

A CONTRIBUIÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR PARA A DEFESA E PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE

THE CONSUMER DEFENSE CODE CONTRIBUTION FOR THE DEFENSE AND THE PRESERVATION OF THE ENVIRONMENT

KARLLA MARIA MARTINI

Aluna do Mestrado em Direito Empresarial e Cidadania do UNICURITIBA - Centro
Universitário Curitiba.

JOSÉ EDMILSON DE SOUZA-LIMA

Pesquisador-docente do UNICURITIBA e do PPGMADE-UFPR.

RESUMO

Em um cenário global e local marcado pela crise socioambiental, o Estado de Direito Socioambiental irrompe com a missão de proteger e assegurar direitos fundamentais em todas as suas dimensões. Neste contexto, o presente artigo se propõe a tornar visível como o direito do consumidor à informação ao incorporar preceitos socioambientais relativos aos produtos e serviços pode contribuir para a efetivação da missão deste novo Estado, por meio do consumo consciente e sustentável. Para tanto, recorre a uma pesquisa bibliográfica e conclui que, na perspectiva jurídica, o direito à informação é um instrumento fundamental para a efetivação da missão maior do Estado de Direito Socioambiental, pois se (re) significado à luz de uma abordagem consumerista da questão ambiental, pode, de fato, contribuir para a defesa e preservação do meio ambiente.

PALAVRAS-CHAVE: meio ambiente; consumidor; direito a informação.

ABSTRACT

In a scenario marked by local and global environmental crisis, the Environmental State of Rights erupts with a mission to protect and secure fundamental rights in all their dimensions. In this context, this article aims to make visible to the consumers' right to information, by incorporating environmental principles relating to products and services, can contribute to the accomplishment of the mission of this new State, by means of conscious and sustainable consumption. The article draws a literature research and concludes that, in a legal outlook, the right to information is a fundamental instrument for the realization of the larger mission of the Environmental State of Rights, since if it is (re)read in the light of a consumerist approach of the environmental question, it can indeed contribute to the protection and preservation of the environment.

KEYWORDS: environment; consumer; right to information.

1. INTRODUÇÃO

A constitucionalização do meio ambiente ocorrida com o advento da Constituição da República de 1988 representa um avanço extraordinário no processo de contenção da atividade devastadora do Homem, a qual começou a ser observada e discutida mundialmente a partir da década de 1970.

O presente artigo apresenta a institucionalização textual de um Estado de Direito Socioambiental em nosso país, conforme preceitos contidos especialmente – e não exclusivamente – nos artigos 225 e 170, VI da Constituição.

Este novo modelo de Estado de Direito Constitucional tem como principal missão proteger e assegurar o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado em todas as suas dimensões.

Nesta esteira, o presente artigo tem como objetivo principal propor a (re) leitura do direito à informação, assegurado pelo artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, a

fim de propiciar e fomentar o consumo consciente, com vistas a proteger o meio ambiente nos termos vindicados pela Magna Carta.

As informações acerca dos impactos socioambientais do produto ou serviços oferecidos são necessárias para o exercício do consumo de forma sustentável.

O conhecimento dos impactos socioambientais advindos da produção, uso e pós-consumo constitui-se como requisito indispensável para fomentar a livre escolha dos consumidores por produtos que apresentem impactos socioambientais positivos.

O fundamento para a inclusão de informações socioambientais dos produtos e serviços nas informações que são veiculadas ao consumidor está presente no ordenamento jurídico pátrio, na garantia de acesso à informação e no dever de todos à preservação do meio ambiente, ambos inseridos no rol dos direitos constitucionais fundamentais, bem como em preceitos do Código de Defesa do Consumidor.

Para tanto, faz-se necessário uma (re) leitura reflexiva do direito à informação para o consumo, conferindo-lhe uma dimensão socioambiental, a fim de promover e incentivar o consumo sustentável.

Sendo assim, esta pesquisa caracteriza-se como bibliográfica, de natureza exploratória e justifica-se pela relevância do tema, considerando que a defesa e proteção do meio ambiente constituem-se como temas mais caros à humanidade nos dias atuais.

Para atingir o objetivo proposto este artigo foi elaborado com fundamento em referencial teórico de diversos autores da ciência jurídica. Foram utilizados para o desenvolvimento teórico da pesquisa: bibliografia tradicional, legislação aplicável ao tema, em especial a Constituição e o Código de Defesa do Consumidor.

2. O ARTIGO 225 DA CONSTITUIÇÃO E A OBRIGAÇÃO DO PODER PÚBLICO E DA COLETIVIDADE NA DEFESA E PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE.

Diante da crise ambiental diagnosticada a partir da década de 1970, diversos países passaram a albergar em seus diplomas constitucionais fundamentos jurídicos específicos para a proteção ambiental, caracterizando-os como verdadeiros direitos fundamentais.

