principais defensoras Cláudia Lima Marques – não pode existir uso profissional do produto ou serviço adquirido, porque se existe profissionalismo teria sido suprimida a condição de vulnerabilidade do consumidor. Se o consumidor já não é mais o verdadeiro destinatário final do produto ou serviço, ele poderá auferir lucro ao desenvolver sua atividade. Para a corrente finalista a expressão destinatário final deve ser interpretada de forma mais restrita. É o caso do profissional liberal que adquire equipamentos de informática para o seu escritório, por exemplo.

Já para os maximalistas, o Código de Defesa do Consumidor deve dar suporte ao consumidor, tenha ele adquirido o bem para uso pessoal ou profissional e a busca pelo equilíbrio das relações consumeristas deve ser a de proteger o consumidor da forma mais abrangente. Esta corrente doutrinária entende que o consumidor deve ser amparado da forma mais ampla possível. Ressalte-se apenas que se a atividade profissional desenvolvida for de transformação não se terá o consumidor final, mas uma condição intermediária. A aquisição de insumos para a atividade fim não equipara o adquirente ao consumidor final.

Não resta dúvida de que nos filiamos à corrente maximalista, isto porque somos da opinião de que o CDC veio para introduzir nova linha de conduta entre os partícipes da relação jurídica de consumo. Assim, não importa ter vislumbrada a relação de hipossuficiência do consumidor, como querem alguns autores, mas sim, uma completa moralização das relações de consumo da sociedade brasileira, onde somente permanecerão nos diversos segmentos da cadeia de consumo aqueles (pessoas físicas ou jurídicas) que assumirem esta posição com todos os seus ônus e encargos, dentre os quais o atingimento da perfeição no fornecimento de produtos e serviços, em total consideração ao consumidor (adquirente ou utente deste produto ou serviço). (EFING, 2004, p.56)

Necessário também se faz analisar o pensamento do judiciário brasileiro em relação ao seu posicionamento sobre o conceito de consumidor que está espelhado no Conflito de Competência nº 41.056 do STJ que enfrenta esta questão.

No STJ temos dois posicionamentos: o da Escola Subjetiva e o da Escola Objetiva. A Escola Subjetiva considera que a aquisição ou uso de bem ou serviço para o exercício de atividade econômica, civil ou empresária, descaracteriza requisito essencial à formação da relação de consumo, qual seja, ser o consumidor o destinatário final da fruição do bem. Esta é a linha de precedentes adotada pela Quarta e Sexta Turmas do STJ que coaduna-se com os pressupostos da teoria subjetiva ou finalista, restringindo a exegese do art. 2º do CDC ao destinatário final fático e também econômico do bem ou serviço.

Temos ainda a Escola Objetiva que considera que a aquisição do bem ou serviço na condição de destinatário fático caracteriza a relação de consumo, por forma do elemento objetivo, qual seja, o ato de consumo. Esta é a linha de precedentes adotada pela Primeira e Terceira Turmas do STJ e coaduna-se com os pressupostos da teoria objetiva (ou maximalista), considerando-se consumidor o destinatário final fático do bem ou serviço, ainda que venha a utilizá-lo no exercício de profissão ou de empresa. Indica a tendência jurisprudencial do STJ de prevalência da Escola Objetiva.

Entender o papel do consumidor com a extensão que ele merece é a maneira de dar a tutela necessária para todos que estejam no pólo mais vulnerável da relação de consumo.

2.3 FORNECEDOR

Segundo o Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 3º. *caput*, “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”.

Numa conceituação minimalista, em que pese não ser um rol taxativo, observamos que o papel do fornecedor pode ser visto sob o prisma da atividade desenvolvida ao elencar que são as seguintes as atividades vislumbradas pelo legislador como sendo de “lançamento de produto ou serviços no mercado consumidor”:

- a) Produção - é a elaboração ou realização de bens e serviços capazes de superar as necessidades econômicas do homem.
- b) Montagem - é a operação de reunir as peças de um dispositivo, de um mecanismo ou de qualquer objeto complexo, de modo que possa funcionar ou preencher o fim a que se destina.
- c) Criação - é a obra, o invento, a instituição ou a formação de um produto ou serviço, para satisfação de interesses humanos.
- d) Construção - é a edificação ou a constituição de um bem.
- e) Transformação - é a metamorfose, a operação de modificação do estado de um sistema físico ou orgânico.
- f) Importação - é a introdução, no próprio território no qual o importador se encontra domiciliado, de mercadorias procedentes de outro.
- g) Exportação - é o transporte de mercadoria para fora dos limites territoriais próprio daquele que neles se encontra domiciliado.
- h) Distribuição - é a repartição social da riqueza como fato econômico.
- i) Comercialização - é a negociação de mercadorias (LISBOA, 2001, p. 10-11)

Claramente se percebe que várias entidades podem se enquadrar na noção fornecedor, tornando-se possível, no regime do Código de Defesa do Consumidor, a responsabilização civil de todos os fornecedores que compuseram a “cadeia de consumo”, e não apenas do fornecedor imediato, isto é, aquele que diretamente negocia com o consumidor.

Portanto, antes do código de defesa do consumidor a responsabilização deste fornecedor com tantas faces, tornava muito difícil a reparação do dano e o consumidor mais uma vez ficava sem respostas para o seu litígio.

Interessante notar que este conceito abre possibilidades extremamente diversificadas do ponto de vista legal, já que inclui na mesma categoria: pessoas físicas e jurídicas; pessoas públicas e privadas. Todas as categorias são inseridas em conjunto num mesmo contexto legal.

No entender de Rizzatto Nunes:

“...são todas pessoas capazes, físicas ou jurídicas, além dos entes desprovidos de personalidade. Não há exclusão alguma do tipo de pessoa jurídica, já que o CDC é genérico e busca atingir todo e qualquer modelo. São fornecedores as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no País, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta, etc.” (NUNES, 2000, p.86)

Interessante observar que para Lisboa:

“ente despersonalizado não é sujeito de direito, porém entidade que, embora existente no mundo fático, pode inexistir juridicamente ou se encontrar eivada de algum vício (defeito) de constituição, realizando uma série de atos com conseqüências jurídicas (repercussão no patrimônio alheio). É de mencionar, dentre as entidades despersonalizadas, dada a repercussão prática, as sociedades de fato e as sociedades irregulares.” (LISBOA, 1999, p. 7)

Devemos analisar que atividade empresarial está calcada no tripé: mediação, lucro e habitualidade ou profissionalismo. A mediação refere-se à atividade que faz com que o produto ou serviço chegue às mãos do consumidor final sem que este precise dirigir-se a cada produtor ou fabricante individualmente.

No lucro a atividade facilitadora do fornecedor para que o consumidor não tenha que recorrer a cada produtor ou fabricante individualmente terá um custo, que é característica determinante da atividade comercial.

A habitualidade podemos dizer que é a atividade realizada com continuidade e deste modo cumpre-se dizer que a informalidade da relação de consumo não quer dizer que o consumidor ficará sem respaldo legal de seus direitos. Mesmo a relação de consumo se realizando informalmente como é o caso dos vendedores de porta em porta, o consumidor terá todo o amparo da lei.

E o inverso também é verdadeiro.

“Alguém pode, eventualmente, ser proprietário de determinada imobiliária, devidamente regularizada, mas, em razão de crise no mercado, realizar somente uma locação ao ano. Verifica-se a existência do profissionalismo, mas não da habitualidade. Nem por isso deixa tal fornecedor de receber a tutela do CDC”. (EFING, 2004, p.69)

E por tal razão não se deve tratar habitualidade como sinônimo de profissionalismo. Para Efig (2004, p. 69) “o conceito de fornecedor constante no art. 3º do CDC refere-se aos fornecedores que exercem profissionalmente ou com habitualidade as atividades de produção, montagem e demais atividades descritas no *caput* do referido artigo”.

A professora Cláudia Lima Marques (1992, p.74-75) afirma de que no caso do fornecedor de produtos o critério caracterizador é o desenvolvimento de atividade tipicamente profissional, e no que se refere ao fornecedor de serviços o critério caracterizador é a remuneração.

Para Tânia Nogueira, a problemática em torno de como caracterizar o fornecedor traria preocupações para o caso de se ver o consumidor compelido a provar a condição, a qualidade de fornecedor, mas este problema foi também antevisto pelo legislador que estabelece o regime da responsabilidade solidária (art.13 e 19 do CDC), então o fornecedor será sempre aquele que desenvolve atividade de produção, fabricação, etc., sendo, portanto, aquele que em virtude do desenvolvimento dessas atividades coloca os produtos e serviços no mercado de consumo.

2.4 PRODUTOS E SERVIÇOS

Observamos que o fornecimento de produtos e serviços estão previstos no Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 3º e parágrafos 1º e 2º, que definem: Produto como qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

Rizzatto Nunes nos traz uma observação pertinente ao comentar o texto da lei:

Esse conceito de produto é universal nos dias atuais e está estreitamente ligado à ideia do bem, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas. É vantajoso seu uso, pois o conceito passa a valer no meio jurídico e já era usado por todos os demais

agentes do mercado como econômico, financeiro, de comunicações etc. (NUNES, 2005, p.90)

Serviço deve ser entendido como qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Como bem explica Rizzatto 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 convênios de saúde, os serviços educacionais regulares em geral etc.). Com isso, o CDC, incorporando essa invenção, trata de definir também os serviços como duráveis e não duráveis, no que andou bem. (NUNES, 2005, p. 96)

E não podemos nos esquecer que em relação aos serviços, que eles são privados e também públicos, por disposição do *caput* do art. 22 do CDC. O CDC, no art.3º, inclui no rol dos fornecedores a pessoa jurídica pública (e, neste rol inclui aqueles que em nome dela prestam serviços públicos.

No art.22, a lei consumerista normatizou especificamente os serviços públicos essenciais e sua existência, por si só, foi de fundamental importância para impedir que os prestadores de serviços públicos pudessem se escusar de cumprir o Código de Defesa do Consumidor. No mesmo artigo a lei estabelece a obrigatoriedade de que os serviços prestados sejam “adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos”.

O fornecedor é quem vai colocar à disposição do consumidor o produto ou serviço, portanto existe um elo constante de ligação entre todas as figuras envolvidas na relação de consumo e com esta amplitude de visão ter-se-á a proteção integral da relação jurídica.

2.5 PRINCÍPIOS

Princípios são pilares sobre os quais vão se assentar as interpretações legais, sem os quais não seria possível ter a visão holística que o direito requer.

Astrid Carvalho em seus ensinamentos nos apresenta que:

Devemos iniciar uma compreensão do termo “princípio”, que se enquadra na ideia de origem, começo. Presente em qualquer Ciência, princípio é a base, colocado em posição privilegiada, tornando acessível o entendimento de alguma coisa. Nesta via reconhecemo-lo como pedra angular de qualquer sistema. Nesta seqüência, um conjunto de elementos, visualizado sob uma perspectiva unitária, configura o sistema. O sistema reúne ordenadamente diversas partes que forma um todo, ocasionando uma sustentação mútua, onde uma parte esclarece a outra, ao que denominamos princípios. (CARVALHO, 2002, p. 151)

No raciocínio de Nogueira (1999, p.44-45):

Os princípios podem estar implícitos ou expressos no texto normativo. No que concerne ao Código de Defesa do Consumidor, o legislador optou por mencioná-los expressamente, em virtude do constante favorecimento do fornecedor em detrimento dos consumidores. Houve então a necessidade premente de serem eles mencionados de forma expressa. Tal opção decorre da própria Constituição Federal que no Título VII, Capítulo I, no artigo 170 ao enumerar em elenco taxativo Os Princípios Gerais da Atividade Econômica, em seu inciso V, eleva a princípio geral da atividade econômica “a defesa do consumidor”.; e, no Título II – Dos Direitos e Garantias Fundamentais – Capítulo I – Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, no inciso XXXII do artigo 5º. estabelece que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. E conforme ensinam os Profs. José Afonso Da Silva E Celso A. Bandeira De Mello os princípios expressados no texto constitucional exprimem a noção de “mandamento nuclear de um sistema”: são, portanto, a diretiva pela qual o sistema irá guiar-se. (NOGUEIRA, 1999, p. 44-45)

Observamos com Novais (2001, p. 15), o caráter incluyente do CDC ao ensinar que o Código de Defesa do Consumidor é principiológico, normas de ordem pública e de interesse social (art.1º do CDC), direcionadas todas à proteção do mais fraco, do leigo, do vulnerável, do diferente, do consumidor (art. 1º c/c art. 4º, I, do CDC), daí, pois, a importância de incluir em seu campo de aplicação uma relação.

Rizzatto Nunes (2005, p. 66) nos alerta que resta lembrar que a Constituição Federal estabelece que o registro econômico brasileiro é capitalista, mas limitado (CF, art. 1º, IV, c/c arts. 170 e s.): são fundamentos da república os valores sociais do trabalho e os valores sociais da livre iniciativa (CF, art.1, IV), e a defesa do consumidor é princípio fundamental da ordem econômica (CF, art. 170, V).

A atividade econômica encontra barreiras ao afetar o cidadão na sua vivência de trabalhador e consumidor. A atividade lucrativa deve ficar em segundo plano nestes casos e as pessoas em primeiro lugar.

Os princípios da atividade econômica são limitados pela própria legislação e a liberdade de empreender precisa respeitar o que foi pré-estabelecido pela norma constitucional, portanto a livre iniciativa não é absoluta no Brasil.

Os valores sociais do trabalho visam a proteção dos trabalhadores que geram riquezas ao empreendedor devem ser tratados dignamente e ter seus direitos respeitados. Em relação ao princípio da defesa do consumidor ele deve proteger as pessoas expostas à oferta de produtos, à publicidade e às práticas comerciais abusivas, que retiram do consumidor a liberdade de escolha.

Interessante observar que a Constituição Federal teve a preocupação de ressaltar a liberdade para a atividade econômica e conseqüentemente para o desenvolvimento nacional, mas neste ponto considerou mais importante ainda especificar que esta atividade não poderia ser a qualquer custo, que existiam limites constitucionais para que ela fosse exercida e a proteção dos trabalhadores e consumidores são essenciais para que esta engrenagem seja movimentada de forma harmoniosa.

Seguindo o mesmo raciocínio, Tânia Nogueira afirma que:

...havia necessidade, conforme já esclarecido, de que os princípios que norteiam a ideologia adotada para direcionar as relações de consumo fossem inseridos no texto legal, pois hierarquicamente os princípios gerais de direito estão em condição inferior a lei. Assim, como uma lei só é derogada por outra, havia a necessidade de inseri-los no texto legal, como lei, a fim de poder-se assegurar ao consumidor os direitos e garantias que até então lhes eram negados, e que efetivamente mudariam a situação anterior de total desigualdade para a atual. (NOGUEIRA, 1999, p.45)

Como bem diz Carvalho, (2002, p.157) “A nitidez do art.1º do Código de Defesa do Consumidor em identificar que as normas dispostas são de ordem pública e interesse social foi primorosa. Temos assim a natureza da norma cogente que impossibilita a derrogação por vontade das partes, visando à proteção do pólo mais vulnerável ”.

O crescimento populacional demanda produção cada vez maior de bens de consumo. Esta produção, por sua vez, vem se ramificando em setores produtivos, desde o produtor, passando pelo fabricante, o importador, o comerciante, até chegar no consumidor final. A possibilidade de inúmeras relações de consumo até que o produto ou serviço chegue às mãos do destinatário final, fato que anteriormente inexistia, dificulta sobremaneira o controle de qualidade, haja vista a dificuldade de ser encontrada a origem de eventual vício. (EFING, 2002, p.79)

Os princípios do Código de Defesa do Consumidor serão a base sólida em que este direito foi construído e sobre a qual haverá a aplicação da lei visando o ideal da justiça.

Ao aplicarem-se os princípios tenta-se diminuir a desigualdade existente entre fornecedor e consumidor. Desigualdade esta que pode ser considerada na desvantagem técnica e de informação que existe do consumidor em relação ao fornecedor. A superioridade especialmente de informação, isto é, o domínio da informação e o conhecimento profundo sobre o produto ou serviço ofertado é determinante para que o consumidor precise de proteção especial para suplantar este desequilíbrio na relação de consumo.

2.5.1 Vulnerabilidade

A vulnerabilidade do consumidor é tão evidente que o legislador a consagrou no diploma legal no art. 4º, inciso I do CDC, *in verbis*:

I- reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

O pensamento de Nogueira (1999, p.34) é de que “deve ser notado que a vulnerabilidade é característica inerente a todos os consumidores, independentemente de idade, condição social, econômica e cultural. Isto porque, sempre, ou pelo menos na grande maioria das vezes, estará o consumidor em desvantagem em relação ao consumidor.”

A vulnerabilidade existe pelo simples fato de que o consumidor precisa estabelecer relações de consumo para sua vida diária e, portanto seu poder de escolha pode ser reduzido especialmente nos contratos de adesão em que as condições já são pré-estabelecidas.

Ao enfatizar a característica de submissão ao consumidor, Efig nos dá a exata noção do tamanho do desequilíbrio desta relação ao dizer que:

Fica claro que a situação do consumidor é de *submissão* ao poder dos fornecedores, uma vez que sua escolha de bens de consumo não poderá exceder aquilo que é oferecido no mercado. A vulnerabilidade se configura pelo simples fato do cidadão se encontrar na situação de consumidor, independentemente de grau cultural, econômico, político, jurídico etc., sendo “traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educadores ou ignorantes, crédulos ou espertos.) Esta sucinta análise caracteriza a importância conferida a este princípio, uma vez que se apresentado o consumidor, nos termos da lei, com predisposição à vulnerabilidade, incitada a necessidade de criação de uma política jurídica que amenize e solucione os conflitos advindos da relação consumidor-fornecedor. (EFING, 2002, p.90)

A ramificação decorrente do princípio da isonomia nos dá a dimensão da complexidade das conseqüências advindas da relação de consumo.

Como decorrência do princípio da isonomia o Código de Defesa do Consumidor além de reconhecer a vulnerabilidade do consumidor adotou outros princípios e normas compatíveis a fim de assegurar a sua efetividade. São eles:

- o princípio de acesso à Justiça – inserto no inciso XXXI do art. 5º da CF – “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;” e que no C.D.C. vem inserido no art. 6º, incisos VII e VIII e, no art. 5º e todos seus incisos.

A proteção do consumidor deve ser efetuada da forma mais ampla possível, como é o entendimento de Tânia Nogueira:

“A facilitação da defesa do consumidor” é, portanto o “gênero”, que se constitui na aplicação do princípio do acesso à justiça e, que inclui entre suas espécies, a Inversão do ônus da prova (art.6º, VIII). Fica então muito claro que o “dever governamental” instituído na CF/88 no art. 5º, inciso XXXII (o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor), também podendo ser chamado de garantia do acesso à justiça, no Código de Defesa do Consumidor está tão bem colocado que garante inclusive as formas de sua aplicação. (NOGUEIRA 1999 p.48)

Bem vemos que pelos ditames da lei a intenção do legislador foi dar condições para que os consumidores tivessem seu reconhecimento como figura vulnerável na sociedade e que lhes dessem instrumentos de defesa de seus direitos. A existência real deste instrumental a partir do CDC já demonstra a seriedade com que o Direito do Consumidor precisa ser encarado.

Quando analisamos a diferença proposta entre vulnerabilidade e hipossuficiência existe é pertinente verificarmos o ensinamento de Astrid Maranhão Carvalho (2002, p. 172-173) para a qual a diferença principal no primeiro caso reside na confiabilidade que a pessoa consumidora deposita no fornecedor e na sua superioridade profissional e no segundo caso seria no campo processual em que a maior dificuldade encontra-se quando o sujeito de direitos tem que comprovar os fatos ocorridos processualmente junto à autoridade judiciária.

O outro princípio considerado paradigma da nova teoria contratual, o princípio da tutela do hipossuficiente, também surge como reflexo das normas constitucionais. Na verdade, este princípio aparece como corolário indispensável do princípio constitucional da igualdade das pessoas, disposto no art. 5º da nossa Carta Magna. Para a realização deste princípio no campo material, papel fundamental desempenha o Código de Defesa do

Consumidor, tutelando o partícipe considerado vulnerável na relação de consumo. (NOVAIS, 2001, p. 14)

Rizzatto Nunes comenta a vulnerabilidade do consumidor de forma enfática.

“... é a primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa-o que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico. O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação e distribuição de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido. O segundo aspecto, o econômico, diz respeito à maior capacidade econômica que, via de regra, o fornecedor tem em relação ao consumidor”. (NUNES, 2005, p. 125-126)

A vulnerabilidade do consumidor está presente na assimetria de informação técnica existente entre ele e o fornecedor. A superioridade do fornecedor neste quesito nos indica que o destinatário final da relação de consumo precisa de maior tutela legal.

Para proteger o consumidor da forma mais completa possível John Kerry nos diz que:

O princípio da precaução que está sendo adotado em vários lugares fora dos Estados Unidos, incluindo a União Européia e se fundamenta em uma idéia muito simples e lógica: é de responsabilidade do fabricante provar que as substâncias químicas que vendem não apresentam efeitos nocivos, portanto, o consumidor não precisa ter a responsabilidade de provar o contrário. Nosso sistema atual nos colocou em uma posição de eterno gerenciamento de crises, medo e pânico em vez de sua prevenção. Ele nos mantém na defensiva e na degradante posição de nos sentirmos vitimizados. (KERRY, 2008, p.82-83)

O direito deve proteger o consumidor e ensiná-lo a evitar situações de risco, a prevenir-se dos maus fornecedores e o fornecedor mais uma vez precisa ser responsabilizado por suas condutas lesivas e abusivas perante a sociedade consumerista.

2.5.2 Informação

Antes de entrarmos na questão jurídica deste princípio, devemos considerar a informação de forma bem genérica, porque nas palavras de Dimas Floriani (2004, p. 25), a sociedade produz informação e conhecimento em demasia, não significa que todas as pessoas e as sociedades globais saibam ou tenham consciência da ocorrência de uma série de fenômenos: políticos, econômicos, tecnológicos, ambientais, culturais, etc. Há um desequilíbrio entre informações práticas imediatas e aquelas que se referem ao funcionamento das estruturas da sociedade e da natureza.

No Direito do Consumidor este desequilíbrio também será responsável por um desnivelamento de qualidade de informação, em que o consumidor mesmo tendo a leitura das informações, não consegue entender o seu conteúdo ou sua aplicação.

Neste sentido o estudo dos princípios se torna indispensável para a correção desta rota distorcida.

Muito pertinente a distinção que Pietro Perlingieri, faz a respeito do Princípio da Transparência e da Informação, que apesar de estarem intimamente ligados, têm sua maior diferenciação no seu alcance, que neste caso o princípio da transparência tem maior abrangência.

Deve ser elucidado que o fato de o princípio da transparência atingir diretamente o direito à informação não significa uma correspondente equivalência de sinônimos, mas sim, uma interconexão para real efetivação de uma relação de consumo. O princípio da informação é vislumbrado de forma mais restrita do que o princípio da transparência, pois aquele exige do fornecedor que desenvolva um conteúdo do contrato com cláusulas passíveis de compreensão, com devido esclarecimento com a finalidade de validade da confiabilidade assentada na condução negocial. (PERLINGIERI, 2002, p. 149)

De qualquer forma a informação e a clareza nas relações consumeristas continuam sendo determinantes para o equilíbrio entre consumidores e fornecedores.

Como nos ensina Carvalho (2002, p.170) “O princípio da transparência expõe como obrigatória a exigência da lealdade no conteúdo das cláusulas, e a informação, normalmente ao pólo mais frágil.”

A ideia central é possibilitar uma aproximação entre o consumidor e fornecedor. Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo. (MARQUES, 1999, p. 171)

Marques (1999, p. 325) em seu livro nos diz que é imprescindível que haja uma troca de informações, comunicação entre consumidor e fornecedor para que sejam sanadas todas as dúvidas referentes ao produto ou serviço e nesta fase pré-contratual é possível identificar a transparência, a clareza com que se procede a relação contratual e se o fornecedor está cumprindo o seu dever de informar.

Com visão mais humanística Efing (2002, p.90) nos ensina que a educação caminha junto com a informação, e estas almejam a efetiva proteção e defesa do consumidor. Desta forma, quanto mais desenvolvido o sistema educacional, mais possibilidade de se concretizar o fim pretendido por estes institutos. À medida que a sociedade de consumo passa a *ser informada*, suas chances de defesa e obtenção de tutela aumentam em proporção igual ou superior. E complementa:

... o princípio da informação pode ser interpretado de várias formas, todas elas percutientemente alentadoras da efetivação dos interesses do consumidor. Seja a informação de cunho educacional, no sentido de conscientização dos consumidores acerca da busca de seus interesses, ou em relação à informação sobre os produtos e serviços colocados à disposição no mercado de consumo, bem como informações específicas que influenciem em relações de consumo coligadas, como é o caso dos arquivos de consumo, expressam o princípio da informação. (EFING, 2002, p.91)

Para Paulo Netto Lôbo, em artigo para a Revista Informativa do Senado, nos diz que:

“O direito à informação no âmbito exclusivo do direito do consumidor, é direito de prestação positiva oponível a todo aquele que fornece produtos e serviços no mercado de consumo. Assim, não se dirige negativamente ao poder político, mas positivamente ao agente de atividade econômica. Esse segundo sentido próprio do direito do consumidor cobra explicação de seu enquadramento como espécie do gênero direito fundamental.” (CARVALHO, 2002, p. 181)

O Código de Defesa do Consumidor no seu artigo 9º estabelece a obrigatoriedade do direito de informação, o dever de informar do fornecedor visa à pacificação das relações de consumo e à assegurar maior segurança decorrentes das relações jurídicas, especialmente quanto à veracidade, à clareza e à integralidade das informações passadas ao consumidor em relação aos produtos e serviços oferecidos.

O dever de o fornecedor trazer as informações ao consumidor está na análise de Rizzatto Nunes (2005, p.129) ao dizer que o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto e do serviço, suas características, qualidades, riscos, preços, etc., de maneira clara e precisa, não se admitindo falhas ou omissões. Trata-se de um dever exigido mesmo antes do início de qualquer relação. A informação passou a ser componente necessário do produto e do serviço, que não podem ser oferecidos no mercado sem ela.

Interessante observar que este princípio vai nos levar ao poder de escolha do consumidor, pois com base em todas as informações prestadas de forma completa, ele poderá decidir sobre o consumo ou não de determinado produto ou serviço. A informação pode ser considerada como a democratização do consumo.

Ao ter-se acesso à informação podem-se avaliar os prós e contras do ato consumerista, e tomar a melhor decisão que esteja de acordo com a vontade do consumidor sob o ponto de vista econômico, opções de escolha e proteção à sua saúde.

2.5.3 Boa-fé

A boa-fé deveria estar presente em todas as ações dos cidadãos, os valores sociais e morais nela contidos deveriam ser rotineiros na vida em sociedade, mas se todas as regras de boa convivência fossem aplicadas e vividas por todos estaríamos diante de uma sociedade ideal e infelizmente não é este o nosso caso, vivemos numa sociedade que precisa de regras para se organizar e não termos caos social.

Teresa Negreiros (1998, p. 222) vislumbra uma estreita relação do princípio da boa-fé com a Constituição Federal ao dizer que

o princípio da boa-fé, como resultante necessária de uma ordenação solidária das relações intersubjetivas, patrimoniais ou não, projetada pela Constituição Federal, configura-se, muito mais do que como fator de compressão da autonomia privada, como um parâmetro para a sua funcionalização à dignidade da pessoa humana, em todas as suas dimensões. (NEGREIROS, 1998, p.222)

Para Cláudia Lima Marques:

O *caput* do art. 4º do CDC menciona além da *transparência*, a necessária *harmonia* das relações de consumo. Esta harmonia será buscada através da exigência da *boa-fé nas relações entre consumidor e fornecedor*. Segundo dispõe o art. 4º do CDC, inciso terceiro, todo o esforço do Estado ao regular os contratos de consumo deve ser no sentido de harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art.170, da Constituição Federal) sempre com base na *boa-fé* e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores. (MARQUES, 1999, p. 142)

Quando se fala em princípio da boa-fé, podemos ligar o seu significado à adjetivos como honra, confiança, lealdade e na ação de cumprimento da palavra dita a outrem, configurando uma situação de fidelidade no cumprimento das obrigações.

Como bem explica Nogueira:

O princípio da Boa-Fé, também uma das bases da nova legislação vem inserto no art.4º, inciso III (“III- harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;”) e, art. 51 (“São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:”), inciso IV (“-estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou seja, incompatíveis com a boa fé ou equidade;”), dele decorrendo a aplicação ao sistema de vários outros princípios mencionados em outros artigos a fim de assegurar a aplicação do mesmo. (NOGUEIRA, 1999, p. 55-56)

O aprofundamento da análise do princípio da boa-fé se dá com a inclusão de critérios subjetivos como valores éticos e morais trazidos por Efing (2002).

“... o princípio da boa-fé permeia-se em todas as ações humanas, sendo regra ínsita aos próprios valores éticos e morais da sociedade. Não poderia ser diferente nas relações de consumo. Fez bem o legislador em incluí-lo como princípio fundamental da Política Nacional de Relações de Consumo, apesar de entendermos que a boa-fé seja instituto que deveria se exteriorizar espontaneamente pela natureza humana, no entanto sabemos que as coisas assim não acontecem, já que ainda é comum encontrar quem entenda somente estar sujeito ao cumprimento das normas positivadas.” (EFING, 2002, p. 94-95)

No que se refere ao equilíbrio das relações contratuais, Plínio Martins (2002, p.113) nos faz o seguinte comentário “o Código de Defesa do Consumidor fez incluir a cláusula geral da boa-fé como forma de dar equilíbrio ao negócio jurídico realizado numa relação de consumo, estabelecendo a nulidade da cláusula abusiva (art.51), possibilitando interpretações mais favoráveis aos consumidores (art.47)”.

Teresa Negreiros (1998, p.9) nos traz o raciocínio mais técnico que está inserido na sua dissertação de mestrado, onde diz que o impacto que a invocação da boa-fé tem sobre a forma de se conceber a aplicação-realização do Direito é referenciado a uma interpretação constitucionalizada do direito contratual, segundo a qual, também nas relações patrimoniais, impera o princípio fundamental da dignidade da pessoa humana, neste domínio consubstancializado no imperativo da solidariedade contratual.

Em relação ao princípio da boa-fé a mesma autora nos ensina (1998, p. 87) que ainda antes de sua formulação expressa no CDC, a boa-fé objetiva já era

reconhecida pela comunidade jurídica como um princípio fundador do direito obrigacional.

Convalidando este raciocínio temos o pensamento de Judith Martins-Costa que nos ensina:

Embrica-se à concepção da relação obrigacional como um processo complexo e “total” a mudança no paradigma da noção de sistema. A boa-fé objetiva aí desempenha um papel fundamental, porque é o caminho pelo qual se permite a construção de uma noção substancialista do direito, atuando como um modelo hábil à elaboração de um sistema aberto, que evolui e se perfaz dia-a-dia pela incorporação dos variados casos apresentados pela prática social, um sistema no qual os chamados operadores do direito passam a ser vistos como seus verdadeiros autores, e não meramente como seus aplicadores, recipiendários ou destinatários. (MARTINS-COSTA, 1999, p. 382)

A mesma autora nos afirma (1999, p.413) que constitui a boa-fé objetiva uma norma proteifórmica, que convive com um sistema necessariamente aberto, isto é, que enseja a sua própria permanente construção e controle. E aprofunda a análise da boa-fé em relação à segurança jurídica ao nos dizer que (1999, p.443) a boa-fé, ao ensejar a criação de deveres instrumentais, torna efetivamente exigível a prestação e coerentemente exercitáveis os direitos que derivam do contrato.

Para entrar na relação jurídica, o pressuposto é de que as partes estão despidas de más intenções premeditadas, conforme a reflexão de Fabiane Bessa (2006):

...a boa-fé transcende as particularidades formais e os interesses individuais evitando que as formas jurídicas sejam utilizadas para viabilizar atitudes nocivas pretendidas pelos contratantes. Os limites por ela impostos à autonomia do sujeito partem das próprias concepções e fundamentos do sistema jurídico que determinam a consideração teleológica dos direitos reconhecidos: para atuar dentro do sistema jurídico as partes devem submeter-se aos deveres de informação e lealdade. (BESSA, 2006, p.149)

De um modo geral, as partes deveriam agir da forma mais honesta e justa possível, independentemente de existir superioridade técnica ou econômica sobre a outra parte. Os valores essenciais para a vida em sociedade deveriam estar presentes não só nas relações jurídicas, mas em todos os atos da vida em sociedade.

2.6 FUNÇÃO SOCIAL

A função social do contrato é considerada, muito mais que simples cláusula geral normativa, um verdadeiro princípio jurídico que embasa não somente a ordem econômica da República como, também, os objetivos constitucionais, dentre eles, o respeito e a valorização da pessoa humana, objetos da moderna relação contratual.

A nova visão de contrato é uma concepção social deste instrumento jurídico, para a qual não só o momento da manifestação da vontade importa, mas onde também e principalmente os efeitos do contrato na sociedade serão levados em conta e como a condição social e econômica das pessoas nele envolvidas ganham importância.

Além de figurar como novo pilar do novel direito contratual, a função social do contrato figura também como princípio estruturante da ordem econômica previsto no artigo 170 da Constituição da República, traduzindo-se o contrato em verdadeiro instrumento de promoção da dignidade da pessoa humana constante no artigo 1º, inciso III, da Carta Magna. Sem olvidar a respeito da flexibilização do conceito de "contrato", urge salientar que embora o Código de Defesa do Consumidor não preveja, expressamente, a função social do contrato em seu texto, é ponto pacífico que tal princípio também aplicar-se-á às relações de consumo. (ALVES, 2009, p. 88)

Aliás, segundo o entendimento de Efig (2009, p. 88-89), em verdade, o Código de Defesa do Consumidor foi criado com o intuito de efetivar a função social do contrato, conferindo maior proteção jurídica à parte mais débil da relação contratual. De acordo com os ensinamentos do mesmo autor, qualquer ato que ofenda o preceito contido no artigo 3º da Constituição Federal da República fere frontalmente a função social que todo contrato deve possuir.

