V ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

JOSILENE HERNANDES ORTOLAN DI PIETRO

MARIA CLAUDIA DA SILVA ANTUNES DE SOUZA

JERÔNIMO SIQUEIRA TYBUSCH

Copyright © 2022 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - UNIVEM/FMU – São Paulo
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR – Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade – UNIMAR/FEPODI – São Paulo

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara – ESDHC – Minas Gerais
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho – Ceará
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS – Sergipe
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR – São Paulo
Secretarias
Relações Institucionais:
Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes – UNB – Distrito Federal
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM – São Paulo
Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo
Comunicação:
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali – Rio Grande do Sul
Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB – Paraíba
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC – Santa Catarina
Relações Internacionais para o Continente Americano:
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM – Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
Relações Internacionais para os demais Continentes:
Prof. Dr. José Barroso Filho – ENAJUM
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Eventos:
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec – Minas Gerais
Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC – Paraná
Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS – Mato Grosso do Sul

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UMICAP – Pernambuco

D597

Direito e sustentabilidade I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Jerônimo Siqueira Tybusch; Josilene Hernandes Ortolan Di Pietro; Maria Claudia da Silva Antunes De Souza – Florianópolis: CONPEDI, 2022.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5648-494-5
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Inovação, Direito e Sustentabilidade

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Sustentabilidade. V Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2022 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

V ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

Apresentação

APRESENTAÇÃO

É com muita satisfação que apresentamos o Grupo de Trabalho e Pesquisa (GT) denominado "Grupo de Trabalho Direito e Sustentabilidade I," do V Encontro Virtual do CONPEDI, realizado por web conferencia, com enfoque na temática "INOVAÇÃO, DIREITO E SUSTENTABILIDADE", o evento foi realizado entre os dias 14 a 18 de junho de 2022.

Trata-se de publicação que reúne 15 (quinze) artigos que guardam o rigor da pesquisa e o cuidado nas análises, que tiveram como objeto de estudos balizados por referencial teórico da mais alta qualidade e realizadas por pesquisadores comprometidos e envolvidos com a busca da efetividade dos direitos socioambientais. Compõe-se de artigos doutrinários, advindos de projetos de pesquisa e estudos distintos de vários programas de pós-graduação do Brasil, que colocam em evidência para debate da comunidade científica assuntos jurídicos relevantes. Assim, a coletânea reúne gama de artigos que apontam questões jurídicas relevantes na sociedade contemporânea.

Sem dúvida, esta publicação fornece instrumentos para que pesquisadores e aplicadores do Direito compreendam as múltiplas dimensões que o mundo contemporâneo assume na busca da conjugação da promoção dos interesses individuais e coletivos para a consolidação de uma sociedade dinâmica, multifacetada e de consenso.

Na oportunidade, os Organizadores prestam sua homenagem e agradecimento a todos que contribuíram para esta louvável iniciativa do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI) e, em especial, a todos os autores que participaram da presente publicação, com destaque pelo comprometimento e seriedade demonstrados nas pesquisas realizadas e na elaboração dos textos de excelência.

Convida-se a uma leitura prazerosa dos artigos apresentados de forma dinâmica e comprometida com a formação de pensamento crítico, a possibilitar para o aprofundamento da pesquisa em temas relevantes e instigantes, que desafiam os instrumentos do Direito na busca de efetividade do equilíbrio ambiental enquanto um direito fundamental.

Os autores debatem nos artigos ora apresentados temas envolventes sobre questões ambientais que buscam solução nos instrumentos jurídicos do Direito Ambiental, e que perpassam inquietudes comuns a Sociedade, sobre danos ambientais e atividades poluidoras, vulnerabilidade de comunidades tradicionais, mudanças climáticas, mineração, resíduos sólidos, instrumentos de tutela, sistema de responsabilidades e vários aspectos de conflitos socioambientais.

Diante de todos os trabalhos apresentados, os quais apresentam diferentes e profundas abordagens teóricas, normativas e até empíricas, agradecemos aos autores e autoras pela imensa contribuição científica ao desenvolvimento das discussões sobre Direito e Sustentabilidade. A obra que ora apresentamos certamente servirá de instrumento para futuras reflexões e quiçá para o efetivo avanço na tutela do meio ambiente, tão primordial para a satisfação das necessidades das presentes e futuras gerações.

Profª. Drª. Maria Cláudia da Silva Antunes de Souza

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI/ SC

Prof. Dr. Jeronimo Siqueira Tybusch

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

Profª. Drª. Josilene Hernandes Ortolan Di Pietro

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - UFMS

OS DESAFIOS SOCIOAMBIENTAIS E A EDUCAÇÃO: AS AÇÕES DO BALCÃO DO CONSUMIDOR DA UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO E DA COOPERATIVA SICOOB SÃO MIGUEL DO OESTE NA PROMOÇÃO DA SUSTENTABILIDADE

SOCIO-ENVIRONMENTAL CHALLENGES AND EDUCATION: THE ACTIONS OF THE CONSUMER DESK OF THE UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO AND THE SICOOB SÃO MIGUEL DO OESTE COOPERATIVE IN PROMOTING SUSTAINABILITY

Leticia Spagnollo [1]
Nadya Regina Gusella Tonial [2]
Liton Lanes Pilau Sobrinho [3]

Resumo

O presente estudo busca analisar a educação como forma de promover a sustentabilidade e minimizar os problemas socioambientais advindos da sociedade de consumo. Pretende-se investigar os resultados da parceria realizada pelo projeto de extensão Balcão do Consumidor da UPF Campus Casca e da Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel que, através de atividades de extensão, realizaram ações para a promoção da sustentabilidade através da educação. Constata-se que as ações conjuntas de educação para o consumo e de educação ambiental dessas entidades, promoveram a proteção do consumidor e fomentaram a sustentabilidade, pela solidariedade entre as presentes e futuras gerações.

Palavras-chave: Consumo, Cooperativismo, Educação, Meio ambiente, Sustentabilidade

Abstract/Resumen/Résumé

The present study seeks to analyze education as a way to promote sustainability and minimize the socio-environmental problems arising from the consumer society. It is intended to investigate the results of the partnership carried out by the extension project Balcão do Consumidor of the UPF Campus Casca and the Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel which, through extension activities, carried out actions to promote sustainability through

[1] Mestranda em Direito pela Universidade de Passo Fundo. Graduada em Ciências jurídicas e Sociais pela Universidade de Passo Fundo. Certificação AMBIMA CPA10. Colaboradora da Cooperativa Sicoob São Miguel do Oeste.

[2] Doutora em Ciência Jurídica pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Mestre em Direito pela UNISINOS. Coordenadora do Balcão do Consumidor da UPF Casca. Advogada.