Citem-se como exemplo a Constituição Portuguesa no ano de 1976, a qual foi seguida em 1978 pela Constituição Espanhola. De igual forma ocorreu com a Lei Fundamental Alemã, objeto de reforma constitucional no ano de 1994 e as Constituições da Colômbia em 1991, da África do Sul em 1996, da Suíça em 2000 e já no século XXI a Constituição Equatoriana no ano de 2008 e a Constituição Boliviana em 2009. (SARLET, FENSTERSEIFER, 2011, p. 90).

Isso foi resultado da necessidade de superação dos modelos de Estado Liberal e Social, os quais não conseguiram responder com êxito à crise ambiental diagnosticada em meados do século XX, sendo então substituídos pelo modelo de Estado que vêm sendo cunhado por alguns estudiosos como *Estado Pós-Social*, *Estado Constitucional Ecológico*, *Estado de Direito Ambiental*, *Estado do Ambiente*, *Estado Ambiental do Direito*, *Estado de Bem-Estar Ambiental* e *Estado Ambiental*.¹

Nas palavras de MORATO LEITE:

Tanto as ideologias liberais quanto as ideologias socialistas não souberam lidar com a crise ambiental, tampouco inseriram a agenda ambiental no elenco das prioridades do respectivo projeto político. O quadro contemporâneo de degradação e crise ambiental é fruto, portanto, dos modelos econômicos experimentados no passado, não tendo disso, além disso, cumprida a promessa de bem-estar para todos como decorrência da revolução industrial, mas sim, instalado um contexto de devastação ambiental planetária e indiscriminada. (2010, p. 24).

Especificamente no Brasil a constitucionalização do meio ambiente foi promovida pela Magna Carta de 1988 ao alçar a proteção ambiental a capítulo próprio, o qual se encontra pela primeira vez na história do constitucionalismo brasileiro inserto no título da “Ordem Social” com destaque ao contido no artigo 225 que define o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado como inserto na categoria de direito fundamental, sem prejuízo de inúmeros outros dispositivos relacionados à temática ambiental, em especial o artigo 170, IV inserido no título da “Ordem Econômica” que ao admitir a livre

¹Tais denominações são apontadas por SARLET e FENTERSEIFER, 2011, p. 94. Mas o autor prefere o termo “Socioambiental”, tendo em vista a imperiosa convergência das agendas social e ambiental em um mesmo projeto jurídico-político para o desenvolvimento humano – expressão essa adotada por este estudo.

iniciativa como seu fundamento exige também um controle desta liberdade ao definir a defesa do meio ambiente como um dos seus princípios.

São oportunas as palavras de MOLINARO, citado por MACHADO:

No caso brasileiro, matizado pela Carta de 1988, sem dúvida podemos caracterizá-lo como um Estado socioambiental e Democrático de Direito, por força expressiva da complexidade normativa esculpida no seu art. 225. Ali se supera, como já afirmamos, a dicotomia público/privado – onde todos se obrigam em manter o equilíbrio e salubridade deste “lugar de encontro” que é o ambiente (seja ele natural ou cultural) e a todos, Estados e cidadãos e cidadãs, são cometidos direitos e deveres, pretensões e obrigações presentes e futuras (solidariedade intergeracional) inderrogáveis, já que o direito ao meio ambiente sadio é essencial à vida, e como direito fundamental, está ao abrigo do art. 60, § 4, IV. (2012, p. 17)

Ressalte-se que as constituições brasileiras que precederam à atual não abordaram o tema meio ambiente de forma específica, pois imbricadas de forte viés liberal limitavam-se a tratar os recursos naturais como meros recursos econômicos.

A Constituição da República de 1988, portanto, neste aspecto superou de fato as barreiras do paradigma eminentemente liberal que vê o Direito apenas como um instrumento de organização da vida econômica, unicamente orientado a resguardar certas liberdades básicas e a produção econômica, o que reduz o Estado à acanhada tarefa de estruturar e perenizar as atividades do mercado, sob o manto de certo asseptismo social. (BENJAMIN, 2008, p. 84).

Isto posto, merece destaque o contido no artigo 225 *caput* da Carta Magna ao dispor que é obrigação tanto do Poder Público como dos cidadãos a preservação do meio ambiente, para as presentes e futuras gerações.

O direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado constitui-se como um direito típico de terceira dimensão, portanto, um direito metaindividual, que no contexto dos direitos humanos insere-se no espaço da solidariedade. Assim, a possibilidade de sua concretização, na qualidade de um direito difuso, exige uma nova forma de cooperação e integração dos responsáveis pela sua implementação. Nesse sentido, a participação da sociedade civil organizada deve ser vista como um complemento à necessária atuação dos órgãos públicos em relação ao meio ambiente. (PADILHA, 2012, p. 54).

