

# **II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO E SUSTENTABILIDADE I**

**CLEIDE CALGARO**

**ELCIO NACUR REZENDE**

**JERÔNIMO SIQUEIRA TYBUSCH**

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

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG - Minas Gerais

**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Secretário Executivo** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove - São Paulo

#### **Representante Discente - FEPODI**

Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF - Distrito Federal (suplente)

Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP - São Paulo (suplente)

#### **Secretarias:**

##### **Relações Institucionais**

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - Ceará

Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM - Distrito Federal

##### **Relações Internacionais para o Continente Americano**

Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG - Goiás

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

##### **Relações Internacionais para os demais Continentes**

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB - Paraíba

#### **Eventos:**

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Unifor - Ceará

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

#### **Comunicação:**

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

**Membro Nato** - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

---

D597

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

Coordenadores: Cleide Calgario; Elcio Nacur Rezende; Jerônimo Siqueira Tybusch – Florianópolis: CONPEDI, 2020.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-162-3

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Direito, pandemia e transformação digital: novos tempos, novos desafios?

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Sustentabilidade. 3. Isonomia. II Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2020 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



## II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

### DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

---

#### **Apresentação**

O Grupo de Trabalho "Direito e Sustentabilidade" já percorreu várias edições no âmbito dos Congressos e Encontros do CONPEDI, consolidando-se como referência na área de Direitos Especiais, mais especificamente na conexão interdisciplinar entre Direito Ambiental, Sustentabilidade, Ecologia Política, Geopolítica Ambiental e Socioambientalismo. Nesta edição do Encontro Virtual do CONPEDI, contamos com a apresentação de vários artigos científicos que abordaram diversas temáticas inseridas na perspectiva de um Direito Ambiental reflexivo e com olhar atento às transformações da atualidade. Desejamos uma agradável leitura dos textos, os quais demonstram ao leitor a integração e, ao mesmo tempo, o alcance multidimensional das temáticas, tão importantes para uma visão crítica e sistêmica na área do Direito.

No primeiro trabalho denominado A (RE) DEFINIÇÃO DE POLUIDOR/OPERADOR E O PRINCÍPIO DA PREVENÇÃO DO REGIME EUROPEU/PORTUGUÊS DE RESPONSABILIDADE AMBIENTAL da autora Marcia Andrea Bühring objetiva verificar a definição de poluidor e operador, além do tratamento dispensado ao princípio da prevenção ao longo dos anos.

O segundo trabalho A BIOECONOMIA NO SÉCULO XXI: REFLEXÕES SOBRE BIOTECNOLOGIA E SUSTENTABILIDADE NO BRASIL dos autores Romina Ysabel Bazán Barba e Nivaldo Dos Santos aborda, dentro do direito e sustentabilidade, pela vertente jurídico-sociológica, a problemática da Bioeconomia no Século XXI. Também, estuda como a biotecnologia vem assumindo a liderança entre os setores industriais e os novos desafios dessa economia que representa o futuro da humanidade.

Já, no terceiro artigo apresentado denominado A CONSULTA LIVRE, PRÉVIA E INFORMADA NOS CASOS DE MINERAÇÃO EM TERRAS INDÍGENAS dos autores Monique Reis de Oliveira Azevedo e Romeu Thomé estuda a consulta livre, prévia e informada prevista na Convenção 169 da OIT garante uma proteção especial aos povos indígenas afetados por atividades com grande potencial de impacto ao meio ambiente natural e cultural, tais como a mineração. No entanto, essa proteção especial vem sofrendo violações no Brasil, seja através da recente tentativa de viabilizar a mineração em terras indígenas, consubstanciada no PL 191/2020, seja pela inobservância da consulta nos processos de licenciamento ambiental em terras indígenas.

O quarto artigo A CRISE DA BIODIVERSIDADE E SEUS IMPACTOS NO SURGIMENTO DE PANDEMIAS: UMA ANÁLISE SOBRE O DESASTRE BIOLÓGICO DA COVID-19 das autoras Francielle Benini Agne Tybusch e Gislaine Ferreira Oliveira analisa a crise da biodiversidade tem se agravado devido a fatores relacionados ao desmatamento e as queimadas. Cada vez mais doenças infecciosas tem se tornado presentes. Somado a isso, tem-se no cenário atual um período marcado por uma pandemia sem precedentes.