[3] Pós-Doutor em Direito pela Universidade de Sevilha - Espanha. Doutor em Direito pela UNISINOS. Mestre em Direito pela UNISC. Professor e Coordenador do PPGDIREITO da UPF.

education. It appears that the joint actions of education for consumption and environmental education of these entities, promoted consumer protection and fostered sustainability, through solidarity between present and future generations.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumption, Cooperativism, Education, Environment, Sustainability

1 Introdução

O estudo busca compreender a educação como forma de promover a sustentabilidade ambiental, minimizando os problemas socioambientais advindos da sociedade de consumo. Pretende-se, analisar as ações realizadas pelo projeto de extensão Balcão do Consumidor da Universidade de Passo Fundo (UPF), através de sua unidade no Campus de Casca/RS e da Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel, por meio da agência sediada na cidade de Paraí/RS, que visaram a promoção da sustentabilidade ambiental através da educação.

O tema justifica-se importante em face do crescimento do consumo e, consequentemente, do descarte de bens na sociedade contemporânea, fator que desencadeia preocupação com o cenário socioambiental. Pondera-se que os consumidores, moldados por um sistema em que o capitalismo é o modelo econômico predominante, aliam-se ao consumo não apenas para atender suas demandas necessárias, mas sim, como pressuposto para se sentirem inseridos no próprio meio social. Com isso, a temática insere-se nos direitos fundamentais à proteção dos direitos do consumidor e ao meio ambiente, positivados na Constituição Federal.

Diante deste cenário, vislumbram-se os desafios dos órgãos: Balcão do Consumidor da UPF e Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel, na prática de ações sociais que visam a promoção da sustentabilidade, por meio da educação, através de atividades de extensão.

Quanto ao método de abordagem adotou-se o hermenêutico, utilizado como forma de descobrir o conhecimento através da interpretação de texto, comunicação entre eles, seus diversos sentidos revelados e também ocultos. Ainda, as formas de pesquisa utilizadas são a bibliográfica, através da análise de doutrina clássica e contemporânea relacionada ao assunto, bem como pela exposição das atividades extensionistas.

Desse modo, o presente trabalho possui um duplo objetivo: primeiramente, retratar o atual contexto social, sob a ótica do consumismo, que origina diversos problemas socioambientais e com isso produz preocupação com a situação vital do meio ambiente. Somado a isso, busca-se analisar a importância da atuação do Balcão do Consumidor da UPF, Campus Casca, RS e da Cooperativa Sicoob São Miguel, agência de Parai, RS na busca pela sustentabilidade ambiental, por meio de práticas extensionistas que promovem a educação para o consumo e a educação ambiental.

2 Os problemas socioambientais decorrentes da sociedade de consumo

O contexto social é caracterizado pelo consumo desenfreado de bens e serviços, ou seja, revela-se uma sociedade de consumo. Desse modo, além de suprir as necessidades as pessoas consomem por desejo, como se o ato de comprar gerasse felicidade. Tal situação cria a sociedade do hiperconsumo e, por sua vez, todos os sujeitos são tidos como consumidores. Contudo, esse consumo desenfreado de mercadorias traz a preocupação com o meio ambiente e social, ocasionada pelo consequente descarte destes produtos (ARENDT, 2007, p. 68-69).

O consumo é essencial e indispensável para a sobrevivência do ser humano, sendo considerado, basicamente, característico de sua própria condição de existência e ocupação (BAUMAN, 2008, p. 41). Nesse sentido, consumir é característica indispensável do próprio exercício da "cidadania econômico-social", pois

> consumo é igualdade, é ser cidadão-econômico ativo, é aproveitar das benesses do mercado liberal e globalizado. Consumo é inclusão na sociedade, nos desejos e benesses do mercado atual. Em outras palavras, consumo é para as pessoas físicas a realização plena de sua liberdade e dignidade, no que podemos chamar de verdadeira "cidadania econômico-social (MARQUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 10).

Assim, observa-se que a humanidade está vivenciando a era do consumismo, momento em que tudo gira em torno do consumo, "consumir por consumir, por prazer, por *status,* por vaidade, por ansiedade, por recompensa. Compramos a ideia de que consumir é sinônimo de felicidade" (MARIMPIETRI, 2009, p. 69). O incentivo à aquisição de bens e serviços fez com que o ato de consumir aumentasse sua importância[1], momento em que as pessoas passaram a confundi-lo com a própria ideia de felicidade. Nesse contexto, os meios virtuais são considerados instrumentos que proporcionam maior facilidade e celeridade ao processo de consumo (DEBORD, 1997. p. 16-17).

[1] Com isso, as necessidades dos consumidores estão cada vez maiores e mais diversificadas, ou seja, são ilimitadas e insaciáveis. Na cultura do consumidor as necessidades de cada um de nós são insaciáveis. Essa sensação de insaciabilidade é interpretada de duas formas distintas. A primeira vê como uma consequência da sofisticação, do refinamento, da imaginação e da personalização dos desejos e necessidades das pessoas/ou da vontade individual de progresso econômico e social. A segunda, como uma exigência do sistema capitalista para a sua sobrevivência. A necessidade deste por um crescimento permanente cria uma ansiedade acerca da possibilidade de algum dia essas necessidades serem satisfeitas ou financiadas (BARBOSA, 2008. p. 34).

Compreende-se que o consumo natural e consciente, faz parte do processo de economia e objetiva atender às demandas dos indivíduos. Entretanto, o consumismo, "torna as pessoas escravas de um modelo que privilegia a produção descartável, comprometendo não só a saúde financeira, mas também a sustentabilidade." Logo, o desenfreado acesso ao mercado de consumo acaba gerando aquisições excessivas e, por vezes, desnecessárias, o que "compromete ainda mais a já frágil capacidade do planeta" (REIS; SILVA, 2013, p. 226).

Observa-se que, o consumismo tem sua origem no capitalismo, que promoveu grandes alterações no meio social. "O consumismo tornou-se a principal válvula de escape, o último reduto de autoestima em uma sociedade que está perdendo rapidamente a noção de família, de convivência social, e em cujo seio a violência, o isolamento e o desespero dão sinais alarmantes de crescimento" (PENNA, 1999, p. 216).

Outro fator que tem papel influente na sociedade de consumo é o crédito[2]. Aliado à sua oferta e possibilidade de concessão, provoca o aumento do consumo e isso faz com que as empresas passem a produzir em maior escala e, consequentemente, ampliem a geração de empregos, fator que aumenta a renda das pessoas e faz girar a cadeia de produção da economia. Logo, o acesso ao crédito além de aumentar a capacidade de consumo, faz crescer a oferta de empregos. Assim, é inegável que o crédito possui significativa importância na sociedade, sendo, inclusive, capaz de transformá-la através do desenvolvimento da economia, que se fortalece sobretudo por meio da inclusão do maior de número de pessoas à sociedade de consumo.

Nessa linha, a oferta de um limite de crédito para o consumidor é condição necessária para promover a circulação da economia de mercado, pois financia o desenvolvimento de projetos, fortalece o crescimento da uma região, de um país ou de um bloco econômico e está intrinsecamente ligada ao exercício do princípio da dignidade humana (SECURATO, 2013).