Como exemplo de instrumentos que buscam viabilizar esta participação da sociedade civil organizada nas discussões sobre o meio ambiente está a Audiência Pública, realizada no processo administrativo de licenciamento ambiental de empreendimentos de significativo impacto ambiental, bem como prevista no artigo 43 do Estatuto da Cidade, a qual tem como objetivo debater com a população assuntos de interesse dos Municípios, além da instituição dos Conselhos Estaduais e Municipais do Meio Ambiente e Comitês de Bacias Hidrográficas que albergam obrigatoriamente representantes da sociedade civil, dentre outros.

Não é outro o entendimento de DERANI:

O ordenamento jurídico tem se aprimorado, estabelecendo instâncias específicas para maior comunicação da base administrativa (Estado) com seus administrados. Não tem outra aspiração o preceito do art. 225, ao impor ao Poder Público e à coletividade o dever de preservar e defender o meio ambiente para as presentes e futuras gerações. O desdobramento deste dever comum de preenchimento do mandamento explicitado no art. 225 pode ser vivenciado, por exemplo, nos conselhos nacionais e estaduais do meio ambiente, também com a previsão de audiência pública para tratar de decisões da administração, ou através do exercício do direito de representação e do direito à informação dos procedimentos administrativos. (2008, p. 213).

Além disso, tal dispositivo indica expressamente a existência de um dever do Poder Público adotar medidas administrativas com vistas à proteção do meio ambiente. Isso é reforçado pelo contido no artigo 23 da Magna Carta, o qual disciplina a competência comum da União, dos Estados e do Distrito Federal e dos Municípios para proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas, consoante disposto em seu inciso V, assim como preservar as florestas, faunas e a flora nos exatos termos do inciso VII.

Ao promover a análise do artigo 225, *caput* da Constituição FIORILLO (2011, p. 58-65) aponta a existência de quatro aspectos fundamentais no que se refere ao conteúdo de tal preceito constitucional. Dentre eles destaca a defesa e a preservação do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado para as presentes e futuras gerações.

A Carta de 1988, ao garantir pela primeira vez na história constitucional brasileira um direito direcionado às presentes e às futuras gerações, apontou para a necessidade de se assegurar a tutela jurídica do meio ambiente, não só em decorrência da extensão de tempo médio entre o

nascimento de uma pessoa humana e o nascimento de seu descendente (dentro de sua estrutura jurídica, fundamentada na dignidade da pessoa humana), mas também em razão da concepção de geração como grupo de organismos que têm os mesmos pais ou, ainda, como grau ou nível simples numa linha de descendência direta, ocupada por indivíduos de uma espécie, que têm um ancestral em comum e que estão afastados pelo mesmo número de crias de seu ancestral. (2011, p. 64).

Portanto, a tutela do meio ambiente pelo Poder Público erigida à preceito constitucional fundamental, é irrenunciável.

Constitui-se à luz de um Estado de Direito Socioambiental, um verdadeiro dever atribuído a cada um de nós e ao Estado que, caso seja descumprido, ensejará responsabilização.

3. ORIGEM CONSTITUCIONAL DA PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES E A LEI Nº 8.078/90

O direito do consumidor surge da necessidade de corrigir os desequilíbrios sociais decorrentes da denominada sociedade de consumo, que tem como principais características a massificação e a impessoalidade, fatores estes que colocam o consumidor como hipossuficiente diante dos fornecedores.

A respeito da sociedade de consumo sustenta GRINOVER:

O homem do século XX vive em função de um modelo novo de associativismo: a sociedade de consumo (mass consumption society ou Konsumgesellschaft), caracterizada por um número crescente de produtos e serviços, pelo domínio do crédito e do marketing, assim como pelas dificuldades de acesso à justiça. São esses aspectos que marcaram o nascimento e desenvolvimento do direito do consumidor, como disciplina autônoma. (1998, p. 6)

Isso já era assinalado por Adam Smith, em seu tratado que estabeleceu os princípios da economia de mercado competitivo:

O consumo é o único fim e propósito de toda a produção; e o interesse do produtor deve ser atendido até o ponto, apenas, em que seja necessário para promover o do consumidor. A máxima é tão perfeitamente evidente por si mesma, que seria absurdo prova-la (...) No sistema mercantilista, o interesse do consumidor é quase que constantemente sacrificado pelo do produtor; e ele parece considerar a produção, e não o consumo, como o fim último e objeto de toda a indústria e comércio. (citado por FILOMENO, 2007, p.2).

A Revolução Industrial, por sua vez, como afirma VIEIRA (2002, p. 71) teve papel fundamental no tratamento das relações de consumo, pois as atividades deixam de ser artesanais e tornam-se industriais, o que implica na expansão do comércio e, conseqüentemente, resulta no desequilíbrio das relações de consumo acentuado pelo fenômeno da concentração de grandes capitais.