Também no quinto trabalho com o nome A EMPRESA COMO FONTE DE PERIGO E AS INVESTIGAÇÕES INTERNAS COMO MECANISMO DE CONTROLE E GESTÃO DE RISCOS dos autores Fábio André Guaragni e Douglas Rodrigues da Silva tem por escopo investigar em que medida as investigações internas se apresentam como instrumento de controle e gestão de riscos da atividade empresarial, tornando-a afinada com os preceitos de ética, legalidade e sustentabilidade.

O sexto trabalho com o tema A NECESSÁRIA REESTRUTURAÇÃO DO PROCESSO DE LICENCIAMENTO AMBIENTAL dos autores Daniel dos Santos Gonçalves e Romeu Thomé visa analisar se licenciamento ambiental é um dos mais importantes instrumentos de gestão ambiental consolidados no Brasil. Deste modo, diversas modificações vêm ocorrendo nesse instrumento em nível nacional, regional e local, mas pouco se debate sobre os seus pilares de sustentação. Portanto, neste estudo se analisou o próprio conceito de licenciamento ambiental e a importância de valorização do processo, sugerindo-se um modelo estratificado em etapas adaptado à realidade atual do Estado de Minas Gerais.

No sétimo trabalho com o tema A PARTICIPAÇÃO POPULAR NA ELABORAÇÃO DA LEI Nº 23.291/2019: UMA BREVE ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA dos autores Alessandra Castro Diniz Portela, Luiza Guerra Araújo e Eduardo Calais Pereira tem como objetivo analisar a Política Estadual de Segurança de Barragens, em face do princípio da participação comunitária e dos preceitos da democracia participativa verificando se o processo de edição da norma, contou com a participação da coletividade.

Já, no oitavo trabalho denominado A POSSIBILIDADE DO ALCANCE DA SUSTENTABILIDADE SOCIAL: UMA PROPOSTA DE POLÍTICA TRIBUTÁRIA PARA ERRADICAÇÃO DA FOME E DA VIOLÊNCIA A PARTIR DA EDUCAÇÃO dos autores Francine Cansi e Liton Lanes Pilau Sobrinho apresenta proposta a partir do sistema contributivo arrecadatário do Imposto de Renda, visando à proteção da criança e do

adolescente, com vistas ao alcance da sustentabilidade social a partir dos débitos e créditos da vida.

No nono trabalho A REGULARIZAÇÃO AMBIENTAL PORTUÁRIA NO BRASIL E OS SEUS DESAFIOS dos autores Rhiani Salamon Reis Riani e Alcindo Fernandes Gonçalves aborda o Direito Ambiental Portuário e visa discutir a relevância da regularização ambiental nesta área, tendo em vista que este setor, embora exista há muito tempo, ainda não apresenta sinergia necessária com o meio ambiente.

O décimo artigo A RELAÇÃO ENTRE O TRABALHO DECENTE PREVISTO NA AGENDA 2030 DA ONU E OS MIGRANTES BRASILEIROS DURANTE A PANDEMIA DO SARS-COV-2 dos autores Edielis Coelho, Odisséia Aparecida Paludo Fontana e Silvia Ozelame Rigo Moschetta perquire sobre a relação entre trabalho decente a partir da Agenda 2030 e os migrantes brasileiros. Como objetivo geral analisa-se a garantia do trabalho decente previsto na agenda 2030, aos migrantes brasileiros, no contexto da pandemia de Covid-19.

Também no décimo primeiro artigo com a temática A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA NUMA VISÃO ÉTICO HUMANISTA do autor Chede Mamedio Bark visa estabelecer uma discussão sobre a responsabilidade social da empresa, a partir de uma abordagem ético/humanista, inserida no bojo do direito contemporâneo. Sob a ótica doutrinária visualizaremos a questão da ética frente a nossa realidade social e econômica, procurando demonstrar que o fator da responsabilidade social da empresa não pode se resumir a uma visão meramente empresarial, indo mais além, ou seja, com ingerência no campo econômico, social e cultural.