Cumpre mencionar que, a oferta e concessão de crédito relaciona-se com a dignidade da pessoa humana[3], ou seja, com a proteção do consumidor, "não só porque

[2] Marques compreende que crédito é "um serviço especializado e oneroso que só pode ser prestado por alguns fornecedores do Sistema Financeiro Nacional. Crédito é um contrato real (se perfectibiliza com o ato da entrega do dinheiro pelo fornecedor-banco, administradora do cartão ou financeira), em que cabe ao consumidor-devedor a prestação típica, 'pagar' os juros (preço do crédito) e devolver o principal corrigido, e mais algumas taxas pelo uso desse tipo de crédito" (2010, p. 18).

[3] Comparato, explica que "a compreensão da dignidade da pessoa humana e de seus direitos, no curso da História, tem sido, em grande parte, o fruto da dor física e do sofrimento moral. A cada grande surto de violência, os homens recuam, horrorizados, diante da ignomínia que afinal se abre claramente diante de seus olhos; e o remorso pelas torturas, as mutilações em massa, os massacres coletivos e as explorações

esta proteção estende-se à proteção da vida, da saúde e da liberdade do consumidor, mas, principalmente, porque o consumo é o acesso primário ao mínimo existencial em uma sociedade capitalista justa e solidária". Logo, a possibilidade de inserção no mercado de consumo através da concessão de crédito é um importante indicador de uma sociedade digna e igualitária (DORINI, 2010, p. 45-46).

Vislumbra-se, pois, que o crédito passou a ser considerado um produto, por sua vez muito comercializado no mercado e que a sua concessão desempenha uma importante função social. Ante ao cenário exposto, compreende-se que o endividamento seguro e estável do consumidor é considerado além de normal e importante, um fator intrínseco decorrente do mercado econômico.

Logo, a oferta de produtos e serviços financeiros aumentou expressivamente e, em decorrência disso, os fornecedores buscam ferramentas para acompanhar essas mudanças e explorar essa atividade. Contudo, essas práticas acabam sendo cada vez mais agressivas, utilizando-se de massiva publicidade e da inovação diária para fins de vincular operações de crédito a toda espécie de negociação de consumo. Explicam Marques, Lima e Bertoncello que

> a oferta de produtos e serviços financeiros tem-se ampliado progressivamente, e os fornecedores vêm adotando práticas comerciais cada vez mais agressivas, recorrendo à publicidade maciça e a novos artifícios para vincular operações de crédito a toda espécie de transação de consumo diariamente empreendida pela população (2010, p. 10).

Nesta senda, verifica-se que as novas tecnologias e a globalização aliadas a possibilidade de concessão de crédito, incentivam a publicidade direcionada ao consumo, uma vez que transcendem os limites territoriais e encurtam distâncias para a comunicação. Ainda, o surgimento da internet a disseminou a facilidade e rapidez na concessão de crédito e aquisição de bens, o que promove o consumismo.

Uma das características do consumismo é o "descarte". Essa descartabilidade de mercadorias vivenciada é originada pela constante troca de produtos, tanto de mercadorias, quanto de pessoas e, consequentemente, altera o funcionamento de toda a sociedade, que será regrada sob tais moldes (PEREIRA; BOSSARDI, 2011, p. 112).

Falar sobre descartabilidade e exploração de recursos, indiscutivelmente, remete à ideia de exaurimento e escassez. Denota-se que não há mais consciência de que os

---

aviltantes faz nascer nas consciências, a exigência de novas regras de uma vida mais digna para todos" (1999. p. 30-31).

recursos naturais envolvidos na produção desses produtos são finitos e "não são renováveis, ou em sendo renováveis, são consumidos com uma velocidade que torna difícil sua reposição" (PINTO; SGRIGNOLLI, 2018). No entanto, há necessidade de conscientização de que as relações interpessoais, associadas ao conhecimento e a educação superam toda e qualquer tecnologia.

Ainda, como característica da sociedade de consumo aparece a obsolescência programada, que estimula o mercado de consumo, em virtude de tornar os produtos inutilizáveis ou ultrapassados, despertando a demanda por um novo produto e a necessidade de descartar o que está em desuso (FRANCO, 2014, p. 45).

É sob esse aspecto que se encontra o principal problema da sociedade atual: consumir de modo desenfreado - fomentado pelos meios tecnológicos, publicidade e obsolescência programada. É inegável, pois, que a produção e o descarte não acompanham a regeneração natural do planeta, pois se produz e se consome muito mais do que se tem capacidade para reciclar, resultando, por exemplo, no aumento e acúmulo excessivo de lixo, que desencadeia um grave problema ambiental e social (VIEIRA; REZENDE, 2017).

Esse hiperconsumo não respeita limites e degrada o meio ambiente. O incentivo ao consumo contínuo provoca, de um lado, o esgotamento dos recursos naturais e, de outro, a produção de grande quantidade de resíduos lançados no meio ambiente. Os bens, em sua grande maioria são produzidos com matéria prima extraída da natureza, provocando a "dilapidação do capital natural" e a "geração de lixo" (CECHIN, 2010, p. 42).

Assim, verifica-se que o consumo, indiscutivelmente, serve para atender as necessidades de vida dos seres humanos, porém, quando ele se transforma em instrumento para satisfação de desejos, desencadeia problemas tanto no âmbito social quanto ambiental. Nas palavras de Calgaro: "A ameaça mais perigosa ao meio ambiente de nosso planeta pode ser a busca desenfreada por poder e benefícios que a relação de consumo nos traz, representando uma das graves ameaças estratégicas que se enfrenta na atualidade" (2009, p. 45).

Nesta senda, Pereira explica que, no âmbito da natureza, "são muitos os problemas ecológicos que resultam da sociedade atual, dos métodos de consumo de energia, de matéria-prima e, principalmente, dos rejeitos dos produtos eliminados no ambiente". Segundo o autor, "o meio ambiente é deixado de lado, o que importa e produzir e consumir. Danos ao meio ambiente são problemas criados pelos denominados,

pejorativamente, de 'ecochatos'. Ou seja, se está diante de uma produção sem ética social e, muito menos, ambiental" (2009, p. 19).

Denota-se, pois, que a produção de bens é uma necessidade antropológica, e o consumo, quando tem por objetivo suprir as necessidades naturais e sociais inerentes à existência do ser humano, é um direito fundamental. Tem-se nítido que "não foi o capitalismo que inventou a produção de bens ou a transformação dos bens potencialmente existentes na natureza. O capitalismo apenas facilitou a troca desses bens" (RECH, 2009, p. 29).

Portanto, o consumismo gera problemas socioambientais e, concomitantemente a estes, a preocupação com a efetiva tutela dos consumidores e do meio ambiente, previstos na Constituição Federal como direitos fundamentais. Desse modo, há necessidade de buscar alternativas viáveis para a formação de uma sociedade que preze pela sustentabilidade, principalmente, no que tange ao meio ambiente, e que vise a garantia do bem-estar, da qualidade de vida e da dignidade da pessoa humana, tanto da geração atual, quanto das futuras. Assim, importante compreender o papel da educação para o consumo e da educação ambiental para a promoção do desenvolvimento sustentável.