Conforme pondera CAS (1980, p. 9), citado por FILOMENO (2007, p. 56)

A sociedade industrial engendrou uma nova concepção de relações contratuais que têm em conta a desigualdade de fato entre os contratantes (...) o legislador procura proteger os mais fracos contra os mais poderosos, o leigo contra o melhor informado; os contratantes devem sempre curvar-se diante do que os juristas modernos chamam de ordem pública econômica.

Aponta-se como marco mundial da proteção consumerista o movimento ocorrido nos Estados Unidos, na década de 1960, ocasião em que foi dirigida mensagem presidencial ao Congresso anunciando um programa de reformas econômicas consoante os interesses de proteção dos consumidores. Foi ele que impulsionou a adoção de normas internacionais de defesa dos consumidores, as quais passaram a ser incorporadas pelos ordenamentos internos de diversos países em todo o mundo.

No Brasil, assim como ocorreu com a proteção do meio ambiente, os consumidores tiveram assegurada a sua proteção constitucionalmente, tanto como direito fundamental no artigo 5º, XXXII, como princípio da Ordem Econômica nos exatos termos do artigo 170, V ambos da Constituição de 1988.

Portanto, infere-se que foi a Constituição da República a origem da codificação protetiva dos consumidores no Brasil, até porque em seu artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias está o fundamento para a edição de um Código de Defesa e Proteção do Consumidor, o que aconteceu em 1990 com a promulgação da Lei 8.078.

MARQUES (2009, p. 27) afirma que o direito do consumidor é um conjunto de normas e princípios que tem por fim cumprir um triplo mandamento constitucional:

1) de promover a defesa dos consumidores (art. 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988: "O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor"); 2) de observar e assegurar como princípio geral da atividade econômica, como princípio imperativo da ordem econômica constitucional, a necessária "defesa" do sujeito de direitos "consumidor" (art. 170 da Constituição Federal de 1988: "A ordem econômica, fundada

na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: (...) V – defesa do consumidor; 3) de sistematizar e ordenar esta tutela especial infraconstitucionalmente através de um Código (microcodificação), que reúna e organize as normas tutelares, de direito privado e público, com base na ideia de proteção do sujeito de direitos (e não da relação de consumo ou do mercado de consumo), um código de proteção e defesa do “consumidor” (art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição Federal de 1988: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”).

Como muito bem apontado por SOARES (2009, p. 67) a Lei nº 8.078/90 foi uma das mais avançadas leis protetivas de consumo, pois rompeu com o modelo liberal e individualista do clássico direito privado e renovou o ordenamento jurídico pátrio, na medida em que passou a tutelar as fidedignas expectativas de maior igualdade entre aqueles que compõem o mercado de consumo.

Neste diapasão, assevera AZEVEDO:

A demora na atualização do Código Civil fez com que o Código de Defesa do Consumidor, de uma certa forma, viesse a preencher a vasta lacuna que, no campo do direito privado brasileiro, a doutrina e a jurisprudência percebiam há muito tempo. Na impossibilidade de encontrar, no velho Código Civil, base para o desenvolvimento teórico do que há de mais apto para transformar o sistema fechado em sistema aberto – por exemplo, a referência expressa a cláusulas gerais, como a da boa-fé, e a princípios jurídicos, como o da exigência de igualdade real nos negócios jurídicos -, é no Código de Defesa do Consumidor que se pode encontrar um Ersatz do Código Civil que não veio ou, no mínimo, um ponto de apoio para alavancar a atualização. (1996, p. 17)

A Lei nº 8078/90 estabeleceu um microsistema jurídico dotado de características próprias, criando um vínculo jurídico denominado relação de consumo.

Este microsistema também tem princípios próprios, que somente possuem o condão de afastar os princípios do direito ordinário, quando houver relação de consumo, e eles forem incompatíveis com a legislação protetiva do consumidor.

MARQUES, ao tratar do Código de Defesa do Consumidor como microsistema, nos ensina que:

O CDC, como codificação, é parcial, é uma pequena (micro) codificação especial, privilegiadora de um sujeito ou grupo de sujeitos. O CDC é um conjunto de normas sistematicamente organizado, destacando-se os três capítulos iniciais como os mais importantes de se “sistema” (= ordem, todo construído, corpo, limite) a definir seu campo ou âmbito de aplicação (ao que se

aplica esta lei), os objetivos (para que se aplica a lei), os princípios básicos da lei (como se aplica valoradamente esta lei) e os direitos básicos do consumidor (assegura o nível de eficácia de aplicação desta lei).