Quando analisamos o Código Civil de 2002, verificamos que a função social está ali expressa na leitura do artigo 421 que prevê "A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato".

Nas últimas décadas do século XX, é que surgiram normas centradas na política de defesa do consumidor, como objetivo principal. A lei reconhece a posição de parte vulnerável na relação de consumo. A Constituição Brasileira de 1988 traça o projeto da ordem econômica a ser implantado num Estado que se proclama Social e de Direito, como fundado na livre concorrência e na defesa dos direitos do consumidor, entre outros princípios (art. 170).

A função do contrato significa a funcionalização dos direitos subjetivos detidos pelos particulares que, de acordo com a nova hermenêutica e formação contratual, devem ceder ou harmonizar-se com os interesses sociais constitucionais embaixadores da República Federativa do Brasil. Isto porque o contrato deve atender ou, ao menos, harmonizar-se com as exigências sociais, e não somente servir como instrumento de entabulação de negócios egoísticos visando o atendimento exclusivo da vontade das partes contratantes. Neste sentido, o princípio da liberdade contratual e autonomia da vontade passa a ser limitado pela crescente intervenção estatal na economia, visando assegurar a função social de todo e qualquer pacto celebrado. Há que se concluir, portanto, que a função social do contrato importa na relativização dos direitos subjetivos visando sua integração ao sistema social. (ALVES, 2009, p.90)

Conceitos tradicionais como os do negócio jurídico e da autonomia da vontade permanecerão, mas o espaço reservado para que os particulares auto-regulem suas relações será reduzido por normas imperativas, como as do próprio Código de Defesa do Consumidor.

Segundo a nova visão do direito o contrato não pode mais ser considerado somente como um campo livre e exclusivo para a vontade criadora dos indivíduos. Hoje, a função social do contrato, como instrumento basilar para o movimento das riquezas e para a realização dos legítimos interesses dos indivíduos, exige que o contrato siga um regramento legal. A nova teoria contratual fornecerá conceitos e limites da autonomia da vontade, com o fim de assegurar que o contrato cumpra a sua função social, de acordo com as regras atuais.

O princípio da função social, nessa perspectiva, não se volta para o relacionamento entre as partes contratantes, mas para os reflexos do negócio jurídico perante terceiros (isto é, no meio social). É o que se deduz do próprio nome

com que o princípio se identifica. Reconhece-se, de longa data, e não apenas nos tempos atuais, que os contratantes, embora livres para ajustar os termos da convenção, deverão agir sempre dentro dos limites necessários para evitar que sua atuação negocial se torne fonte de prejuízos injustos e indesejáveis para terceiros.

No dizer de Cláudia Lima Marques (1999, p. 101), “À procura do *equilíbrio contratual*, na sociedade de consumo moderna, o direito destacará o *papel da lei* como limitadora e como verdadeira legitimadora da autonomia da vontade. A lei passará a proteger determinados interesses sociais, valorizando a *confiança* depositada no vínculo, as *expectativas* e a boa-fé das partes contratantes.”

Segundo a nova visão do direito, o contrato não pode mais ser considerado somente como um campo livre e exclusivo para a vontade criadora dos indivíduos. Hoje, a função social do contrato, como instrumento basilar para o movimento das riquezas e para a realização dos legítimos interesses dos indivíduos, exige que o contrato siga um regramento legal rigoroso. A nova teoria contratual fornecerá o embasamento teórico para a edição de normas cogentes, que traçarão o novo conceito e os novos limites da autonomia da vontade, com o fim de assegurar que o contrato cumpra com a sua nova função social. Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor representa o mais novo e mais amplo grupo de normas cogentes, editado com o fim de disciplinar as relações contratuais entre fornecedor e consumidor, segundo os postulados da nova teoria contratual. (MARQUES,1999, p.118)

Outra importante reflexão de Cláudia Lima Marques (1999, p.127) sobre esta nova concepção social do contrato “é justamente a mudança do momento de proteção do direito. Não mais se tutela exclusivamente o momento da criação do contrato, à vontade, o consenso, mas, ao contrário, a proteção das normas jurídicas vai concentrar-se nos *efeitos* do contrato na sociedade, por exemplo, no momento da execução procurando assim harmonizar os vários interesses e valores envolvidos e assegurar a justiça contratual”.

Analisando a legislação o artigo 6º, incisos VI e VII, do Código de Defesa do Consumidor, prevê a atuação preventiva do Estado na proteção eficaz do consumidor, estabelecendo que sejam direitos básicos do consumidor: a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou

reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica dos necessitados.

O objetivo do CDC não é apenas proteger o consumidor, mas que existam regras para uma boa política nacional das relações de consumo, tanto no aspecto preventivo como repressivo, conforme o artigo 4º. do Código de Defesa do Consumidor, onde encontramos políticas públicas de ação, fiscalização, punição e responsabilização civil.

Seguindo a tendência atual de incentivo para termos mais investimento no Direito Preventivo do que arcar com as conseqüências do Direito Repressivo, Carvalho (2002) diz que:

O direito preventivo corrobora-se uma apreciação da multidisciplinaridade dos ramos do Direito (sem afetação à autonomia de cada disciplina), pois algumas vezes iremos presenciar um interesse de relação privada tornando-se um interesse público utilizado pelo Estado, por exemplo, cinto de segurança nos automóveis, a verificação do grau do combustível, o controle do uso da luz elétrica etc. Cumpre ressaltar que isso não faz do mundo do Direito do Consumidor um protetor de interesses públicos, mas muitas vezes, devido à indeterminação de pessoas ofendidas, provoca vestimenta de interesse coletivo ou difuso. (CARVALHO 2002, p. 155)

Mais uma vez percebemos que se houver investimento em direito preventivo os custos sociais serão infinitamente menores do que se tiver que arcar com os custos do direito repressivo que envolve movimentar toda a máquina administrativa.

E nos lembra Efig (2002, p.80) “observa-se que os direitos dos consumidores são uma conseqüência direta da reivindicação social de igualdade real de tratamento e do reconhecimento do direito à participação de todos os cidadãos e consumidores no modelo do Estado social de Direito e da sociedade de consumo”.

“Para Marx, o trabalho é essencial à nossa composição ontológica, ou seja, nós criamos e habitamos um mundo material de necessidades. Este mundo material emerge e se manifesta nos produtos do nosso trabalho. (...) O trabalho é então separado do seu propósito essencial de criar produtos que reflitam as necessidades do trabalhador. Igualmente, o consumo se torna consumo de produtos criados por outros, de quem o propósito primeiro não foi à satisfação de uma necessidade, mas obtenção de lucro”. (PORTILHO, 2005, p.90)

A vertente capitalista não pode ser dissociada deste estudo, pois o consumo gera postos de trabalho para os empregados e lucro para as empresas. O que a função social reivindica é que os interesses individuais não podem suplantar os interesses da coletividade.

2.7 CONSUMO CONSCIENTE, SOLIDÁRIO E SUSTENTÁVEL NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

O alerta abaixo nos demonstra como a sociedade atual está encurralada diante da realidade ambiental e como a inércia de muitos contribuem para o agravamento de tal situação.

O final do nosso século vem sendo marcado por uma profunda crise mundial que, segundo Capra (1982), afeta todos os aspectos da vida. Vivemos uma crise civilizacional e ambiental. Alguns estudiosos apontam que a crise ambiental é, a um só tempo, generalizada e global – os sistemas naturais que sustentam a vida no planeta encontram-se precários, marcados pelo atual estilo de desenvolvimento, que é segundo Guimarães (1995), ecologicamente predador, socialmente perverso e politicamente injusto, tanto nacional como internacionalmente. (ZACARIAS, 2000, p. 15)

O Instituto Akatu¹ nos informa que consumo consciente é consumir levando em consideração os impactos provocados pelo consumo. O consumidor pode, por meio de suas escolhas, buscarem maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos dos seus atos de consumo, e desta forma contribuir com seu poder de consumo para construir um mundo melhor. Em poucas palavras, é um consumo com consciência de seu impacto e voltado à sustentabilidade.

¹ Disponível em: www.akatu.org.br

O consumidor consciente busca o equilíbrio entre sua satisfação pessoal e a sustentabilidade do planeta, lembrando que a sustentabilidade implica em um modelo ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável. O consumidor consciente reflete a respeito de seus atos de consumo e como eles irão repercutir não só sobre si mesmos, mas também sobre as relações sociais, a economia e a natureza.

Este consumidor busca disseminar o conceito e a prática do consumo consciente, fazendo com que pequenos gestos de consumo realizados por um número muito grande de pessoas promovam grandes transformações.

Praticar o consumo consciente consiste numa atitude de liberdade de escolha e de protagonismo da própria existência.

Para o Instituto Akatu o consumo consciente pode ser resumido em três máximas: a) é consumir diferente: tendo no consumo um instrumento de bem estar e não um fim em si mesmo; b) é consumir solidariamente: buscando os impactos positivos do consumo para o bem estar da sociedade e do meio ambiente; c) é consumir sustentavelmente: deixando um mundo melhor para as próximas gerações.

Celso Monteiro publicou no endereço eletrônico “como tudo funciona” uma cartilha com os 12 princípios do consumo consciente indicados pelo Instituto Akatu, que valem a pena serem elencados pela sua obviedade e simplicidade, demonstrando que todos podem fazer a sua parte e que o Poder Público também pode ser agente de transformação da realidade em que vivemos:

1. Planeje suas compras. Compre menos e melhor;
2. Avalie os impactos de seu consumo no meio ambiente e na sociedade;
3. Consuma só o necessário. Reflita sobre suas reais necessidades e tente viver com menos;
4. Reutilize produtos. Não compre outra vez o que você pode consertar ou transformar;
5. Separe seu lixo. Reciclar ajuda a economizar recursos naturais e gerar empregos;
6. Use crédito com responsabilidade. Pense bem se você poderá pagar as prestações;
7. Informe-se e valorize as práticas de responsabilidade social das empresas;
8. Não compre produtos piratas. Assim você contribui para gerar empregos e combater o crime organizado;
9. Contribua para a melhoria dos produtos e serviços. Envie às empresas sugestões e críticas construtivas;
10. Divulgue o consumo consciente. Levante essa bandeira para amigos e familiares;

11. Cobre dos políticos. Exija ações que viabilizem a prática do consumo consciente;
12. Reflita sobre seus valores. Avalie os princípios que guiam suas escolhas e hábitos de consumo.²

Percebe-se que praticamente todos os princípios propostos estão ao alcance do cidadão, das empresas e do Poder Público. Todas as esferas da sociedade podem aplicar na integralidade estes princípios, difundindo as informações e agindo individualmente poderão chegar à abrangência coletiva de ações e resultados positivos.

² Disponível em ; <http://empresasefinancas.hsw.uol.com.br/>

3 O MEIO AMBIENTE E O CONSUMO SUSTENTÁVEL: CONSCIENTIZAÇÃO QUANTO AOS RECURSOS NATURAIS

3.1 O MEIO AMBIENTE E O CONSUMO SUSTENTÁVEL

Impacto ambiental é a maneira como o ser humano afeta o meio ambiente com suas ações. O consumo por si só já é causador de vários impactos ambientais seja para a fabricação do produto, extração de matéria-prima ou pelo resíduo resultante do consumo. Os seres humanos sempre estão impactando o meio ambiente, mas com escolhas conscientes e solidárias pode-se diminuir significativamente este impacto.

Uma constatação sobre impacto ambiental que também nos faz refletir é a descrita por Paula Antunes:

Quaisquer que sejam nossas opções de consumo, elas têm sempre impacto no meio ambiente. Um consumo responsável é aquele em que escolhemos produtos com o menor impacto possível ao longo de todo o ciclo de vida, ou seja, desde a produção das matérias-primas, passando pelo processo de fabrico do produto, pelo embalagem e distribuição, pela utilização, até o destino final. Não há produtos com impacto zero no meio ambiente. Todas as nossas opções de consumo têm conseqüências. (ANTUNES, 2007, p.1)

Dimas Floriani (2004, p. 142) nos leva a um raciocínio inquietante ao dizer que quando se aborda a questão ambiental é quase unânime a identificação dos seguintes temas e problemas: o uso social dos recursos naturais, a relação sociedade-natureza, a mudança ambiental tanto local como global, desmatamento, extinção de espécies, ruído, ar e outros fenômenos de contaminação ambiental, doenças por exposição tóxica, a crise da agricultura e da pecuária pelo uso de agrotóxicos, poluição industrial, a produção de dejetos urbanos, políticas conservacionistas, produtos transgênicos, ameaças à diversidade cultural, hábitos de consumo, etc.

Os consumidores podem fazer escolhas de consumo, optando por empresas que tenham atitudes socioambientais positivas, que invistam em tecnologias limpas, que se preocupem com as embalagens de seus produtos para gerar o menor volume de resíduo pós-consumo possível.

Neste contexto o senador norte-americano John Kerry (2008, p.49) nos traz dados práticos para enxergarmos a nós mesmos como consumidores ao dizer que muitos produtos modernos, como roupas que não amassam e carpetes a prova de manchas, dão mais praticidade às nossas vidas, mas não estaremos inconscientemente pagando um preço por essa praticidade?

O mesmo pode ser dito das fraldas descartáveis que se tornaram a solução de muitos problemas para mães atarefadas, mas causam impactos ambientais ainda não mensurados.

As empresas podem exigir dos seus fornecedores de matérias-primas certificações que demonstrem a responsabilidade socioambiental destes e excluir da ciranda empresarial, aqueles que não quiserem adequar-se e especialmente não entenderem a urgência de uma nova mentalidade empresarial voltada para a sustentabilidade.

Isto se torna necessário porque o resultado do impacto ambiental é democrático, isto é, atinge uniformemente as pessoas independentes de classe social, formação acadêmica e faixa etária. Podemos dizer também que a consequência nem sempre é justa, já que os danos ao ar e às águas recaem sobre aqueles que realizaram estrago e sobre aqueles que estão distantes de terem atitudes predatórias e depredatórias em relação ao meio ambiente.

A partir da segunda metade do século XX, mais especificamente com o advento dos movimentos ambientalistas a partir da década de 60, a Terra passa a ser vista como uma rede de relações vivas (*Gaia*), onde todos os seres (vivos ou não) estão uns para os outros em uma relação de interdependência, que só pode ser compreendida mediante a ruptura com o modelo cartesiano e seu compartimentalismo característico. Chegou-se à conclusão de que a compreensão do “fenômeno vida” exige necessariamente uma análise multidisciplinar. (SPAREMBERGER, 2006, p.16)

Para DIAS (2002, p.15), a insustentabilidade nos moldes atuais está contida em inúmeras causas, dentre elas as populações crescentes, o analfabetismo ambiental, os consumos exagerados e os comportamentos egoísticos formam uma amálgama temerosa para a configuração de um estágio de declínio da qualidade da experiência humana, via degradação ambiental, concentração de renda e exclusão social. Sob tais condições, o desenvolvimento sustentável não é concebível nem teoricamente.

A partir do reconhecimento do esgotamento de um modelo que acaba com a estabilidade ecológica e destrói as fontes de subsistência dos povos, surgem, no cenário, propostas oficiais e alternativas à crise ambiental. De um lado, estrutura-se uma corrente de pensamento defendida por atores vinculados aos governos, às instituições financeiras multilaterais e às grandes corporações internacionais que vêem na crise mundial um limitador para a expansão da economia e para o crescimento do mercado. De outro lado, constitui-se uma corrente de pensamento que se opõe à ideologia das grandes corporações, dos grandes bancos e dos governos hegemônicos, formada por pensadores críticos ao modelo civilizacional vigente, por atores vinculados aos movimentos sociais não-governamentais, fora da lógica do mercado, que vêem na crise ambiental a explicitação de todo um quadro de degradação, defendendo uma profunda revisão de valores e das práticas em relação ao meio ambiente. (ZACARIAS, 2000, p. 16)

Zacarias (2000, p. 41-42) traz a reflexão de que “ser feliz, ter qualidade de vida na sociedade contemporânea passou a estar relacionado com o consumir, com o ter”. E continua dizendo “que o consumo de bens exerce muitas funções: satisfação das necessidades fixadas culturalmente, para distinção, para realização de desejos, para integração com os outros, podendo, também, constitui-se uma nova forma de exercer a cidadania”.

Neste sentido, são oportunas as palavras de Milton Santos (2007, p.51) ao dizer que uma das grandes diferenças entre o mundo de há cinquenta anos e o mundo de agora é esse papel de comando atribuído aos objetos. E são objetos carregando uma ideologia que lhes é entregue pelos homens do marketing e do design a serviço do mercado.

Tentando entender esta “lógica incoerente” da sociedade de consumo, Fátima Portilho (2005, p. 98) nos traz um dado interessante quando uma pessoa “vai às compras”, as escolhas que faz estão relacionadas a escolhas anteriores sobre que

tipo de casamento, se tem ou não filhos, profissão, em que bairro vive, opção política, percepção sobre a relação homem/natureza, etc.

Como somos influenciados pela opinião de terceiros, quando nos referimos à nossa própria realização, muitas vezes a escolha de uma carreira profissional está pautada em critérios de possibilidades financeiras futuras e não realização pessoal, que é considerada utópica.

O local que vamos viver e o carro que temos relatam à sociedade se estamos tendo sucesso financeiro ou não, os vínculos de amizade ou sociais passam a ser calcados em interesses mútuos e não em afeição mútuas. Se o outro tem algo que eu possa usufruir ele pode fazer parte do meu ciclo de amigos. A aparência tomou lugar de sentimentos e da presença das pessoas.

3.2 SURGIMENTO DO TERMO SUSTENTABILIDADE

Pode-se dizer que sustentabilidade é conseguir equilibrar a exploração dos recursos naturais, visando danificar o menos possível o meio ambiente e as comunidades humanas e naturais do entorno.

Gabriela Scotto nos leva para a seguinte questão:

Ocorre que a noção de desenvolvimento sustentável e a própria idéia de sustentabilidade são, mais do que conceitos homogêneos e bem delimitados, campos de disputa sobre diferentes concepções da sociedade. (SCOTTO, 2008, p.8)

Opinião correta, já que os setores empresariais e consumeristas têm interesses opostos, mas que deverão ser equacionados pelo bem da humanidade. O relacionamento com o meio ambiente de subjugação mostra que o ser humano está de modo geral se sentindo sem limites, e que o seu poder vai esbarrar no poder de defesa da natureza.

Na mesma linha está Stahel que alerta para a complexidade que existe quando usamos o termo desenvolvimento sustentável, já que temos que considerar

não só os aspectos materiais e econômicos, mas o conjunto multidimensional e multifacetado que compõe o fenômeno do desenvolvimento: os seus aspectos políticos, sociais, culturais e físicos.

A sustentabilidade do todo só pode repousar na sustentabilidade conjunta de suas partes. Esses fatores e os seus respectivos equilíbrios repousam sobre fatores qualitativos, como o são os graus de coesão e harmonia social, questões de cidadania, alienação, valores éticos e morais, o grau de polarização social e política, os valores da sociedade e o nível entrópico do sistema. (STAHEL, p. 108-109)

José Eli da Veiga (2005, p.187) traz uma relevante questão se seria possível a tecnologia resolver os atuais problemas ambientais quando cita Solow que tem um ultra-otimismo tecnológico em seu pensamento e afirma que a noção de sustentabilidade é muito útil, pois a humanidade precisa evitar tudo o que possa ocorrer em detrimento de seus descendentes. Não apenas dos mais diretos, mas também dos mais distantes. Só que isto significa, em seu ponto de vista, a preservação da capacidade produtiva para um futuro indefinido, pela ilimitada substituição dos recursos não-renováveis.

Esta confiança inabalável na tecnologia não está em consonância com o pensamento de que a tecnologia também está sujeita ao uso racional dos recursos naturais para se reinventar, e que se a natureza e os homens não estiverem aqui, a tecnologia estará sem expectadores.

Mauro Grün (1996, p. 111) reforça este pensamento ao afirmar que vivemos em uma civilização que conseguiu ignorar completamente a mais fundamental de todas as questões – sua própria sustentabilidade, ou seja, as próprias condições de possibilidade do futuro humano.

O debate sobre o desenvolvimento sustentável também passou a girar em torno dessa mesma vaga idéia de durabilidade, mesmo que em sua gênese o sentido tenha sido bem mais preciso. A questão era a de saber se – e em que condições – tal processo poderia não ser comprometido pela destruição de seus próprios alicerces naturais. Na verdade, a expressão desenvolvimento sustentável foi a que acabou se legitimando para negar a incompatibilidade entre o crescimento econômico contínuo e a conservação do meio ambiente. Ou ainda, para afirmar a possibilidade de uma

conciliação desses dois objetivos, isto é, de crescer sem destruir. (VEIGA, 2005, p. 188-189)

Neste sentido é possível utilizar a tecnologia para que se produza e consuma com o menor impacto possível. É perturbador perceber que se não houver conciliação entre economia e meio ambiente não teremos futuro.

A Agenda 21 de acordo com o próprio documento é um programa de ações para o qual contribuíram governos e instituições da sociedade civil de 179 países, que constitui a mais ousada e abrangente tentativa já realizada de promover, em escala planetária, um novo padrão de desenvolvimento, conciliando métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica. Este padrão de desenvolvimento a que o documento se refere hoje chamamos de sustentabilidade.

A divulgação deste documento – Agenda 21 Global – ocorreu na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Humano, conhecida como ECO-92, realizada em 1992, no Rio de Janeiro.

Em relação à Agenda 21, podemos dizer que mesmo que não se trate de uma legislação oficial, e, portanto não pode ser exigido o comportamento acordado, nem punidas aquelas nações que o descumprirem, mundialmente quer-se acreditar que os países que a assinaram começam a ter um compromisso moral com as diretrizes lá inseridas desde já.

Scotto (2008) analisando o conceito de ecodesenvolvimento proposto por Ignacy Sachs nos diz que o ecodesenvolvimento durável ou viável é algo muito próximo de uma concepção de harmonização de objetivos sociais, ambientais e econômicos que foi retomada como preocupação central das resoluções firmadas durante a Cúpula da Terra, bem como da Agenda 21, que dela resultou.

Para se engajar no conceito de sustentabilidade, o Brasil precisa enfrentar os problemas ambientais que já podem ser considerados crônicos, tais como queimadas, poluição de água potável, falta de fontes alternativas de energia, emissão de gases poluentes, desmatamentos, hábitos consumistas, descarte indiscriminado de resíduos, ausência de saneamento básico em muitas regiões, mas também, pode apresentar alternativas concretas e viáveis o mais urgente possível.

José Henrique de Faria In: 4º. SEMINÁRIO SOBRE SUSTENTABILIDADE, novembro, Curitiba, 2009, relata que com a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento surgiu o conceito de *Sustainability*, que é uma ação em que a elaboração de um produto ou desenvolvimento de um processo não compromete a existência de suas fontes, garantindo a reprodução de seus meios.

E segue dizendo que o conceito de sustentabilidade comporta sete aspectos principais, são eles:

I. Sustentabilidade Social: melhoria da qualidade de vida da população, equidade na distribuição de renda e de diminuição das diferenças sociais, com participação e organização popular.

II. Sustentabilidade Econômica: públicos e privados, regularização do fluxo desses investimentos, compatibilidade entre padrões de produção e consumo, equilíbrio de balanço de pagamento, acesso à ciência e tecnologia.

III. Sustentabilidade Ecológica: o uso dos recursos naturais deve minimizar danos aos sistemas de sustentação da vida, redução dos resíduos tóxicos e da poluição, reciclagem de materiais e energia, conservação, tecnologias limpas e de maior eficiência e regras para uma adequada proteção ambiental.

IV. Sustentabilidade Cultural: respeito aos diferentes valores entre os povos e incentivo a processos de mudança que acolham as especificidades locais.

V. Sustentabilidade Espacial: equilíbrio entre o rural e o urbano, equilíbrio de migrações, desconcentração das metrópoles, adoção de práticas agrícolas mais inteligentes e não agressivas à saúde e ambiente, manejo sustentável das florestas e industrialização descentralizada.

VI. Sustentabilidade Política: no caso do Brasil, a evolução da democracia representativa para sistemas descentralizados e participativos, construção de espaços públicos comunitários, mais autonomia dos governos locais e descentralização da gestão de recursos.

VII. Sustentabilidade Ambiental: conservação geográfica, equilíbrio de ecossistemas, erradicação da pobreza e da exclusão, respeito aos direitos humanos e integração social. Abarca todas as dimensões anteriores através de processos complexos.

Em que pese todas as subdivisões propostas pelo autor, percebe-se que o objetivo é um só: que haja equilíbrio entre todas as áreas do planeta, para que o ser

humano possa ter chances de viver agora e que haja chance de vida e sobrevivência para as gerações futuras.

As possibilidades de aplicação dos postulados da sustentabilidade do desenvolvimento estão muito condicionadas, neste sentido, à incorporação de novos paradigmas metodológicos de planejamento de políticas públicas que respeitem a vinculação meio ambiente/desenvolvimento, tendo em vista influenciar a construção de uma nova relação homem/natureza, no processo de apropriação e utilização do meio natural. Traduzir os postulados teóricos de desenvolvimento sustentável em ferramentas efetivamente capazes de disciplinar uma intervenção do Estado no caminho da sustentabilidade é, sem dúvida, um grande desafio do momento. (STROH, 2002, p. 277-278)

Ao comprometer a renovação dos recursos naturais com a excessiva produção e destruição do meio ambiente, torna-se inviável a continuação deste ciclo vicioso baseado na economia e no consumo.

3.2.1 Sustentabilidade no contexto mundial

Fátima Portilho (2005, p. 44-45) referindo-se à Conferência de Estocolmo realizada em 1972, nos diz que “na fase de proposição e preparação da Conferência de Estocolmo tornou-se evidente a necessidade de fornecer uma perspectiva para que a ONU pudesse avaliar os problemas ambientais e fazer convergir a atenção dos governos e da opinião pública, identificando aqueles aspectos que só poderiam ser enfrentados através de acordos e cooperação internacionais. (...) Neste ambiente de preparação da conferência, houve um reforço do papel e da participação dos países menos desenvolvidos que utilizaram seu poder de voto na Assembléia Geral da ONU para assegurar duas principais perspectivas: 1) zerar o crescimento econômico naquele momento seria uma injustiça e aumentaria a iniquidade e 2) a causa da crise estava localizada principalmente nas nações mais ricas do mundo, onde se produz e consome maior parte dos recursos e energia do planeta e se causam os mais graves impactos ambientais, principalmente aqueles de âmbito global”.

É importante frisar a ambiguidade dos países do Terceiro Mundo com relação ao debate ambiente/desenvolvimento, que viam a poluição como um sinal de progresso e a preocupação ambiental como um luxo dos países ricos: havia uma forte tentação para os países pobres de concentrar toda sua energia e todos os seus recursos na solução em curto prazo desses problemas (pobreza, fome, doenças etc.) e de se preocupar com quaisquer dos problemas ambientais resultantes num estágio posterior. (PORTILHO, 2005, p. 45)

Em 1983, a Assembléia Geral da ONU criou a Comissão sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. A Comissão organizou o relatório intitulado “Nosso Futuro Comum”, denominado como o “Relatório Bruntland.” Esse relatório criou o conceito de *desenvolvimento sustentável*, que tem como meta atender às necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade de gerações futuras atenderem às próprias necessidades.

O relatório da Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) da ONU, *Nosso Futuro Comum*, publicado em 1987, sustenta que os países em desenvolvimento estão cercados por sérios problemas ambientais amplamente atribuídos aos efeitos da pobreza, crescimento populacional e iniquidade, nos termos do comércio internacional e do desenvolvimento tecnológico. Dessa forma, o relatório da ONU enfatiza claramente a chamada “poluição da pobreza”, omitindo ou aliviando a “poluição da riqueza”. (PORTILHO, 2005, p. 49)

Fazendo a análise crítica desses dois momentos de 1972 e 1983, percebe-se a mesma tirania dos países ricos ao culparem os países em desenvolvimento por suas mazelas sociais e ambientais e não assumirem a sua parcela de culpa na degradação ambiental destes países, ao imporem a exploração da miséria nos países em desenvolvimento.

Outro ponto importante a ser ressaltado é que são os países desenvolvidos os maiores depredadores do meio ambiente e os que mais resistem em assumir compromissos internacionais para minimizá-los.

Quando os países ricos fizerem o *mea culpa* pelos impactos ambientais, será perceptiva uma modificação positiva do *status quo ante*.

Ações práticas não estão sendo aplicadas e apesar de a proposta oficial de desenvolvimento sustentável representar aparentemente, avanços no pensamento mundial a respeito da crise, sua implementação, no entanto, não tem buscado soluções definitivas, como a transformação das instituições econômicas, sociais e políticas que dão sustento ao estilo desenvolvimentista vigente. (ZACARIAS, 2000, p. 17)

Zacarias (2000, p.51) cita que a Agenda XXI, ao abordar o tema “Mudança de Padrões de Consumo”, no seu capítulo IV, admite que as principais causas da deterioração do meio ambiente estão nos padrões insustentáveis de produção e consumo e nos impactos produzidos pela pobreza nos países em desenvolvimento. Reconhece que, em determinadas partes do mundo, os padrões de consumo são muito altos e que existe um amplo segmento da sociedade que não é atendido em suas necessidades básicas. Defende que a mudança dos padrões de consumo “exigirá uma estratégia multifacetada centrada na demanda, no atendimento das necessidades básicas dos pobres e na redução do desperdício e do uso de recursos finitos no processo de produção”.

Analisando a Rio92, percebe-se que a situação modificou-se mesmo que timidamente quase duas décadas depois conforme Fátima Portilho (2005).

Apesar de todos os embates travados, os documentos produzidos durante esta conferência, especialmente a Agenda 21, a Declaração do Rio e o Tratado das ONGs, começam a apontar a responsabilidade dos estilos de vida e consumo, principalmente das populações dos países do Norte, pela crise ambiental, inaugurando o segundo deslocamento discursivo que se quer enfatizar nesta análise: dos problemas ambientais causados pela produção para os problemas ambientais causados pelo consumo. (PORTILHO, 2005, p. 51)

Luiz Carlos Correa Soares nos faz lembrar como a realidade pode mudar os hábitos cotidianos das pessoas ao citar Benjamin Barber, ex-conselheiro de Bill Clinton, em entrevista publicada na revista francesa La Vie, em 30-10-2008, em que destaca:

Não há melhor maneira para mudar o hábito do que receber uma brutal lição de economia. A moral não é uma boa modeladora da História; a realidade sim. Os publicitários vão ter mais dificuldades para convencer às pessoas que comprar é a melhor coisa que elas podem fazer para si mesmas e pelo país.

Para Barber, a partir do “*way of life*” norte-americano, um estilo ideologicamente induzido e propagandeado em filmes e músicas, as sociedades modernas desenvolveram uma fantástica capacidade de consumir. Em muitos países, copiando os Estados Unidos, se consome de tudo de forma desproporcional às necessidades e à própria capacidade das pessoas e das economias nacionais e locais.

De acordo com Ignacy Sachs prefaciando José Eli da Veiga “A sustentabilidade no tempo das civilizações humanas vai depender da sua capacidade de se submeter aos preceitos de prudência ecológica e de fazer um bom uso da natureza. (SACHS, 2004, p. 10)

Para José Veiga (2005, p. 109-110), “O debate científico internacional passou recentemente a ser pautado pela hipótese ultra-otimista de que o crescimento econômico só prejudicaria o meio ambiente até um determinado patamar de riqueza aferida pela renda *per capita*. A partir dele, a tendência seria inversa, fazendo com que o crescimento passasse a melhorar a qualidade ambiental, o principal desafio para a humanidade é realizar um conjunto de sete transições interligadas para uma situação mais sustentável no século XXI”.

Em primeiro lugar, uma sustentabilidade maior, se puder ser alcançada, significaria uma estabilização da população, globalmente e na maioria das regiões. Em segundo, práticas econômicas que encorajem a cobrança de custos reais, crescimento em qualidade em vez de quantidade, e a vida a partir dos dividendos da natureza e não do seu capital. Terceiro, uma tecnologia que tenha comparativamente um baixo impacto ambiental. Quarto é preciso que a riqueza seja de alguma forma mais equitativamente distribuída, especialmente para que a extrema pobreza deixe de ser comum. Em quinto, são imprescindíveis instituições globais e transnacionais mais fortes para lidar com os problemas globais urgentes. Sexto, é fundamental um público bem mais informado sobre os desafios múltiplos e interligados do futuro e sétimo, talvez o mais importante e mais difícil de tudo, o

predomínio de atitudes que favoreçam a unidade na diversidade, isto é, cooperação e competição não violenta entre tradições culturais diferentes e nações-Estados, assim como a coexistência com os organismos que compartilham a biosfera com os seres humanos. (VEIGA, 2005, p. 168-169)

Estas informações podem ser consideradas um trabalho hercúleo para serem colocadas em prática, pois exigem esforço conjunto e preocupações humanitárias prioritárias, além da superação de conceitos pré-estabelecidos por tanto tempo e considerados imutáveis, como por exemplo, a igualdade na distribuição de riquezas e informações a todos e em relação à generalidade das coisas.

O objetivo específico da Década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável - DEDES - em relação ao meio ambiente é “consciência em relação aos recursos e a fragilidade do meio ambiente físico e aos efeitos das atividades e decisões humanas relativas ao meio ambiente, com o compromisso de se incluir as questões ambientais como elemento primordial do desenvolvimento de políticas sociais e econômicas”.

No dizer de Hill (2003, p.30) o conceito de Sustentabilidade refere-se às maneiras de se pensar o mundo e as formas de prática pessoal e social que levam a:

- indivíduos com valores éticos, autônomos e realizados;
- comunidades construídas em torno a compromissos coletivos, tolerância e igualdade;
- sistemas sociais e instituições participativas, transparentes e justas; e
- práticas ambientais que valorizam e sustentam a biodiversidade e os processos ecológicos de apoio à vida.