3 A educação como instrumento de efetivação do consumo sustentável

Previstas na Constituição Federal de 1988, tanto a proteção do consumidor, quanto a proteção ao meio ambiente, são direitos fundamentais[4] de natureza difusa ou transindividual, visto que transcendem os indivíduos e têm como titulares todas as pessoas[5].

Sobre direitos difusos, Bonavides explica que "não se destinam especificamente à proteção dos interesses de um indivíduo em um grupo ou em um determinado Estado.

[4] Sobre direitos e garantias fundamentais, Ferrajoli elucida o que é um direito universal e indivisível, quando menciona que: "*Se um diritto fondamentale è rivendicato da taluni, allora Esso é rivendicato per tutti. È sulla base di questa solidarietà, conseguente all'indivisibilità dei diritti fondamentali, Che se sviluppano l' amor próprio, cioè Il senso della própria identità di persona e di cittadine, insieme, Il reconoscimentodegli altri como uguali*" (2007, p. 64). Tradução livre: "Se um direito fundamental é reivindicado para alguns, então esse é reivindicado para todos. E com base nesta solidariedade, conseguinte a universalidade e a indivisibilidade dos direitos fundamentais, que se desenvolvem através do amor próprio, isto é o sentido da própria identidade dos cidadãos, junto ao reconhecimento dos outros como iguais".

[5] Barroso explica que "o direito fundamental ao meio ambiente equilibrado, direito difuso, de terceira geração, decorre diretamente do direito à vida, em sua acepção qualidade de vida. Ao contrário dos direitos fundamentais individuais e sociais, traz como principais características a transindividualidade, tendo por destinatário todo o gênero humano, sua desvinculação de critérios patrimoniais e o abandono da ideia tradicional de direito subjetivo, que demanda a individualização de um titular" (1996, p. 57).

Tem por destinatário o gênero humano mesmo, num momento expressivo de sua afirmação como valor supremo em termos de existencialidade concreta" (1993, p. 481).

A proteção ao meio ambiente encontra guarida no artigo 225, *caput*, da Lei Maior, local onde o legislador declarou o direito fundamental "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" (BRASIL, PLANALTO, 2022).

A proteção do consumidor, por sua vez, restou positivada no artigo 5°, inciso XXXII, da Carta Magna, sendo defenida como um direito fundamental, através da seguinte redação: "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor". Posteriormente, essa garantia foi regulamentada através de Código de Defesa do Consumidor (CDC), que tem por fundamento a vulnerabilidade[6] do consumidor (BRASIL, PLANALTO, 2022).

O objetivo do CDC é estabelecer um equilíbrio entre as partes, tratando os desiguais de modo desigual, na medida de sua desigualdade. Com isso, até julho de 2021, o CDC elencava, em seu artigo 6° e seus nove incisos, um rol, exemplificativo[7], de direitos básicos do consumidor, a saber: a proteção da vida e da segurança; a educação para o consumo; a liberdade de escolha de produtos e serviços; a informação; a proteção contra publicidade enganosa e abusiva; a proteção contratual; a indenização; o acesso à justiça; a facilitação da defesa dos seus direitos e a qualidade dos serviços públicos (BRASIL, PLANALTO, 2022).

Contudo, a partir de julho de 2021, com a entrada em vigor da Lei do Superendividamento (Lei nº 14.181/2021 que alterou o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto do Idoso), aperfeiçoou a disciplina do crédito ao consumidor e dispôs sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. O artigo 6º do diploma consumerista passou a elencar mais três novos direitos, quais sejam: XI - a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de

[6] "A vulnerabilidade, portanto, é o requisito essencial para a formulação de um conceito de consumidor; está na origem da elaboração de um Direito do Consumidor; é a espinha dorsal que sustenta toda a sua filosofia. Reconhecendo a desigualdade existente, busca estabelecer uma igualdade real entre as partes nas relações de consumo. As normas desse novo direito estão sistematizadas a partir dessa ideia básica de proteção de determinado sujeito: o consumidor, por ser ele vulnerável. Só se justifica a aplicação de uma lei protetiva em face de uma relação de desiguais. Entre partes iguais não se pode tratar privilegiadamente uma delas sob pena de violação do princípio da igualdade" (CAVALIERI FILHO; 2014, p. 08).

[7] O rol disposto no art. 6°, do CDC não é taxativo, de modo que, além desses, outros direitos podem ser garantidos, objetivando, sobretudo, a efetiva proteção dos consumidores. Isso porque, como o próprio nome já diz, estão previstos apenas alguns direitos, os quais são considerados "básicos, mínimos e essenciais à tutela do consumidor" (SOUZA, 2018. p. 38-39).

superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas; XII - a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito; XIII - a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso (BRASIL, PLANALTO, 2022).

Acerca da questão ambiental, antes da vigência da Lei do Superendividamento, o CDC também previa no seu artigo 4°, inciso III, a "harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores" (BRASIL, PLANALTO, 2022).

Verifica-se que o diploma consumerista trata expressamente, "à educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações", direito que abrange a necessidade de se promover uma educação para o consumo sustentável. Essa norma jurídica revela a preocupação com a proteção jurídica do consumidor e do meio ambiente em seu aspecto preventivo (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 101-102).

Após o advento da Lei nº 14.181/2021, não só manteve o dispositivo, como ampliou seu leque de proteção ao meio ambiente, incluindo ao artigo 4°, o inciso IX, que dispõe direta e claramente sobre o "fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores" (BRASIL, PLANALTO, 2022).

Logo, por disciplinar interesses de natureza coletiva, o Código de Defesa do Consumidor também trata de forma breve acerca da questão ambiental em seu artigo 37, § 2º, quando trata acerca da coibição da publicidade abusiva, pois compreende que esse tipo de publicidade desrespeita os valores ambientais, quando instigam os consumidores à prática de consumo excessivo, que diretamente estimulam a lesão, das mais diversas formas, ao meio ambiente (GRAU, 1993, p. 183-189).

Observa-se que, os aspectos ambiental, econômico e social da sustentabilidade andam em sintonia e "permeiam uma íntima relação de dependência, pois as ações do mercado repercutem sensivelmente no cotidiano da sociedade, que por sua vez trará consequências ao meio ambiente" (PILAU SOBRINHO, 2017, p. 30). Assim, a sustentabilidade "importa em transformação social, sendo conceito integrador e

unificante; isso implica a celebração da unidade homem/natureza, na origem e no destino comum, o que pressupõe um novo paradigma" (CRUZ, 2019, p. 3).

No artigo 225, inciso VI, da Constituição Federal, encontra-se a obrigação do Poder Público de promover, em todos os níveis de ensino, a educação ambiental, além da conscientização púbica para a preservação do meio ambiente. Para fins de concretizar esse direito, em meados de 1999, esse dispositivo foi regulamentado pela Lei n° 9.795, que instituiu a Política Nacional de Educação Ambiental (BRASIL, PLANALTO, 2022).