Em outras palavras, nos três primeiros capítulos do CDC encontra-se uma espécie de parte geral do direito do consumidor (arts. 1º a 7º do CDC). Estas definições, princípios e direitos guiam, iluminam e se aplicam a todas as normas posteriores do Código, isto é, da parte especial (arts. 8º a 119 do CDC), especificando, narrando e concretizando a tutela constitucionalmente assegurada ao consumidor. (2008, p. 47)

Neste artigo trataremos do princípio da transparência, que encontra acento no artigo 4º, *caput* do Código de Defesa do Consumidor, dela desdobrando-se a obrigação de informar como direito básico do consumidor, conforme prescrito no artigo 6º, incisos II e III.

4. UMA PROPOSTA DE (RE) LEITURA DO DIREITO DO CONSUMIDOR À INFORMAÇÃO À LUZ DE UMA ABORDAGEM CONSUMERISTA DA QUESTÃO AMBIENTAL

O Código de Defesa do Consumidor tratou a questão ambiental de maneira tímida, na medida em que sua missão maior é proteger o consumidor hipossuficiente frente aos fornecedores de produtos ou serviços.

No entanto, a despeito disso, fato é que tanto a proteção ambiental quanto a proteção dos consumidores têm natureza *difusa* e *transindividual*, além do que ambos advêm de comandos constitucionais que os alçaram a preceitos fundamentais, razão pela qual a questão ambiental obrigatoriamente deve ser refletida quando da proteção das relações consumeristas.

A temática ambiental é enfrentada pelo Código de Defesa do Consumidor em, pelo menos, quatro momentos.

O primeiro deles é o contido no artigo 4º, inciso III que determina que a Política Nacional de Relações de Consumo deverá harmonizar os interesses e a proteção dos agentes consumeristas com os princípios fundantes da ordem econômica constitucional.

Ou seja, a defesa do consumidor como princípio geral da atividade econômica presente no artigo 170, V, deverá harmonizar-se com a defesa do meio ambiente,

princípio este de mesma natureza e função, conforme disposto no artigo 170, VI da Constituição da República.

Importante mencionar que a conciliação entre tais princípios é indispensável, na medida em que ambos deverão ser respeitados para o desenvolvimento da atividade econômica, como meio para se atingir o plano constitucional da valorização do trabalho humano e da livre iniciativa, assegurando a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social.

Outro dispositivo que se refere ao meio ambiente é o artigo 37, § 2º do Código de Defesa do Consumidor, a saber:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

(...)

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

Ao tratar das denominadas cláusulas contratuais abusivas, o legislador infraconstitucional elegeu dentre elas aquelas que infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais, nos exatos termos do inciso XIV, artigo 51 do Código de Defesa do Consumidor.

De acordo com BONATTO (2004, p. 107), *“não há necessidade da efetiva agressão ao meio ambiente, bastando, para caracterizar a abusividade, que a cláusula contratual possibilite a ofensa ambiental”*.

Finalmente, encontra-se no artigo 4º, *caput* do Código de Defesa do Consumidor a transparência, ali descrita como um dos objetivos a ser alcançado pela Política Nacional das Relações de Consumo, dela desdobrando-se a obrigação de informar como direito básico do consumidor, conforme prescrito no artigo 6º, incisos II e III.

Discorrendo sobre o princípio da transparência leciona SOARES:

Rompendo com a tradição do direito privado, de base acentuadamente voluntarista, o CDC propôs uma tutela aos contratantes, centrada em dois planos: a formação do contrato e a execução da avença. Almejando a proteção do consumidor na fase pré-contratual, o princípio da

transparência pressupõe maior aproximação entre as partes, a fim de se obtenha uma relação de consumo mais sincera e leal. Daí decorre a obrigação de informação clara e precisa no tocante ao produto e serviço, enquanto objeto de consumo. (2009, p. 100)

LISBOA, por sua vez, traz um conceito do princípio da transparência, a saber:

Transparência é clareza qualitativa e quantitativa da informação que incumbe às partes conceder reciprocamente, na relação jurídica. A verdadeira transparência nas relações de consumo somente pode ser alcançada pela adoção de medidas que importem no fornecimento de informações verdadeiras, objetivas e precisas ao consumidor. (2006, p. 117-118)

Continua o Autor a ponderar acerca do dever de informação:

A informação deve ser prestada de forma adequada, outorgando-se ao consumidor os dados relevantes sobre o produto e o serviço (art. 31 da Lei 8078/90), tanto sobre a qualidade como as instruções a serem seguidas. A adequação da informação pressupõe, necessariamente, a comunicação prévia do fornecedor ao consumidor para que lhe sejam proporcionadas condições para julgar se o caso é de proceder à aquisição ou utilização do produto e serviço, sob pena de frustração dos seus interesses. A informação deve ser prestada em forma clara, para garantia do princípio da transparência da relação de consumo. (2006, p. 122)

É justamente aqui que poderá calhar uma das mais importantes contribuições do Código de Defesa do Consumidor para com a defesa e proteção do meio ambiente, na medida em que seja conferida uma abordagem consumerista da questão ambiental, promovendo-se uma (re) leitura do direito à informação assegurado aos consumidores.