O programa Educação para o Desenvolvimento Sustentável deve sensibilizar os alunos a respeito da necessidade crucial de acordos internacionais e metas quantitativas de cumprimento obrigatório para limitar o prejuízo dos poluentes na atmosfera e para combater as mudanças climáticas nocivas.

É desconcertante ver que os velhos problemas continuam se repetindo e que as soluções apresentadas são simples, mas que exigem boa vontade dos cidadãos e dos políticos e isto nem sempre está disponível para a sociedade. Com isto em vista, verifica-se que mais uma vez o fracasso e porque não dizer fiasco nas

negociações internacionais sobre o meio ambiente na Conferência do Clima em Copenhague em dezembro de 2009.

Os interesses divergentes não permitem que se chegue a um denominador comum, mesmo quando o tempo está se esgotando cada vez mais rápido para que algo seja feito.

Os limites do crescimento, elaborado pelo Clube de Roma e publicado em 1972, considerava que, se as tendências de crescimento de cinco fatores – população mundial, produção agrícola, exaustão de recursos naturais, produção industrial e poluição – se mantivessem, os limites do crescimento do planeta seriam atingidos dentro de cem anos. Embora também apontassem a necessidade de limites ao crescimento populacional, o relatório enfatizava que a melhoria da situação econômica do terceiro mundo era essencial para o equilíbrio demográfico global, defendendo, entre outras coisas, que o meio ambiente não tem que arcar com os custos do desenvolvimento tecnológico e industrial. (PORTILHO, 2005, p. 43)

Neste caso, as políticas públicas deveriam suprir as necessidades da população para que não precisassem atingir o meio ambiente como única forma de sobrevivência.

Interessante observar que Fátima Portilho (2005) busca o conceito de consumo sustentável e traz o estudo de 2000 da *Oxford Commission on Sustainable Consumption (OCSCO)*.

O consumo sustentável deve suportar a habilidade das presentes e futuras gerações satisfazerem suas necessidades materiais e não-materiais, sem causar dano irreversível ao meio ambiente ou perda de função dos sistemas naturais. Todas estas tentativas de definições, por se restringirem a elaborações na esfera propositiva, têm evidente tom normativo. É possível identificar pelo menos três elementos comuns às diversas definições de consumo sustentável: 1) satisfação de necessidades humanas; 2) preocupação com as futuras gerações e 3) preocupação com a distribuição social. (PORTILHO, 2005, 136-137)

Mais uma vez percebemos que só teremos sustentabilidade se as pessoas tiverem suas necessidades básicas supridas e profundo compromisso com nossos descendentes. As questões sociais precisam ser observadas como forma de diminuir

os brutais desequilíbrios sociais, econômicos e educacionais existentes no mundo contemporâneo.

3.2.2 Sustentabilidade no contexto brasileiro

A sustentabilidade deve contemplar todos os aspectos da cidadania, com produção de forma ecológica, respeitando o meio ambiente, utilizando de forma racional a força de trabalho e evitando influências externas perniciosas.

...a proposta da sociologia do meio ambiente utilizada neste trabalho parte do conceito da insustentabilidade da civilização contemporânea, a médio e longo prazo, devido a quatro fatores principais: crescimento populacional exponencial e concentração espacial da população, depleção do suporte de recursos naturais, sistemas produtivos que utilizam tecnologias poluentes e de baixa eficiência energética e, finalmente, um sistema de valores que propicia a expansão ilimitada do consumo material. As bases consensuais do desenvolvimento sustentável se referem ao ideal de harmonizar o desenvolvimento econômico com a proteção ambiental. No campo atualmente coberto pelo desenvolvimento sustentável se incluem múltiplas dimensões de sustentabilidade de difícil articulação científica (natural, social, econômica, etc.), assim como essas dimensões se encontram permeadas por diferentes valores ético-sociais de igualmente difícil aproximação mútua. (HOGAN, 1995, p. 28-29)

Fátima Portilho citando Ribemboim (1997) nos diz que “no Brasil, foi realizado, em novembro de 1996, um *workshop* intitulado “Produção e consumo sustentáveis: padrões e políticas”, fruto de uma cooperação com a Noruega. Em janeiro de 1998, por intermédio da Secretaria Estadual do Meio Ambiente de São Paulo, o Brasil sediou o *Interregional Expert Group Meeting on Consumers Protection and Sustainability*, contando com a participação de 45 especialistas de mais de 25 países. O resultado foi a preparação de um documento com as propostas de ampliação as Diretriz de Defesa dos Consumidores (n.39/248 de 9/4/1985) da ONU, para englobar o tema consumo sustentável.

Tendo em vista o agravamento dos problemas sociais e ambientais, falta de emprego, poluição e exaurimento dos recursos naturais, e à clara ineficiência do

Estado em prover soluções eficazes para solucioná-los as entidades sociais estão passando por um processo de reorganização. É neste contexto que os empreendedores sentem a pressão para adotarem postura socialmente responsável na condução de suas organizações.

A economia também precisará reavaliar os critérios para mensurar desempenho, desenvolvimento, sucesso e rentabilidade das empresas, porque esta nova visão terá impactos profundos no âmbito da responsabilidade social empresarial.

A lucratividade de uma empresa, que é o seu alvo constante terá que ser redimensionada para parâmetros socialmente e ambientalmente sustentáveis se quiser que continue existindo atividade empresarial num futuro próximo.

Este raciocínio é o mesmo que podemos identificar na Administração Pública. Reorganização é a palavra de ordem. O modelo de lucro a qualquer custo e a inexistência de preocupação com o meio ambiente estão superadas e devem ser deixadas para trás, como exemplo daquilo que o homem não deve querer para o seu futuro.

Para Luiz Carlos Correa Soares, “poucas atividades são sustentáveis: pesca, manejo florestal, agroflorestamento, mesmo assim, se realizadas em intensidade adequada. Portanto, o conceito de desenvolvimento sustentável é relativo. Na prática, relaciona-se com a necessidade de minimizar desperdícios. Isso nos remete aos padrões de consumo. O desperdício não pode ser enfrentado apenas na produção; o consumo deve ser redefinido, revolucionado e racionalizado”.

O desenvolvimento sustentável é um processo de gerar riqueza e bem-estar, ao mesmo tempo em que promove a coesão social e impede a destruição do meio ambiente.

Neste sentido parecem objetivos tão opostos e dissociados que o esforço deverá ser redobrado para vislumbrarmos resultados positivos nesta equação proposta.

O desenvolvimento sustentável é uma necessidade presente e futura; seu alcance depende em grande parte das mudanças a serem introduzidas nas formas atuais de produção e consumo de bens. A busca de condições sustentáveis para o meio ambiente deve ser uma responsabilidade

compartilhada entre produtores, consumidores, cidadãos e organizações públicas e privadas. (SEQUINEL, 2002, p. 2)

Torna-se preocupante o descaso dos vários setores da sociedade em relação aos problemas coletivos como poluição e lixo, especialmente porque os danos e consequências também serão coletivos se esses problemas ficarem sem solução. A poluição não respeita fronteiras, atinge a todos de forma generalizada e o cuidado com o descarte do lixo já é considerado uma questão de saúde pública, já que não há mais espaço para alocá-lo, tendo como outro agravante as doenças advindas dele.

Outro questionamento que se faz necessário é como se quantificar o dano ambiental, porque a partir destas respostas o sancionamento também será mais claro e eficaz. Se o meio ambiente é um ecossistema no qual interagem harmoniosamente todas as formas de vida, o dano que atinge uma classe, direta ou indiretamente terá reflexos sobre as demais.

Esta dificuldade do *quantum* é um empecilho para a aplicação das sanções legais e para a proteção jurídica dos recursos naturais, pois o consumo é maior, os meios de produção são cada vez mais agressivos e os interesses ambientais parecem ser um entrave à atividade empresarial.

A economia dos dias de hoje com o advento da concorrência, exige das indústrias maior produtividade e o aumento da quantidade de produtos leva a outras realidades, como as infrações ambientais através de corte irregular de madeira, liberação de resíduos tóxicos das fábricas e produção de lixo sem tratamento adequado.

Neste sentido temos o pensamento de Ana Cristina Silveira (2006, p.57) para a qual a efetiva reparação de lesões ao meio ambiente, seja a reparação *in natura* ou a compensação pecuniária, passa pelo reconhecimento da complexidade e das especificidades do dano ambiental, e requer maior sensibilidade do operador do Direito Ambiental quanto a essas características, de modo a não se exercer um papel meramente simbólico na proteção do meio ambiente.

Podemos dizer que a dificuldade de quantificação do dano só é menor que a irreparabilidade do dano. Muitas vezes pode haver uma multa em dinheiro para a

empresa ou para a pessoa que causou um dano ao meio ambiente, mas existem certos tipos de lesões que são permanentes. Como exemplo, temos a extinção de algumas espécies da fauna terrestre, aquática de água doce e marinha, da flora, a fauna e o envenenamento de áreas agrícolas. São danos que não poderão ser revertidos financeiramente porque não há tempo para a natureza se restabelecer das agressões sofridas. Em curto prazo as soluções são inviáveis e muitas vezes pode não haver tempo para esperar a minimização do dano em longo prazo.

O dano seria a lesão a um bem jurídico e o dano ambiental, que se classifica como direito difuso, poderá gerar cobranças patrimoniais ou não, no âmbito da ação de responsabilidade civil.

Tocando ao dano ambiental e os meios de sua reparação, estes merecem especial atenção, justamente pela natureza do bem protegido, o qual impossibilita a adoção da teoria da equivalência na sua reparação, dada sua impossibilidade de valoração monetária. A fixação de valores para o bem ambiental caracteriza-se por um trabalho de grande dificuldade, assim como a hipótese de sua restauração *in natura*, já que por vezes o bem se torna irrecuperável tamanha é a sua degradação. (KASSMAYER, p. 240)

Em muitos casos o agressor do meio ambiente é o poluidor, como conceitua a Lei 6983/81: “poluidor é a pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, responsável, direta ou indiretamente, por atividade causadora de degradação ambiental”. Este poluidor precisa ser punido exemplarmente para que a sociedade não veja na falta de punição dos crimes ambientais o incentivo para o cometimento de novos ilícitos penais no contexto ambiental.

Precisamos tornar a humanidade menos injusta. Os desafios para a criação de modelos sustentáveis de vida humana, mais equânimes na justiça e nas benesses, não poderão ser vencidos por pessoas pensando e agindo em separado, isoladas no seu mundo acadêmico, imersas e embargadas pela rotina. O exercício interdisciplinar, evoluindo para a transdisciplinaridade, longe de uma utopia, torna-se uma grande meta, uma exigência natural para a viabilidade da espécie humana, se ela quiser continuar sua escalada evolucionária e livrar-se desse estilo de vida autoflagelador, autofágico. (DIAS, 2002, p. 209)

É imprescindível para resultados positivos em relação à proteção do meio ambiente, ações conjuntas e ordenadas envolvendo o maior número possível de setores da sociedade. O entrelaçamento dessas ações ambientalmente corretas vão resultar em proteção efetiva dos recursos naturais.

3.2.3 Limitação dos Recursos Naturais

Contextualizando a dicotomia homem *versus* meio ambiente, Genebaldo Dias (2002) nos traz importantes reflexões sobre o comportamento do homem.

O resultado da ação dos seres humanos sobre o ambiente natural nas últimas décadas tem demonstrado que nossa *espécie* vive uma crise de percepção. Age como se não dependesse dos sistemas que asseguram a vida no planeta, como se pudesse dispensar os serviços ecossistêmicos e fosse a última geração sobre a Terra. As suas atividades produzem todos os tipos de agressões ao ambiente natural, causando desestabilização ecossistêmica e ameaçando até mesmo os próprios recursos vitais para sua sobrevivência, a exemplo dos recursos hídricos. (DIAS, 2002, p. 52)

A respeito do processo de regeneração dos recursos naturais, segundo Leonard (1992, p.16) “as cicatrizes claramente visíveis deixadas pela destruição de recursos de floresta, solo e água em todo o mundo em desenvolvimento assinalam tanto o desperdício extremo de produtividade econômica já perdida quanto à redução do potencial produtivo desses recursos no futuro”.

A sociedade da atualidade é uma sociedade de massas onde há demasiada produção em série e a busca constante por novos mercados consumidores para distribuição de produtos e serviços. O consumismo, a produção excessiva e a consequente produção de resíduos são determinantes para o agravamento de inúmeros problemas ambientais no mundo atual, dentre eles o exaurimento e a contaminação dos recursos naturais.

Apontando para mais fatores, José Eli da Veiga (2005, p. 138) conclui que o crescimento da população e da produção não deve levar a humanidade a ultrapassar a capacidade de regeneração dos recursos e de absorção dos dejetos.

No que se referem às dimensões ecológicas e ambientais, os objetivos de sustentabilidade formam um verdadeiro tripé: 1) preservação do potencial da natureza para a produção de recursos renováveis; 2) limitação do uso de recursos não renováveis; 3) respeito e realce para a capacidade de autodepuração dos ecossistemas naturais. (VEIGA, 2000, p. 171)

O grande problema é a inviabilidade da aplicação destes objetivos se não houver negociação coletiva.

O conceito de desenvolvimento sustentável tem alimentado muitas propostas que apontam para novos mecanismos de mercado como solução para condicionar a produção à capacidade de suporte dos recursos naturais. O desenvolvimento sustentável só poderá converter-se em proposta séria à medida que seja possível distinguir seus conteúdos concretos, seus significados ecológicos, ambientais, demográficos e culturais, sociais, políticos e institucionais. Na perspectiva da competição, a ecologia e a economia de mercado são vistas como esferas compatíveis, estando na segunda os meios para resolver os problemas relacionados à primeira: a melhor solução para combater a escassez de recursos naturais é através de mecanismos de mercado, fundamentalmente através do preço. (SCOTTO, 2008, p. 48)

Mais uma vez tenta-se provar academicamente que não há incompatibilidade entre meio ambiente e economia e que a solução de seus problemas está umbilicalmente ligada à cooperação mútua.

Sobre a limitação dos recursos naturais Fátima Portilho (2005, p. 27) nos alerta dizendo que “o ambiente natural está sofrendo uma exploração excessiva que ameaça a estabilidade dos seus sistemas de sustentação (exaustão de recursos naturais renováveis e não-renováveis, desfiguração do solo, perda de florestas, poluição da água e do ar, perda de biodiversidade, mudanças climáticas etc.”

O alemão Fritz Schumacher, por exemplo, reconhecido como *guru* do movimento ambientalista após a publicação do famoso *Small is beautiful* em 1974, afirmou nesta obra que nós não podemos mais continuar produzindo

e consumindo em proporções sempre crescentes, uma vez que nosso planeta finito é nosso maior capital. (PORTILHO, 2005, p. 47)

Interessante observar o alerta de Fátima Portilho que muitas questões relacionadas ao esgotamento de recursos naturais se aplicam, de fato, mais ao nível organizacional do que de consumo individual, já que a compra de produtos e serviços pelas organizações é um significativo aspecto do impacto ambiental do consumo.

Sobre as alterações ambientais globais, Genebaldo Dias (2002) é categórico ao afirmar que embora os fenômenos naturais tenham um papel importante nessas mudanças, a fonte primária dessa dinâmica tem sido precipitada pelas interações do ser humano com a biosfera. Tais influências, produzidas de modo inadvertido ou propositado, criaram e criarão mudanças globais dramáticas que alterarão a existência humana por muito tempo.

Nossa preocupação constante com o consumo realizado pela Administração Pública pode ser o início de uma nova política pública de consumo consciente, que pode ditar regras para ter a diminuição do impacto ambiental decorrente de seu próprio consumo.

Soares (2009, p.9) diz que “o excesso de consumismo – o hiperconsumismo – tem contribuído fortemente para o aumento da exploração dos recursos naturais em proporções preocupantes em termos de capacidade de recuperação planetária dos recursos exauridos por uma devastação sem paralelo em qualquer outra época da História.”

Seguindo o mesmo raciocínio, Fabiane Bessa (2006, p.119) afirma que talvez a capacidade de recuperação da natureza seja inesgotável. Mas certamente o “tempo” de recuperação da natureza não é o mesmo “tempo” de adaptação dos seres que a habitam. De modo que os danos causados pelo homem à natureza podem ser reversíveis... e, ainda assim, significar a inviabilidade de formas de vida hoje existentes”.

Sobre a escassez de recursos minerais, Luiz Carlos Soares (2009, p.11-12) nos traz um trecho do jornalista Washington Novaes intitulado “E se não houver metais suficientes?”, publicado no jornal O Estado de São Paulo de 27-07-2007.

“Em maio último, a revista *New Scientis* publicou estudo impressionante, mostrando que em pouco tempo se esgotarão as reservas conhecidas de vários minérios mais utilizados no mundo, inclusive em setores estratégicos. E se os países “em desenvolvimento” atingirem 50% do nível de consumo dos Estados Unidos, a situação poderá ser dramática para muitas tecnologias hoje em uso, como a dos telefones celulares, dos chips de computadores, dos bulbos fluorescentes, catalisadores de veículos – e até mesmo as células de combustível, consideradas como uma das grandes esperanças para reduzir a emissão de poluentes por veículos. Parece claro, entretanto, que não haverá como estender a todo o mundo o padrão de consumo desses recursos hoje vigente nos Estados Unidos, na Europa, no Japão. Como já foi observado em relatórios como Planeta Vivo 2006 (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), o consumo no mundo já está mais de 20% além da capacidade de reposição da biosfera terrestre. E, como mostrou o biólogo Edward Wilson, se o produto bruto mundial crescesse 3,5% ao ano até 2050, chegaria a quase US\$160 trilhões anuais – mas não há recursos nem serviços naturais capazes de sustentar esse crescimento”. (SOARES, 2009, p.11-12)

Cada vez mais se confirmam as informações de que as pessoas, empresas e administração pública não podem mais consumir nos padrões atuais, porque o planeta não suportará tal pressão.

3.2.4 Equilíbrio entre economia, consumo e meio ambiente

Muito do que se vê de destruição do meio ambiente no mundo de hoje gera reflexos bem concretos em nós que se apresentam na diminuição da qualidade de vida, escassez de recursos naturais, racionamentos, enchentes, assoreamento dos rios, desmoronamentos de encostas. E por trás de tudo isto está o modo capitalista com que concebemos a economia.

Com o grande desenvolvimento da mídia, do *marketing* e do *design*, é possível a criação de necessidades artificiais de consumo que escravizam o cidadão a partir da invenção de uma cultura de consumismo agregada com outras lacunas existenciais do ser humano. Mas o consumo não vai supri-las, somente vai gerar outras necessidades imediatamente posteriores.

O capitalismo é impensável sem riscos e, assim, busca internalizá-los de uma maneira contínua. Como resultado, obtém-se um processo de racionalização que se vê sobrepassado pelos seus próprios efeitos, quais sejam pela impossibilidade de previsão dos riscos imponderáveis do esquema cognitivo utilizado para diagnosticá-los. (FLORIANI, 2004)

Em análise ao pensamento de Karl Marx, em *O Capital*, o autor defende o socialismo para que houvesse a diminuição das desigualdades entre as classes sociais. Em sua obra apregoava que o capitalismo ruiria diante das suas próprias contradições e antagonismos internos e para ele os problemas do capitalismo não eram somente relacionados aos valores econômicos, existia principalmente o impedimento para que as pessoas de classes menos favorecidas pudessem desenvolver seus potenciais emocionais e intelectuais.

A crença de que uma economia ideal, planejada seria a solução de todos os males demonstrou-se frágil diante dos anseios empreendedores dos seres humanos que continuamente querem alargar seus limites e destacarem-se cada vez mais dos seus pares.

Tanto é verdade que podemos comprovar diante da queda dos últimos redutos socialistas que não resistiram às pressões do mercado, aos anseios de consumo e às novidades tecnológicas características das economias capitalistas.

José Eli da Veiga (2005) nos traz a informação tão pertinente de que “Em 1867, no primeiro prefácio de *O capital*, Marx advertia que o país mais desenvolvido mostra aos que o seguem a imagem de seu próprio futuro.”

Muito do que se quer consumir ou que se consome no mundo de hoje são ideias e produtos que chegam até nós através de campanhas publicitárias e que concedem às coisas um valor que na realidade elas não têm, como substitutos de vazios existenciais que não conseguimos suprir de outra forma, então colocamos objetos no lugar.

De acordo com Santos (2007, p.129) “a situação contemporânea revela, entre outras coisas, três tendências: uma produção acelerada e artificial de necessidades; uma incorporação limitada de modos de vida ditos racionais e uma produção ilimitada de carência e escassez”.

A tendência atual é de que haja um retorno a valores antes esquecidos ou deixados de lado, que haja uma humanização do consumo e que o Estado cumpra seu papel de regulador de relações tão delicadas.

Se de um lado, estão os valores essenciais do homem, que são atemporais como a liberdade, a dignidade, a felicidade; de outro lado surgem os valores contemporâneos, decorrentes do modo capitalista da vida em sociedade.

Os altos padrões de produção e consumo vem sendo reconhecidos como uma das principais causas dos problemas ambientais do planeta. A corrente crítica, formada por pensadores e atores vinculados aos movimentos sociais não-governamentais, fora da lógica do mercado, marcado pelo consumo e pela produção crescente, que esvaziam e contaminam os recursos naturais. (ZACARIAS, 2000, p. 19)

A Agenda 21 recomenda para o enfrentamento da questão do consumismo e da contaminação dos recursos naturais, solução seria dar ênfase na mudança comportamental na forma de consumir e produzir. Quanto à nova forma de consumir, propõem que os governos devem estimular grupos de consumidores, indivíduos e famílias através de "(...) oferta de informações sobre as conseqüências das opções e comportamentos de consumo, de modo a estimular a demanda e o uso de produtos ambientalmente saudáveis. (Agenda 21, cap.4, item 4.22)

De acordo com a Conferência do Rio quanto ao consumo, postula que este deve ser diminuído de acordo com a capacidade regenerativa da Terra e esta transição deve ser realizada dentro de algumas décadas, a fim de evitar danos irreversíveis à vida no planeta. Recomenda, ainda, uma postura hierárquica diante do consumo: primeiro, reduzi-lo; segundo, reaproveitar e, por último, reciclar os produtos.

Em suas páginas 51 e 52, o documento propõe ainda a reestruturação do sistema econômico e recomenda que, em relação à produção, as mercadorias devem ser produzidas de maneira que tenham longa durabilidade, alta eficiência e que possam ser consertadas com facilidade, não devendo ser mantidos a produção e o consumo de produtos obsoletos.

Não podemos negar o importante papel das mídias na produção de significados sociais, códigos culturais e desejos, mas também destacamos que há um processo de negociação constante sendo operado pelos consumidores a partir das mensagens que os interpelam. O consumo passa a ser concebido com uma maior complexidade, pois deixa de ser visto como uma simples apropriação de mercadorias, ao incluir entre estas as mercadorias culturais: os bens simbólicos. O consumo serve para pensar, no sentido de possibilitar uma ordenação daquilo que desejamos. (SCOTTO, 2008, p. 71-72)

Nem sempre o que desejamos é o que realmente queremos, porque somos constantemente influenciados a desejar algo que a indústria quer vender, até mesmo aquilo que é para nós inacessível.

O consumo se tornou uma atividade de lazer e completa, assim, o nível e o estilo de consumo se tornam a principal fonte de identidade cultural e de participação na vida coletiva, além de caminhos privilegiados para a análise e compreensão da sociedade contemporâneas. Torna-se tão importante focalizar a proeminência da “cultura” de consumo e não simplesmente considerá-la um fenômeno derivado da produção. (PORTILHO, 2005, p. 27-28)

Fátima Portilho (2005) nos diz que a noção de uma “Sociedade de Consumo” vai além da ideia trivial de que todos os membros dessa sociedade consomem, uma vez que todos os seres humanos e todas as criaturas vivas consomem e sempre consumirão.

Na sociedade industrial a amálgama dos cidadãos era o posto de trabalho, mas no atual estágio da sociedade moderna, tem-se cada vez menos necessidade de mão-de-obra industrial em massa e de exércitos recrutados. Em vez disso, a sociedade precisa engajar seus membros na condição de consumidores, com o dever, a capacidade e a vontade de desempenhar esse papel. O consumo passa a ser encarado, mais do que um direito ou um prazer, como um dever do cidadão. (PORTILHO, 2005, p. 74)

Adota-se a suposição plausível de que a chamada Sociedade de Consumo pode ser descrita como um novo tipo de capitalismo (o de consumo, hipercapitalismo etc.), um novo tipo de industrialização (sociedade de informação, pós-industrial etc.), um novo tipo de modernidade (alta-modernidade, modernidade reflexiva, pós-modernidade etc.) e, ainda um novo tipo de cultura (cultura de consumo, cultura pós-moderna etc.). (...) Assim, a Sociedade de Consumo pode ser definido a partir não só das diferenças na maneira como as pessoas satisfazem suas necessidades, mas também nas diferenças nos sonhos, esperanças e aspirações. A Sociedade de Consumo não está relacionada somente à satisfação de

necessidades, mas, sobretudo às formas através das quais nós vemos o mundo e nossa posição dentro dele, medindo o progresso da nossa trajetória de vida. (PORTILHO, 2005, p. 75-76)

Stahel (2001, p. 107) nos ensina que a eficiência produtiva, mesmo que às custas de uma ineficiência ambiental (as externalidades negativas para os economistas), é uma necessidade de sobrevivência no quadro de um capitalismo de mercado.

Dimas Floriani (2004) nos remete às contradições do capitalismo para entendermos estas incongruências da atualidade.

As contradições provenientes do capitalismo referem-se ao enfraquecimento das estruturas políticas nacionais; aprofundamento das desigualdades entre países ricos e pobres; as sociedades do trabalho definham, agravando a situação dos sistemas de proteção social; os agentes econômicos, defensores do globalismo, reforçam os esquemas de sociedades com menos trabalhos, mais concentração de renda, menos impostos e conseqüentemente mais Estado débeis; agravamento das condições socioambientais. (FLORIANI, 2004, p. 78)

Caron e Sequinel (2002, p.5) nos alertam que “Muito do que se consome não é essencial para a sobrevivência do homem ou para o seu conforto básico. Decorre do impulso, da novidade e do desejo momentâneo. Porém há um alto preço embutido nesta equação, que todos, natureza e gerações futuras estão condenados a pagar. Este é o paradigma que deve ser transformado.”

Muitos doutrinadores estão propondo o consumo verde para diminuir os impactos ambientais da produção e consumo sobre os recursos naturais, mas dois fatores são empecilhos para a popularização desse tipo de consumo: o alto custo deles e a conseqüente restrição de consumo para a grande parcela da população que faz suas escolhas de consumo baseadas no fator preço.

Para trazer a ideia de consumo verde e ambientalismo público, Fátima Portilho nos afirma que:

... a proposta de consumo verde surgiu a partir da conjunção de três fatores, inter-relacionados: a) o advento, a partir da década de 70, do ambientalismo público; b) a ambientalização do setor empresarial, a partir da década de 80,

e c) a emergência, a partir da década de 90, da preocupação com o impacto ambiental de estilos de vida e consumo das sociedades afluentes. Por ambientalismo público podemos definir, como Buttel e Larson (1980), preferências públicas pela qualidade ambiental e simpatia por grupos ambientalistas e seus objetivos. (PORTILHO, 2005, p. 111)

O consumidor verde na lição de Fátima Portilho (2005, p. 114) “foi amplamente definido como aquele que, além da variável qualidade/preço, inclui, em seu “poder de escolha”, a variável ambiental, preferindo produtos que não agredam, ou são percebidos como não agredindo o meio ambiente”.

No Brasil, o consumo verde concentrou-se mais na divulgação de programas de educação ambiental envolvendo a reciclagem do lixo e redução de desperdício e na introdução de produtos “verdes” nas prateleiras dos supermercados. Contudo, o interesse pelas compras “verdes” tem sido limitado pelos altos preços associados a elas. A perspectiva do consumo verde deixa à margem aspectos como a redução do consumo, o descarte e a obsolescência planejada, enfatizando a reciclagem, o uso de tecnologias limpas, a redução do desperdício e o incremento de um mercado verde. Se é possível dizer “eu sou um consumidor verde”, com relação ao consumo sustentável não se poderá dizer o mesmo; pois a idéia de consumo sustentável não se resume à mudanças no comportamento individual. Também não se limita às mudanças no design de produtos ou na forma de prestação de um serviço para atender um novo nicho de mercado. (SEQUINEL, 2002, p. 6-7)

3.3 INTERESSES ECONÔMICOS E MEIO AMBIENTE

De acordo com José Eli Veiga (2005) “Num mundo de terríveis desigualdades, é um absurdo pretender que os ricos precisem se tornar ainda mais ricos para permitir que os necessitados se tornem um pouco menos necessitados. Faz-se urgente, portanto, a reaproximação entre ética, economia e política, na linha proposta por Amartya Sen (1999)”.

O mesmo José Eli Veiga (2005) completa dizendo que Ignacy Sachs está cada vez mais convicto que o desenvolvimento pode permitir que cada indivíduo

revele suas capacidades, seus talentos e sua imaginação na busca da auto-realização e da felicidade.

Na concepção de Sen e de Mahbud, só há desenvolvimento quando os benefícios do crescimento servem à ampliação das capacidades humanas, entendidas como o conjunto das coisas que as pessoas podem ser, ou fazer, na vida. E são quatro as mais elementares: ter uma vida longa e saudável, ser instruído, ter acesso aos recursos necessários a um nível de vida digno e ser capaz de participar da vida da comunidade. Na ausência destas quatro, estarão indisponíveis todas as outras possíveis escolhas. E muitas oportunidades na vida permanecerão inacessíveis. Além disso, há um fundamental pré-requisito que precisa ser explicitado: as pessoas têm que ser livres para que suas escolhas possam ser exercidas, para que garantam seus direitos e se envolvam nas decisões que afetarão suas vidas. (VEIGA, 2005, p.85)

Por esta análise holística das necessidades do ser humano é correto dizer que o homem precisa de cuidado em todas as áreas de sua vida para sentir que suas expectativas foram alcançadas.

A internacionalização das relações comerciais já é uma realidade no mundo de hoje e gera reflexos nas relações trabalhistas e sindicais e nas atividades lucrativas das organizações. Para Fábio Nusdeo:

À medida que esta tendência se generaliza e passa a abarcar um grande número de nações, ela ganha o nome de globalização, para significar que os critérios de eficiência na produção, na comercialização, nos investimentos, em toda a economia, enfim, são fixados em nível mundial e não mais nacional ou local. As empresas se transnacionalizaram, perdendo amarras ou vínculos com países ou com o país de onde se originaram. (NUSDEO, 2001, p. 328)

Por isso é tão comum as lideranças de grandes empresas estarem estabelecidas nos Estados Unidos e outros países considerados desenvolvidos e quem efetivamente faz o trabalho braçal ou de execução encontrarem-se na Índia e em outros países superpopulosos da Ásia.

Hoje o computador permite que a parte técnica receba soluções cada vez melhores. É importante perceber-se o que significa substituir o funcionamento pessoal do mercado de capitais por decisões deliberadas. Significa em última análise, dar aos recursos o uso mais econômico, ou seja, o mais eficiente. Para isto é necessário efetivamente ter-se

conhecimento do uso alternativo dos recursos e o recurso básico, que é o trabalho humano, é de uma adaptabilidade fantástica. (SINGER, 2000, p. 177)

Comungando da mesma opinião em 1958, Celso Furtado em seu célebre livro “Formação Econômica do Brasil”, tentando prever o futuro da economia, destaca a necessidade de integração para se atingir o objetivo de crescimento econômico, e provavelmente ele nem imaginava aonde a tecnologia poderia nos levar.

O processo de integração econômica dos próximos decênios, se por um lado exigirá a ruptura de formas arcaicas de aproveitamento de recursos de certas regiões, por outro requererá uma visão de conjunto do aproveitamento de recursos e fatores no país. (FURTADO, 2005, p. 251)

Neste caso, se a administração de uma empresa está em um país desenvolvido e a mão-de-obra é executada num país em desenvolvimento, esta fragmentação da cadeia produtiva tira o peso da responsabilidade da empresa com aqueles que não estão vendo serem explorados.

Construir um estilo alternativo de desenvolvimento sustentável requer, para Leef (1993), a construção de uma racionalidade ambiental nos processos produtivos, sociais e culturais. Esta construção é um processo político e social que passa pelo confronto de interesses opostos, pela reorientação de práticas de consumo, por uma nova lógica de produção, por novos padrões tecnológicos. Esta racionalidade não vai ser expressão de uma lógica de mercado, mas resultante de um conjunto de normas, interesses, valores, significações e ações que não se dão de fora das leis da natureza e da sociedade, mas que apenas a imitam. (ZACARIAS, 2000, p. 18)

Interessante o comentário da mesma autora quando nos alerta sobre a expansão dos descartáveis ao dizer que “a cultura do descartável vem minando cada vez mais a durabilidade”.

A pergunta pela sustentabilidade é uma indagação, antes de tudo, sobre modos de existência, formas de vida (humanas e não-humanas), relações sociais. Sem dúvida, a busca da sustentabilidade socioambiental estaria muito limitada se vislumbrada a partir, somente, de uma racionalidade

tecnológica e de uma globalização focada simplesmente no mercado. (SCOTTO, 2008, p. 91)

Seria simplificar demais dizer que os problemas ambientais são culpa exclusiva do mercado, já que estamos diante de uma teia de acontecimentos tão complexa, pois as ações econômicas das empresas refletem nas escolhas de consumo, na circulação de riquezas, no acúmulo de resíduos pós-consumo, em postos de trabalho, subsistência da comunidade do entorno, dentre outras.

Néstor García Canclini (1999, p.44/45) raciocina criticamente em relação à vitimização que se faz do papel do consumidor. Para ele o mercado submeteu a política às regras do comércio e da publicidade e nesta época globalizada, sentimos que pertencemos, que fazemos parte de redes sociais, ou seja, ocupando-nos do consumo. Para vincular o consumo com a cidadania, e vice-versa, é preciso desconstruir as concepções que julgam os comportamentos dos consumidores predominantemente irracionais e as que somente veem os cidadãos atuando em função da racionalidade dos princípios ideológicos.