Com isso, necessária se faz a construção de uma "ética ambiental" que rejeite "os ideais de uma sociedade materialista na qual o sucesso é medido pelo número de bens de consumo que alguém é capaz de acumular. Nesse sentido, aduz Pilau Sobrinho que *"it is possible to establish another way of reconciling capitalism as a form of accumulation of capital, with the use of profit for the implementation of respect for the dignity of the human person as a process of respect for morality"*[8] (2020, p. 59).

A educação para o consumo, representa, pois, o meio mais eficaz e preventivo para diminuir o consumo insustentável e, consequentemente, proteger e manter o meio ambiente equilibrado social e culturalmente, tanto para as atuais, quanto para as futuras gerações. A promoção da educação para o consumo pode acontecer de inúmeras maneiras, seja através de atendimentos, palestras ou cursos, tanto para aos consumidores quanto para os fornecedores; ações socais; atividades envolvendo crianças, jovens, adultos e idosos; pesquisas; publicações; projetos de extensão, dentre outros (SESCOOP, 2016).

Destarte, compreende-se que, a educação para o consumo é dever do poder público, mas a participação e mobilização da sociedade para propor ações de complemento às políticas públicas direcionadas a esse fim, são imprescindíveis e de extrema importância, tanto para o bem-estar social quanto ambiental. Sob este viés, busca-se verificar o papel desempenhado, pelo órgão de defesa do consumidor Balcão do Consumidor da UPF, Campus Casca,RS e pela Instituição Financeira Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel do Oeste, Agência de Paraí, RS, através de ações em prol da educação para o consumo sustentável.

[8] Tradução livre: "É possível estabelecer outra forma de conciliar o capitalismo como forma de acumulação de capital, com a utilização do lucro para a implementação do respeito à dignidade da pessoa humana como processo de respeito à moralidade".

4 Atuação do Balcão do Consumidor da UPF Campus Casca e da Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel do Oeste na promoção da sustentabilidade através da educação

O Balcão do Consumidor é um projeto de extensão da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, em parceria com os municípios sede de campi da UPF e o Ministério Público Estadual, idealizado pelo professor Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho. O objetivo deste órgão é possibilitar a conciliação nas relações de consumo conflituosas, de maneira extrajudicial, bem como promover a educação para o consumo sustentável (PILAU SOBRINHO; SILVA, 2018, p. 84).

O primeiro Balcão do Consumidor da UPF foi inaugurado em 29 de setembro de 2006 e instalado, primeiramente, no Campus III da Universidade de Passo Fundo, na cidade de Passo Fundo, RS. No decorrer do tempo, o projeto também passou a atuar com unidades nos campi da Universidade de Passo Fundo, nas cidades de Carazinho, Casca, Lagoa Vermelha, Soledade e Sarandi. Atualmente, o Balcão do Consumidor tornou-se um modelo referencial para o país, em que inúmeras outras instituições de ensino passaram a ter Balcão do Consumidor.

No município de Casca[9], além dos consumidores e fornecedores locais, o Balcão do Consumidor abrange em sua área de atuação os municípios de: São Domingos do Sul[10], Vanini[11], Santo Antônio do Palma[12], Paraí[13], Nova Araçá[14] e David Canabarro[15], fator que revela a inserção do projeto na comunidade regional. Ainda, importa frisar, que conforme convênio consolidado com o Procon-RS, o Balcão do Consumidor opera o Sistema Nacional de Informações ao Consumidor (SINDEC) (UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO, 2022), e que, em maio de 2022, foi substituído pelo Proconsumidor – Sistema Nacional de Atendimento ao Consumidor do Ministério da Justiça.

As principais atividades desempenhas pelo projeto são: o atendimento direto aos consumidores e fornecedores visando a mediação nas relações de consumo conflituosas e, o desenvolvimento de ações sociais que visam a promoção da educação para o consumo junto à comunidade regional atendida pelo Campus Casca da UPF. Visando melhor desempenho, inserção e aderência do público ao projeto social, o Balcão do Consumidor

[9] População estimada 2021: 9.070 pessoas (IBGE, 2021).
[10] População estimada 2021: 3.091 pessoas (IBGE, 2021).
[11] População estimada 2021: 2.130 pessoas (IBGE, 2021).
[12] População estimada 2021: 2.118 pessoas (IBGE, 2021).
[13] População estimada 2021: 7.793 pessoas (IBGE, 2021).
[14] População estimada 2021: 4.890 pessoas (IBGE, 2021).
[15] População estimada 2021: 4.732 pessoas (IBGE, 2021).

criou o personagem “Tchê Consumidor”, o qual através de histórias em quadrinhos e de vídeos, dialoga com público de todas as idades, chamando a atenção para as complexidades da relação de consumo. O projeto conta, também, com um veículo equipado para fazer o atendimento externo e participar de eventos (UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO, 2022).

A par disso, menciona-se o cooperativismo de crédito, que oriundo de necessidade social, em resposta a um momento de crise, surgiu em contrapartida ao capitalismo, visando a proteção do interesse coletivo e comunitário (SCHNEIDER; 1999). Verifica-se que, a definição de “Cooperativa” revela uma associação de pessoas com interesses comuns, economicamente organizada e, baseada em conceitos de sustentabilidade, de forma democrática, através da participação livre de seus associados, que prestam serviços entre si, respeitando direitos e deveres, sem fins lucrativos (MEINEN; PORT, 2014).

A Recomendação nº 193, a Organização Internacional do Trabalho (OIT), define o termo Cooperativa como

> uma associação de pessoas que se uniram voluntariamente para realizar um objetivo comum, através da formação de uma organização administrada e controlada democraticamente, realizando contribuições equitativas para o capital necessário e aceitando assumir de forma igualitária os riscos e benefícios do empreendimento no qual os sócios participam ativamente.

Em razão de sua própria natureza, as cooperativas de crédito se identificam mais com os pilares da sustentabilidade que as outras instituições financeiras (COTÓN; CASTRO, 2011). O próprio conceito de cooperativa de crédito condiz com essa realidade: “são instituições financeiras sem fins lucrativos cujos donos são os associados e cujo objetivo maior é servir às necessidades financeiras dos próprios associados”. Neste sentido, denota-se que o foco destas instituições são as pessoas que as compõem (associados) e a sociedade as quais pertencem (WOCCU, 2015).

Nas palavras de Medeiros (2015), “os modelos contemporâneos de gestão cooperativa têm como principal desafio, promover o desenvolvimento sustentável das organizações”. Dessa forma, “devem gerar valor (resultado econômico) para o “empreendimento cooperativo”, para os associados (pessoas) e para o meio ambiente (planeta)”.