Ora, a denominada sociedade de consumo nada mais é do que um fenômeno decorrente do modo de produção capitalista ocidental, acompanhado da conseqüente crise da racionalidade moderna, cujas raízes partem do século XX.

O modo de produção capitalista hegemônico, na medida em que abriu margem para o surgimento de conglomerados empresariais e para a massificação dos processos produtivos, acarretou profundos desequilíbrios na sociedade de consumo, sendo o responsável, portanto, pela interação cada dia mais desigual entre fornecedores e consumidores de produtos e serviços. Idêntico raciocínio está presente na relação desigual que passou a ser travada entre o homem e a natureza.

FILOMENO bem retrata a submissão do consumidor ao modo de produção capitalista:

O chamado homem-consumidor torna-se o protótipo do indivíduo-autômato condenado a viver numa sociedade opressora, voltada exclusivamente para a produção e distribuição de todos os valores com que lhe acena a sociedade produtora-consumista e eis que fundada na inexorável e mecânica aquisição pelo consenso posto, de molde a até criar, muitas vezes, necessidade artificiais. (1991, p. 25)

A disparidade destas relações – *consumidor x fornecedor, homem x natureza* - tem como resultado a atual insustentabilidade dos padrões atuais de consumo, o que impõe uma abordagem consumerista da questão ambiental, pois a atual insustentabilidade socioambiental tem estreita e indissociável relação com o consumismo desenfreado, proporcionado pela abdicação de padrões éticos na condução das relações econômicas e de produção.

Esse abandono dos padrões éticos transformou a sociedade de consumo em uma “*sociedade do espetáculo*” (SOARES, p. 14), na qual tudo passa a ser reduzido a uma dimensão estética, valorizando-se excessivamente a aparência de uma imagem produzida, atrelada a padrões que são psicologicamente produzidos e, assim, inatingíveis pela grande maioria das pessoas.

BOAVENTURA SANTOS, citado por SOARES (2009, p. 16) retrata muito bem a questão da “*esteticização*” do consumo:

A meu ver, no entanto, o fetichismo das mercadorias deve ser considerado uma forma autônoma de poder. Por um lado, mediante a sua transformação cultural, o fetichismo das mercadorias vai muito além da exploração. Convertido num sistema semiótico globalmente difundido pelo imperialismo cultural, o fetichismo das mercadorias é, com frequência, um posto avançado da expansão capitalista, o mensageiro da exploração que se avizinha. (...) Por último, a crescente esteticização do consumo converte as mercadorias numa configuração de mensagens expressivas que fomentam uma concepção materialista da vida no mesmo processo em que desmaterializam os produtos. A marca, o logotipo, o mapa das cores, o traço do estilo, multiplicam os valores de uso e, com isso, prolongam a eficácia dos produtos para além daquela que pode decorrer do trabalho produtivo. (2001, p. 286)

Faz-se necessário, portanto, recuperar o atuar ético e consciente, utilizando-se, dentre outras ferramentas, da disseminação do consumo sustentável no cotidiano de cada consumidor, por meio de instrumentos de regulação econômica. Se o mercado

não cumpre tal função, caberá ao Direito dar respostas às questões relacionadas aos efeitos negativos do consumismo sobre o meio ambiente.

Para tanto, é preciso garantir aos consumidores o acesso às informações a fim de que possam tomar decisões de consumo socioambientalmente orientadas.

BETTI JR observa que não basta a informação estar disponível aos consumidores, é preciso ir além, regulando o fluxo das informações e reconhecendo o direito dos consumidores a serem informados dos impactos socioambientais dos produtos e serviços, bem como do próprio ato de consumir.

Dados os riscos e possibilidades da abordagem consumerista da questão ambiental não é qualquer informação e meio de transmissão que se presta para tanto. Não basta que a informação esteja disponível e que o consumidor esteja ciente de sua existência. Fazem-se necessários conteúdos e formas de transmissão capazes de promover a difusão cultural de valores socioambientais e, reflexivamente, informar, conscientizar e incentivar os consumidores, com vistas à realização do consumo sustentável. Na medida em que os mercados falham em transmitir informações sobre a qualidade ambiental dos produtos e serviços, cabe ao Direito garantir tal transmissão, evitando prejuízos aos legítimos interesses dos consumidores e a indesejável seleção adversa socioambiental. (2010, p. 134)

Nesse sentido, o direito à informação assegurado pelo Código de Defesa do Consumidor deverá ocorrer sob um *novo olhar* à luz do compromisso assumido pela Carta Magna ao estabelecer, pelo menos no que diz respeito ao nível textual, um Estado de Direito Socioambiental.