O décimo segundo trabalho com o tema AGRICULTURA E AGROECOLOGIA: POSSIBILIDADES DE UM NOVO MERCADO SUSTENTÁVEL dos autores Gabrielle Kolling e Gernardes Silva Andrade tem como objetivo analisar como a agroecologia e os seus desdobramentos no cenário brasileiro.

No décimo terceiro artigo AS CONSEQUÊNCIAS DA LIBERAÇÃO DOS PESTICIDAS ANTE A APROVAÇÃO DO PROJETO DE LEI N. 6.299/02 PELA CÂMARA DOS DEPUTADOS dos autores Luiz Gustavo Gonçalves Ribeiro e Luciana Aparecida Teixeira objetiva analisar a aprovação do Projeto de Lei (PL) 6.299/02 pela Câmara dos Deputados e contrapor as consequências e riscos da utilização dos pesticidas da forma sustentada pelo relator.

O décimo quarto trabalho com a temática CRÉDITO DE SUSTENTABILIDADE ESCOLAR dos autores Livia Maria Cruz Gonçalves de Souza e Vânia Cristina dos Santos, sendo que, a presente pesquisa possui o objetivo de analisar se a redução da conta de água e energia dessas escolas podem gerar pagamento por serviços ambientais.

No décimo quinto artigo DA IMPORTÂNCIA DA EMISSÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE CRÉDITOS DE DESCARBONIZAÇÃO (CBIOS) dos autores Daniela da Silva Jumpire, Moacir Venâncio da Silva Junior e Geralda Cristina de Freitas Ramalheiro. O objetivo geral desse artigo, foi identificar os entraves tributários para fomentar a emissão e a comercialização de créditos de descarbonização. Observou a necessidade de redução da carga tributária sobre o crédito de descarbonização.

Já, no décimo sexto trabalho denominado DIREITOS HUMANOS NO ANTROPOCENO: REFLEXÕES À LUZ DA ÉTICA ECOLÓGICA do autor Ítalo Cardoso Bezerra de Menezes analisa os Direitos Humanos em seu estado de conhecimento tradicional, para, ao fim, buscar compreender as eventuais contribuições que a ética ecológica pode trazer na problemática levantada.

O décimo sétimo artigo com a temática EQUILÍBRIO ECOLÓGICO E SAÚDE: DEVER DE RESGUARDO EM TEMPOS DE PANDEMIA dos autores Késia Rocha Narciso e Paula Romão Rodrigues, sendo que esta pesquisa objetiva analisar o dever estatal de resguardo em tempos de pandemia ante a interseção entre o equilíbrio ecológico e o direito à saúde.

Por fim, no décimo oitavo artigo com a temática OS PADRÕES DE CONSUMO DIANTE DO ODS 12 DA AGENDA 2030 dos autores José Fernando Vidal De Souza e Heloisa Correa Meneses trata da relação entre consumo consciente e desenvolvimento sustentável, abordando o conceito contido no ODS 12 da Agenda 2030. Investiga o papel do consumidor inserido na sociedade e a defesa do meio ambiente.

Prof. Dra. Cleide Calgaro - Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Elcio Nacur Rezende - Escola Superior Dom Helder Câmara

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - Universidade Federal de Santa Maria

Nota técnica: O artigo intitulado “A REGULARIZAÇÃO AMBIENTAL PORTUÁRIA NO BRASIL E OS SEUS DESAFIOS” foi indicado pelo Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito da Universidade Católica de Santos (UniSantos), nos termos do item 5.1 do edital do Evento.

Os artigos do Grupo de Trabalho Direito e Sustentabilidade I apresentados no II Encontro Virtual do CONPEDI e que não constam nestes Anais, foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals (<https://www.indexlaw.org/>), conforme previsto no item 7.1 do edital do Evento, e podem ser encontrados na Revista de Direito e Sustentabilidade. Equipe Editorial Index Law Journal - [publicacao@conpedi.org.br](mailto:publicacao@conpedi.org.br).