No tocante ao desenvolvimento sustentável, o principal papel desempenhado pelas instituições financeiras cooperativas de crédito, condiz na avaliação dos critérios sociais e ambientais daquilo que opta por financiar ou não. Logo, é por meio da concessão de

crédito responsável, exercendo atendimento de que as instituições financeiras conseguem influenciar o desenvolvimento sustentável (PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO, 2016). Orientando os associados para que façam escolhas sustentáveis como prioridade na concessão do crédito. Assim,

> as cooperativas têm o dever de conduzir-se para o desenvolvimento equilibrado das próprias comunidades e para o bem-estar de suas populações, universo no qual se inserem os seus associados (membros). Nenhum outro agente econômico – bancos, por exemplo – tem esse compromisso. Significa que as cooperativas devem respeitar as peculiaridades sociais e a vocação econômica do local, desenvolvendo soluções de negócios e apoiando ações humanitárias. A reciclagem de recursos pelas cooperativas financeiras, fazendo com que a monetização da produção e dos serviços gere novas riquezas local e regionalmente, é um exemplo de como isso se opera na prática. Em síntese, as cooperativas devem atuar para a contínua melhoria da qualidade de vida das pessoas dentro de sua área de atuação (MEINEMN; PORT, 2014, p. 41-42).

Nesse contexto, a instituição Sicoob é um sistema cooperativo que comporta mais de 6 (seis) milhões de associados que buscam, juntos, a promoção da cooperação, do pertencimento, da responsabilidade social e da justiça financeira, atendendo mais de 2.070 (dois mil e setenta) municípios em todo o Brasil. Fundada no ano de 1989 (mil novecentos e oitenta e nove) por 34 (trinta e quatro) agricultores, a Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel do Oeste (SMO) é sediada na cidade de São Miguel do Oeste, no estado de Santa Catarina e, é uma das 352 (trezentas e cinquenta e duas) cooperativas singulares que compõem o sistema Sicoob no âmbito nacional. A Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel do Oeste possui agências nos estados de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul, sendo que neste, abrangem em sua área de atuação os municípios de: Paraí, Casca, São Domingos do Sul, Vanini, Santo Antônio do Palma, Nova Araçá e David Canabarro. Atualmente, a única cidade citada que comtempla agência física é a de Paraí/RS (SICOOB SÃO MIGUEL, 2022).

O propósito que rege a Cooperativa de Crédito Sicoob SMO "é conectar pessoas para promover justiça financeira e prosperidade" e sua missão é "promover o desenvolvimento econômico e social, prestando serviços financeiros inovadores com excelência e ética, visando a satisfação dos cooperados e sociedade" (SICOOB SÃO MIGUEL, 2022). Explica Feltrin (GIFE, 2019) que "a atuação do Sicoob é dividida em três pilares: cooperativismo e empreendedorismo, cidadania financeira e desenvolvimento sustentável".

No tocante a sustentabilidade o Sicoob São Miguel conta com uma política própria, através das diretrizes impostas pela Resolução Bacen 4.327/14[16]. Por meio deste instrumento, o termo "sustentabilidade" é analisado de forma transversal ao negócio, fazendo parte do dia a dia da cooperativa. Sob o viés do meio ambiente, sua relação com este segmento é o compromisso interno de identificar os impactos ambientais e buscar, quando possível, eliminá-los ou reduzi-los a níveis aceitáveis, assim como estimular ações que tenha resultados positivos para a sociedade (SICOOB, POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE, 2017).

Outrossim, tendo como princípios a educação e formação cooperativa[17], o Sicoob São Miguel desempenha papel relevante em propiciar educação financeira e cooperativista a seus associados, além de estimular o desenvolvimento regional e reduzir as desigualdades existentes. Para tanto, realiza e participa de eventos como reuniões, palestras, workshops, painéis, oficinas, encontros, feiras e demais eventos nos quais o objetivo seja levar informações, profissionalizar, conscientizar ou desenvolver seus associados e comunidade (PORTAL DO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO, 2016).

Assim, com o propósito comum de promover a sustentabilidade ambiental através da educação, o Balcão do Consumidor da UPF, Campus Casca, RS e a Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel, através da agência com sede na cidade de Paraí/RS, uniram forças e desenvolveram, durante o ano de 2021, em parceria, diversas ações de educação para o consumo, educação ambiental e financeira, junto à comunidade local.

Alusivo à **Semana do Meio Ambiente, comemorada de 5 (cinco) a 9 (nove) de junho,** o **Balcão do Consumidor da UPF Casca** e o Sicoob São Miguel, agência de Paraí, promoveram uma ação educativa, junto à agência. Durante a atividade, foram entregues a comunidade local kits ecológicos, contendo copo durável e sacola sustentável, bem como livros infantis de educação financeira e educação para o consumo e material com informações sobre os direitos do consumidor e a sustentabilidade. O evento contou com a participação especial dos mascotes **Tchê Consumidor e Sicoobito**, que através da ludicidade promoveram a educação ambiental junto à comunidade. Tal projeto alcançou, diretamente, mais de 100 (cem) pessoas.

16 Dispõe sobre as diretrizes que devem ser observadas no estabelecimento e na implementação da Política de Responsabilidade Socioambiental pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2022).

17 "As cooperativas promovem a educação e a formação dos seus membros, dos representantes eleitos e dos trabalhadores, de forma que estes possam contribuir, eficazmente, para o desenvolvimento das suas cooperativas. Informam o público em geral, particularmente os jovens e os líderes de opinião, sobre a natureza e as vantagens da cooperação" (PORTAL DO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO, 2016).

Com a passagem do Dia da Árvore, em 21 de setembro, o Balcão do Consumidor da UPF Casca e a Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel promoveram uma ação junto à comunidade para incentivar a reflexão e a conscientização da preservação do meio ambiente. A iniciativa foi realizada na cidade de Paraí, no dia 22 (vinte e dois) de setembro em frente a agência Sicoob. Na oportunidade, o Balcão do Consumidor e o Sicoob São Miguel fizeram a distribuição de mais de 200 (duzentas) mudas de árvores nativas, chás e temperos, enfatizando a importância da preservação das árvores, que são essenciais para a manutenção da vida humana na Terra, bem como da inserção comunitária da UPF e do Sicoob na microrregião (UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO, 2021).

Além das mudas, os colaboradores distribuíram material educativo consistente livros infantis e folders que tratam acerca da educação para o consumo e educação financeira. Outrossim, durante todo o dia, os colaboradores envolvidos na ação, se colocaram à disposição das pessoas que prestigiaram o projeto, para o esclarecimento de dúvidas e assessoria. O evento também contou com a participação dos mascotes: Sicoobito e Tchê Consumidor.

Ambas as ações descritas, tiveram como principal objetivo estimular a população quanto à sustentabilidade, através da conscientização para a necessidade de adoção de posturas ecologicamente corretas, tendo em vista a preservação do meio ambiente para as presentes e futuras gerações.

Ainda, visando fomentar a formação de consumidores conscientes, o Balcão **do Consumidor de Casca** e o Sicoob São Miguel r**ealizaram, no dia 18 (dezoito) de outubro, mais uma ação educativa. O encontro ocorreu na Escola Municipal de Ensino Fundamental Mateus Dal Pozzo, na cidade de Paraí** e alcançou, aproximadamente, 200 (duzentas) crianças, estudantes do 1º ao 5º ano do Ensino Fundamental, nos turnos da manhã e tarde.