As relações consumeristas, sem dúvidas, estão submetidas ao novo paradigma constitucional calcado em uma sustentabilidade social, a qual vai muito além de uma sustentabilidade ambiental, compondo deste modo o desejo maior do Poder Constituinte de realização de uma sustentabilidade socioambiental, ou seja, aquela que integre as dimensões do social, do econômico e do ambiental, cada uma delas em sua exata medida e proporção.

Isso se constitui como uma tarefa árdua, pois exige uma nova abordagem do direito à informação do consumidor, (re) significando-o a partir de sua função socioambiental, a fim de que ele passe a atuar como um fator de promoção do consumo consciente e, por via de consequência, do desenvolvimento sustentável.

Certamente que em 1990, quando da edição do Código de Defesa do Consumidor, o “direito do consumidor à informação” estava relacionado tão somente às qualidades

intrínsecas dos produtos e serviços, assim como às orientações necessárias para a adequada utilização e manuseio dos mesmos.

Nos dias atuais tal visão positivista precisa e deve ser superada, pois diante da crise socioambiental posta, é imperioso que informações adequadas e claras compreendam aquelas relacionadas às características ambientais dos bens de consumo.

O conhecimento efetivo dos impactos socioambientais advindos da produção, uso e pós-consumo constitui-se como requisito indispensável para fomentar a livre escolha dos consumidores por produtos que apresentem impactos socioambientais positivos.

Tal evolução dinâmica da interpretação do alcance do conteúdo do direito do consumidor à informação é legítima, na medida em que o Código de Defesa do Consumidor faz uso de cláusulas gerais de conteúdo aberto, o que confere aos intérpretes a possibilidade de (re) leitura dos sentidos normativos à luz das dinâmicas sociais, como é o caso das transformações e necessidades oriundas dos interesses socioambientais.

Compartilhando de tal entendimento, ensina REALE:

Interpretar uma lei importa, previamente, em compreendê-la na plenitude de seus fins sociais, a fim de poder-se, desse modo determinar o sentido de cada um de seus dispositivos. Somente assim ela é aplicável a todos os casos que correspondam àqueles objetivos. Como se vê, o primeiro cuidado do hermeneuta contemporâneo consiste em saber qual a finalidade social da lei, no seu todo, pois é o fim que possibilita penetrar na estrutura de suas significações particulares. (1996, p. 285)

A (re) leitura do direito à informação previsto no Código de Defesa do Consumidor, ao incorporar preceitos socioambientais relativos aos produtos e serviços previamente à contratação ou fruição e de maneira padronizada, poderá constituir-se como um instrumento capaz de promover o consumo sustentável e consciente e incentivar a alteração de posturas individuais e cotidianas a abandonar práticas insustentáveis, cabendo, para tanto, a implementação de políticas públicas voltadas à promoção do desenvolvimento sustentável através de uma abordagem consumerista da questão ambiental.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crise socioambiental é o resultado, como descrito por LEFF (2009), da racionalidade econômica que se instaurou no mundo como um núcleo duro da racionalidade da Modernidade e se expressa em um modo de produção destrutivo da natureza e degradador do ordenamento ecológico da Terra, responsável por minar as suas condições de sustentabilidade.

Tendo o capital alcançado um certo grau de desenvolvimento a sua reprodução exige novas fontes de acumulação. Isso desencadeou no imaginário economicista a ilusão de um crescimento sem limites, de uma produção infinita. A crise ambiental, por sua vez, anuncia não necessariamente o fim, mas um questionamento contundente deste projeto, à medida que remete a uma pergunta sobre o mundo, sobre o ser e o saber (MACHADO, 2012).

Delineado tal cenário, a partir da década de 1970 muitos países passaram a constitucionalizar a proteção ambiental, conferindo ao meio ambiente, em termos globais, o *status* de direito fundamental. No Brasil a percepção da crise e da necessidade de um tratamento especial à natureza somente ocorreu a partir de 1981, com a promulgação da Lei nº 6.938/81. Mas o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, pressuposto para a sadia qualidade da vida humana, ganhou real importância com o advento da Constituição Federal da República, promulgada em 05 de outubro de 1988.

O artigo 225 da Magna Carta alçou o meio ambiente ao *status* de direito constitucional fundamental, tendo como principal objetivo assegurar o bem-estar e a justiça social. Identificam-se, por certo, inúmeros outros dispositivos constitucionais voltados à temática ambiental, com especial destaque ao artigo 170, IV, pelo qual a Carta Política reconhece que o meio ambiente não pode ficar a mercê dos interesses empresariais e econômicos, pois ao prever a livre iniciativa como fundamento da Ordem Econômica, também estabelece a defesa do meio ambiente como um dos seus princípios.