# OS PADRÕES DE CONSUMO DIANTE DO ODS 12 DA AGENDA 2030

## CONSUMPTION STANDARDS BEFORE ODS 12 OF THE 2030 AGENDA

José Fernando Vidal De Souza <sup>1</sup>

Heloisa Correa Meneses <sup>2</sup>

### Resumo

O artigo trata da relação entre consumo consciente e desenvolvimento sustentável, abordando o conceito contido no ODS 12 da Agenda 2030. Investiga o papel do consumidor inserido na sociedade e a defesa do meio ambiente. Parte-se da análise da empresa para além da ótica capitalista de obtenção de lucro ou da figura da maquiagem verde. Utilizou-se o método dedutivo para a conclusão, além de consulta a material bibliográfico e legislação pertinente. Ao final, apresenta-se um modelo de consumo compatível com a Agenda 2030, a ideia de desenvolvimento sustentável e proteção do meio ambiente, tudo para mudança de hábitos e comportamentos.

**Palavras-chave:** Consumo consciente, Agenda 2030, Objetivo de desenvolvimento sustentável, Greenwashing, Responsabilidade social empresarial

### Abstract/Resumen/Résumé

The article deals with the relationship between conscious consumption and sustainable development, in SDG 12 of Agenda 2030. It investigates the role of the consumer inserted in society and the defense of the environment. It starts from the analysis of the company beyond the capitalist perspective of obtaining profit or the figure of greenmakeup. The deductive method was used for the conclusion, in addition to consulting bibliographic material and pertinente legislation. Lastly, a consumption model compatible with the 2030 Agenda is presented, the idea of sustainable development and protection of the environment, all for changing habits and behaviors.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Sustainable consumption, 2030 agenda, Sustainable development objective, Greenwashing, Corporate social responsibility

---

<sup>1</sup> Pós-doutor (CES Universidade de Coimbra e UFSC). Mestre e Doutor em Direito (PUC-SP). Especialista Ciências Ambientais pela USF. Bacharel Direito e Filosofia (PUCCAMP). Professor da UNINOVE. Promotor de Justiça (MPSP).

<sup>2</sup> Mestranda em Direito pela UNINOVE. Pós-graduada em Direito Societário e Contratos Empresarias pela UFU e Direito Processual Civil pela Faculdade Damásio de Jesus. Graduada em Direito pela UFU. Advogada.



## INTRODUÇÃO

O presente artigo tem o escopo de analisar o consumo consciente, sob a ótica do direito empresarial. Para tanto, a problemática que emerge é a seguinte: em que medida o consumo consciente consegue transformar a relação da empresa com a sociedade?

Assim, busca-se analisar como paradigma aspectos de uma economia circular como um direito ao desenvolvimento sustentável, bem como, o mercado verde na medida em que deixa de ser apenas *marketing* e passa agregar valor e modificar comportamentos da empresa e da sociedade.

Dessa forma, o consumidor, assume papel de protagonista e deixa de ser apenas a parte vulnerável de sua relação com o fornecedor de serviços. Com isso, uma nova proposta é posta e acaba por ressignificar toda a cadeia de valor envolvida nas relações de consumo. Portanto, o consumidor passa a ser visto como importante agente de transformação social, sendo parte integrante do grupo de interesse que analisa as ações das empresas nas comunidades, propiciando investigar e modificar a cultura empresarial.

Assim, o artigo analisa o consumo consciente, a figura do *greenwashing* e a responsabilidade social empresarial visando responder a pergunta fundamental posta, por meio de análise criteriosa dos referidos conceitos.

O método de pesquisa utilizado é o dedutivo, partindo-se da análise da Agenda 2030 da ONU para se chegar à relação da empresa com consumidor final.

Ao final busca-se examinar o comportamento da sociedade atual hipermoderna que não reúne mais condições de viver de forma ascética, mas cultua o império do efêmero, do bem-estar e da decepção, diante do consumo excessivo e da exclusão da maioria incapaz de participar do mercado, com a possibilidade de construção de novo modelo de consumo, capaz de proporcionar construir uma sociedade mais justa, fraterna e solidária.

## **2. METAS DO ODS 12: ASSEGURAR PADRÕES DE PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS**

Por primeiro é preciso ter claro que Agenda 2030 da ONU que será abordada é fruto de um amadurecimento histórico de vários projetos e ações que visaram preservar

o meio ambiente e, ao mesmo tempo, propiciar um desenvolvimento menos prejudicial à sociedade, tanto no âmbito social, como na esfera econômica e ambiental.