A ação consistiu em duas diferentes etapas. A primeira ocorreu através de visitas individuais às salas de aula dos alunos de séries iniciais e 1° e 2° anos do ensino fundamental. Na oportunidade, foram abordados conceitos de educação para o consumo e educação financeira. Os mascotes: Sicoobito e Tchê Consumidor estiveram presentes e promoveram a entrega de materiais educativos e pipoca da marca Sicoob para as crianças.

A segunda etapa aconteceu em dois turnos (manhã e tarde), com alunos de 3°, 4° e 5° ano do ensino fundamental, os quais foram reunidos no salão de eventos, disponibilizado pela Secretaria de Educação do Município de Paraí. O projeto se idealizou

através de uma roda de conversa, momento em que foram explorados alguns conceitos, repassadas orientações e dicas com intuito de auxiliá-los no cotidiano familiar das relações de consumo. O debate teve duração aproximada de 50 (cinquenta) minutos e foi conduzido, conjuntamente, pelos colaboradores do Balcão do Consumidor Casca e da agência Sicoob São Miguel, de Paraí.

Na oportunidade, foram discutidos temas de educação para o consumo, sustentabilidade e educação financeira, com total interação dos participantes através de perguntas e respostas. Estiveram presentes os mascotes: Tchê Consumidor e Sicoobito, que ao término da ação, promoveram a distribuição de cofrinhos, material educativo sobre consumo, sustentabilidade e finanças.

Denota-se, pois, que através dessas atividades desenvolvidas em conjunto, o Balcão do Consumidor da UPF e a Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel, realizaram um importante trabalho de inclusão e de cidadania na sociedade, por meio da educação para o consumo, educação ambiental e educação financeira de crianças e adultos.

Portanto, de extrema importância social a atuação destes órgãos unidos pela educação, tanto para o presente quanto para as futuras gerações. O objetivo da parceria revela a intenção de preparar cidadãos, de quaisquer idades, para o consumo consciente, para a organização orçamentária de suas finanças, bem como para conhecer seus direitos e deveres enquanto consumidores. Tal desiderato vai de encontro com a razão de ser destas instituições e, muito além, visto que possibilita promover a efetiva igualdade no meio social, no qual estão inseridos.

5 Conclusão

A sociedade contemporânea retrata que os consumidores constituem a razão de ser do sistema capitalista de produção e circulação de bens. Inegável, pois, que os desejos são criados e se mostram insaciáveis, momento que as pessoas são levadas a consumir muitas vezes sem necessidade, fomentando o surgimento da sociedade do hiperconsumo. Observa-se que o ato de consumir excessivamente é provocado por uma atitude compulsiva, que se configura em uma forma de compensação pela felicidade/infelicidade, satisfação/insatisfação, enfim revela a incorporação do consumo exagerado na cultura humana.

Assim, a incessante produção e descarte de bens, com intuito de manter o sistema capitalista, traz consequências nefastas ao meio ambiente. O sistema produtivo promove

a degradação do meio ambiente, através da poluição do ar e da água, que desencadeia desajustes climáticos e esgotamento dos recursos naturais. Desse modo, a sustentabilidade apresenta-se como um novo paradigma a ser efetivado pelas nações, pois envolve a solidariedade de todos.

No Brasil, a Constituição Federal positivou o direito à educação e à proteção do consumidor e do meio ambiente como garantias fundamentais, bem como foram editadas leis específicas que disciplinam sobre o assunto, como é o exemplo do Código de Defesa do Consumidor.

Entretanto, visando a mudança social, a promoção da defesa do meio ambiente e do consumo sustentável, afim de vencer esses desafios socioambientais, apresenta-se a educação como uma alternativa viável e efetiva de fazer cumprir os direitos fundamentais. Somente a educação liberta e concretiza a cidadania, através da: educação para o consumo, formando consumidores que realizem o consumo consciente e fornecedores que compreendam que o lucro não pode se sobrepor a dignidade da pessoa humana; da: educação ambiental para que haja consciência que o Planeta possui limites e que na condição de partícipes da natureza, todos são responsáveis e precisam adotar práticas de respeito ao meio ambiente, pois desse equilíbrio depende a vida de todos os seres vivos; e da educação financeira para evitar o superendividamento e efetivar a dignidade humana.

Logo, a educação para o consumo, a educação ambiental e a educação financeira são deveres do poder público, mas a participação e mobilização da sociedade para propor ações e participar das políticas públicas direcionadas a esse fim, são imprescindíveis, à luz do princípio da solidariedade entre a atual e as futuras gerações.

A par disso, o Balcão do Consumidor da UPF Casca/RS e a Cooperativa de Crédito Sicoob São Miguel, através da agencia de Paraí/RS, promovem, em parceria, um importante processo educativo, através de ações sociais que visam a conscientização da população sobre a sustentabilidade. Nesse sentido, constata-se que através do desenvolvimento destas atividades, realiza-se uma ação transformadora, que efetiva direitos humanos e fundamentais. Com isso, promovem a igualdade no meio social, por meio da defesa do consumidor, e a solidariedade entre a presente as futuras gerações pela proteção ao meio ambiente.

Referências bibliográficas

ARENDT, Hannah. **A condição humana.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Resolução Bacen 4.327/14 -** Dispõe sobre as diretrizes que devem ser observadas no estabelecimento e na implementação da Política de Responsabilidade Socioambiental pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/2014/pdf/res_4327_v1_O.pdf. Acesso em 10 Abr 2022.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 34.

BARROSO, Luis Roberto. **O direito constitucional e a efetividade de suas normas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 1996, p. 57.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 41.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de direito constitucional**. 4. ed. São Paulo: Malheiros, 1993.

BRASIL. **Constituição Federal**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 20 Abr 2022.

_____. Lei Federal n° 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em 05 Abr 2022.

_____. Lei Federal n° 14.181 de 01 de julho de 2021. **Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181. Acesso em 08 Abr 2022.

_____. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** – IBGE. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs. Acesso em 20 Abr 2022.

CALGARO, Cleide. **Desenvolvimento sustentável e consumo**: a busca do equilíbrio entre o homem e o meio ambiente. In: Relações de consumo: meio ambiente / org. Agostinho Oli Koppe Pereira, Luiz Fernando Del Rio Horn. – Caxias do Sul, RS: Educs, 2009, p. 45.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2014.p. 08.

CECHIN, Andrei. **A natureza como limite da economia:** a contribuição de Nicholas Georgescu-Roegen. São Paulo: Editora Senac/Edusp, 2010.

COMPARATO, Fábio Konder. **Afirmação histórica dos direitos humanos**. São Paulo: Saraiva, 1999. p. 30-31.

COTÓN, Manuel Castro; CASTRO, Noelia Romero. **Cooperativas de crédito y banca ética¿ un camino por explorar?**. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, v. 72, p. 262-300, 2011.

CRUZ, Paulo Márcio. **A sustentabilidade e o patrimônio cultural como elementos ambiental, social e econômico**. In: ANTUNES DE SOUZA, Maria Cláudia da Silva (Org.). Sustentabilidade e meio ambiente. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019. p. 7-20.

DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 16-17.

DORINI, João Paulo. Direito de Acesso ao Consumo. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, vol. 75/2010, p. 43 – 79, Jul – set, 2010.