Podemos analisar que neste mesmo sentido Fátima Portilho (2005, p. 92) nos diz que “as análises marxistas tendem a deixar fora da discussão os significados sociais e simbólicos das práticas de consumo. Isto tende a deixar o marxismo ortodoxo aberto a críticas por construir os trabalhadores como vítimas passivas.”

... o campo do consumo, e da Sociedade de Consumo, é multifacetado, contraditório e ambíguo. Trata-se de um fenômeno, ao mesmo tempo, econômico e cultural, que pode simultaneamente empoderar e explorar os consumidores. (PORTILHO, 2005, p. 92)

Não consideraria o comportamento do consumidor irracional e alienado, mas grandemente massificado por informações vindas da mídia, despertando nele desejos antes inexistentes. E neste sentido é que reside o poder de escolha do consumidor, que só se tornaria realidade em face de informações de qualidade e senso crítico sobre “pacotes fechados” que lhes são entregues diuturnamente nas propagandas.

A construção de novos padrões de produção e consumo sustentáveis em níveis globais é urgente e complexa, porém viável. Requer educação ambiental, compromisso social, políticas públicas e inovações sustentáveis num mercado que ainda seleciona produtos e processos industriais com base na lucratividade influenciada pela demanda, em detrimento de critérios ambientais. (SEQUINEL, 2002, p. 5)

O ato de empreender depende necessariamente da utilização de recursos naturais (bens de uso comum do povo), implica a livre disposição de “recursos” humanos (pessoas) e produz, junto com os bens e serviços de consumo geral, resultados materiais sob a forma de gases, dejetos, compostos químicos etc., de modo que as conseqüências do livre agir da pessoa jurídica esbarram no livre agir, na propriedade e nos direitos alheios, não só vistos individualmente, mas, muitas vezes, alcançando dimensões supra-individuais. (BESSA, 2006, p. 127)

Já nos alertava Amartya Sen (2000, p.169) sobre os rumos que os mercados estão tomando e a necessidade cada vez mais urgente de ações de responsabilidade social para equilíbrio das forças.

O mecanismo de mercado, que desperta paixões favoráveis ou contrárias, é um sistema básico pelo qual as pessoas podem interagir e dedicar-se a atividades mutuamente vantajosas. Por essa perspectiva, é difícil pensar que um crítico razoável poderia ser contra o mecanismo de mercado em si. (...) O mecanismo de mercado obteve grande êxito em condições nas quais as oportunidades por ele oferecidas puderam ser razoavelmente compartilhadas. Para possibilitar isso, a provisão de educação básica, a assistência médica elementar, a disponibilidade de recursos (como a terra) que podem ser cruciais para algumas atividades econômicas (como a agricultura) pedem políticas públicas apropriadas (envolvendo educação, serviços de saúde, reforma agrária etc.). Mesmo quando é suprema a necessidade de uma “reforma econômica” para dar mais espaço aos mercados, essas facilidades desvinculadas do mercado requerem uma ação pública cuidadosa e resoluta. (SEN, 2000, p.169)

A preservação do meio ambiente (em sentido *lato*) no entender de Spareberger (2006, p.18) “constitui, assim, ao lado do combate à fome, à mortalidade e à prostituição infantil, etc., um dos vieses do direito à vida. E mais: o direito a um meio ambiente sadio configura-se como próprio corolário do direito à vida”.

Outra preocupação que se faz presente é com a escassez dos recursos naturais que obrigatoriamente vão precisar do desenvolvimento de novas tecnologias para o futuro e uso racional dos recursos disponíveis no presente.

A questão ambiental nos dias de hoje não pode ficar dissociada dos rumos da economia, pois a própria sustentabilidade empresarial, o desenvolvimento da atividade empresarial está intimamente ligado à preservação dos recursos existentes e da sua utilização com critérios racionais e investimento cada vez maior em pesquisas e fontes alternativas de energia e de matérias-primas.

O incentivo às práticas sustentáveis deve ser amplamente difundido e financiado, já que podemos perceber que a natureza ou a falta dela e de tudo que advém dela talvez seja o grande fator limitador da expansão do capitalismo na atualidade.

A convivência harmônica entre meio ambiente e economia são compatíveis e que o equilíbrio entre eles pode ser alcançado com educação, informação, boa vontade política e racionalidade no uso dos recursos naturais.

O Direito e a economia, mais uma vez, deverão estar prontos para rever conceitos, modernizarem-se, enfrentar dilemas, fazer escolhas sensatas e sensíveis para tentarmos alcançar um mundo com menos exclusões e mais oportunidades, onde o direito econômico seja uma ponte entre extremos que nos parecem intransponível. Que a flexibilidade possa ser aplicada e torne os opositores amigáveis, evitando-se as posições unilaterais e egoístas.

Podemos pensar que pelo menos idealmente é plausível haver compatibilidade e cooperação nos pensamentos e atitudes para alcançarmos um bem maior para o maior número de pessoas possíveis.

4 O PAPEL DO ESTADO E A POLÍTICA PÚBLICA DE CONSUMO SUSTENTÁVEL

O mundo atual está mergulhado num eterno conflito de interesses e direitos que se apresentam diariamente no universo jurídico. O estado democrático de direito não se consolida na inércia e na concordância passiva da sociedade, ao contrário para demonstrar-se vivo, precisa do conflito, das tensões sociais e dos seus dilemas característicos para mostrar sua existência.

Esta constante ebulição interna e necessidade de constantes mudanças e adaptação às realidades que se apresentam demonstram que o direito precisa acompanhar as evoluções históricas, morais, comportamentais e tecnológicas da sociedade que rege. O dinamismo do direito demonstra sua capacidade de ser sempre atualizável e flexível aos ditames da sociedade.

As novidades tecnológicas dão ao direito contemporâneo uma extensa gama de novos direitos, surgidos de relações que a tempos atrás eram inimagináveis, mas que hoje acontecem e precisam ser reguladas pela lei e enfrentadas pelos doutrinadores, legisladores e julgadores.

A sociedade vai apresentar seus problemas e esperar do Estado uma resposta, indiferente aos problemas internos referentes às lacunas normativas que houver no ordenamento jurídico.

Sendo os recursos naturais cada vez mais escassos é imperativo que as ações públicas e privadas sejam uníssonas no sentido de integrar os setores educacionais e veículos de informação para conscientização de um cidadão que se envolve com causas sociais e tendo consciência dos seus direitos e de seus deveres transforma-se também em um agente disseminador de informações e de políticas de caráter universal.

Tanto se fala em desenvolvimento sustentável, mas quais seriam então suas reais implicações no contexto nacional e mundial, no que concerne ao meio ambiente?

A sustentabilidade deve contemplar todos os aspectos da cidadania, com produção de forma ecológica, respeitando o meio ambiente, utilizando de forma racional a força de trabalho e evitando influências externas perniciosas.

Quando se pensa em um direito que alcança a sociedade (direta ou indiretamente), como são os direitos difusos e que, ainda assim, pode ser eficientemente tutelado, percebe-se o quanto é complicado a proteção jurídica do meio ambiente, devido à sua amplitude.

Está no imaginário coletivo, por meio da cultura adquirida, que aquilo que pertence a todos pode ser usado como convir a cada um individualmente, não havendo a preocupação de cuidado de prevenção, de manutenção, de manejo sustentável, de preservação para se garantir qualidade de vida a todos os cidadãos, bem como que fique tal legado para as futuras gerações.

Em relação ao uso do meio ambiente, por ser tão importante para todos é que deve haver conscientização por parte da coletividade, portanto, precisa ser protegido e preservado, sendo que as condutas lesivas a este patrimônio devem ser exemplarmente punidas para desencorajar os maus intencionados através de uma legislação rigorosa.

Com o aumento da população e o desenvolvimento econômico, observa-se o maior consumo dos recursos naturais, que muitas vezes não são renováveis. Mais uma vez se torna importante colocar em discussão a necessidade de desenvolvimento de novas tecnologias para a reciclagem, um melhor aproveitamento dos recursos hídricos e energéticos, com o aperfeiçoamento de meios alternativos de fontes de energia e o combate ao desperdício e à degradação ambiental.

Quando se fala na importância das medidas preventivas se quer enfatizar que a má qualidade da água vai gerar além de doenças parasitárias, inúmeras outras doenças infecto-contagiosas. Observa-se a relação entre a má qualidade do ar e doenças respiratórias; é assustador ver o resultado da poluição. Sem falar na relação direta entre a falta de saneamento básico e a mortalidade infantil. Portanto a educação e a conscientização ambiental são urgentes.

A humanidade está inserida em um contexto global no qual todas as pessoas serão frontalmente atingidas pelas consequências de sua omissão nos dias de hoje em relação aos cuidados com o meio ambiente.

A Constituição Federal Brasileira, em seu artigo 20 e incisos colocou os recursos hídricos como bens da União, o que nos leva a refletir sobre o grau de importância destes recursos e o artigo 225 vem confirmar a intenção do legislador, consagrando a proteção a uma generalidade de recursos naturais e a efetividade deste cuidado deve-se mostrar em ações práticas de educação ambiental, preparação de contingente para fiscalizar estas áreas tão extensas e efetividade das sanções cabíveis nos casos de danos ambientais.

A Constituição Federal de 1988 tem uma lei especial para a proteção dos oceanos, que dispõe sobre o mar territorial brasileiro, zona contígua, zona econômica exclusiva e a plataforma continental brasileiras.

Esta preocupação ambiental deve ser extensiva às regulações de pesca, exploração petrolífera e aos recursos marinhos que têm potencial farmacológico e cosmético ainda desconhecido, ou seja, inexplorados, sem falar nos recursos botânicos que estão sendo explorados sem restrições.

Muitos países passam por crises de abastecimento de água por não terem tido preocupação com estes recursos no momento oportuno ou mesmo por não cogitarem que esta riqueza natural é limitada.

Mesmo nos dias de hoje, onde se procura difundir cada vez mais as preocupações com o meio ambiente, muitos governos ainda resistem em adotar medidas para melhorar a qualidade do meio ambiente e da água, bem como incentivar o transporte a partir de fontes de energias alternativas mais limpas e renováveis.

Cabe ao consumidor responsável preservar o meio ambiente e exigir que os governos tenham projetos e políticas públicas para o tratamento de esgoto, preservação dos mananciais e especialmente consumindo produtos elaborados por empresas com responsabilidade socioambiental e que tenham o mínimo de impacto ambiental.

A preocupação com o direito ambiental não pode ser apenas disciplina dos bancos acadêmicos ou teses inacessíveis. É uma discussão que diz respeito a todas as pessoas e as suas gerações vindouras.

Não se deve divagar a respeito do problema ambiental de forma apenas a chamar a atenção das pessoas para um problema tão sério, pois isto não terá nenhuma validade se as ações efetivas de prevenção e as penalidades previstas em lei para o dano ambiental não forem aplicadas exemplarmente. Firma-se a importância da proteção jurídica dos recursos naturais para que continuem existindo vida no planeta Terra.

Medidas urgentes se fazem necessárias. Como atitude inicial, se deve paralisar a cadeia destrutiva atual, viabilizando novas técnicas de reciclagem, de recuperação ambiental e coibindo o dano ambiental por meio da aplicabilidade da legislação ambiental.

Observa-se também que a população tem informações precárias quanto ao consumo sustentável ou atitudes pessoais que podem ser adotadas para diminuir a degradação ambiental, como por exemplo: reciclagem de lixo, diminuição do consumo de água e luz através da redução do tempo de banho, fechamento da torneira durante a escovação dental, dentre outros. Tal consciência só vai surgir quando houver investimento em educação ambiental.

As discussões teóricas para as soluções práticas e a esperança de que a responsabilidade social praticada por cidadãos possa dar vida longa ao nosso planeta e cumprir verdadeiramente o preceito constitucional, está descrito no *caput* do art. 225 da CF/88 *in verbis*:

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. (CONSTITUIÇÃO FEDERAL BRASILEIRA)

E o legislador foi além, preocupou-se também com a educação ambiental em seu inciso VI, assim: “*promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente*”.

Karin Kässmayer (2005, p.230) nos adverte que ao se aferir a todos o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, elevando-o ao *status* de bem do uso comum do povo, se enfatiza sua dimensão difusa, por atingir a toda uma coletividade independentemente de sua condição política ou jurídica. Inúmeros outros direitos coletivos e difusos foram erigidos a direitos fundamentais, significando, pois, um direito plural, dado que o povo é o detentor de sua titularidade, não sendo bem público, porém difuso.

Contudo, não basta apenas existir a Constituição e leis avançadas para a proteção do consumidor, sem a efetiva sensibilização ambiental, posto que a necessidade crescente do “ter” gera consequências graves no “ser”, já que o consumo desenfreado promove o excesso de detritos sólidos que degradam o ambiente muitas vezes de forma irreversível.

Silveira (2006, p.47) nos ensina sobre o papel do Direito Ambiental ao dizer que coube a este a tarefa de estabelecer as normas que desencorajam condutas consideradas nocivas ao meio ambiente, bem como criar estímulos ao desenvolvimento de atividades que visem à melhoria das condições socioambientais e qualidade de vida do homem, de estabelecer mecanismos para a sanção das condutas comissivas e omissivas e ainda, promover a responsabilização dos agentes infratores da lei.

O Direito Ambiental passou de um direito de danos, preocupado em reparar o que nem sempre é reparável ou mesmo quantificável para um direito de riscos, que busca evitar a degradação do ambiente. (SILVEIRA, 2006, p. 51)

Para Karin Kässmayer (2005, p.237) o meio ambiente passou a ser objeto legal, tornando-se um bem jurídico, passível de valoração legal, objeto de relações jurídicas, usufruível por todos. Assevera que “ao proclamar o meio ambiente como ‘bem de uso comum do povo’, reconheceu-lhe a natureza de ‘direito público subjetivo’, vale dizer, exigível e exercitável em face do próprio Estado, que tem, também, a missão de protegê-lo”.

Carvalho (2002, p. 261) corrobora este pensamento ao dizer que o dever do ente público envolve primeiro a esfera preventiva com campanhas de educação e de esclarecimento.

Com a esfera de recuperação de danos até então provocados e, em um terceiro momento, quando necessário através do Ministério Público, com a responsabilização dos agentes causadores do prejuízo ao meio ambiente a, concomitantemente, à sociedade presente e futura. (CARVALHO, 2002, p. 249)

Com a Agenda 21 criada na reunião das Nações Unidas Rio 92, passou a ser discutido e divulgado o conceito de *consumo sustentável*, que é na realidade a mudança no padrão de consumo, onde deve ser observado não apenas a satisfação pessoal gerada pela aquisição de um produto, mas principalmente a consequência desta compra no ambiente. Assim, é pensar também nas gerações futuras, pois é certo que se a geração atual souber usar os recursos naturais que são fontes da produção visando ao mercado de consumo, não faltará para as gerações vindouras.

Desta forma, resta claro que a fúria consumerista não tem limites, quanto mais se tem mais se quer. Contudo, os recursos naturais para a exploração de matéria-prima são limitados e logo se esgotarão. Necessário se faz então a prática do consumo sustentável para a sobrevivência das gerações futuras. (BOREGGIO NETO, 2006, p.56)

O Estado tem o poder de ditar regras internas, fazer leis e aplicá-las e punir quem descumpri-las além do dever principal de dar condições para o cidadão ter acesso à informação sobre suas escolhas de consumo e as consequências dela decorrentes.

4.1 PROGRAMAS PÚBLICOS DE INCENTIVO À RECICLAGEM

Existe a necessidade da conscientização sobre reciclagem e reaproveitamento de materiais e separação de lixos de acordo com sua

classificação: esta prática deve ser utilizada de maneira cada vez mais automática, que exista a informação e depois a utilização desses recursos de maneira a facilitar a reciclagem.

Segundo o economista paulista Sabetaí Calderoni, autor do livro *Os bilhões perdidos no lixo* (2003, p. 281), o Brasil joga fora 5,8 bilhões de reais, por ano, por não reciclar o seu lixo urbano (ou seja, cada brasileiro joga fora 16 dólares, todo ano). E Genebaldo Dias (2002, p.147) nos informa que dos cinco milhares de municípios brasileiros, apenas duas centenas praticam algum tipo de coleta seletiva.

Os governos, tanto no nível nacional quanto sub-nacional, devem priorizar um conjunto de ações que na sua complexidade e interdependência avancem em direção à estruturação de um repertório de políticas públicas que adotem tecnologias limpas, promovam campanhas de conscientização sobre os fatores que provocam a insustentabilidade ambiental, estimulem atividades não poluidoras e efetivem a implementação de políticas socioambientais urbanas, com ênfase no transporte público, coleta seletiva, estímulo à reciclagem e redução do desperdício nas atividades públicas e privadas. (SEQUINEL,2002, p. 8)

Dicas de medidas socioambientais que ajudam a natureza e as cidades sugeridas pelo WWF-Brasil publicadas no jornal “*O Globo Online*” de 09/04/2009 diz que entre elas estão principalmente as relacionadas à reutilização e à reciclagem.

Usar algo o máximo possível evita o desperdício e o acúmulo de lixo. A organização não governamental WWF- Brasil sugere separar o lixo e mandá-lo para a reciclagem. Separando o lixo, há geração de lixo para os catadores e oportuniza a reciclagem de materiais. Outra medida relacionada ao lixo refere-se ao descarte dos resíduos em local adequado, pois deixá-los na rua além da poluição gerada, pode entupir bueiros e assorear rios, causando estragos à cidade na época de chuva.

Os consumidores deveriam dar preferência aos produtos fabricados com materiais reciclados, pois assim, estará sendo reduzido o uso de matéria-prima, gastando menos energia e ajudando o planeta.

Outro ponto a ser destacado, direciona-se ao incentivo do uso de materiais duráveis como louça, alertando que os descartáveis geram lixo e demoram a se decompor.

É impressionante como atitudes tão simples podem ser significativas no contexto global e facilmente implementadas no setor público também.

A população deve ser sensibilizada sobre as consequências de seus atos de consumo e sobre as falhas no seu papel de cidadão, como é o caso das cheias decorrentes do entupimento de bueiros por causa do lixo descartado de forma imprópria, que castiga a própria população. Ter atitudes positivas como cidadão também requer aprendizado da sociedade.

Para Rachel Zacarias (2002, p. 51-53), a “Pedagogia dos Três R’s” é uma forma interessante de repensarmos nossos padrões de consumo, também sendo esta reconhecida internacionalmente.

Consiste em ensinar para os cidadãos a necessidade de **reduzirmos** a quantidade de lixo produzida pelo consumo e o desperdício. Pretende ensinar a população a fazer a **reutilização** dos objetos para finalidades diversas da inicial e estimular a doação de objetos que não estão sendo usados em determinado ambiente, mas que podem ter úteis para outras pessoas. A **reciclagem** é o último “R” e seria aplicado na separação do lixo.

REDUZIR: tem o papel preventivo, pois postula a redução do consumo e do desperdício. Propõe que o cidadão deva aprender a reduzir o consumo e a quantidade de lixo produzida, entendendo que a redução não implica padrão de vida menos agradável. Menos consumo e menos lixo gerado implicará uma estrutura de coleta menor e uma redução de custos, além de se constituir como fator decisivo na preservação dos recursos ambientais. Dos três erres, reduzir é a tarefa mais difícil de ser realizada, pois vai exigir um alto grau de consciência.

REUTILIZAR: propõe a reutilização dos mesmos objetos, como escrever dos dois lados da folha, usar embalagens retornáveis, reaproveitar as embalagens descartáveis para outros fins, restaurar e consertar em vez de jogar fora, doar materiais que podem servir a outras pessoas, entre outros. Esta forma de lidar com os objetos é uma das que sofre maior preconceito, pois, no Brasil, reaproveitar está associado à pobreza, a dificuldades financeiras ou, então, à avareza. A preocupação com a preservação ambiental vem recolocar o reaproveitamento, como diz Langenbach (1997, p.158), “em sua verdadeira dimensão, pois este pode se dar de

múltiplas formas: através do repasse, da troca, vislumbrando novos usos e finalidades, transformando visualmente os objetos”.

RECICLAR: forma a terceira base do tripé, sendo a alternativa quando não é mais possível reduzir e nem reutilizar. Podemos contribuir para a reciclagem, separando lixo, participando da coleta seletiva.

Os entes da administração pública devem ter um papel mais efetivo no controle do uso e descarte de materiais de almoxarifado para que o uso seja racional e que haja compra somente quando necessária, priorizando as empresas “amigas do meio ambiente” já previamente certificadas, como, por exemplo, comprando materiais de escritório como lápis e papel se forem manufaturados a partir de madeira de reflorestamento.

O Estado deve inspirar nos cidadãos o hábito na utilização de materiais e embalagens biodegradáveis no seu dia a dia, seja em suas casas ou no trabalho. Outra medida muito importante que se almeja é o prolongamento da existência dos recursos naturais, o uso racional da energia elétrica nas estações de trabalho e prioridade das fontes alternativas de energia, seja nas que já estão disponíveis, seja no investimento de novas tecnologias consideradas mais limpas.

Podem-se diminuir os impactos ambientais do consumo por meio do incentivo à redução do uso de recursos hídricos, com medidas internas de reutilização de água e campanhas para evitar o desperdício e os gastos desnecessários de água dentro da Administração Pública. Além do incremento do transporte coletivo aos cidadãos em geral que induza à diminuição do uso individual do automóvel, até com incentivos financeiros neste sentido para tentar impedir o aumento absurdo de poluentes.

Não se pode também deixar de mencionar as campanhas internas anti-tabagismo e as campanhas escolares neste sentido, uma vez que representa a não poluição do ar em ambientes fechados, prejudicando menos a saúde e a vida das pessoas.

Diz-se, assim, que o meio ambiente não pode ser tutelado somente quando houver o dano efetivo, existe a necessidade de se pensar em meios prioritariamente preventivos, para evitar que o dano ambiental ocorra, porque as consequências de certas catástrofes ambientais muitas vezes são irreparáveis. Mesmo havendo muitas

e punição legal o dano às futuras gerações e à qualidade de vida da geração atual já foi comprometido.

Verifica-se que o tema da sustentabilidade é extremamente relevante quando falamos em consumo, desenvolvimento econômico, resíduos e manejo dos recursos naturais. A sociedade está mudando sua mentalidade antropocêntrica e valorizando o papel da natureza para sua perpetuação como espécie no tempo em condições racionais e equilibradas de sobrevivência.

4.2 CONSCIENTIZAÇÃO PARA EVITAR OS DESPERDÍCIOS DE MATERIAIS E ALIMENTOS NO SETOR PÚBLICO

O Estado deve incentivar e controlar as taxas de desperdícios alimentares nos refeitórios e nas cozinhas industriais, bem como dos materiais de almoxarifado.

O desperdício de alimentos no Brasil é alarmante. Quando consideramos a carência de muitas regiões, torna-se humanamente aviltante jogar tanto alimento no lixo como vemos reiteradamente nos noticiários. Conscientizar a população e os colaboradores de pequenos gestos de prevenção de desperdícios tem resultados altamente positivos para a sociedade.

Rachel Zacarias (2000) nos apresenta as causas do problema do lixo, considerando como principal, o desperdício: a raiz deste problema está no modelo de desenvolvimento dominante que se sustenta nos altos padrões de produção e consumo, cuja lógica traz embutida a cultura do desperdício que perpassa todas as classes sociais.

... uma família de quatro pessoas desperdiçando 100 gramas de alimentos a cada refeição. Imaginando que elas vivem até os 70 anos, somente essa família terá jogado fora 31 toneladas de comida durante esse tempo. Essa quantidade seria suficiente para alimentar 17 (dezessete) crianças por dez anos. (...) Digamos que um cidadão escove os dentes com a torneira aberta. Assim, em vez de gastar apenas 2 litros de água, vai usar 14 litros, enquanto 12 litros de água limpa e tratada entram literalmente pelo cano. Se 4 milhões de cidadãos que fazem a mesma coisa resolvessem escovar os dentes com a torneira fechada, a água economizada em um dia seria

suficiente para abastecer, nesse dia, uma cidade como Goiânia, em Goiás, com 1 milhão de habitantes. (ZACARIAS, 2000, p. 47)

Os materiais de escritório, tais como papel, clipes, canetas, lápis dentre outros, também precisam ser usados de forma racional e consciente. Quando o colaborador ou funcionário não se sente responsável pelo bem público não terá pudores de desperdiçar o patrimônio público, mas quando ele é informado e entende que o mau uso do material terá consequências ambientais e econômicas, pode mudar a sua atitude e influenciar outros a fazerem o mesmo.

4.3 USO RACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS E ELÉTRICOS NAS REPARTIÇÕES PÚBLICAS

As condições favoráveis do meio ambiente estão diretamente relacionadas com as questões de saúde pública. Se percebermos que a qualidade da água, as condições do ar e o saneamento básico estão intimamente ligados à saúde da população talvez possamos querer e exigir a proteção jurídica do meio ambiente.

O uso racional da energia elétrica nas estações de trabalho e prioridade das fontes alternativas de energia que sejam mais limpas, mas com a mesma eficiência. Nas repartições públicas poderíamos ter a economia de energia elétrica se fosse incentivado o desligamento dos equipamentos elétricos e eletrônicos, bem como das lâmpadas nos horários de almoço e no término do expediente.

Os funcionários precisam aprender que o dinheiro público poderia ser melhor aplicado se houvesse economia destes recursos que são utilizados de forma inadequada.

A Administração Pública Municipal, Estadual e Federal deveria dar algum tipo específico de incentivo à queda do uso de recursos hídricos, com medidas opcionais de reutilização e corte de gastos desnecessários, pois o papel do Poder Público é essencial para que sendo o exemplo, haja o incentivo dos demais setores da

sociedade, que farão o uso racional da água, que se torna cada vez mais escassa e poluída.

Campanhas educativas direcionadas aos cidadãos são de suma importância para se ter sucesso nesta área. A linguagem deve ser adequada ao público que se pretende atingir e ao mesmo tempo ser realista e impactante em relação ao futuro se medidas não forem tomadas urgentemente.

4.4 SELO PÚBLICO PARA “EMPRESA AMIGA DO MEIO AMBIENTE” QUE VAI CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

A tecnologia é um instrumento que pode ser utilizado de forma a viabilizar a criação de *softwares*, programas destinados ao uso no computador, que através de um banco de dados previamente alimentado, informe os fornecedores “Amigos do Meio Ambiente”, as empresas que tenham esta certificação, ou seja, consomem conscientemente em suas instalações junto a preocupações socioambientais e posicionamentos ecologicamente corretos.

O selo público para a empresa “Amiga do Meio Ambiente” seria o reconhecimento oficial por parte da Administração Pública de que a empresa contribui para a gestão ambiental sustentável. Este selo nos moldes propostos ainda não existe no Brasil.

O que foi verificado é que algumas prefeituras propõem que empresas apresentem projetos ambientais com o intuito de premiação pública e exposição dos projetos em locais públicos, dando visibilidade às empresas vencedoras. Outras prefeituras apóiam projetos empresariais relativos somente à responsabilidade social, mais direcionada ao bem estar de seus colaboradores e da comunidade do entorno da empresa, mas não abrangem ações de responsabilidade ambiental.

A proposta é que as empresas apresentem documentos nos órgãos públicos, que comprovem a sua condição de cumpridora da legislação ambiental e de boas práticas ambientais. E que todas estas informações sejam lançadas num banco de dados e que sejam atualizadas periodicamente.

Não se trata somente de cumprir a legislação ambiental e apresentar certidões negativas ou positivas aos órgãos públicos, isto também é necessário, mas além do cumprimento da legislação, elencar as empresas que se diferenciam ao fazer em suas atividades empreendedoras, ações inovadoras, complementares em relação à responsabilidade socioambiental. Quanto maior o número de ações socioambientais utilizadas na empresa, melhor posicionada ela deve estar neste banco de dados e prioridade deve ter nas contratações pela Administração Pública.

A tecnologia pode ser muito útil para a implantação de sistemas que ajudem o Estado a tomar as melhores decisões de consumo quando estiver no papel de consumidor.

O aperfeiçoamento e a sofisticação das relações de consumo, ora em um mercado mundial de livre-comércio, livre circulação de bens e serviços, impulsionados pela evolução tecnológica da comunicação e informática, modificaram sensivelmente a vida em sociedade, que então por demais dinâmica, impõe a revisão de muitos conceitos clássicos do Direito. (EFING, 2005, p. 85)

Não se pode esquecer que o lucro continua sendo a engrenagem que move a indústria e o comércio, portanto se estes setores perceberem possibilidades de maiores ganhos junto à Administração Pública se tiverem responsabilidade socioambiental, com certeza teremos fornecedores mais engajados na busca por novas alternativas para tornar suas empresas ambientalmente corretas.

Em 1996, em pesquisa realizada pela PAEP (Pesquisa de Atividade Econômica Paulista), apesar de não mencionarem dados relativos ao consumo verde como mecanismo de pressão da indústria, as conclusões deste estudo são úteis para fortalecer a argumentação sobre a importância da regulação estatal, em um Estado eficiente e com alto índice de confiança por parte da população. (PORTILHO, 2005, p. 121)

Não se percebe impedimentos de que o Estado venha por estabelecer regras para que um banco de dados seja montado e que possa ser consultado na hora de licitações com o Poder Público. Se no edital já houver as exigências ambientais, as

empresas vão se adequar às novas regras, porque têm interesse em continuar na parceria.

Uma medida que já está sendo aplicada na esfera federal é em relação à liberação de créditos bancários efetuados pelo Banco do Brasil. Estes só são possíveis para as empresas que comprovem que não têm pendências ambientais contra si, ou seja, que não existem multas ambientais para esta. Desta forma as empresas que querem fazer empréstimos para fomento da sua atividade empresarial deverão ter responsabilidade socioambiental.

A Administração Pública pode ter responsabilidade socioambiental se fixar normas de contratação com ela mesma, tendo por objetivo o respeito integral ao meio ambiente e utilizar o Direito como instrumental como uma das maneiras de agilizar este processo.

No dizer de Silveira (2006, p. 38) o papel do Direito é “lembrar a existência de limites” e, com relação à reparação do dano ambiental, a urgência dessa imposição de linhas de conduta e limites se impõe, porque os resultados desastrosos da apropriação e transformação da natureza pelo homem são conhecidos.

4.5 DESTINAÇÃO ADEQUADA DE RESÍDUOS (PÓS-CONSUMO)

No entender de Ana Luiza Piva (2008, p.6), o homem é uma espécie singular, que interage com o meio ambiente de forma diferenciada e que, no decorrer dos anos, vem, notoriamente, causando desequilíbrio aos ecossistemas terrestres.

A mesma autora alerta que a velocidade de intervenção do ser humano na natureza não respeita os limites ambientais globais, inclusive em relação à capacidade do planeta de absorver os resíduos sólidos produzidos.

À medida que a informação está disponível, a população começa a perceber com maior clareza as suas responsabilidades quanto à geração de resíduos sólidos. Começa a perceber que a responsabilidade não é apenas de quem coleta e trata seus resíduos. (DE CONTO, p. 66)

Figueiredo (1995, p.124) demonstra preocupação em relação ao aumento mundial dos resíduos pós-consumo ao revelar que o aumento observado na geração de resíduos, além de inviabilizar economicamente a adoção de técnicas de aterragem, vem se apresentando como um problema ainda não equacionado nos Estados Unidos.

Genebaldo Dias (2002, p.146-147) nos traz também dados alarmantes sobre o crescimento da geração de resíduos sólidos urbanos:

O exemplo mais contundente de aumento da geração de resíduos urbanos vem da China. O país mais populoso da Terra vem experimentando um crescimento econômico de 9% ao ano nas duas últimas décadas. Sem compromissos com o controle ambiental, transformou-se no lugar mais poluído do globo. Suas cidades estão imersas em atmosferas densamente poluídas, seus rios recebem esgotos domésticos e industriais sem qualquer tratamento, bebe-se água contaminada (60% da população) e o lixo é acumulado na periferia das cidades, formando montanhas inacreditáveis, ou simplesmente é atirado nos rios. (DIAS, 2002, p. 146/147)

O Estado deve incentivar e fiscalizar a diminuição de poluentes, bem como tratamento dos mesmos antes de serem devolvidos ao meio ambiente: a empresa tem que ter preocupação e responsabilidade com todos os resíduos que produz, com a qualidade do ar e da água que são devolvidos ao meio ambiente. A Administração Pública pode, no papel de consumidora, contratar somente com empresas que utilizem filtros de ar e que tratem a água utilizada na produção para devolvê-la ao meio ambiente.

O papel do direito e sua integração com os problemas socioambientais, inclusive como interventor para o bem da sociedade, é muito claro para Ana Luiza Piva (2008), quando declara que o direito se relaciona com os fatores econômicos e ambientais, portanto é importante discutir a efetividade das práticas de regulação jurídica da atividade econômica e a necessidade de intervenção do Estado nas relações privadas a fim de promover a proteção do meio ambiente, mais especificamente, evitar os danos provocados pela destinação inadequada dos resíduos sólidos.

Suzana Maria De Conto (p. 70) nos traz entrevista realizada pela revista Bio (BIO, 2003, p.37) feita com Fritjof Capra ao analisar a sustentabilidade: “Uma das principais características dos sistemas sustentáveis é o fato de não gerarem resíduos. O que é resíduo para um segmento é matéria-prima para outro, como acontece na natureza, que tem seu próprio sistema de depuração.”

Atualmente existe uma grande preocupação com o destino adequado de resíduos tóxicos que precisam de tratamento especial e locais adequados para serem depositados. Os pesquisadores apontam também com possibilidade de reutilização de alguns tipos de resíduos, que através da aplicação da tecnologia podem ser reciclados e reutilizados.

O lixo tecnológico precisa ter programas urgentes de recuperação dos resíduos decorrentes de aparelhos eletrônicos obsoletos. Esta medida deve ser atribuída às próprias empresas fabricantes junto a Administração Pública como canal facilitador, como por exemplo, a disponibilização nos prédios públicos de postos de coleta de equipamentos eletrônicos descartados que periodicamente serão recolhidos pelos fabricantes.