Inaugura-se no Brasil uma nova ordem constitucional que minimiza o poder do acento liberal das Constituições anteriores e institucionaliza um Estado de Direito

Socioambiental, ao afirmar a necessidade de uma tutela integrada dos direitos sociais, econômicos e da proteção ao meio ambiente.

Os consumidores, por sua vez, também tiveram assegurada a sua proteção constitucionalmente, tanto como direito fundamental no artigo 5º, XXXII, como princípio da Ordem Econômica nos exatos termos do artigo 170, V ambos da Constituição de 1988.

Portanto, infere-se que foi a Constituição da República a origem da codificação protetiva dos consumidores no Brasil, até porque em seu artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias está o fundamento para a edição de um Código de Defesa e Proteção do Consumidor, o que aconteceu em 1990 com a promulgação da Lei 8.078.

O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, elencou inúmeros direitos atribuíveis aos consumidores, com especial destaque ao direito à informação, o qual, no cenário acima delineado, mostra-se como um instrumento importantíssimo na busca de padrões e escolhas sustentáveis e fomento do consumo consciente, práticas que contribuirão, em última instância, com a defesa e proteção do meio ambiente em seu sentido mais amplo.

Mas para tanto, faz-se necessário promover a sua (re) leitura, a fim de incorporar preceitos socioambientais relativos aos produtos e serviços previamente à contratação ou fruição e de maneira padronizada, utilizando, para tanto, meios e fluxos eficazes e pré-definidos que deverão ser instituídos por meio de políticas públicas voltadas à sustentabilidade.

É preciso que o intérprete, na medida em que o Código de Defesa do Consumidor optou pela utilização de conceitos abertos e cláusulas gerais, lançar um novo olhar hermenêutico ao direito à informação conferido aos consumidores, única maneira de dar respostas eficazes às necessidades socioambientais contemporâneas e contribuir para o projeto constitucional delineado pelos artigos 170 e 225 da Constituição de 1988.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Antonio Junqueira de. **Responsabilidade pré-contratual no Código de Defesa do Consumidor**: estudo comparativo com a responsabilidade pré-contratual no direito comum. Cadernos da Pós-Graduação da Faculdade de Direito da UERJ, Rio de Janeiro, n. 2, abr. 1996.

BENJAMIN, Antônio Herman. Constitucionalização do ambiente e ecologização da Constituição brasileira. *In*: CANOTILHO, José Joaquim Gomes, MORATO LEITE, José Rubens (orgs.). **Direito constitucional ambiental brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2008.

_____. MARQUES, Claudia Lima. BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 2ª ed, revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

BETTI, Leonel Vinicius Jaeger Júnior. **A função socioambiental e a ressignificação reflexiva do direito à informação para o consumo**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, 2010. [recurso eletrônico].

BONATTO, Cláudio et al. **Questões controvertidas no Código de Defesa do Consumidor**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1998.

DERANI, Cristiane. **Direito Ambiental Econômico**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 9ª ed., rev., ampl., sist. e atual. São Paulo: Atlas, 2007.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco, MORITA, Dione Mari, FERREIRA, Paulo. **Licenciamento Ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2011.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. 15 ed., rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2012.

GRINOVER, Ada Pelegrini *et al.* **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do Anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Tradução de Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MACHADO, Auro de Quadros. **Licenciamento Ambiental: atuação preventiva do Estado à luz da Constituição da República Federativa do Brasil**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2012.

MACHADO, Paulo Afonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro**. 12 ed. rev., atual e ampl. São Paulo: Malheiros, 2004.

MOREIRA, Vital. **Economia e Constituição: para o conceito de Constituição Econômica**. 2 ed. Coimbra: Coimbra Ed., 1979.

PADILHA, Norma Sueli. Cidadania Ambiental: a necessidade de uma consciência pública dos riscos ambientais no contexto de um processo econômico desenvolvimentista. *In*: FINKELSTEIN, Cláudio, NEGRINI FILHO, João (coords), CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio, DE OLIVEIRA, Vanessa Hasson (orgs). **Direito Ambiental no Século XXI: Efetividade e Desafios** [recurso eletrônico]. São Paulo: Clássica, 2012.

REALE, Miguel. **Teoria tridimensional do direito**. São Paulo: Saraiva, 1994.

SARLET, Ingo Wolfgang, FENSTERSEIFER, Tiago. **Direito Constitucional Ambiental: Estudos sobre a Constituição, os Direitos Fundamentais e a Proteção do Ambiente.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

SOARES, Ricardo Maurício Freire. **A nova interpretação do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor.** São Paulo: Saraiva, 2009.

VEIGA, José Eli da. **A emergência socioambiental.** São Paulo: Editora Senac, 2007.