FRANCO, Cristiano de Moraes. **A vulnerabilidade do consumidor ante a prática da obsolescência programada**. Porto Alegre,2014 p. 1-65. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/129626/000975723.pdf?sequence=1. Acesso em 12 Abr 2022, p. 45.

FERRAJOLI, Luigi. Principia iuris. **Teoria Del diritto e della democracia**. v. 2. Editori Laterza: Roma-Bari, 2007, p. 64.

GIFE. **Desenvolvimento sustentável, educação e formação guiam Instituto Sicoob, novo associado GIFE**. Gife pelo impacto do desenvolvimento social. Publicado em 19/08/2019. Disponível em: https://gife.org.br/desenvolvimento-sustentavel-educacao-e-formacao-guiam-instituto-sicoob-novo-associado-gife/. Acesso em 17 Abr 2022.

GRAU, Eros Roberto. **Interpretando o Código de Defesa do Consumidor:** algumas notas. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: RT, n. 05,1993, p. 183-189.

MARQUES, Claudia Lima, LIMA, Clarissa Costa; BORTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento:** caderno de investigações científicas. Vol. 1. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE, 2010. p. 07-10.

MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. **Revista de Direito do Consumidor**, Brasília, v. 75/2010, p. 9 – 42, jul./set. 2010. p. 18.

MARIMPIETRI, Flávia. Consumismo e superendividamento. **Revista Magister de Direito Empresarial**. São Paulo: Lex, 2009. p. 69.

MEDEIROS, Marcelo Correa. **A gestão estratégica cooperativa**. 29 jul. 2015. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/a-gestao-estrategica-cooperativa>. Acesso em 18 Abr 2022.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **Cooperativismo Financeiro, percurso histórico, perspectivas e desafios.** Editora Confebras, 2014.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **R193 – Sobre a Promoção de Cooperativas**. Disponível em: https://www.ilo.org/brasilia/convencoes/WCMS_242764. Acesso em 20 Mar 2022.

PENNA, Carlos Gabaglia. **O estado do Planeta:** sociedade de consumo e degradação ambiental. Rio de Janeiro: Record, 1999.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe Pereira; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; PEREIRA, Mariana Mioranza Koppe. **Hiperconsumo e a ética ambiental**. In: Relações de consumo: meio ambiente / org. Agostinho Oli Koppe Pereira, Luiz Fernando Del Rio Horn. – Caxias do Sul, RS: Educs, 2009, p. 19.

PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; BOSSARDI, Rafaela Beal. *Relações de consumo ou o consumo de relações:* as relações afetivas na contemporaneidade. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. *Relações de consumo humanismo.* Caxias do Sul, RS: Educs, 2011, p. 105-126.

PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogério da. **Balcão do Consumidor histórico do movimento consumerista em Passo Fundo.** 3° edição revisada e ampliada. Ed. Universidade de Passo Fundo, 2018.

_____. **Desafios da sustentabilidade na era tecnológica:** (im) probabilidade comunicacional e seus impactos na saúde e meio ambiente. Dados eletrônicos. Itajaí: UNIVALI, 2017.

_____. **Challenges of globalization and the environmental crisis: for a humanistic sustainability.** In: GARCIA, Heloise Siqueira; BODNAR, Zenildo; VIEIRA, Ricardo Stanziola (Org.). *Environmental and sustainable challenges and perspectives in the 21st century.* Perugia: Editora Unipg, 2020. p. 46-62. Disponível em: https://www.giurisprudenza.unipg.it/files/e-book_ingles_-_ambiental_e_sustentabilidade_-_perugia_-_30-11-2020.pdf . Acesso em 23 Abr 2022.

PINTO, Felipe Chiarello de Souza; SGRIGNOLLI, Ruth Carolina Rodrigues. **A (in)sustentável leveza da comunicação.** Revista Direito UFMS, Campo Grande/MS, volume .4, jul/dez, 2018.

PORTAL DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO. **História do Cooperativismo:** Os 7 princípios do cooperativismo. Publicado 02 de abril de 2016. Disponível em: https://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-7-principios-do-cooperativismo. Acesso em 20 Abr 2022.

RECH, Adir Ubaldo. **A sociedade de consumo e o desenvolvimento sustentável**. In: Relações de consumo: meio ambiente / org. Agostinho Oli Koppe Pereira, Luiz Fernando Del Rio Horn. – Caxias do Sul, RS: Educs, 2009, p. 29.

REIS, Jorge Renato dos; SILVA, Rogério da. **A implantação de políticas públicas voltadas para a educação:** uma preocupação com o consumismo infantil. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogério da. (Orgs.) Balcão do Consumidor: Diálogos Internacionais. Passo Fundo, RS, UPF: Itajaí, SC: Univali, 2013, p. 223-238.

SCHNEIDER, José Odelso. **Democracia, participação e autonomia cooperativa**. Unisinos, 1999.

SECURATO, José Roberto. **Crédito:** análise e avaliação de risco. 2. ed. São Paulo: Saint Paul, 2013.

SESCOOP. Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo. **Cooperativismo de Crédito:** Boas práticas no Brasil e no mundo. Brasília: Farol Estratégias em Comunicação, 2016.

SICOOB. **Política de Sustentabilidade**. 2017. Disponível em: https://www.sicoob.com.br/documents/2133034/6121056/politica+de+Sustentabilidade.pdf/8eb2def8-d28a-d922-5d3f-ae1d63eb527a?t=1598381985010. Acesso em 16 Abr 2022.

SICOOB SÃO MIGUEL. **O que é Sicoob?** Disponível em: https://www.sicoob.com.br/web/sicoob/sistema-sicoob. Acesso em 20 Abr 2022.

SOUZA, Sylvio Capanema de. **Direito do consumidor.** Rio de Janeiro: Forense, 2018. p. 38-39.

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO. **Balcão do Consumidor**. Disponível em: https://www.upf.br/balcaodoconsumidor. Acesso em 19 Abr 2022.

_____. **Educação para o consumo é tema de atividade em Paraí**. 2021. Disponível em: https://www.upf.br/FD/noticia/balcao-do-consumidor-atividades-educacao-ambiental.. Acesso em 20 Abr 2022.

_____. **Balcão do Consumidor de Casca promove atividades de educação ambiental.** 2021. Disponível em: https://www.upf.br/FD/noticia/balcao-do-consumidor-atividades-educacao-ambiental. Acesso em 03 Abr 2022.

VIEIRA, Gabriella de Castro: REZENDE, Elcio Nacur. **A responsabilidade civil ambiental decorrente da obsolescência programada**. In: Pensamento jurídico. Bogotá, 2017, no. 46. p. 267- 285. Disponível em: file:///C:/Users/Geral/Downloads/51015-Texto%20del%20art%C3%ADculo-337320-1-10-20170626.pdf . Acesso em 20 Abr 2022.

WOCCU – WORLD COUNCIL OF CREDIT UNIONS. **International Credit Union System**. Disponível em: <www.woccu.org>. Acesso em 11 Abr 2022.