O bem público deve ser priorizado e a informação de como fazer esta coleta e a opção da reciclagem desses bens são de interesse da população, que muitas vezes quer agir de maneira ambientalmente correta, mas não encontra o suporte que necessita para tal, tendo em vista a dificuldade que o cidadão encontra para fazer a doação ou se desfazer de celulares, computadores e outros aparelhos eletrônicos que não utiliza mais.

O jornal O Estado do Paraná de 20-07-2008 divulgou no caderno de Ciência e Tecnologia uma pesquisa realizada em 13 países, promovida pela empresa finlandesa Nokia. Concluiu que apenas 3% das pessoas destinam seus aparelhos para reciclagem. No Brasil, a média é ainda mais baixa: 2%. O costume da maioria das pessoas é mesmo guardar em casa os telefones que não usam mais. Ainda: de cada quatro pesquisados, três nem pensam em reciclar os aparelhos, e metade nem sabia sobre esta possibilidade. O objetivo da pesquisa era ajudar a empresa em saber mais sobre o comportamento do consumidor quando o assunto é reciclagem. Com base nos resultados, a empresa pretende intensificar seus programas de reciclagem de aparelhos usados.

Outra medida para a destinação adequada dos resíduos pós-consumo seria a diminuição na produção de lixo residencial e industrial ou a diminuição do volume de lixo produzido *per capita*.

Em muitos países europeus o custo da embalagem do lixo para descarte leva a soluções criativas de diminuir o volume do lixo. As indústrias devem absorver esta tendência mundial e reduzirem o volume das embalagens e a quantidade desnecessária de embalagens que envolvem o mesmo produto. Se para nós consumidores o que importa é o conteúdo do produto, poderíamos ter maior incentivo aos refis dos produtos de higiene e limpeza que utilizamos em nossas casas, além de termos embalagens únicas e mais compactas.

São inúmeras as vezes que como consumidores nos sentimos ludibriados ao abrirmos uma bela embalagem e ela ser infinitamente maior e até mesmo desproporcional ao produto contido nela. E tantas outras vezes que temos que desembalar o produto de várias embalagens que o encobrem. Tudo isto gera aumento do custo do produto e mais impacto ambiental.

Os dados nos dão a exata dimensão de como a conscientização de ações para a cidadania podem fazer diferença na sociedade, com o alerta de Genebaldo Freire Dias (2002, p.147) sobre o fenômeno do aumento de consumo no Brasil, que segundo a Unilivre (1997), a geração de lixo (1995-1996) em Belo Horizonte e Belém cresceu 20%, em Curitiba 27%, em São Paulo, 12%. O Brasil chega a produzir 240 mil toneladas de resíduos sólidos por dia, 75% deles depositados inadequadamente em lixões.

Outra alternativa é a utilização de materiais e embalagens biodegradáveis: esta ação daria futuro promissor para os aterros sanitários que estão no seu limite. A tecnologia deve trabalhar a favor do meio ambiente. As sacolas oxi-biodegradáveis já nos direcionam no sentido de que isto é viável e possível.

Já temos informações de que a reciclagem pode direcionar um novo rumo a muitas famílias e que o suporte do Estado é fundamental para a continuidade de projetos como o artesanato feito de sucata realizado no sistema penitenciário de Piraquara. Para os detentos existe a devolução do sentido de cidadania e com o trabalho sentem-se produtivos e úteis e talvez este seja o principal objetivo a ser alcançado pelo Estado enquanto agente ressocializador.

A responsabilidade pós-consumo tem por objetivo comprometer os fabricantes com a responsabilidade pelo ciclo global de vida dos seus produtos. E complementa o raciocínio ao dizer que os fabricantes são responsáveis pelo destino final ambientalmente correto dos produtos/mercadorias mesmo após o uso pelo consumidor. Essas colocações estão respaldadas pela Política Nacional do Meio Ambiente, o que significa dizer que todos nós (governantes e sociedade civil) temos o compromisso de nos informar e cobrar condutas gerenciais sobre o destino dos produtos que descartamos diariamente e que comumente chamamos resíduos sólidos. (DIAS, 2002, p. 73)

A destinação artística e artesanal do resíduo pós-consumo é de vital importância para o mercado da reciclagem que está em franca expansão e que pode ser de grande auxílio para diminuição do volume dos lixões e aterros sanitários que operam na sua capacidade máxima.

4.6 PROGRAMAS DE DIMINUIÇÃO DA POLUIÇÃO DA ÁGUA, DO AR E DO SOLO

O Instituto Akatu nos traz um dado alarmante referindo-se à falta de água no Brasil. A falta de água de boa qualidade provoca diversos males. Entre 1995 e 2000, só no Brasil, ocorreram 700 (setecentos) mil internações hospitalares por doenças relacionadas à falta de água e de saneamento básico.

Portanto, quando se fecha a torneira para escovar os dentes, ao se ensaboar no banho e ao lavar a louça, você está praticando um ato de consumo consciente, um ato que terá um impacto positivo sobre a sociedade porque ajudará a preservar água para os outros; será benéfico para a economia porque adiará a necessidade de novos investimentos no setor; causará bons resultados sobre a natureza porque não estará pressionando as nascentes; e haverá reflexos para o próprio consumidor, que vai economizar na conta de água.

Outro ponto a considerar é que, se a água for usada em quantidade maior do que a realmente necessária, talvez as fontes usadas já não consigam atender a demanda. Se isso acontecer, as autoridades terão de buscar água mais longe, o que

provavelmente vai encarecer o custo e dificultar o acesso a ela pelas populações de mais baixa renda.

Muitos projetos e campanhas realizadas pelos órgãos públicos no sentido de conscientização para o consumo e cuidados com o meio ambiente são necessários, além de termos que considerar que ações bem sucedidas da iniciativa privada para estas questões podem ser adaptadas e implantadas no universo da Administração Pública.

O incentivo feito pelo Poder Público para escolhas consumeristas ambientalmente corretas através de propagandas estatais poderia incentivar que os consumidores escolhessem os produtos “verdes”, (que são mais caros) ou que decidisse andar de ônibus ao invés do carro que é bem mais poluente. Esta diminuição do poder aquisitivo e do conforto pessoal nos dois exemplos demanda exercício da conscientização socioambiental.

Aqui o Poder Público, mais uma vez, pode contribuir ao incrementar o transporte coletivo aos funcionários que induza à diminuição do uso individual do automóvel: a poluição do ar pelos combustíveis especialmente os fósseis tem sido fator de graves problemas para a saúde pública, o incentivo corporativo no sentido de diminuir a circulação do número crescente de automóveis seria uma alternativa para diminuição da poluição.

Outra medida essencial da Administração Pública é o treinamento, a conscientização e a fiscalização dos colaboradores que ficam com automóveis governamentais para uso em serviço. A economia de combustível e a racionalidade logística na hora do abastecimento, ao fazer rotas e circular pela cidade pode significar um benefício muito grande para o patrimônio público em termos financeiros e para o meio ambiente com a diminuição da poluição advinda da queima de combustíveis.

No último século os humanos queimaram um volume tão grande de combustível fóssil e abateram tantas florestas que, literalmente, mudamos a composição da atmosfera do planeta e, com isso, a harmonia energética – o clima. As atitudes humanas não têm consequências isoladas, o efeito estufa é a prova disso. (KERRY, 2008, p. 168)

Outra medida a ser aplicada são as campanhas internas anti-tabagismo: o cigarro é responsável por um ônus muito grande para o Estado no tocante à saúde pública. O encargo social deste vício atinge toda a sociedade e o Poder Público deve investir maciçamente em medidas preventivas tanto para os servidores públicos como campanhas preventivas direcionadas à sociedade em geral e algo específico para os jovens que estão muito vulneráveis a novas experiências e acabam sendo o público alvo que mais cresce como fumantes nos últimos tempos.

Exemplo concreto da ação do poder público é a recente Lei Municipal 13.254 de 19 de agosto de 2009, que “Dispõe sobre as restrições ao uso de produtos fumígenos no Município de Curitiba” e que demonstra claramente a ação do Estado ao dizer em seu Artigo 1º: “É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos, ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em todos os recintos de uso coletivo, público ou privado, independente de sua natureza ou razão jurídica, assim considerados, entre outros: IX – os ambientes de trabalho, independentes de sua natureza, comercial, de serviço ou industrial e de manufatura, público ou privado, incluindo repartições públicas, salas de escritórios e similares.

A Teoria dos Jogos proposta por Raul Marinho em seu livro de mesmo nome nos traz reflexões muito profundas sobre a natureza humana e as armadilhas emocionais que os seres humanos criam para si mesmos. Ele informa sobre o instinto humano de preservar a si próprio, mesmo que outros sejam prejudicados.

Em outro momento alerta que o indivíduo imagina o pior dos outros e não tendo comunicação com os demais, pensa que todos vão agir tentando tirar vantagem dele e se antecipa nas ações policamente incorretas, prejudicando os que estão ao seu redor. Se trouxermos este raciocínio para as questões ambientais verificamos que muitas pessoas jogam lixo nas ruas e rios, que desperdiçam recursos naturais e poluem desregradamente porque imaginam que se “todos” fazem isto, porquê eu não deveria fazer? Ignoram elas que neste caso o grande perdedor é o meio ambiente e a vida que depende dele.

É como se alguém dissesse para si mesmo, por que eu deveria me preocupar com o meio ambiente, com a escassez de água e outros recursos naturais, em diminuir o volume de lixo, em consumir produtos de empresas ambientalmente

responsáveis, em abrir mão do conforto do automóvel e andar de transporte coletivo se os outros não estão fazendo a sua parte?

Enquanto o indivíduo ficar ensimesmado não terá soluções coletivas para problemas globais.

4.7 O PAPEL DA EDUCAÇÃO NO CONSUMO CONSCIENTE

A educação nos bancos escolares é objeto de análise a partir do pressuposto de que o aluno que recebe uma informação e a aprende e apreende dentro de si, poderá ser um disseminador de ações efetivas em seu ambiente doméstico e comunitário.

A educação ambiental não é algo assim tão novo. Ela efetivou-se como uma preocupação no âmbito da educação há mais ou menos duas décadas. A emergência da crise ambiental como uma preocupação específica da educação, foi precedida de certa ecologização das sociedades. Essa ecologização começou no momento em que o meio ambiente deixou de ser um assunto exclusivo de amantes da natureza e se tornou um assunto da sociedade civil mais ampla. (GRÜN,1996, p.15)

O investimento em campanhas preventivas e educativas deve fazer parte dos projetos da Administração Pública, pois elas já influenciaram e criaram resultados positivos através das mudanças de comportamento da população e levaram a atitudes ambientalmente corretas e sólidas que refletem positivamente no consumo consciente e na preservação do meio ambiente como regra.

Para o professor Genebaldo Freire Dias, (2002, p. 15) a culpa da situação crítica em que os encontramos hoje é da população urbana, pois essa gerações foram preparadas por um sistema educacional que as faz ignorar as consequências ambientais dos seus atos e objetiva torná-las consumidoras úteis e perseguidoras obsessivas de bens materiais. Imersas em uma luta cotidiana cada vez mais cheia de compromissos, não percebem como estão incluídas na trama global de

insustentabilidade. Vivendo sob tais condições, não reconhecem que dependem de uma base ecológica de sustentação da vida.

A educação é um instrumento importante na sensibilização das pessoas para novos valores, habilidades e capacidades para a sustentabilidade; enfim, na construção de uma racionalidade ambiental. Assim, não se trata apenas de educar para a ecologia ou fornecer aos educandos um conjunto de informações ambientais, e sim sensibilizar para a construção de uma consciência crítica, pautada na participação e na responsabilidade social. E continua “a partir de um enfoque crítico, a Educação Ambiental poderá contribuir para a formação de cidadãos conscientes, aptos para se decidirem a atuar na realidade socioambiental de um modo comprometido com a vida, com o bem-estar de cada um e da sociedade local global. (ZACARIAS, 2000, p.33-34)

Ao analisar as necessidades de mudanças na educação a partir dos moldes atuais, é necessário considerar certas características da sociedade contemporânea, dentre elas podemos destacar: excesso de consumo; substituição dos valores do “ser” pelo “ter”; ausência de senso crítico diante das situações que resultam da imposição da sociedade da informação.

Em dezembro de 2002, a Assembléia Geral das Nações Unidas adotou a resolução nº 57/254 na qual proclama a Década das Nações Unidas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável, cuja duração será de 2005 a 2014. A UNESCO foi escolhida para liderar a Década e elaborar um plano internacional de implementação. Este documento, que a esta missão, é o resultado de amplas consultas com as agências das Nações Unidas, governos nacionais, organizações da sociedade civil, ONGs e especialistas. (DEDS, 2005, p. 23)

No documento final do Plano Internacional de Implementação da “Década das Nações Unidas da Educação para o Desenvolvimento Sustentável 2005-2014” (DEDS, 2005, p.17) - Programa da ONU que pretende trazer comportamentos sustentáveis investindo em todos os aspectos da aprendizagem - assegura-se a importância da educação para termos desenvolvimento sustentável ao dizer que seus fundamentos conceituais, repercussões socioeconômicas e incidência no meio ambiente e na cultura afetam todos os aspectos da vida. O objetivo global da Década é integrar os valores inerentes ao desenvolvimento sustentável em todos os

aspectos da aprendizagem, com o intuito de mudanças de comportamento que permitam criar uma sociedade sustentável e mais justa para todos. Isto é traduzido em cinco objetivos:

1. valorizar o papel fundamental que a educação e a aprendizagem desempenham na busca comum do desenvolvimento sustentável;
2. facilitar os contatos, a criação de redes, o intercâmbio e a interação entre as partes envolvidas no programa Educação para o Desenvolvimento Sustentável – EDS;
3. fornecer o espaço e as oportunidades para aperfeiçoar e promover o conceito de desenvolvimento sustentável e a transição a ele – por meio de todas as formas de aprendizagem e de sensibilização dos cidadãos;
4. fomentar a melhoria da qualidade do ensino e da aprendizagem no âmbito da educação para o desenvolvimento sustentável;
5. desenvolver estratégias em todos os níveis, visando fortalecer a capacidade no que se refere à EDS.

Interessante observar que alerta que todos somos partes interessadas na educação para o desenvolvimento sustentável. Todos sentirão as consequências do êxito ou do fracasso e se influencia o programa Educação para o Desenvolvimento Sustentável com o comportamento pessoal quer seja favorável ou desfavorável.

E completa dizendo “necessita-se uma educação transformadora: uma educação que contribua a tornar realidade às mudanças fundamentais exigidas pelos desafios da sustentabilidade”. As atitudes de ordem prática do papel da educação neste contexto são:

- A educação deve inspirar a crença de que cada um de nós tem o poder e a responsabilidade de introduzir mudanças positivas em escala global.
- A educação é o principal agente de transformação para o desenvolvimento sustentável, aumentando a capacidade das pessoas de transformarem sua visão de sociedade em realidade.
- A educação incentiva os valores, comportamento e estilos de vida necessários para um futuro sustentável.

- A educação para o desenvolvimento sustentável é um processo em que se aprende a tomar decisões que levem em consideração o futuro em longo prazo de igualdade, economia e ecologia de todas as comunidades.
- A educação fortalece a capacidade de reflexão orientada para o futuro.

O desafio proposto para a educação ambiental é compor uma concepção crítica que aponte para a descoberta conjunta de como promover qualidade de vida para as pessoas e ao mesmo tempo preservar os recursos naturais. Essa concepção não é apenas uma posição ingênua de respeito à natureza, mas está apta a intervir na atual crise de valores a partir do meio ambiente. Ela propõe a formulação de novos valores na construção de sociedades sustentáveis, que ultrapassam o campo único da economia e envolve sustentabilidade social, ambiental, política e, principalmente ética. Nesse processo de formação de uma nova consciência voltada para a preservação do planeta, é essencial educar o consumidor para a prática de novos hábitos de consumo, uma vez que grande parte dos problemas ambientais presentes são frutos dos padrões de consumo determinados pela economia de mercado, através da publicidade e dos meios de comunicação de massa, impondo um estilo de vida insustentável e inalcançável para a maioria da população mundial. (SEQUINEL, 2002, p. 11-12)

A doutrina de forma coincidente nos aponta, basicamente, quatro características que foram formando a necessidade de se ter educação ambiental: aumento populacional; destruição dos recursos naturais; formas energéticas poluentes e de baixa eficiência; sociedades que super valorizam o consumo material.

A educação para o desenvolvimento sustentável é um esforço vital e eterno que desafia indivíduos, instituições e sociedades a olharem para o futuro como algo que pertence a todos ou não pertencerá a ninguém. A necessidade do esforço conjunto ganha cada vez mais força quando vemos que a sociedade e o estado podem fazer grandes realizações se o ego e a corrupção forem rechaçados das ações a serem implementadas.

Se pela estratégia do consumo verde, o consumidor é o principal agente de transformação, pois suas demandas estimulam a modernização ecológica das indústrias, com a perspectiva do “consumo sustentável” esta questão assume contornos bem mais complexos. É necessário mudar também o aparato tecnológico, os valores culturais, as instituições políticas e o sistema econômico, já que a questão ambiental impõe mudanças radicais na “sociedade do consumo”. (SEQUINEL, 2002, p. 7)

A educação de qualidade e o acesso à informação continuam sendo um dos maiores antídotos para os males que afligem a humanidade.

A falta de informação, a dificuldade de entender a informação e a falta de opções são grandes desafios a serem superados pela nova Administração Pública que deve se voltar para as necessidades atuais e inafastáveis de medidas socioambientais inclusas em suas plataformas de políticas públicas.

4.8 CONTRATAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E O CONSUMO SUSTENTÁVEL

O fato de o Estado ser um consumidor vultoso leva-nos a considerar o poder que isso acarreta para quem decide o que comprar, como comprar e de quem comprar. A Administração Pública estabelece padrões e requisitos que devem ser seguidos pelos fornecedores para contratarem com o Estado e aqueles que não se adequarem não estarão aptos para fornecer para o Estado e perderão este extenso mercado.

É possível afirmar que as relações entre meio ambiente e desenvolvimento estão diretamente relacionadas aos padrões de produção e consumo de uma determinada sociedade. Mas ao contrário de transferir a responsabilidade exclusivamente para os consumidores individuais, ou se limitar a ajustes econômicos e mudanças tecnológicas de produtos e serviços, o debate sobre os padrões de consumo precisa ser ampliado para incluir o processo de formulação e implementação de políticas públicas, “forma privilegiada de forjar um espaço de alianças entre distintos setores da sociedade”. (PORTILHO, 2005, p. 156)

Ao priorizar a contratação com empresas que tenham responsabilidade socioambiental também ocorre naturalmente um filtro, eliminando empresas que vivem de filantropia empresarial, realizando ações pontuais, mas que não modificam positivamente a situação da comunidade do entorno.

A compra de material de escritório como lápis e papel somente se forem manufaturados a partir de madeira de reflorestamento é um bom exemplo, pois a administração pública, sendo um consumidor de grande porte pode impor condições para contratar com seus fornecedores e o critério de ambientalmente correto e responsável deve ser prioridade.

Se a administração pública exigir selos de certificação ambiental das empresas contratadas estará direcionando o perfil que a partir de então será o aceito para contratação com ela e com isto protegerá o meio ambiente direta e indiretamente, pois estará forjando fornecedores adequados com as necessidades ambientais da atualidade.

4.9 POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO AO CONSUMO CONSCIENTE

Tendo em vista a gravidade da situação ambiental, pouco se faz para tentar resolver a situação vigente, pois em que pese todos os esforços empreendidos pela humanidade, no sentido de buscar formas mais compatíveis de relacionamento com o ambiente natural, os resultados obtidos até agora são inexpressivos.

Nos meandros da intrincada rede de relações estabelecidas no Brasil entre Estado, crescimento econômico, meio ambiente, pobreza e exclusão social, as possibilidades de aplicação do desenvolvimento sustentável passam pela incorporação de novos paradigmas, que norteiam tanto critérios de estabelecimento das prioridades de “políticas de Estado”, quanto aqueles relativos à construção de uma relação democrática entre Estado e sociedade. (STROH, 2002, p. 277)

Pode-se dizer que nenhum setor da sociedade pode se furtar de entrar no debate sobre responsabilidade socioambiental, pois o futuro de todos está em jogo numa ciranda muito perigosa de mudanças e sobrevivência.

A partir de uma perspectiva da formulação de políticas públicas, esta discussão levanta a questão sobre qual o papel do Estado para promover e facilitar padrões – ou níveis – de consumo mais sustentáveis.

Com relação à esfera da produção, os governos ainda têm um papel central através de uma agenda de regulação e intervenção, seja encorajando mudanças tecnológicas, fiscalizando as atividades produtivas e desenvolvendo novos instrumentos políticos para complementar as abordagens tradicionais de regulação.” E continua “As políticas de consumo sustentável devem incluir, portanto, instrumentos para encorajar mudanças tecnológicas no desenho dos produtos, informação nos rótulos (ecorotulagem)...”(PORTILHO, 2005, p. 183)

O Estado tem-se demonstrado ineficiente em oferecer serviços básicos e necessários para a população e a consequência disso é o descrédito nos entes públicos para a solução de problemas ambientais. O envolvimento de toda a sociedade é imprescindível para propostas efetivas em relação à sustentabilidade.

As esferas públicas e privadas uma vez que as atividades de consumo se operam na interseção entre vida pública e privada, o debate sobre meio ambiente e consumo pode envolver questões de ambas as esferas, recuperando as pontes entre elas. Desta forma, a estratégia política do consumo sustentável poderia funcionar como uma maneira de trazer problemas coletivos para a vida pessoal, aproximando as duas esferas. (PORTILHO, 2005, p. 224)

O grande desafio que se coloca é o da mudança na visão das políticas públicas, o que possibilitará desenvolver conceitos e estratégias de desenvolvimento que promovam efetiva redução de práticas pautadas pelo desperdício, pela insegurança quanto à capacidade de suporte do planeta, e da habilidade que a sociedade tem de buscar um equilíbrio entre o que se considera ecologicamente necessário, socialmente desejável e politicamente viável.

Percebe-se que muitas vezes o papel do Estado nas relações de consumo é de tutelar a saúde pública, com políticas públicas de prevenção, fiscalização e utilização racional dos recursos ambientais.

A disseminação da informação e o uso da comunicação são de vital importância para a conscientização da população dos posicionamentos nacionais junto às políticas e tratados internacionais de cooperação com o meio ambiente e um alerta também para a importância da sustentabilidade para o meio ambiente a médio e longo prazo.

A agenda 21, o programa estabelecido em 1992 pela Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente e Desenvolvimento, asseverava que a biotecnologia “promete fazer uma contribuição significativa em possibilitar o desenvolvimento de, por exemplo, melhor cuidado da saúde, melhor segurança alimentar através de práticas agrícolas sustentáveis, melhor oferta de água potável, processos de desenvolvimento industrial mais eficiente para transformação de matérias-primas, apoio a métodos sustentáveis de aflorestamento e reflorestamento e também de destoxicação de resíduos. (ROCHA, 2007, p.2)

Mais uma vez surge à necessidade premente de trazer à tona o verdadeiro papel do Poder Público, aquele que se preocupa, investe e ouve os anseios da população, que pensa e age coletivamente e que tem como critério o bem público e o povo.

O cidadão também precisa se despertar para o seu papel reivindicador e democrático que lhe permite fazer escolhas políticas que tenham compromisso com o interesse público. A fiscalização dos eleitos por parte da sociedade civil organizada também é fundamental para que os políticos vejam que têm sim que prestar contas de suas ações e que o interesse público fica acima de interesses pessoais e eleitoreiros.

O novo ambientalismo reflete a nossa cultura, as nossas crenças pessoais e os nossos melhores instintos individuais. (...) os melhores “ambientalistas” de hoje costumam ser pessoas motivadas não pela ideologia, pela associação em organizações ou pela adoção de causas específicas, mas por um simples senso de responsabilidade pessoal como condutores do futuro do nosso planeta (KERRY, 2008, 270)

5 EXEMPLOS DE AÇÕES PRÁTICAS DOS ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS QUE OBJETIVAM A INTERAÇÃO ENTRE EDUCAÇÃO, CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE

5.1 JUSTIFICATIVA METODOLÓGICA

A proposta de pesquisa aqui apresentada que intitulamos “Consumo Consciente e Responsabilidade Socioambiental Estatal” tem como um dos seus objetivos descrever como o Estado pode ter uma política de consumo consciente, solidária e sustentável.

Outro objetivo igualmente importante e motivador é verificar quais seriam os caminhos para se fazer cumprir de forma efetiva a legislação existente, frente aos problemas socioambientais existentes e emergentes que são decorrentes do consumo. E qual seria o direcionamento para o Estado poder ser o primeiro agente conscientizador do uso de material reciclável, remanufaturado, biodegradável e ecologicamente correto junto aos seus funcionários.

Através desta pesquisa pretende-se trazer exemplos de ações práticas, que mesmo diante de tantas situações problema, possam existir opções de diminuirmos o impacto devastador do consumo desordenado e do desperdício para a sociedade e para a humanidade, já que estamos inseridos num contexto de globalização cada vez mais definitivo.

Para coleta de dados foi utilizada a aplicação de questionário que foram submetidos a tratamento estatístico. A análise dos resultados foram feitas de forma qualitativa e por amostragem.

Podemos considerar a estatística como a ciência que tem por objetivo fornecer subsídios para o planejamento e a condução do experimento, coleta, descrição, análise dos dados e interpretação dos resultados. A ciência estatística é aplicável a qualquer ramo do conhecimento em que se manipulem dados experimentais. (MAIA, 2001, p. 59-60)

A compilação dos dados foi fundamental para se ter um panorama específico e direcionado da abordagem em questão. Pretende-se com a análise estatística das informações, proposição de soluções e opções verdadeiramente aplicáveis para diminuir os impactos do consumo que não é consciente e trazer à luz do direito maneiras de coibir o que a falta de políticas públicas de educação ambiental e de fiscalização às infrações ambientais tem causado.

O método de coleta de dados refere-se a procedimentos de interrogação por meio de questionário, planejamento *ex post facto*, quanto à dimensão de tempo de corte transversal. (Cooper e Schindler, 2003, p.129). A dimensão de tempo de corte transversal é quando os dados são coletados simultaneamente de uma única vez na população investigada. Neste tipo de pesquisa o questionário não será aplicado mais de uma vez para verificação de alterações nos resultados em outro momento temporal.

Para a demonstração dos dados apresenta-se em estatística descritiva e qualitativa, para mensurá-los, utilizam-se dados nominais, na maioria em escala dicotômica: sim ou não. Os gráficos apresentados referem-se a uma leitura da frequência das respostas. Os dados foram validados pelo *software SPSS* versão 13.0. O *SPSS* - Statistical Package for Social Sciences é um dos programas de computador mais utilizados pelas ciências sociais para análises estatísticas.

5.2 ESTUDO DE CASO

A análise estatística dos dados apresentados se refere a uma empresa de âmbito federal, que segue as normas governamentais que é a agência do Banco do Brasil, na cidade de Curitiba, Paraná, situada no bairro Cajuru. A agência em que foi feita a aplicação do questionário conta com um total de 14 (quatorze) funcionários e tivemos o número de 13 (treze) respondentes e a receptividade em relação ao foco da pesquisa foi de total aceitação, facilitação na coleta dos dados e agilidade na devolução das respostas. A aplicação foi realizada no mês de dezembro/2009.

No âmbito estadual a aplicação dos questionários foi iniciada em dezembro de 2009 e finalizada em janeiro/2010, no TECPAR – Instituto Tecnológico do Paraná. A diretoria decidiu por fazer a aplicação dos questionários para os gerentes e subgerentes das diretorias administrativas, que encerram um total de 26 (vinte e seis) e tivemos 20 (vinte) respondentes.

Na esfera municipal fizemos a aplicação do questionário na Secretaria Municipal de Assuntos Metropolitanos de Curitiba – Paraná (SMAM), que conta atualmente com 18 (dezoito) funcionários. O total de questionários válidos foi 16 (dezesesseis) respondentes.

Englobando as três entidades envolvidas na pesquisa no total foram 49 (quarenta e nove) questionários respondidos validamente. O mesmo questionário foi aplicados nos três locais diferentes conforme relato e era composto de 30 (trinta) questões de múltipla escolha ou dicotômicas, sendo que as cinco primeiras tinham o intuito de indicar o perfil pessoal do respondente e a partir da sexta questão analisar os dados técnicos a partir de conceitos básicos propostos, tais como : consumo consciente, impacto ambiental, medidas socioambientais e responsabilidade socioambiental.

5.3 PESQUISA DE CAMPO: ANÁLISE DOS DADOS

A questão inicial direciona-se ao entrevistado, se este tem alguma preocupação pessoal com o meio ambiente e o futuro do planeta.

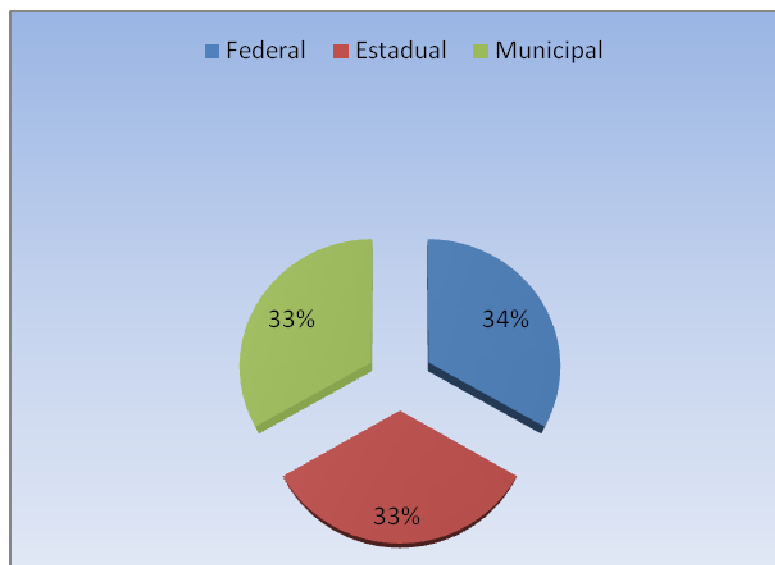


Gráfico 1: Preocupação pessoal com o meio ambiente e o futuro do planeta – 2009/2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Conforme o gráfico 1, 100% dos respondentes afirmaram que tem alguma preocupação pessoal com o meio ambiente e o futuro do planeta.

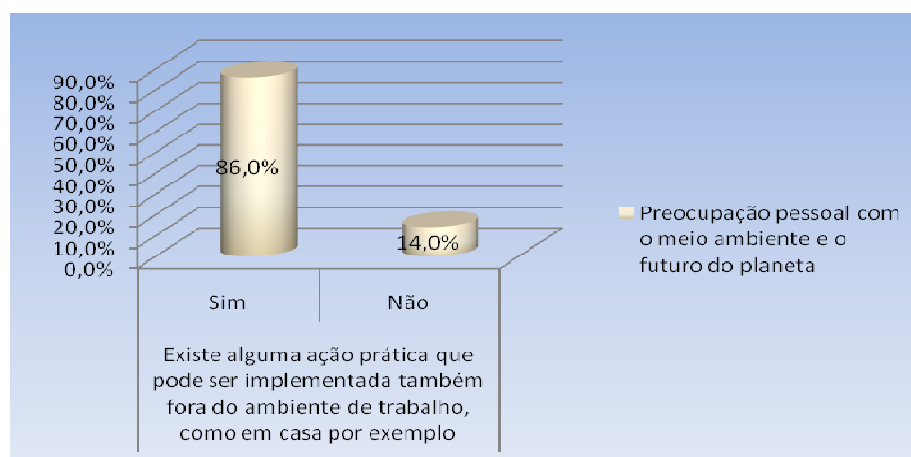


Gráfico 2: Preocupação pessoal com o meio ambiente e o futuro do planeta e a existência de ações práticas que podem ser implementadas fora do ambiente de trabalho - 2009/2010

Fonte: pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

O gráfico 2, apresenta o cruzamento de dados entre as questões 5 e 17. Na questão 5 se indaga se os entrevistados têm algum tipo de preocupação pessoal com o Meio Ambiente e com o futuro do Planeta, solicitando-se aos entrevistados, na questão 17 exemplos de soluções práticas a serem usadas no trabalho e em casa como exemplo. A *crosstabulation* é o cruzamento de dados entre mais de uma pergunta, para que a análise possa ser mais explorativa e completa.

Conforme demonstrado no gráfico 2 verificou-se ainda que 86% dos entrevistados concordam que existe possibilidade de aplicar nos lares aquilo que se aprende no ambiente de trabalho sobre o meio ambiente; esta consciência é essencial para a disseminação de boas práticas ambientais. Mas infelizmente 14% dos respondentes afirmaram que não existe nenhuma ação prática que pode ser implementada fora do ambiente de trabalho, como em casa, por exemplo. Pode-se concluir então, que estes funcionários embora tenham preocupação ambiental não aplicam essa realidade em sua vida pessoal e profissional.

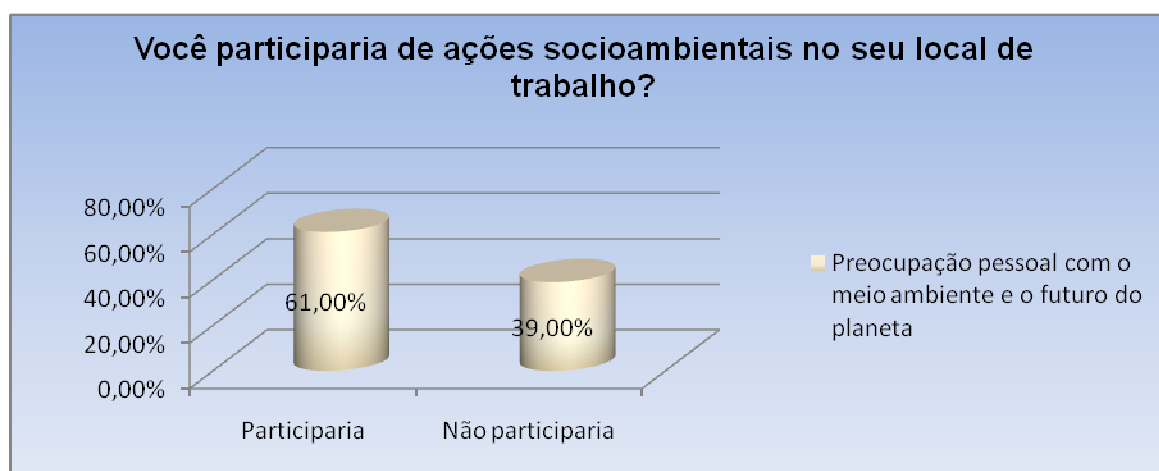


Gráfico 3: Preocupação pessoal com o meio ambiente e com o futuro do planeta e participação em ações de conscientização socioambiental no seu local de trabalho em horário de expediente e fora do horário de expediente- 2009/2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal.

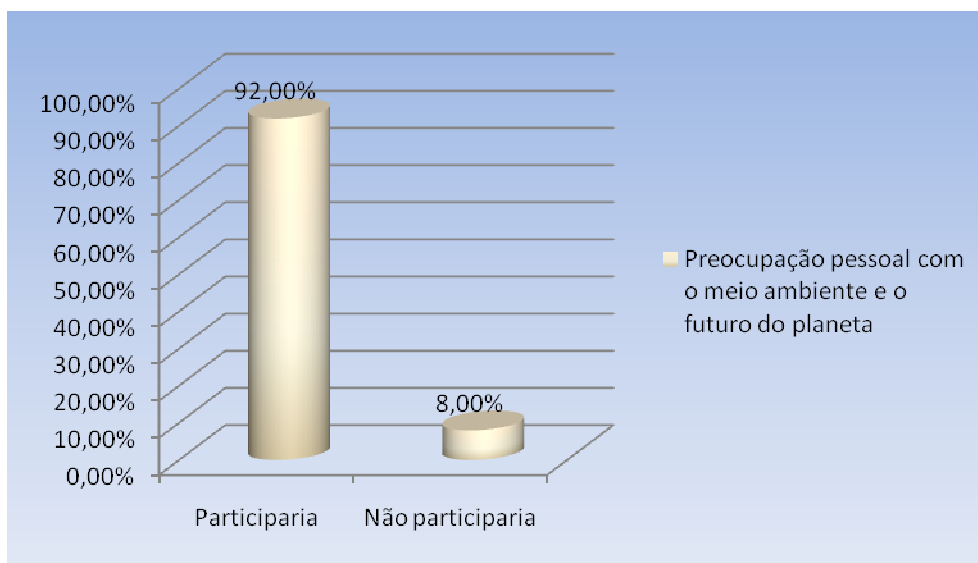


Gráfico 4: Preocupação pessoal com o meio ambiente e com o futuro do planeta e participação em ações de conscientização socioambiental no seu local de trabalho em horário de expediente e fora do horário de expediente- 2009/2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Interessante perceber que embora todos tenham certa preocupação pessoal com o meio ambiente e com o futuro do planeta, 39% destes funcionários responderam que não participariam se houvesse ações de conscientização dentro do ambiente de trabalho e 61% participaria. Pode-se dizer que a maioria quer aprender sobre ações de conscientização e esta é uma medida que pode ser viabilizadas pelas administrações das entidades.

Se estas ações de conscientização fossem feitas no local de trabalho e no horário de expediente somente 8% disseram que não participariam e 92% (um número expressivo) participariam conforme dados apresentados nos gráficos de n.º 3 e 4. O direcionamento das ações de conscientização socioambiental no local de trabalho para atingir-se a adesão maciça dos funcionários deve ser realizada dentro do horário de expediente.

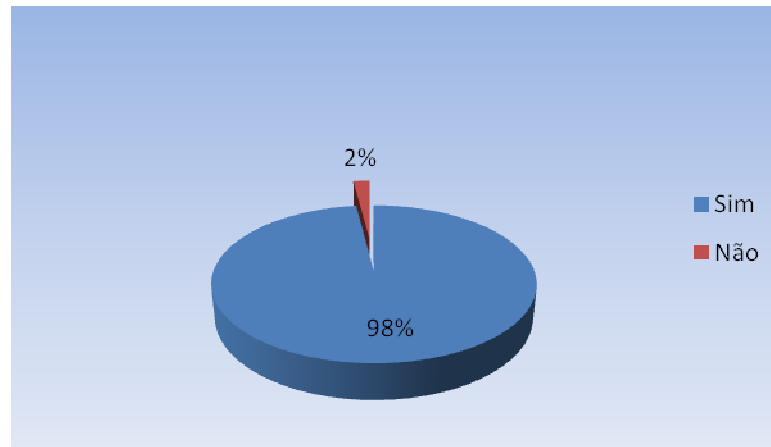


Gráfico 5: Se existe algum tipo de ligação entre o impacto ambiental e consumo nos dias de hoje - 2009/2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Dos respondentes, 98% afirmaram que identificam alguma ligação entre impacto ambiental e consumo nos dias de hoje e 2% responderam que não. Por estes dados percebemos que existe entre os funcionários pesquisados consciência da ação humana causando impactos ao meio ambiente, sendo que muitos destes danos são decorrentes do consumo. Prover a este funcionário informação qualificada sobre os hábitos de consumo é um grande passo para termos consumidores conscientes.

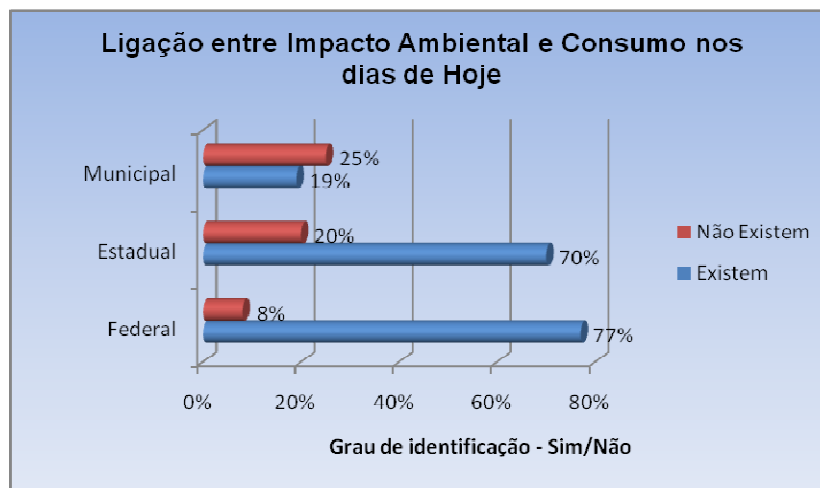


Gráfico 6: Ligação entre impacto ambiental e consumo nos dias de hoje, entre funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal - 2009/2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

O gráfico de número seis apresenta questões direcionadas à identificação de algum tipo de ligação entre o impacto ambiental e o consumo da atualidade.

Fazendo um comparado entre as entidades pesquisadas, percebe-se que 100% dos respondentes de administrações com direção federal e municipal identificam alguma ligação entre impacto ambiental e consumo nos dias de hoje, na esfera estadual 95% responderam afirmativamente e 5% negativamente, conforme ilustra o gráfico de número 6. O foco de maior informação neste caso poderia ser direcionado aos funcionários do âmbito estadual.

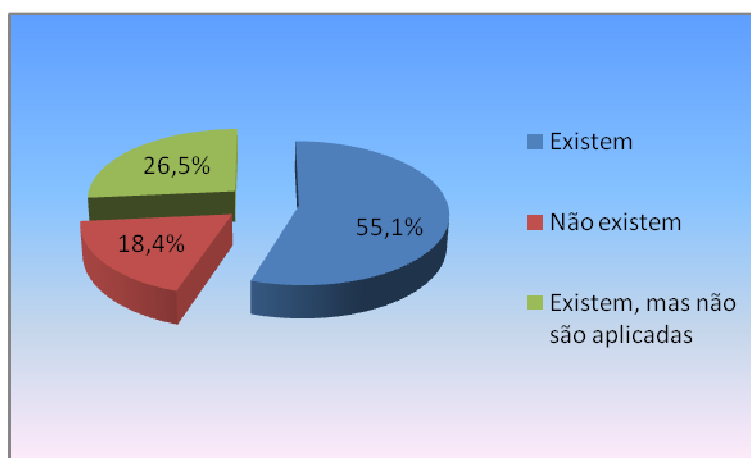


Gráfico 7: Percepção quanto à existência de medidas socioambientais no local de trabalho - 2009/2010

Fonte: pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Quanto às medidas socioambientais no local de trabalho, 55,1% dos respondentes afirmaram que existem, 18,4% que não existem e 26,5% que existem, mas não são aplicadas, conforme ilustra o gráfico de número 7. Neste caso se considerarmos que há a existência formal das medidas socioambientais, mas que não são desenvolvidas ou aplicadas nas entidades não é possível ver resultado positivo nesta ação. O estado de latência precisa deixar de existir e a efetividade das medidas poderá trazer grandes contribuições para as entidades analisadas.

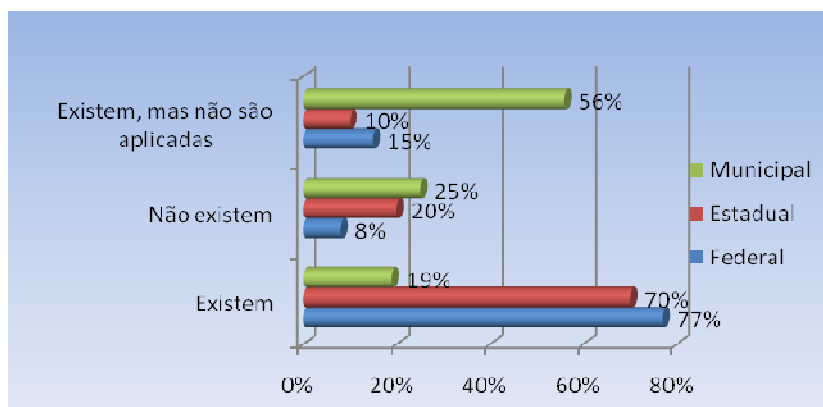


Gráfico 8: Percepção quanto à existência de medidas socioambientais no local de trabalho na comparação entre entidades de administração federal, estadual e municipal – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Ao analisar os dados apresentados no gráfico 8, referente à percepção dos respondentes, às medidas socioambientais no local de trabalho, porém comparando as entidades analisadas, verifica-se que: no âmbito Federal 77% dos respondentes disseram que existem, 8% que não existem e 15% que existem, mas não são aplicadas; no âmbito Estadual, 70% afirmaram que existem, 20% que não existem e 10% que existem, mas não são aplicadas; no âmbito Municipal, 19% disseram que existem, 25% que não existem e 57% que existem, mas que tais medidas não são aplicadas. Percebe-se, portanto, que para os funcionários do Banco do Brasil as medidas socioambientais no local de trabalho são aplicadas mais eficientemente.

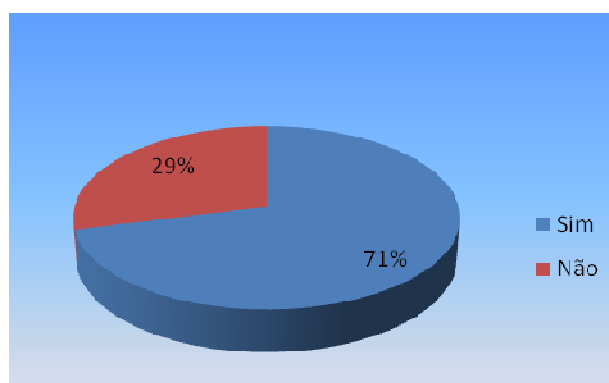


Gráfico 9: Se já recebeu orientação formal sobre o consumo consciente e responsabilidade socioambiental no local de trabalho – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Quanto à orientação formal sobre consumo consciente e responsabilidade socioambiental no local de trabalho, 71% dos respondentes afirmaram que já receberam este tipo de orientação e 29% que não receberam qualquer orientação sobre consumo consciente e responsabilidade socioambiental, conforme demonstração no gráfico de número 9. Neste caso é necessário que as administrações intensifiquem as informações repassadas e verifiquem se as propostas estão sendo efetivamente cumpridas.

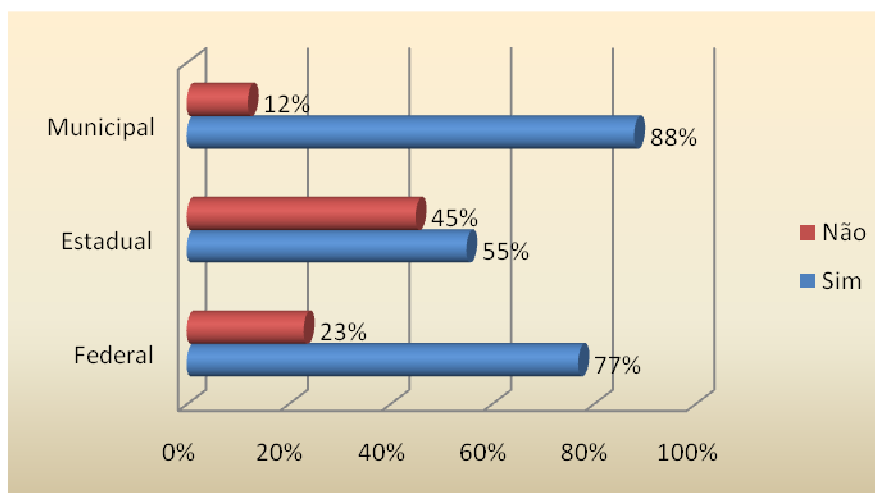


Gráfico 10: Orientação formal sobre consumo consciente e responsabilidade socioambiental no local de trabalho na comparação entre funcionários de administração nacional, estadual e municipal – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Observando as respostas obtidas no gráfico de número 10, entre as administrações pesquisadas, tem-se: 77% dos respondentes do Banco do Brasil disseram que já receberam orientação formal sobre consumo consciente e responsabilidade socioambiental no local de trabalho e 23% que não receberam tal orientação; para os funcionários estaduais 55% disseram que receberam orientação e 45% que não receberam; e na esfera municipal 72% afirmam que receberam

informação e 28% que não. Percebe-se que nesta questão a esfera municipal tem orientado mais formalmente sobre o consumo consciente e responsabilidade socioambiental no local de trabalho do que a esfera estadual. E que o maior percentual de informação aos funcionários está no Banco do Bras

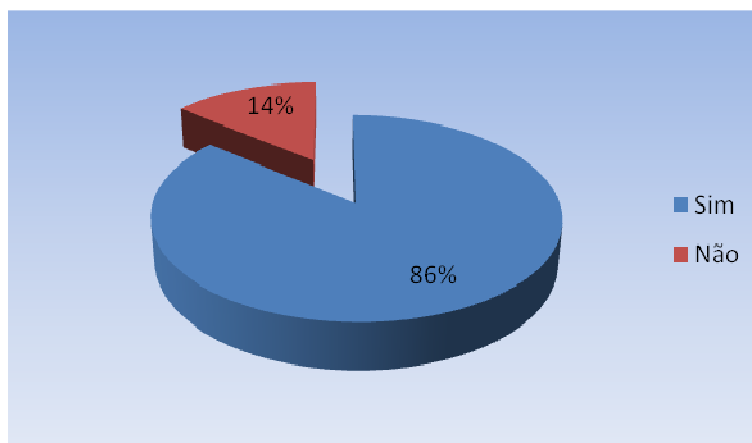


Gráfico 11: Se as informações sobre responsabilidade socioambiental mudaram sua atitude como cidadão no local de trabalho – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Em análise dos dados, 86% dos respondentes afirmaram que as informações sobre responsabilidade socioambiental mudaram sua atitude como cidadão no local de trabalho demonstrando o sucesso de se investir na informação e conscientização dos funcionários e 14% disseram que não houve mudança em suas ações após receberem informações sobre socioambientais, conforme apresentado no gráfico 11. Apesar do percentual de conscientização ter sido alto, é importante verificar que os 14% restantes precisam ser sensibilizados para mudaram suas ações em relação à colaboração com as questões ambientais.

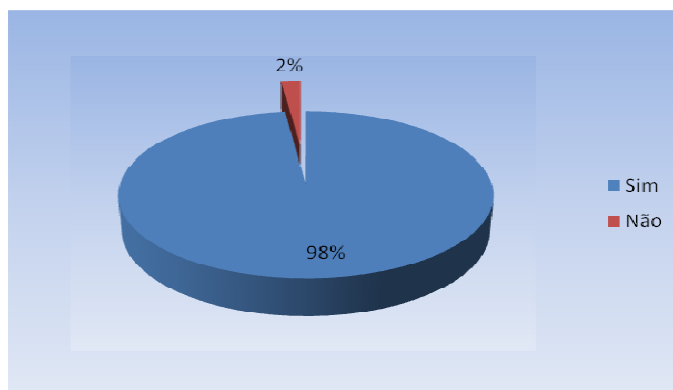


Gráfico 12: Se as informações recebidas sobre responsabilidade socioambiental poderiam ser repassadas a outras pessoas não ligadas ao seu ambiente de trabalho – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Um número muito expressivo de respondentes - 98% - afirmou que poderia repassar a terceiros as informações socioambientais recebidas no ambiente de trabalho, desta forma verifica-se que o funcionário pode ser um disseminador de boas práticas ambientais e que teria disponibilidade de ser um agente replicador destas informações para outros que não tenham acesso à informação qualificada.

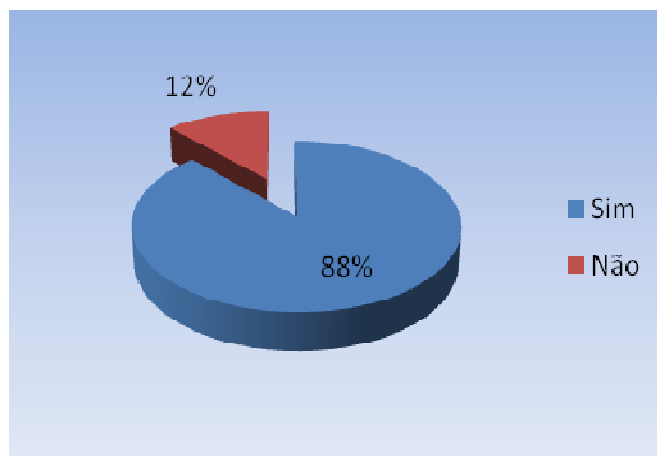


Gráfico 13: Informações sobre responsabilidade socioambiental mudaram a sua atitude fora do trabalho – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Quando falamos de responsabilidade socioambiental ela inclui também a preocupação com a comunidade e 88% dos entrevistados se propõe a mudar sua atitude ambientalmente incorreta fora do ambiente de trabalho e isso trará benefícios para toda a sociedade. Mais uma vez os 12 % que não vão mudar sua atitude fora do ambiente de trabalho precisam ser sensibilizados sobre as consequências de seus atos que alcançam a toda coletividade.

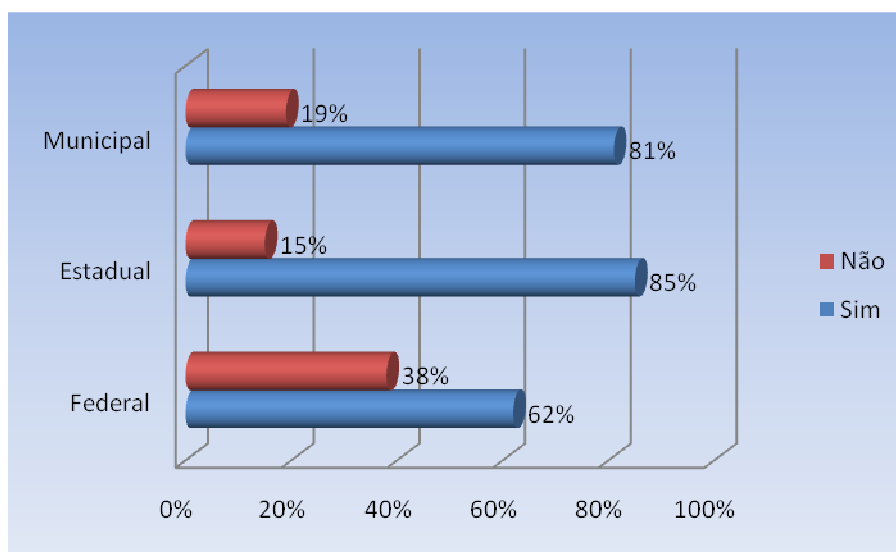


Gráfico 14: Se em seu setor são utilizadas medidas práticas para a diminuição do impacto ambiental – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual municipal

Na comparação, os resultados apontam que essas medidas práticas são melhores aplicadas pelo TECPAR – 85% afirmaram que existem na prática, contra 15% dos funcionários que afirma desconhecê-las. Na esfera municipal 81% responderam que aplicam medidas práticas para diminuição do impacto ambiental e 19% que não aplicam medidas práticas. Já entre os funcionários da administração nacional 61% afirmam existir medidas práticas para diminuir o impacto ambiental e 39% consideram que tais medidas não existem. O papel do administrados é de vital importância para que as medidas de redução de impacto ambiental sejam implementadas e eficazes perante seus funcionários.

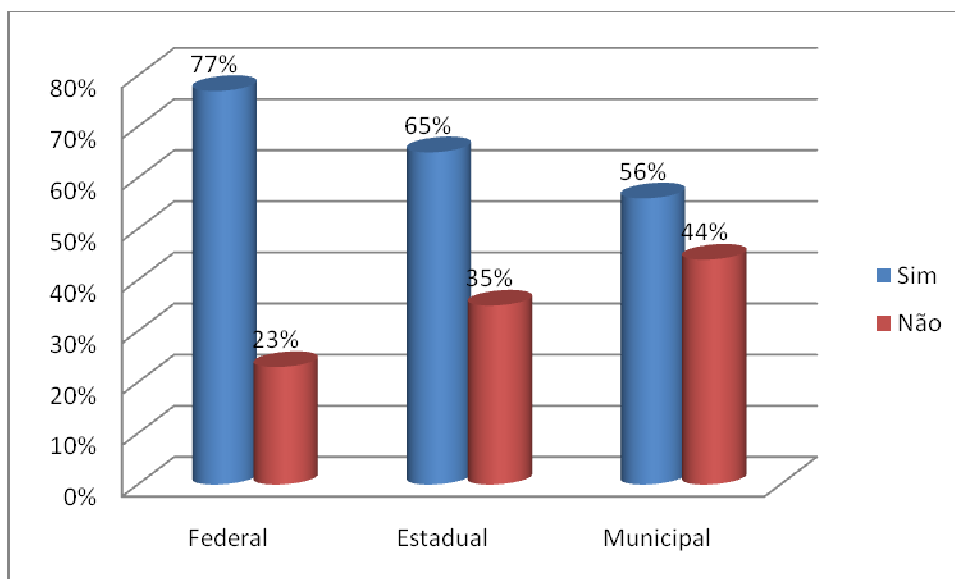


Gráfico 15: Orientação para o consumo racional de água e energia elétrica no setor – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Quanto à orientação para o consumo racional de água e energia elétrica no setor, 65% dos funcionários estaduais afirmaram que receberam tais orientações e 35% que não recebem conforme os dados apresentados no gráfico de número 15.

Os resultados apontam que este tipo de orientação ocorre mais fortemente em nível federal, pois 77% responderam que receberam a informação e 23% responderam não foram orientados, depois em nível estadual conforme descrição acima e por último em nível municipal 56% responderam que sim, receberam orientação para o consumo racional de água e energia elétrica e 44% que não receberam tal informação.

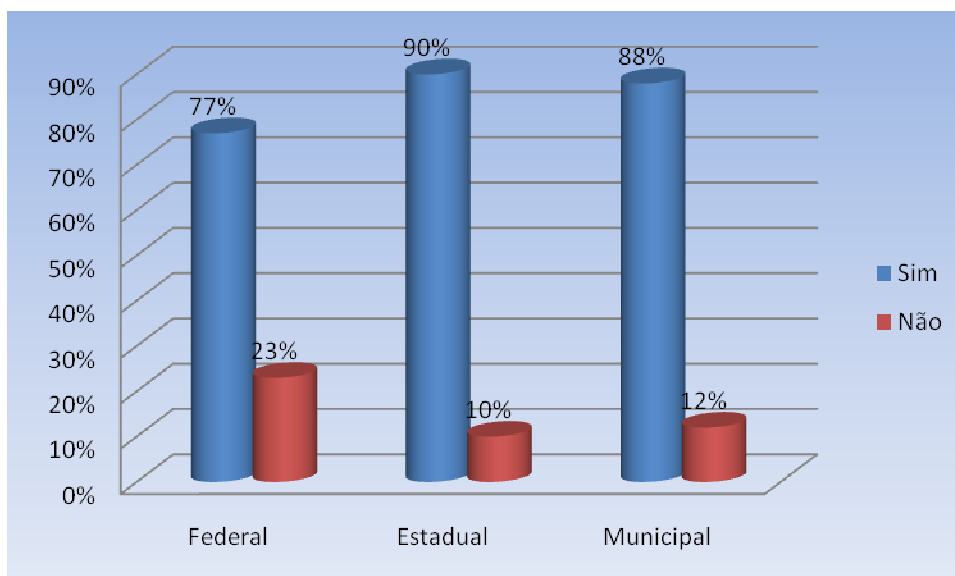


Gráfico 16: Separação do lixo: ação utilizada no seu local de trabalho— 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Segundo a apuração feita, obteve-se como resultado junto aos respondentes quanto à separação do lixo, se já é uma ação utilizada no seu local de trabalho que a prática de separação do lixo ocorre mais entre os funcionários estaduais, em que 90% responderam que esta prática é realizada e 10% que não a fazem, em ordem decrescente vieram os funcionários municipais em que 88% responderam que há separação de lixo nos seus locais de trabalho e 12% que não existe esta prática e por último os funcionários do Banco do Brasil - 77% - responderam que fazem a separação de lixo e 23% que não fazem, conforme demonstração no gráfico 16.

Esta prática também pode ser aperfeiçoada nos órgãos das administrações e tornar-se prática rotineira para a totalidade de funcionários nas entidades pesquisadas.

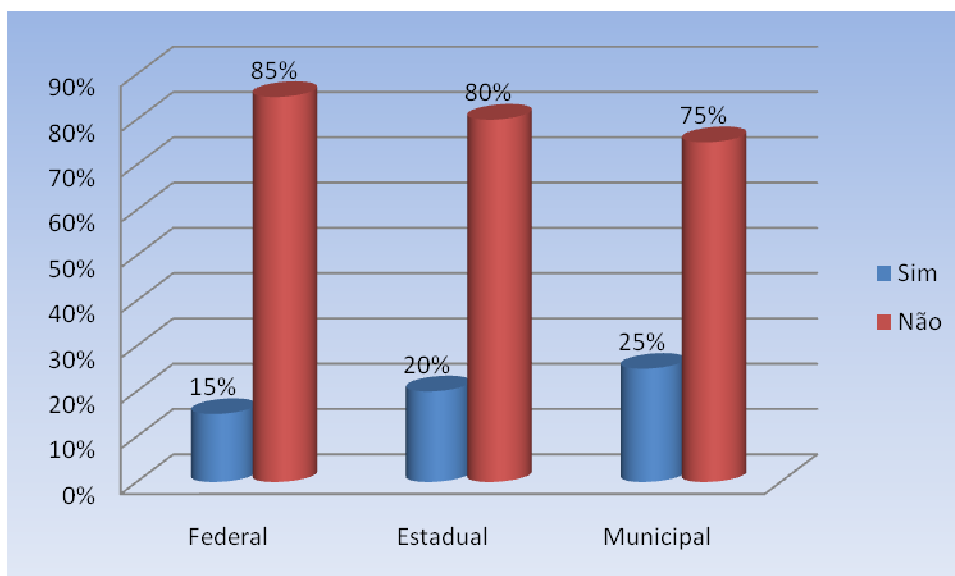


Gráfico 17: Se ocorre a substituição dos copos descartáveis por utensílios individuais - 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Em comparação os resultados apontaram que essa prática mesmo que tímida ocorre mais fortemente nos funcionários municipais, pois 25% responderam que utilizam utensílios duráveis ao invés de descartáveis e 75% utilizam os descartáveis; na sequência dos funcionários do TECPAR 20% responderam que utilizam utensílios individuais para em detrimento dos descartáveis 80% que não os utilizam. E os funcionários do Banco do Brasil somente 15% não fazem uso de descartáveis e 85% dos entrevistados o faz.

Neste quesito há muito para se avançar, especialmente nas posturas dos administradores que são os agentes de mudanças junto aos seus funcionários. Se a administração entregar a cada funcionário por exemplo um copo de vidro ou cerâmica para água e café pode haver conscientização para suprimir o uso abusivo dos descartáveis que geram tanto resíduo e demandam mais matéria-prima para sua reposição, causando enorme impacto ambiental.

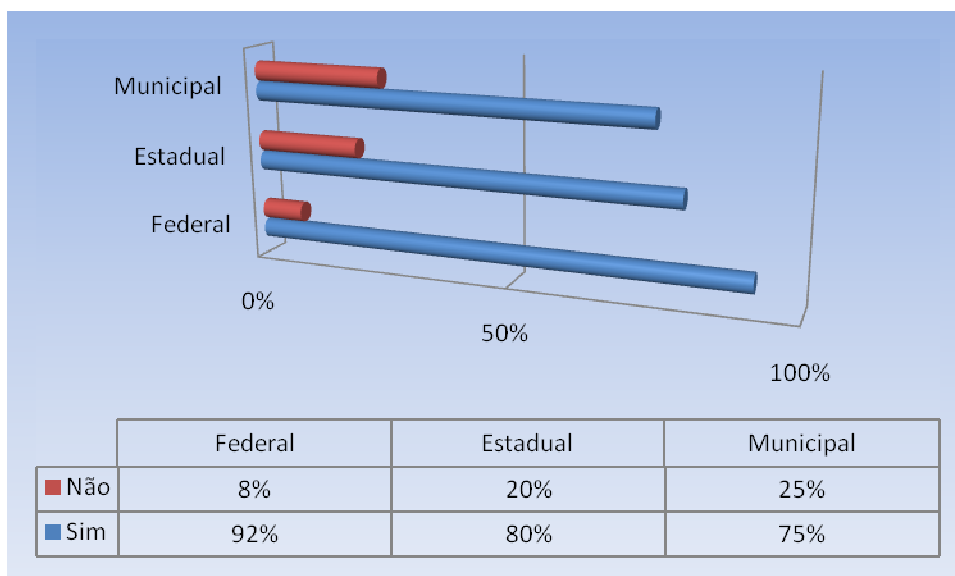


Gráfico 18: Se no local de trabalho, existem orientações para o consumo racional de materiais de expediente - 2009 / 2010

Fonte: pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Quanto às orientações sobre o consumo racional de materiais de expediente, verifica-se que orientações à esta prática são mais corriqueiras, pois na análise geral 82% disseram que receberam tais orientações e 18% que não as receberam. Comparando os resultados entre os funcionários, este tipo de orientação é mais forte entre os funcionários federais, pois 92% responderam que recebeu este tipo de orientação e 8% que não, depois vem os funcionários estaduais em que 80% responderam que foram orientados e 20% que não o foram e por último a esfera municipal em que 75% responderam que existe orientação para o uso racional de material de expediente e 25% desconhecem tais orientações.

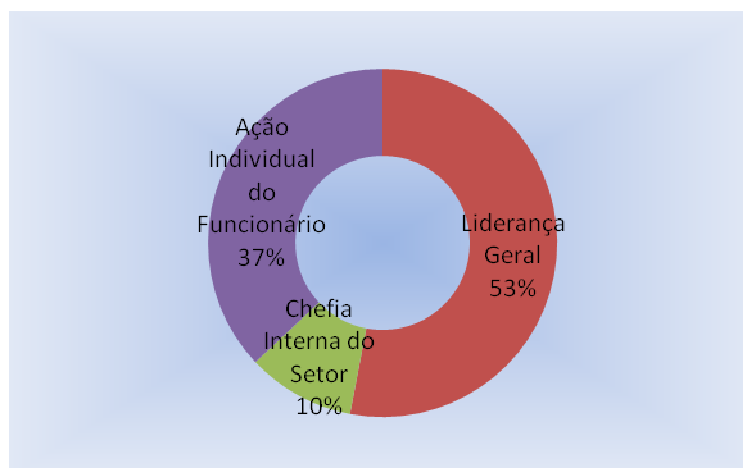


Gráfico 19: Quem motivou as ações socioambientais existentes no local de trabalho - 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

As ações socioambientais existentes no local de trabalho foram motivadas majoritariamente pela liderança geral 53%, chefia interna do setor 10% e relevantes 37% pela ação individual do funcionário, conforme o gráfico número 19. Sendo assim, nota-se que tais ações individuais do funcionário ocorrem devido ao alto grau de preocupação com o meio ambiente e futuro do planeta, já que 100% dos respondentes afirmaram que têm tais preocupações. Percebe-se também a importância dos administradores darem exemplo e conscientizarem os funcionários.

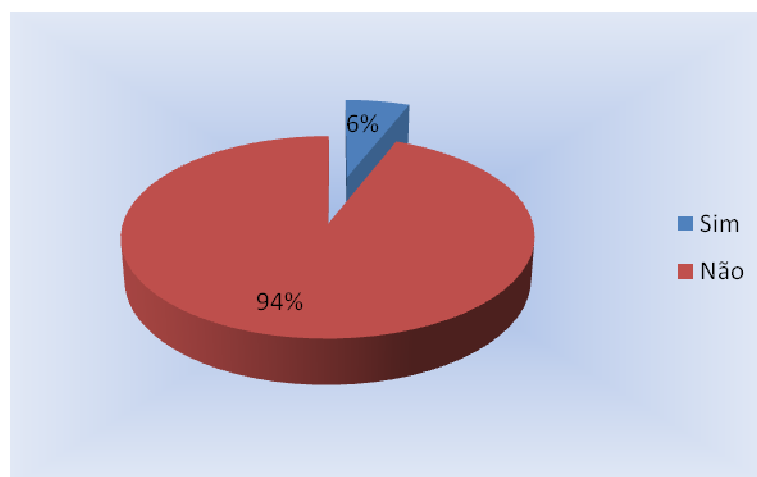


Gráfico 20: Se existem incentivos oficiais para o funcionário que contribuir com sugestões ou ações que diminuam o impacto ambiental no local de trabalho - 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Os dados revelaram que 94% dos respondentes, disseram não existir algum incentivo oficial para o funcionário que contribuir com sugestões/ações que venham diminuir o impacto ambiental no local de trabalho e 6% responderam que sim. Talvez as administrações pudessem desenvolver programas de incentivo aos funcionários para que eles contribuíssem com soluções para as questões ambientais e tivessem premiações como, por exemplo, bolsas de estudo, cursos pagos, se o projeto fosse implementado.

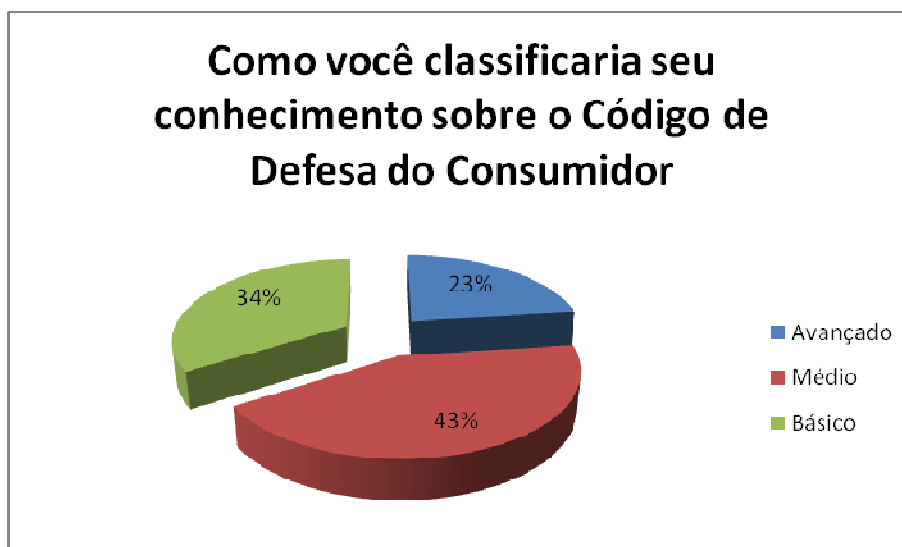


Gráfico 21: Como você classificaria o seu conhecimento sobre o código de defesa do consumidor - 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual municipal

Procurou-se avaliar o grau de conhecimento dos respondentes sobre o Código de Defesa do Consumidor. Os resultados apontaram que 23% consideram ter conhecimento avançado, 43% médio e 34% básico, porém nenhum dos respondentes disseram desconhecer o Código de Defesa do Consumidor, o que é um dado positivo, mas para funcionários que estão imbuídos de zelar pelo patrimônio público as lideranças poderiam lhes dar maior informação sobre este assunto, para mesmo para seu exercício de cidadania, para entenderem e pleitearem seus direitos do consumidor.

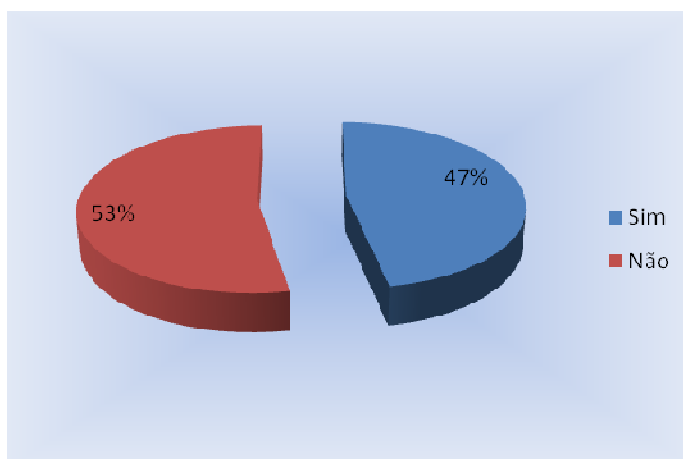


Gráfico 22: Se já recebeu informações formais sobre o código de defesa do consumidor - 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Em relação aos entrevistados 53% revelaram não ter recebido informação formal sobre o Código e 47% dizem que as receberam. A informação é a grande alavanca para que o cidadão possa tomar suas próprias decisões e ter senso crítico e um dos papéis da Administração Pública é propiciar que ela chegue aos seus funcionários da forma mais completa possível.

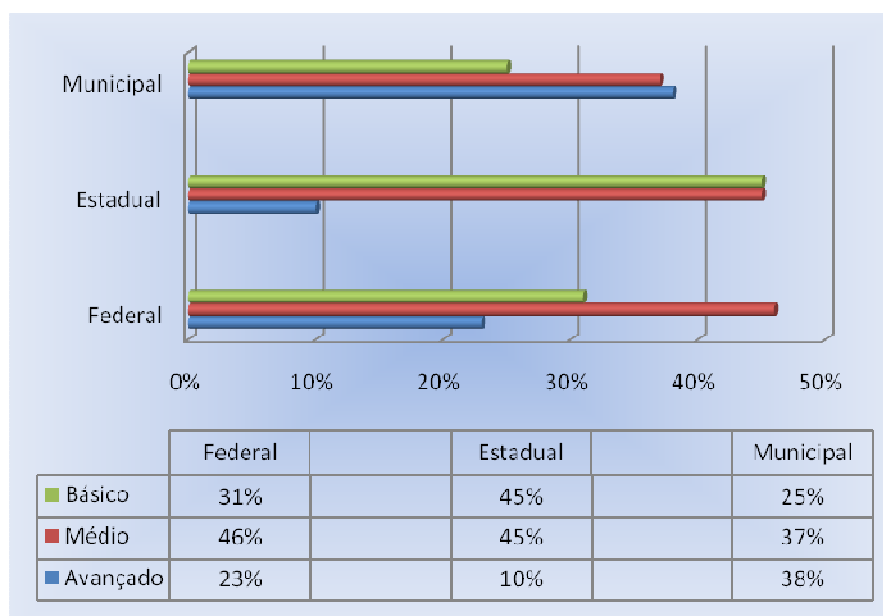


Gráfico 23: Classificação do grau de conhecimento sobre o código de defesa do consumidor – comparação - 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Conforme análise do gráfico de número 23, os respondentes da esfera do poder municipal são os que consideram possuir conhecimento mais avançado sobre o Código de Defesa do Consumidor - 38% - diz ter conhecimento avançado sobre o CDC, em face de 23% dos funcionários do Banco do Brasil que tem conhecimento avançado sobre o Código de Defesa do Consumidor e somente 10% dos funcionários estaduais afirmam ter conhecimento avançado em relação ao CDC. Palestras e materiais educativos podem contribuir para que este quadro se modifique e a divulgação do Código de Defesa do Consumidor seja a mais ampla possível.

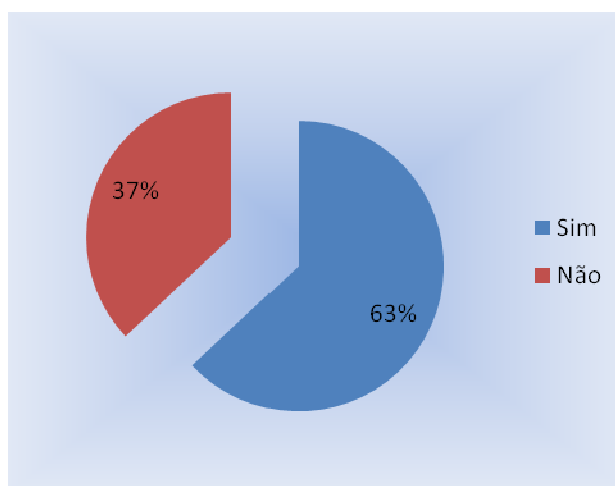


Gráfico 24: Se a ação de conscientização socioambiental fosse disponibilizada para a comunidade, o funcionário estaria disposto a trazer pessoas para assistirem palestras –2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Caso a ação de conscientização socioambiental fosse disponibilizada a comunidade, verifica-se que 63% dos respondentes estariam dispostos a trazer pessoas para assistirem a palestras e 37% não estariam dispostos a fazê-lo. As lideranças podem incentivar os seus funcionários a dividirem com a comunidade o acesso à informação que lhes é disponibilizado.

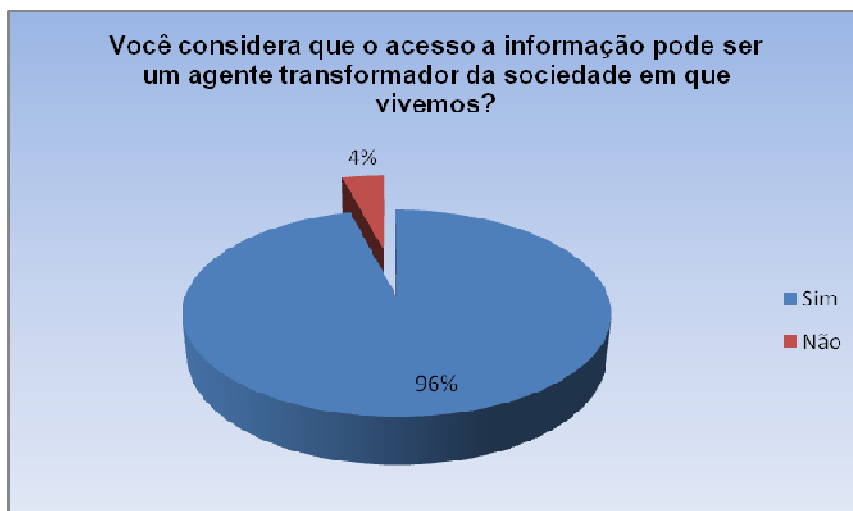


Gráfico 25: você considera que o acesso à informação pode ser um agente transformador da sociedade em que vivemos –2009 / 2010

Fonte: pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Nota-se que o fato da maioria estar disposto a tal ação pode estar ligado ao fato de que 96% dos respondentes considerarem que o acesso a informação pode ser um agente transformador da sociedade em que vivemos e somente 4% não acreditam nisto.

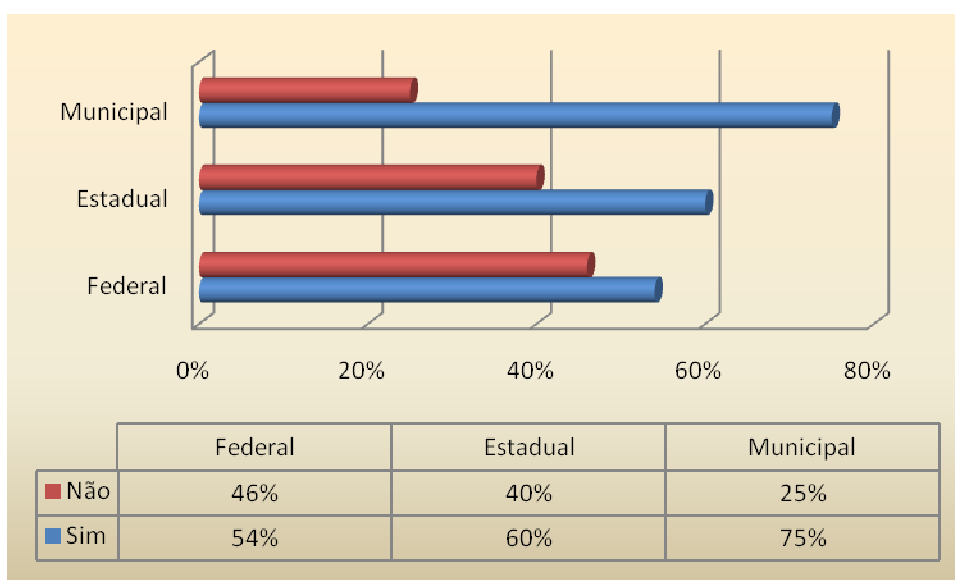


Gráfico 26: Se a ação de conscientização socioambiental fosse disponibilizada a comunidade, você estaria disposto a trazer pessoas para assistirem palestras – segundo comparação - 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Comparando as entidades em relação à ação de conscientização socioambiental ser disponibilizada à comunidade, se o respondente estaria disposto a trazer pessoas para assistir a palestra, tiveram-se como resultados que 75% dos respondentes da esfera municipal estariam dispostos a trazer pessoas para assistirem palestras e 25% não. Dos funcionários estaduais 60% responderam que estariam dispostos a trazer pessoas de fora do ambiente de trabalho para a ação de conscientização 40% não se disporem a isto. Em relação aos funcionários federais 54% trariam terceiros para as ações propostas e 46% não o fariam. Uma alternativa seria a ampla divulgação dessas ações nos meios de comunicação para que a comunidade possa saber quando e onde elas ocorrem e se for de seu interesse comparecer a estes eventos.

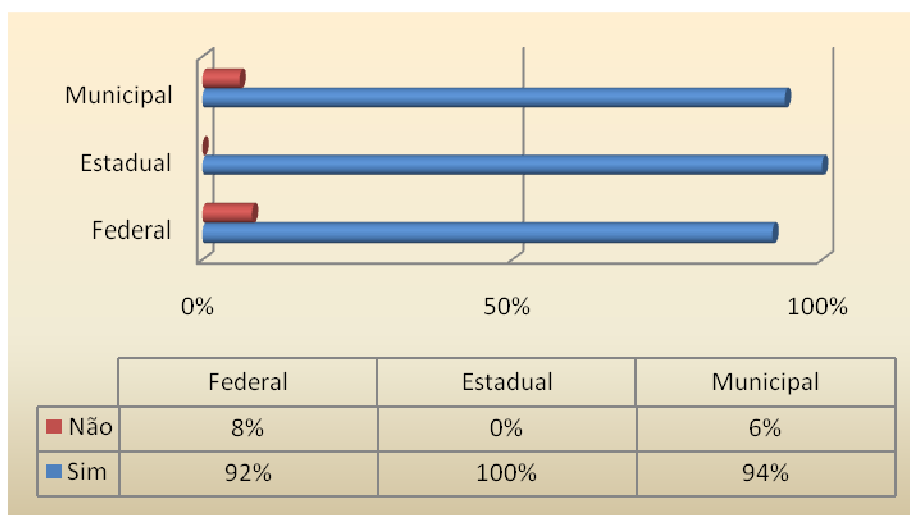


Gráfico 27: Você considera que a informação pode ser um agente transformador da sociedade que vivemos – 2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Comparando as respostas dos funcionários do Banco do Brasil, Tecpar e da Secretaria Municipal de Curitiba, se o respondente considera que o acesso a informação pode ser um agente transformador, a análise demonstrou que 100% dos respondentes dos funcionários da TECPAR considera que a informação é agente transformador da sociedade em que vivemos. Em relação aos funcionários da esfera municipal 94% responderam afirmativamente e 6% negativamente e os do Banco do

Brasil, 92% responderam que consideram o acesso à informação agente transformador da sociedade e somente 8% tem opinião contrária.

Não há dúvidas de que a informação é um agente de transformação da sociedade em que vivemos e o acesso à informação é vital para a evolução da sociedade e diminuição das desigualdades.

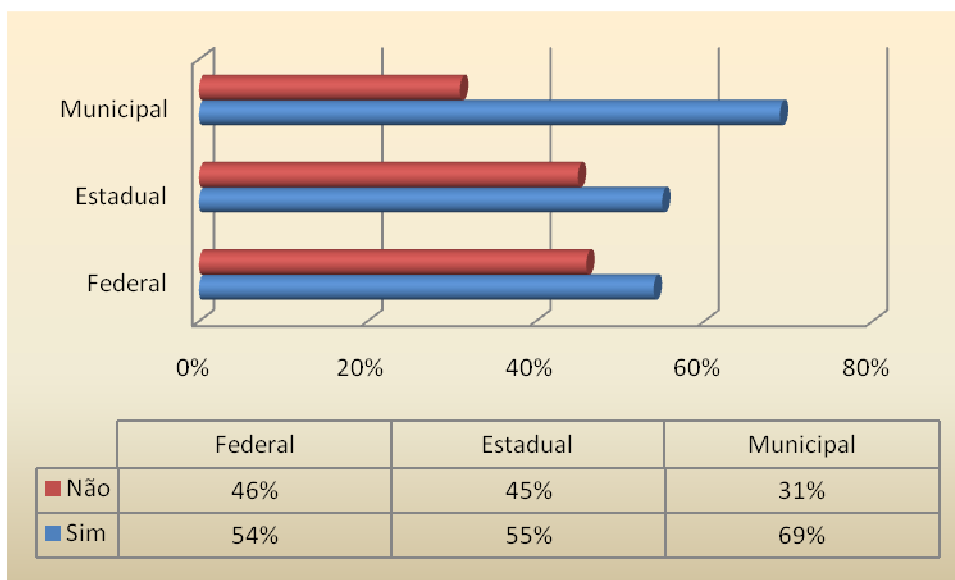


Gráfico 28: No seu trabalho você já teve conhecimento que a informação negativa sobre as práticas empresariais de determinada empresa já influenciaram as decisões de compra? –2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Dentre os dados apresentados acima, em todas as entidades analisadas, ter a informação negativa de uma empresa muda o hábito do consumidor e neste ponto ele pode demonstrar a sua capacidade de analisar e escolher as empresas socioambientalmente corretas para adquirir bens e serviços.

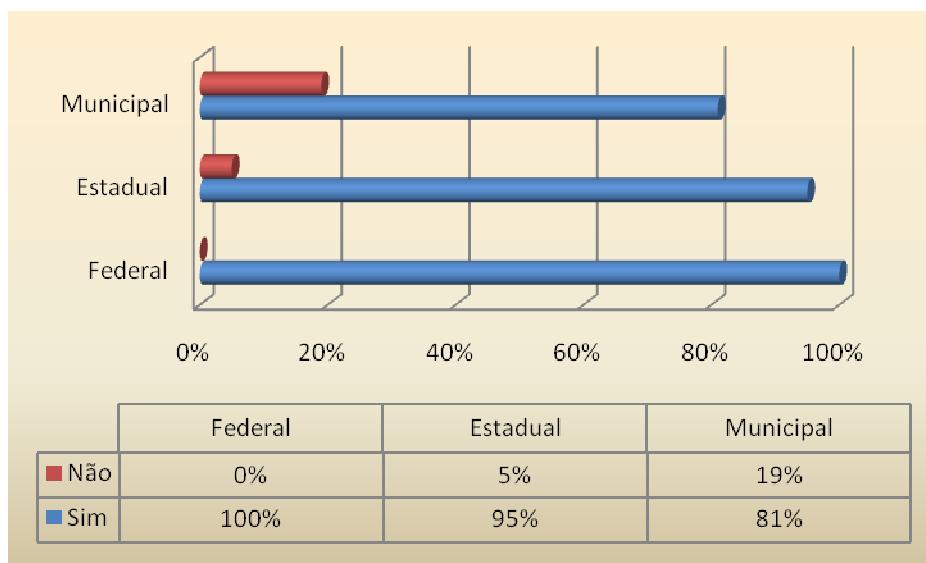


Gráfico 29: Se houvesse um banco de dados nacional sobre empresas com responsabilidade socioambiental, você acredita que a administração pública poderia selecionar os fornecedores com quem contrata? -2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Foi verificado junto aos respondentes se eles acreditam que a Administração Pública poderia selecionar os fornecedores, caso houvesse um banco de dados nacional sobre empresas com responsabilidade socioambiental.

Comparando as entidades pesquisadas, 100% dos respondentes federais acreditam que seria possível que a Administração Pública selecionasse seus fornecedores, dos respondentes estaduais 95% acreditam nessa possibilidade e dos respondentes municipais 81% acreditam que esta prática é viável. A grande aceitação dos funcionários em relação a esta proposta nos leva a crer que seria possível utilizar uma tecnologia em forma de banco de dados, que pudesse ser alimentada e com este cadastro a Administração Pública fizesse suas contratações.

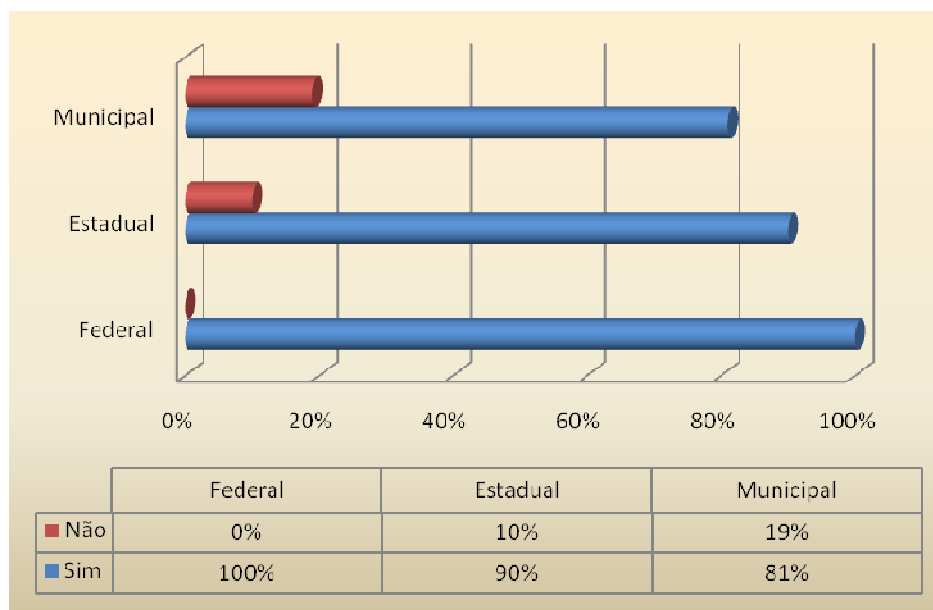


Gráfico 30: Seria um critério viável de contratação com a administração pública, aquele em que ela quando fosse contratar, só pudesse contratar empresas com certificado ambiental -2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Também foi verificado junto aos respondentes se seria um critério viável de contratação com a administração pública, aquele em que ela quando fosse contratar só poderia contratar empresas com certificado ambiental e medidas efetivas de responsabilidade socioambiental.

Comparando este resultado entre os respondentes 100% dos respondentes federais que sim, seria um critério viável de contratação. Cerca de 90% dos respondentes estaduais e 81 % dos respondentes municipais afirmaram que consideram que a Administração Pública deveria contratar com empresas certificadas ambientalmente.

Este dado impressionante demonstra que é uma idéia para ser colocada em prática.

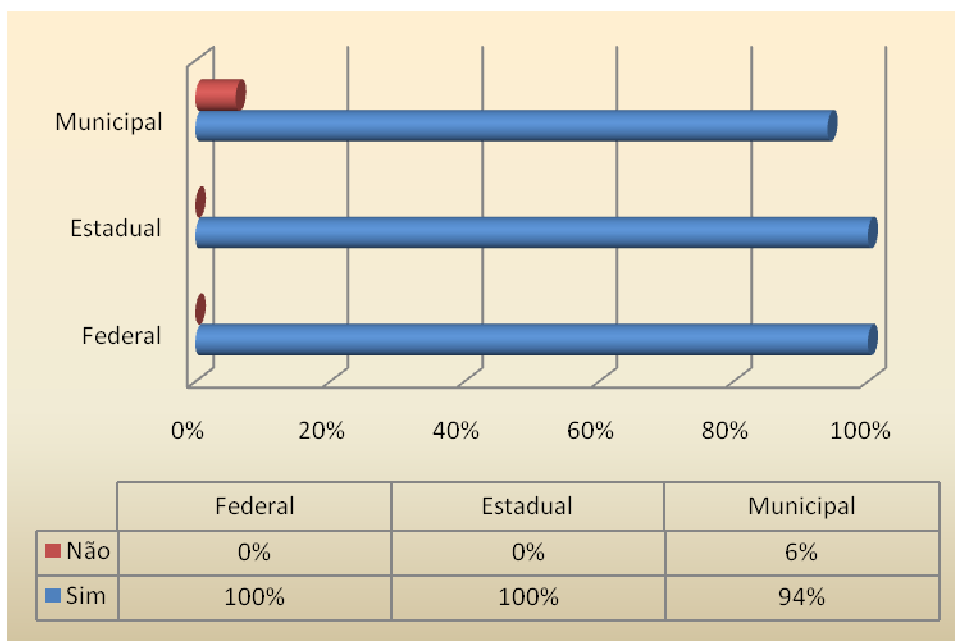


Gráfico 31: A administração pública poderia ser precursora de um movimento e conscientizar mudanças de políticas públicas socioambientais? -2009 / 2010

Fonte: Pesquisa feita com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal

Dos respondentes, 100% dos federais e estaduais acreditam que a Administração Pública poderia ser precursora de um movimento de conscientização e mudança de políticas públicas socioambientais na medida em que aqueles que quisessem contratar com ela deveriam se adequar aos padrões pré-estabelecidos e apenas 6% dos respondentes municipais não acreditam nesta possibilidade.

5.4 ANÁLISE CONSUMERISTA DOS CASOS

Alexandre Leite de Andrade Junior (2004, p.3) nos traz um dado muito interessante, que uma pesquisa realizada em 2000 mostrou que 31% dos consumidores brasileiros avaliam a conduta social das empresas antes de comprar seus produtos, denotando assim a possibilidade de se gerar vantagem concorrencial.

A responsabilidade social vai ser resultado dos questionamentos e das críticas que as empresas receberam, no decorrer de sua existência, em relação à sociedade, posturas éticas e persecução do lucro, e por adotarem políticas internas baseada exclusivamente na economia de mercado.

Já nos alertava Amartya Sen sobre os rumos que os mercados estão tomando e a necessidade cada vez mais urgente de ações de responsabilidade social para equilíbrio das forças.

O mecanismo de mercado, que desperta paixões favoráveis ou contrárias, é um sistema básico pelo qual as pessoas podem interagir e dedicar-se a atividades mutuamente vantajosas. Por essa perspectiva, é difícil pensar que um crítico razoável poderia ser contra o mecanismo de mercado em si. (...) O mecanismo de mercado obteve grande êxito em condições nas quais as oportunidades por ele oferecidas puderam ser razoavelmente compartilhadas. Para possibilitar isso, a provisão de educação básica, a assistência médica elementar, a disponibilidade de recursos (como a terra) que podem ser cruciais para algumas atividades econômicas (como a agricultura) pedem políticas públicas apropriadas (envolvendo educação, serviços de saúde, reforma agrária etc.). Mesmo quando é suprema a necessidade de uma “reforma econômica” para dar mais espaço aos mercados, essas facilidades desvinculadas do mercado requerem uma ação pública cuidadosa e resoluta. (SEN, 2000, p. 169)

Hoje é preciso ir além do mercado e do lucro. O planeta e seu futuro urgem por ações dos governantes e da sociedade civil. A empresa ao avaliar a possibilidade de perder consumidores pode decidir adequar-se ambientalmente falando e a cobrança do consumidor individual é de vital importância para a mudança desta postura empresarial.

Do mesmo modo deve ser possível implementar no setor público este critério, no qual a exigência do contratante tenha como consequência a adequação dos fornecedores às posturas ambientalmente corretas. Sendo a própria Administração Pública quem vai consumir os produtos e serviços ditar as regras de contratação. O potencial consumerista do Poder Público o credencia para especificar o produto ambientalmente aprovado e as empresas que quiserem contratar com ele deverá adequar-se às regras.

Do questionário aplicado se depreende que a Administração Pública pode ser agente transformador da sociedade, que os funcionários de entes da Administração

Pública podem igualmente serem indivíduos que façam diferença positiva no contexto em que estão inseridos e retrata especialmente que a informação e educação são determinantes para conscientização dos cidadãos e de toda a sociedade. O estudo de casos contribui com o trabalho à medida que indica que são necessárias políticas públicas para conscientização ambiental e consumerista, e que há a possibilidade de proposições ainda não exploradas pelo administrador público e que podem se aperfeiçoadas e implementadas.

O resultado foi esperado em muitas questões analisadas, especialmente quando 100% dos funcionários se declaram preocupados com a situação do meio ambiente e o futuro do planeta e quando a maioria consegue identificar a relação entre impacto ambiental e consumo nos dias de hoje. Todavia, o resultado de que tantos funcionários públicos tivessem conhecimento médio e básico sobre o Código de Defesa do Consumidor não era esperado, já que se tinha a expectativa de que os funcionários tivessem informação mais qualificada a este respeito.

A aprovação da quase totalidade dos funcionários das três entidades para que a Administração Pública só contratasse com empresas com responsabilidade socioambiental e que os fornecedores que com ela quisessem contratar deveriam se adequar aos padrões pré-estabelecidos demonstra a preocupação unânime com os problemas ambientais. Outro fator importante foi a adesão da quase totalidade dos funcionários à medidas como separação de lixo, uso racional de materiais de expediente e de recursos naturais tais como água e energia elétrica.

O engajamento social, pressionando a Administração Pública para fixar critérios socioambientais em seus contratos, também pode contribuir para um resultado positivo das políticas públicas relacionadas ao Estado como consumidor.

Dimas Floriani (2004, p.68) lança muitos questionamentos profundos sobre o futuro e um deles refere-se às alternativas de intervenção necessárias e possíveis, contra os atuais modelos dominantes de exploração do mundo, para desenvolver as sociedades humanas e a sustentabilidade da biosfera numa direção completamente diferente dos atuais modelos.

De nada serve ter consciência das incertezas, apenas pelo sentido de saber. Seria, pois um contra-senso saber que as incertezas geradas pelo

atual modelo de exploração dos recursos naturais e humanos nos condenam a exaurir as bases mesmas da possibilidade de continuarmos existindo como humanidade, num planeta já exaurido de suas condições materiais de vida. (FLORIANI, 2004, p. 68)

É necessário dizer que o fato de termos as informações, muitas vezes desanimadoras a respeito do que o futuro nos reserva, não se faz nada para mudar a situação. É como se a sociedade ficasse à espera da colisão iminente com um veículo desgovernado sem se desviar dele.

A falta de atitude das pessoas no atual momento que vivemos pode ser o seu maior erro. Com a aplicação do questionário foi possível verificar que as pessoas querem ter atitudes socioambientais responsáveis, mas nem sempre tem informação e incentivo para tal.

Neste ponto podemos considerar que o Estado é realmente agente de mudança na sociedade e que se os funcionários públicos fossem orientados a agirem de acordo com as boas práticas ambientais também seriam agentes socializadores e replicadores destas informações, atingindo um número cada vez maior de pessoas, tendo a oportunidade de inculcar uma nova consciência ambiental.

Essa nova consciência ambiental poderá ser traduzida no modo como as pessoas vão lidar com os recursos naturais, como vão agir diante do patrimônio público e como podem identificar ações individuais que fazem toda a diferença no contexto global de cuidado com o meio ambiente.

Tendo em vista os dados apresentados no questionário, identifica-se a preocupação das pessoas com o meio ambiente, mas ao mesmo tempo elas estão sem rumo sobre o que e como fazer para diminuir o impacto ambiental de sua existência. E medidas precisam ser tomadas urgentemente antes que a situação se torne irreversível.

Uma alternativa para isto seriam cursos e palestras educativas que ensinassem aos colaboradores maneiras de desenvolverem a responsabilidade socioambiental.

Há muito que pode ser feito nas esferas da Administração Pública que poderá ter reflexos positivos sobre toda a sociedade. Precisa haver investimento e boa vontade, além de visão em longo prazo de nossos governantes.

Os mandatos vão passar, mas as ações de políticas públicas podem significar a mudança de paradigma e mais esperança de futuro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos dias de hoje a preocupação com o meio ambiente tornou-se muito importante, pois as pessoas perceberam que a destruição ou a preservação dos recursos naturais está diretamente relacionada à sobrevivência dos seres vivos e à qualidade de vida que os seres humanos tanto estão buscando.

O tema do trabalho – Consumo Consciente e Responsabilidade Socioambiental Estatal – demonstra que o Poder Público tem papel fundamental no desenvolvimento social. A pesquisa nos permite concluir que o pressuposto da Administração Pública é servir ao coletivo, apresentar políticas públicas que contemplem a maioria dos cidadãos e fazer com que o orçamento público tenha destinação da maneira mais racional e utilitária possível.

Pretendeu-se apresentar ações práticas de como o Estado pode fazer o seu papel de proteção do cidadão tomando medidas socioambientais responsáveis e conscientizando funcionários e a população em geral sobre como podem contribuir para gerar o menor impacto ambiental possível e como podem ser consumidores conscientes, solidários e sustentáveis, partindo do próprio exemplo positivo da Administração Pública que já estará espelhando estas ações ambientalmente corretas.

O resultado da pesquisa permitiu a percepção de que os vários setores da sociedade demonstram real preocupação com a situação ambiental e consumerista vigente e conseguem identificar que o consumo humano afeta o meio ambiente de forma direta e indireta. Esta consciência é muito positiva e precisa ser ampliada e cada vez mais difundida.

Percebe-se também que o agir do Estado em direção a políticas ambientais sustentáveis serão fundamentais para que possa existir efetividade de proteção ambiental e nas relações consumeristas.

A preocupação e as atitudes referentes ao meio ambiente e ao consumo não devem ficar restritas aos trabalhos acadêmicos, mas devem envolver toda a sociedade. Portanto, cabe ao Estado o papel imprescindível em elaborar e implantar

políticas públicas eficazes no tocante à conscientização dos consumidores para o consumo e o reflexo, muitas vezes negativos, ao meio ambiente.

Pelo fato do consumo ser agravador dos problemas ambientais o estudo do Direito do Consumidor é vital para se compreender as relações de consumo e seus desdobramentos.

No estudo apresentado, a pesquisa realizada demonstra a importância das relações de consumo e como ocorrem no mercado de massa, sobretudo para viabilizar a efetiva proteção do cidadão brasileiro quer de forma individual ou difusa. Esta análise possibilita verificar a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor como norma de ordem pública e interesse social que interage com diversos outros ramos do Direito, dentre eles o Direito Constitucional e o Direito Civil, com o fim de garantir que a Política Nacional de Relação de Consumo seja devidamente atendida.

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988 e com o Código do Consumidor, o papel do consumidor se ampliou significativamente no mercado de consumo, ganhando notoriedade devido à sua vulnerabilidade frente ao fornecedor e, igualmente, por seu papel de agente envolvido na relação de consumo, que pode por meio das suas escolhas influenciar fortemente o mercado consumerista.

Ao fornecedor foram atribuídas as responsabilidades de entregar ao consumidor o produto ou serviço da melhor forma possível. Conforme a determinação legal, o fornecedor torna-se vinculado ao resultado satisfatório da relação de consumo e precisa cada vez mais aperfeiçoar o fornecimento de produtos e serviços.

Assim, o consumidor passa a ter mais opções de escolha na concorrência entre fornecedores que querem abarcar uma fatia cada vez maior do mercado de consumo.

Este desafio proposto aos fornecedores de atender ao consumidor com excelência, como visto, traz inúmeras vantagens para a relação consumerista, dentre elas o investimento em capacitação humana; desenvolvimento de novas tecnologias para aprimoramento de produtos e serviços e maiores opções de escolha tendo em vista que o mercado consumerista encontra-se em franca expansão.

Os princípios do Direito do Consumidor são em alguns casos princípios aplicáveis para todos os ramos do Direito como, a título de exemplo, o princípio da boa-fé que deveria nortear todas as relações jurídicas. O princípio da boa-fé deveria ser utilizado na vivência cotidiana das pessoas, seja em suas relações comerciais, familiares ou sociais. O princípio da confiança, da lealdade a uma palavra empenhada deveria ser valor a ser resgatado nos dias de hoje, em que o ato de honestidade de um cidadão vira manchete no noticiário e recebe o título de cidadão honorário.

Outros princípios tornam-se, também, fundamentais, como o da vulnerabilidade do consumidor, o da informação, que denotam claramente a situação de dependência do consumidor aos produtos e serviços colocados no mercado de consumo e a necessidade de receber todo o conhecimento necessário para adquirir um produto sem vícios de consentimento.

Os princípios fundamentam o Direito do Consumidor e precisam fazer parte das relações sociais e serem instrumentos que aumentem a proteção para o consumidor, sob pena de desatendimento ao que determina a Constituição.

A função social do contrato tornou-se preceito constitucional, ao ser incluída como princípio da ordem econômica e demonstra claramente que o desenvolvimento econômico tem limites que precisam ser respeitados, e por isso deve ser entendida como norma protetiva do consumidor.

A função social determina que a preocupação do legislador é maior com a proteção da coletividade do que com os interesses individuais isoladamente. Os interesses coletivos tornam-se mais evidentes e palpáveis quando a população está preparada para ser sujeito de direitos e quando se considera incluída na sociedade de consumo. Tornar-se consciente de seus direitos e deveres como cidadão requer educação.

Hoje se tornou crucial a educação para o consumo, na qual os cidadãos tenham consciência social e ambiental na hora da aquisição de produtos e também para lidar com as limitações do meio ambiente.

Em relação à evidência clara da limitação dos recursos naturais, este estudo demonstrou que enquanto persistia a falsa impressão da inesgotabilidade dos

recursos naturais os indivíduos tinham uma postura desenfreada e egoísta em relação aos cuidados que deveriam dispensar ao meio ambiente.

O ser humano impacta o meio ambiente com sua existência e a redução deste impacto é que precisa ser feita. Muitos indivíduos se esquecem que vivemos num mundo de relacionamentos, de redes, cadeias interligadas e que as ações depredativas do meio ambiente em um lado do mundo acarretam desastres ecológicos em outro ponto distante da Terra.

Isso pode ser percebido nas pesquisas realizadas ao longo deste estudo, onde se verificou que a destruição ambiental é transcontinental e, portanto, não respeita limites fixados pelos seres humanos, como a divisão territorial, por exemplo, e a poluição pode causar impacto ambiental e doenças nos seres humanos em países vizinhos ou até mesmo em outros continentes. Da mesma forma ocorre com o descarte inadequado de lixo nos mares em que se verifica que a garrafa PET (*polyethylene tereftalate* - tereftalato de polietileno) jogada no mar em um continente pode causar a morte de um animal marinho por engasgamento em outro continente, que ocorre de forma muito assídua nas populações de tartarugas marinhas.

Tornar-se consciente desta cadeia interativa em que vivemos é necessário para entendermos que ações têm consequências, mesmo que pareçam desprovidas de intenção destrutiva.

E quando vemos a publicidade influenciar tanto as pessoas a terem coisas ao invés de serem pessoas melhores percebemos que esta criação de necessidades artificiais de consumo são ilusórias e que os danos ao meio ambiente pela produção e consumo excessivos podem ser irreversíveis para a humanidade e inviabilizar a vida no planeta.

O cuidado com o meio ambiente não deve ser considerado entrave para o crescimento econômico, mas deve ser aliado para que tenhamos produtos com mais sustentabilidade, menor impacto ambiental e desta forma maior receptividade do consumidor que começa a buscar qualidade de produtos e serviços aliados a responsabilidade socioambiental.

A pesquisa realizada nos demonstra que a busca pela sustentabilidade não deve ser encarada como modismo passageiro, mas como forma de sobrevivência humana. A sustentabilidade no sentido de gerar o menor impacto ambiental possível

e de preservar o meio ambiente para as gerações futuras deve ser vista como a meta dos governantes e da sociedade civil organizada para revertermos este processo auto-destrutivo em que se encontram os seres humanos.

O desenvolvimento sustentável deve reunir em seu contexto a compatibilidade entre economia e meio ambiente e a possibilidade de convivência entre economias, governantes e empresários com ações socioambientais e a população sendo conscientizada do seu papel de consumidor e cidadão que usufrui o meio ambiente e quer continuar a fazê-lo por muito mais tempo.

A sustentabilidade requer equilíbrio entre exploração dos recursos naturais, com a intenção de degradar o meio ambiente o mínimo possível e ainda existir a ocupação humana de forma racional.

O Estado adotando determinadas posturas consumeristas poderá nortear todas as relações de consumo executadas por ele como ambientalmente corretas e sustentáveis.

Medidas simples que exigem somente boa vontade das pessoas são importantíssimas para ajudar na proteção do meio ambiente. Temos que pensar que inúmeras ações independem de políticas públicas, podendo ser feitas por cada pessoa na sua casa, quando escolhem consumir produtos produzidos por empresas “amigas do meio ambiente”, ou na atitude de reciclar o seu lixo, bem como não desperdiçando água e energia elétrica, e também quando repassam a outras pessoas informações de consumo sustentável.

As empresas têm importante papel no investimento em pesquisas de novas técnicas de produção mais adequada à realidade socioambiental, preocupando-se com o descarte de lixo e restos de produção tratados. São responsáveis também, pela capacitação dos funcionários para o manejo sustentável de matéria-prima e recursos naturais, criando em seus núcleos agentes disseminadores de informações.

Por outro lado, cabe ao Estado o dever de garantia a todos de um meio ambiente ecologicamente equilibrado, com a disseminação de informações, campanhas educativas de reciclagem e contra o desperdício, contratação de serviços prestados por empresas que prezem a responsabilidade ambiental.

Os resultados da pesquisa realizada com funcionários de administrações com direção nacional, estadual e municipal veio de encontro aos questionamentos

inicialmente propostos, se o Estado poderia ser agente de mudança em relação às políticas públicas socioambientais e de consumo consciente e felizmente pode-se responder afirmativamente.

O Estado pode ser instrumento de mudanças comportamentais, contratuais e consumeristas. As mudanças comportamentais são alcançadas na educação do cidadão para o consumo, com inserção dos conteúdos consumeristas no ambiente escolar e com a prática de campanhas educativas e de conscientização dos consumidores que não freqüentam mais os bancos escolares, mas que igualmente precisam ter informação qualificada para tomarem suas decisões de consumo. E que estas decisões de consumo possam ser conscientes, solidárias e sustentáveis. Pode-se também trazer aos funcionários informação e capacitação para que tenham mais habilidade de repassar estas informações tão relevante à membros da comunidade.

A pesquisa permitiu verificar que a preocupação com o meio ambiente e o futuro do planeta é unânime e esta sensibilização entre os funcionários deve ser utilizada como canal de recepção destas informações sobre consumo consciente e responsabilidade socioambiental. Verificou-se que muitos funcionários querem ter atitudes ambientalmente corretas, mas não conseguem identificar o modo ideal de realizá-las.

Em relação à contratação da Administração Pública com empresas “Amigas do Meio Ambiente”, aquelas que tenham ações efetivas de responsabilidade socioambiental a pesquisa demonstrou-se muito otimista com esta possibilidade que pode ser viável, se houver desburocratização e investimento em tecnologia condizente com a proposta.

Outro fator determinante para a pesquisa era identificar se existiam ações ambientalmente corretas nas entidades pesquisadas e a conclusão é que há muito trabalho a ser feito, especialmente em relação à sensibilização de funcionários que ignoram as orientações das chefias para reciclagem economia de material de expediente e de recursos hídricos e elétricos ou em outros casos em que o funcionário sente-se isolado em sua atitude socioambiental que não encontra respaldo das lideranças que deveriam ter mais percepção da situação ambiental crítica em que a humanidade encontra-se.

As ações propostas no questionário como separação de lixo, uso racional de água e energia elétrica, substituição de descartáveis por utensílios individuais duráveis, uso racional de material de expediente ainda não são utilizadas em muitos locais e precisam ser amplamente difundidas e aperfeiçoadas para serem inseridas no cotidiano dos funcionários.

Outro fato que é preocupante é o pouco conhecimento demonstrado pelos funcionários pesquisados em relação ao Código de Defesa do Consumidor. Os funcionários precisam ter maior intimidade com este instrumento de defesa de seus próprios direitos e para identificar ações de propaganda enganosa e publicidade abusiva e defender os direitos da sociedade também; pois se os funcionários que tem em geral boa formação acadêmica desconhecem esta lei, nos leva a uma preocupação ainda maior, como a comunidade está fragilizada por desconhecer a lei e seus direitos.

E o desconhecimento do Código de Defesa do Consumidor expõe claramente esta vulnerabilidade que foi discorrida ao longo do trabalho apresentado. Se não há informação também não se vislumbra a possibilidade de prevenção do dano ao consumidor, pois o consumidor não conseguirá visualizar tais coisas e igualmente não poderá impedi-los.

O Estado não pode se esquecer do seu papel fundamental de tutor dos interesses difusos, disponibilizando recursos financeiros e de pessoal para colocar em prática as sanções penais previstas em lei quando esta não for respeitada, implementando também políticas públicas de fiscalização e prevenção.

Cuidar do meio ambiente e discutir maneiras de preservá-lo e recuperá-lo não é mais simples retórica: é medida urgente para a sobrevivência do planeta e das próximas gerações.

A responsabilidade socioambiental estatal será o sustentáculo de Estados que estão comprometidos com o futuro do planeta, que desejam deixar um legado positivo de suas administrações, que anseiam por escrever seu nome na história como aqueles que tiveram oportunidade e usaram o poder que lhes foi concedido pelo povo com medidas que diminuiram os impactos ambientais e foram cruciais para a continuidade da vida no planeta.

Neste contexto pode-se dizer que a Administração Pública pode ser agente de transformação da sociedade se usar o poder que lhe foi concedido pelo povo em benefício dele mesmo, se agir efetivamente e continuamente diante dos desafios impostos pela degradação ambiental, se investir adequadamente os recursos destinados para este fim e investir especialmente em medidas preventivas e para que esta equação tenha resultado favorável, precisa existir vontade política de fazer o *status quo* ser modificado positivamente.

REFERÊNCIAS

Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento - **AGENDA 21**. Curitiba: Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social, 2001.

ALMEIDA, João Batista. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ALVES, Carolina Fátima de Souza; EFING, Antonio Carlos. Contratações na Sociedade de Consumo e Tecnologia: Função Social do Contrato e Boa-fé Objetiva. **Revista Jurídica da Faculdade de Direito Dom Bosco**. Curitiba, v.1, n.4. p. 83-101, 2009.

ANANIAS, Patrus. A agenda de modernização das ações sociais públicas em âmbito local. **Revista de administração pública**, Rio de Janeiro, v. 39, n. 2, p.179-185, mar. 2005.

ANDRADE JUNIOR, Alexandre Leite. **Responsabilidade Social em Empresas do Setor Madeireiro Paranaense**: uma abordagem institucional. Curitiba, 2004. Dissertação, Universidade Federal do Paraná.

ANTUNES, Paula. **Compras amigas do Ambiente**: Rótulo Ecológico e Consumo Sustentável. www.sic.sapo.pt/online/blogs/terraalerta, acessado em 05/11/2007.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 10 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

BACELLAR FILHO, Romeu Felipe. **Direito Administrativo**. São Paulo: Saraiva, 2005.

_____. **O Direito Administrativo e o novo Código Civil**. Belo Horizonte: Fórum, 2007.

BANDEIRA DE MELLO, Celso Antonio. **Curso de Direito Administrativo**. 24 ed. São Paulo: Malheiros, 2007.

BELLEN, Hans Michael van. **Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

BESSA, Fabiane Lopes Bueno Netto. **Responsabilidade Social das Empresas – Práticas Sociais e Regulação Jurídica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

BOBBIO, Norberto. **Teoria do ordenamento jurídico**. Brasília: Editora da UNB, 1997.

BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor**: principiologia, conceitos, contratos atuais. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1999.

BOREGGIO NETO, Ângelo. A educação para o consumo como instrumento da educação ambiental. **Revista Jurídica da Universidade de Cuiabá**. Cuiabá, v.8, n.2, p.45-56, jun. 2006.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Prêmio Professor Samuel Benchimol: resultados de 2006**. Brasília: MDIC/STI:FIER, 2006.

BULGARELLI, Waldírio. **Direito do Consumidor**. p. 34-42. *In*: GLANZ, Semy; GUSMÃO, Paulo Dourado de. **O Direito da Década de 1990 – Novos Aspectos. Estudos em homenagem ao Professor Arnoldo Wald**. São Paulo: RT, 1992.

CALDERONI, Sabetai. **Os bilhões perdidos no lixo**. 4.ed. São Paulo: Humanitas/USP, 2003.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos – conflitos multi-culturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CANÇADO, Airton Cardoso; FINCO, Marcus Vinícius Alves; FINCO, Fernanda Dias Bartolomeu Abadio; CANÇADO, Anne Caroline Moura Guimarães. **Economia Solidária e Desenvolvimento Sustentável: resultados da atuação do NESol/UFT no Bico do Papagaio/TO**. Goiânia: Grafset Gráfica e Editora Ltda., 2009.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. Tradução Newton Roberval Eicheberg. São Paulo: Cultrix, 1996.

CARVALHO, Astrid Maranhão de. A transmodernidade e a relação de consumo. In: EFING, Antônio Carlos. **Direito das Relações Contratuais 1**. Curitiba: Juruá, 2002.

CASCINO, Fábio. **Educação Ambiental**: princípio, história, formação de professores. São Paulo: Editora SENAC: 1999.

CASTELLS, Manuel. **Sociedades em redes**: a era da informação, economia, sociedade e cultura. Tradução de Roneide Venencio Majer com a colaboração de Klaus Brandini Gerhardt, São Paulo: Editora Paz e Terra, 2005.

CAVALCANTI, Clóvis. **Desenvolvimento e Natureza**: estudos para uma sociedade sustentável. São Paulo: Cortez, 2001.

CITTADINO, Gisele. **Pluralismo, direito e justiça distributiva**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2000.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DE CONTO, Suzana Maria. Resíduos sólidos: uma análise comportamental. p.61-85. In: SPAREMBERGER, Raquel Fabiana Lopes; PAVIANI, Jaime. **Direito Ambiental**: um olhar para a cidadania e sustentabilidade planetária. Caxias do Sul: Educs, 2006.

DEAN, Warren. **A ferro e fogo**: a história e a devastação da mata atlântica brasileira. São Paulo: Cia das Letras. 1996.

DÉCADA DAS NAÇÕES UNIDAS DA EDUCAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL 2005-2014: documento final do plano internacional de implementação. Brasília: UNESCO, OREALC, 2005.

DERANI, Cristiane. **Privatizações e serviços públicos**: as ações do Estado na produção econômica. São Paulo: Max Limonad, 2002.

DIAS, Genebaldo Freire. **Pegada Ecológica e Sustentabilidade Humana**. São Paulo: Gaia, 2002.

DOBROWOLSKI, Sílvio; BORGES FILHO, Nilson. **Direito, Estado, Política e Sociedade em Transformação**. Porto Alegre: CPGD-UFSC, 1995.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao Consumidor: conceito e extensão**. São Paulo: RT, 1994. v.7

EFING, Antônio Carlos. **Direito das Relações Contratuais 1**. Curitiba: Juruá, 2002.

_____. **Banco de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: RT, 2002.

_____. **Fundamentos do Direito das Relações de Consumo**. Curitiba: Juruá, 2004.

_____. **Direito das Relações Contratuais 2**. Curitiba: Juruá, 2005.

_____. **Direito do Consumo**. 5 ed. Curitiba: Juruá, 2006.

_____. **Direito do Consumo 2**. Curitiba: Juruá, 2005.

ESTORNINHO, Maria João. **A fuga para o direito privado**: contributo para o estudo da atividade de direito privado na administração pública. Coimbra: Almedina, 1996.

FARIA, José Henrique de. **Teoria Crítica da Sustentabilidade. 4º Seminário sobre Sustentabilidade da FAE**. Curitiba: 11 a 13 de novembro de 2009.

FERRAZ JR., Tércio Sampaio. **Introdução ao Estudo do Direito: técnica, decisão e dominação.** São Paulo: Atlas, 2001.

FIGUEIREDO, Paulo Jorge Moraes. **A sociedade do lixo: os resíduos, a questão energética e a crise ambiental.** 2 ed. Piracicaba: UNIMEP, 1995.

FIGUEIREDO, Guilherme José Purvin. **Direito Ambiental em Debate.** Rio de Janeiro: APRODAB, 2004.

FLORIANI, Dimas. **Conhecimento, Meio Ambiente & Globalização.** Curitiba: Juruá, 2004.

FOLADORI, Guillermo. **Limites do Desenvolvimento Sustentável.** Campinas: Editora Unicamp, 2001.

FORTUNY, Maria Alejandra. O Direito do Consumidor: a emergência de um novo paradigma no direito moderno. In: WOLKMER, Antônio Carlos; LEITE, José Rubens Morato. **Os “novos” direitos no Brasil: natureza e perspectivas: uma visão básica das novas conflituosidades jurídicas.** São Paulo: Savaiva, 2003. p. 151-181

FREITAS, Vladimir Passos de; FREITAS, Gilberto Passos de. **Crimes contra a natureza.** 8 ed. São Paulo: RT, 2006.

_____. **Direito Ambiental em Evolução.** Curitiba: Juruá, 1998.

_____. **Direito Administrativo e Meio Ambiente.** Curitiba: Juruá, 1998.

_____. **Direito Ambiental em Evolução 2.** Curitiba: Juruá, 2000.

_____. **Direito Ambiental em Evolução 3.** Curitiba: Juruá, 2002.

_____. **Direito Ambiental em Evolução 4.** Curitiba: Juruá, 2005.

_____. **A Constituição e a Efetividade das Normas Ambientais.** 3 ed. São Paulo: RT, 2005.

FURTADO, Celso. **Formação Econômica do Brasil**. 32 ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2005.

GALVÃO, Flávia Nobre. **Desenvolvimento sustentável & capitalismo: possibilidades e utopias**. Revista IOB de direito administrativo, São Paulo, v. 1, n. 12, p.106-119, dez. 2006. p. 117.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. São Paulo: Malheiros, 2001.

GROTTI, Dinorá Adelaide Musetti. **O serviço público e a Constituição de 1988**. São Paulo: Malheiros, 2003.

GRÜN, Mauro. **Ética e educação ambiental: a conexão necessária**. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

HOGAN, Daniel. **Dilemas Socioambientais e desenvolvimento sustentável**. 2 ed. São Paulo: UNICAMP, 1995.

HUNT, E.K; SHERMAN, Howard J. **História do pensamento econômico**. 19 ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000.

Instituto Akatu: www.akatu.org.br, acesso em outubro de 2009.

JUSTEN FILHO, Marçal. **Curso de Direito Administrativo**. São Paulo: Saraiva, 2005.

KASSMAYER, Karin. Dano Ambiental Individual – Reflexões. In: FREITAS, Vladimir Passos de. **Dano Ambiental em Evolução 4**. Curitiba: Juruá, 2005.

KELSEN, Hans. **Teoria Pura do Direito**. . 2ª.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

KERRY, John; KERRY, Tereza Heinz. **Antes que a Terra acabe**: um relato real dos desafios ambientais. São Paulo: Saraiva, 2008.

LEITE, José Rubens Morato. **Dano Ambiental:** do individual ao coletivo extrapatrimonial. São Paulo: RT, 2 ed. 2003.

LEONARD, H. Jeffrey. **Meio ambiente e pobreza:** estratégias de desenvolvimento para uma agenda comum. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

LISBOA, Roberto Senise. **Relação de Consumo e Proteção Jurídica do Consumidor no Direito Brasileiro.** São Paulo: Juarez de Oliveira, 1999.

LOCKE, John. **Dois Tratados sobre o governo.** Tradução Julio Fisher. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

LUCCA, Newton de. **Direito do Consumidor:** aspectos práticos - perguntas e respostas. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1995.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro.** São Paulo: Malheiros, 17 ed. 2006.

MACIEL JUNIOR, Vicente de Paula. **Convenção Coletiva de Consumo (estudo dos interesses difusos, coletivos e de casos práticos).** 1 ed. Belo Horizonte: Del Rey, 1996. 248 p.

MAIA, Nilson Borlina. **Indicadores ambientais:** conceitos e aplicações. São Paulo: EDUC, 2001.

MARINHO, Raul. **Prática na Teoria.** São Paulo: Saraiva, 2005.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor.** 3 ed. São Paulo: RT, 1999.

MARQUES, Cláudia Lima; ALMEIDA, João Batista de; PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos.(coordenadores) **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos Bancos – ADIn 2.591.** São Paulo: RT, 2006.

MARTINS, Plínio Lacerda. **O abuso nas Relações de Consumo e o Princípio da Boa-fé.** Rio de Janeiro: Forense, 2002.

MARTINS-COSTA, Judith. **A Boa-fé no Direito Privado**. São Paulo: RT, 1999.

MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política. Tradução de Regis Barbosa e Flavio R. Kothe. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

MEDAUAR, Odete. **O Direito Administrativo em evolução**. São Paulo: RT, 2003.

MOREIRA NETO, Diogo de Figueiredo. **Mutações do Direito Administrativo**. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

_____. **Curso de Direito Administrativo**. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

MOUTINHO, Paulo; PINTO, Regina Pahim. **Ambiente complexo, propostas e perspectivas socioambientais**. São Paulo: Contexto, 2009.

NEGREIROS, Teresa Paiva de Abreu Trigo de. **Fundamentos para uma Interpretação Constitucional do Princípio da Boa-fé**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

NERY JUNIOR, Nelson. **Da Proteção Contratual**. p.504-638. *In*: GRINONER, Ada Pellegrini...[et al.]. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 9.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

NIGRO, Carlos Domingos. **(In)sustentabilidade urbana**. Curitiba: Ibpex, 2007.

NOGUEIRA, Tânia Liz Tizzoni. **A prova no Direito do Consumidor**. Curitiba: Juruá, 1999.

NOVAIS, Alinne Arquette Leite. **A teoria contratual e o Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: RT, 2001.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Compre bem**: manual de compras e garantias do consumidor. São Paulo: Saraiva, 2000.

_____. **Curso de direito do consumidor:** com exercícios. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

NUSDEO, Fábio. **Introdução ao Direito Econômico.** 3 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2001.

OLIVEIRA, Gilson Batista de; SOUZA-LIMA, José Edmilson de. **O desenvolvimento Sustentável em foco: uma contribuição multidisciplinar.** São Paulo: Annablume, 2006.

OLIVEIRA, Francisco; PAOLI, Maria Celia. **Os sentidos da democracia:** políticas do dissenso e hegemonia global. São Paulo: Vozes/Fapesp, 1999.

PEDRINI, Alexandre de Gusmão. **Educação Ambiental:** reflexões e práticas contemporâneas. Petrópolis: Vozes: 1998.

PHILIPPI JR., Arlindo; PELICIONI, Maria Cecília Focesi. **Educação Ambiental e sustentabilidade.** Barueri, SP: Manole, 2005.

PERLINGIERI, Pietro. **Perfis do Direito Civil:** introdução ao Direito Civil Constitucional. 2 ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

PIVA, Ana Luiza. **Direito Ambiental, desenvolvimento sustentável e cultura:** um enfoque sobre a responsabilidade ambiental pós-consumo. Curitiba, 2008. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

POLANYI, Karl. **A grande transformação.** Rio de Janeiro: Campus, 1980.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania.** São Paulo: Cortez, 2005.

ROCHA, Délcio. **A “velha” e a nova bioeconomia:** desafios para o desenvolvimento sustentável. Disponível em www.ambienteemfoco.com.br, acessado em 05/11/2007.

ROSANVALLON, Pierre. **A crise do Estado-Providência.** Goiânia: UFG/UnB, 1997.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Regulação da Atividade Econômica: princípios e fundamentos jurídicos**. São Paulo: Malheiros, 2001.

SANTANA, Naja Brandão. **Responsabilidade Socioambiental e valor da empresa: uma análise por envoltória de dados em empresas distribuidoras de energia elétrica**. São Carlos, 2008. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Escola de Engenharia São Carlos, Universidade de São Paulo.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. 14 ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

SANTOS, Rozely Ferreira dos. **Planejamento ambiental: teoria e prática**. São Paulo: Oficina de Textos, 2004.

SCOTTO, Gabriela; CARVALHO, Isabel Cristina de Moura; GUIMARÃES, Leandro Belinaso. **Desenvolvimento Sustentável**. Petrópolis: Vozes, 2008.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SEQUINEL, Maria Carmen Mattana. **O modelo de sustentabilidade urbana de Curitiba: um estudo de caso**. Florianópolis: 2002. Dissertação de Mestrado, UFSC.

SILVA, Luís Renato Ferreira da. **Revisão dos Contratos: do Código Civil ao Código do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 1999.

SILVEIRA, Ana Cristina. A relação homem e meio ambiente e a reparação do dano ambiental: reflexões sobre a crise ambiental e a teoria do risco na sociedade. In: SPAREMBERGER, R.F. L ; PAVIANI, J. **Direito Ambiental: um olhar para a cidadania e sustentabilidade planetária**. Caxias do Sul,RS: Educs, 2006. p. 37-59

SILVERSTEIN, Michael. **A Revolução Ambiental: como a economia poderá florescer e a terra sobreviver no maior desafio da virada do século**. Tradução Álvaro Sá. Rio de Janeiro: Nórdica, 1993.

SINGER, Paul. **Curso de Introdução à Economia Política**. 17 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

SOARES, Luiz Carlos Correa. **Desenvolvimento com Inclusão Social e Responsabilidade Ambiental**. Palestra de abertura do 9º. Coesenge – Congresso Estadual do Sindicato dos Engenheiros de Rondônia. Porto Velho: outubro/2009.

SPAREMBERGER, Raquel Fabiana Lopes; PAVIANI, Jaime. **Direito Ambiental: um olhar para a cidadania e sustentabilidade planetária**. Caxias do Sul: Educus, 2006.

STAHEL, Andri Werner. **Capitalismo e entropia: os aspectos ideológicos de uma contradição e a busca de alternativas sustentáveis**. p. 104-127. *In*: CAVALCANTI, Clóvis. **Desenvolvimento e Natureza: estudos para uma sociedade sustentável** São Paulo: Cortez, 2001.

STROH, Paula Yone. **As ciências sociais na interdisciplinariedade do planejamento ambiental para o desenvolvimento sustentável**. p. 276-292. *In*: CAVALCANTI, Clóvis. **Desenvolvimento e Natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 2001.

VALLE, Cyro Eyer do; LAGE, Henrique. **Meio Ambiente: acidentes, lições e soluções**. São Paulo: Editora SENAC, 2003.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

VIEZZER, Moema; OVALLES, Omar. **Manual Latino Americano de Educ-Ação Ambiental**. São Paulo: Gaia, 1994.

_____. **Do global ao local**. Campinas, SP: Armazém do Ipê, 2005.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**. Brasília: Editora UNB, 2000.

WOLKMER, Antônio Carlos; LEITE, José Rubens Morato. **Os “novos” direitos no Brasil, natureza e perspectivas: uma visão básica das novas conflituosidades jurídicas**. São Paulo: Savaiva, 2003.

www.hsw.uol.com.br, acesso em outubro de 2009.

www.stj.jus.br, acesso em abril de 2010.

ZACARIAS, Rachel. **Consumo, lixo e educação ambiental: uma abordagem crítica.** Juiz de Fora: FEME, 2000.

ANEXO 1

QUESTIONÁRIO SOBRE CONSUMO CONSCIENTE E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

1. Qual o seu sexo?

- a) () masculino
- b) () feminino

2. Qual a sua idade?

- a) () 18 a 30 anos
- b) () 31 a 40 anos
- c) () 41 a 50 anos
- d) () acima de 51 anos

3. Qual a sua formação acadêmica?

- a) () Nível médio
- b) () Superior incompleto
- c) () Superior completo
- d) () Pós-graduação

4. Qual o seu tempo de serviço público?

- a) () até 5 anos
- b) () 6 a 15 anos
- c) () 16 a 25 anos
- d) () 26 a 35 anos

5. Você tem alguma preocupação pessoal com o meio ambiente e o futuro do planeta?

- a) () sim
- b) () não

Para responder as questões de 6 a 30 considere os seguintes conceitos básicos.

Consumo Consciente: é aquele onde o consumidor reflete a respeito dos seus atos de consumo e como eles irão repercutir não só sobre si mesmo, mas também sobre as relações sociais, a economia e a natureza. (Instituto Akatu)

Impacto Ambiental: é o modo como o ser humano através de suas ações afeta o meio ambiente.

Medidas Socioambientais: são ações práticas dos entes públicos e privados que visem prevenir ou diminuir os impactos das atividades empresariais e dos seres humanos sobre o meio ambiente.

Responsabilidade Socioambiental: são ações que os entes públicos e privados devem ter em suas atividades com o objetivo de cuidar dos seus funcionários e da comunidade no entorno do seu empreendimento e conjuntamente proteger o meio ambiente para as gerações futuras.

6. Você identifica alguma ligação entre impacto ambiental e consumo nos dias de hoje?

- a) sim
- b) não

7. Qual a sua percepção quanto às medidas socioambientais no seu local de trabalho?

- a) existem
- b) não existem
- c) existem, mas não são aplicadas.

8. Já recebeu orientação formal sobre consumo consciente e responsabilidade socioambiental no local de trabalho?

- a) sim
- b) não

9. As informações sobre responsabilidade socioambiental mudaram sua atitude como cidadão no local de trabalho?

- a) sim
- b) não

10. As informações recebidas sobre responsabilidade socioambiental poderiam ser repassadas a outras pessoas não ligadas ao seu ambiente de trabalho?

- a) sim
- b) não

11. As informações sobre responsabilidade socioambiental mudaram sua atitude fora do ambiente de trabalho?

- a) sim
- b) não

12. No seu setor são utilizadas medidas práticas para diminuição do impacto ambiental?

a) sim

b) não

13. No seu setor existe orientação para o consumo racional de água e energia elétrica?

Sim

Não

14. A separação de lixo já é uma ação utilizada no seu local de trabalho?

a) sim

b) não

15. No seu local de trabalho existe substituição dos copos descartáveis por utensílios individuais e de materiais não descartáveis?

a) sim

b) não

16. No seu local de trabalho existe orientação para o consumo racional de materiais de expediente?

a) sim

b) não

17. Existe alguma ação prática que pode ser implementada também fora do ambiente de trabalho, como em casa, por exemplo?

a) sim

b) não

18. As ações socioambientais existentes no seu local de trabalho foram motivadas pela:

a) liderança geral

b) chefia interna do setor

c) ação individual do funcionário

19. Existe algum incentivo oficial para o funcionário que contribuir com sugestões/ações que diminuam o impacto ambiental no local de trabalho?

a) sim

b) não

20. Em sua opinião, se houvesse incentivo ao funcionário que contribuísse com a responsabilidade socioambiental estatal, a adesão dos colaboradores seria:

- a) maior
- b) menor
- c) igual

21. Como você classificaria o seu conhecimento sobre o Código de Defesa do Consumidor?

- Avançado
- Básico
- Médio
- Desconheço o Código de Defesa do Consumidor

22. Você já recebeu informação formal sobre o Código de Defesa do Consumidor?

- a) sim
- b) não

23. Se houvesse ações de conscientização socioambiental no seu local de trabalho fora do horário de expediente, você:

- a) participaria
- b) não participaria

24. Se houvesse ações de conscientização socioambiental no seu local de trabalho dentro do horário de expediente, você:

- a) participaria
- b) não participaria

25. Se a ação de conscientização socioambiental fosse disponibilizada à comunidade, você estaria disposto a trazer pessoas para assistirem a palestra?

- a) sim
- b) não

26. Você considera que o acesso à informação pode ser um agente transformador da sociedade em que vivemos?

- a) sim
- b) não

27. No seu trabalho você já teve conhecimento que a informação negativa sobre as práticas empresariais de determinada empresa já influenciaram as decisões de compra ?

- a) () sim
- b) () não

28. Se houvesse um banco de dados nacional sobre empresas com responsabilidade socioambiental, você acredita que a Administração Pública poderia selecionar os fornecedores com quem contrata?

- a) () sim
- b) () não

29. Seria um critério viável de contratação com a Administração Pública, aquele em que ela como consumidora só poderia contratar com empresas que possuíssem certificação ambiental e medidas efetivas de responsabilidade socioambiental?

- () sim
- () não

30. A Administração Pública como consumidora poderia ser a precursora de um movimento de conscientização e mudança de políticas públicas socioambientais na medida em que aqueles que quisessem contratar com ela deveriam se adequar aos padrões pré-estabelecidos por ela?

- a) () sim
- b) () não