Um marco fundamental para esse novo pensar na sociedade contemporânea surge em 1987, com o “Relatório *Brundtland*”, decorrente dos estudos realizados pela Comissão *Brundtland* (1983-1987), criada após a 2ª Conferência das Nações Unidas da ONU.

Este documento, também conhecido como *Nosso Futuro Comum* (1991, p.46), aborda pela primeira vez o conceito de “desenvolvimento sustentável como sendo aquele que atenda às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades” como um dever de preservar o mínimo existencial para que haja um diálogo intergeracional.

Neste particular, Ignacy Sachs (2007, p.22-23) entende que desenvolvimento sustentável da seguinte forma:

[...] trabalho atualmente com a ideia do desenvolvimento socialmente incluyente, ambientalmente sustentável e economicamente sustentado. Ou seja, um tripé formado por três dimensões básicas da sociedade. Aprofundemos um pouco esses conceitos. Por que socialmente incluyente? Porque os objetivos do desenvolvimento são sempre éticos e sociais. É disso que se trata. Como promover o progresso social? Com base num postulado ético de solidariedade com a nossa geração, uma solidariedade sincrônica com a nossa geração. E temos que fazê-lo respeitando as condicionalidades ecológicas, as condicionalidades ambientais, a partir de um outro conceito ético: o conceito ético da solidariedade diacrônica com as gerações futuras. Por outro lado, para que as coisas aconteçam, é preciso que sejam economicamente viáveis. A viabilidade econômica é uma condição necessária, porém certamente não suficiente para o desenvolvimento. O econômico não é um objetivo em si, é apenas o instrumental com o qual avançar a caminho do desenvolvimento incluyente e sustentável.

Contudo, conforme assevera Vidal de Souza (2011, p.106), cumpre observar a importância de se aplicar esse conceito da forma precisa, pois se

O desenvolvimento sustentável se não for bem examinado e refletido pode se tornar poroso e servir de base para o pensamento elitista e conservador, através de instrumentos utilitaristas, deixando de promover qualquer alteração estrutural, acabando por ser facilmente assimilado e engolido pelas classes dominadoras, num rápido e eficiente rearranjo de forças, reduzindo por completo seu potencial de novo paradigma e modificador de pensamento social.

Logo, o desenvolvimento sustentável deve propiciar não só o crescimento econômico, mas também um direito a um desenvolvimento humano, que deve primar pela dignidade da pessoa humana.

Assim sendo, o estudo sobre a temática, em suas três vertentes, começou a ganhar amplitude, sendo difundidas em diferentes momentos históricos, merecendo destaque as três agendas mundiais oriundas das Conferências das Nações Unidas, a saber: a) Agenda 21 (Conferência RIO-92), b) a Agenda do Milênio, que abordou os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio - ODM (Cúpula do Milênio) e c) a Agenda 2030 com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Conferência RIO+20).

A Agenda 2030 busca dar sequência as agendas anteriores em dimensão muito maior, sendo um plano de ação global proposto pela Organização das Nações Unidas (ONU) composto de 17 (dezessete) objetivos de desenvolvimento sustentável e 169 (cento e sessenta e nove) metas para cumprimento no período de 2016 à 2030.

Esta agenda tem um audacioso projeto de sustentabilidade e para isso busca de forma integrada uma ação conjunta de diversos países, empresas e sociedade civil. Pode-se dizer que a sua peculiaridade em trabalhar com várias entidades, fez com que o projeto ganhasse a proporção necessária para transformar um projeto global em local.

A proposta desta agenda, que tem como princípios a universalidade e a integração, é o lema “não deixar ninguém para trás”. Desta maneira, a universalidade prima pela necessidade de implementar a agenda em todos os países, ainda que de forma desigual respeitando os limites e aspectos de cada localidade. A integração, por sua vez, é a sua atuação em várias vertentes de forma indivisível, tal como trazido na agenda, em cinco dimensões (planeta, pessoas, prosperidade, paz, parceria).

O lema expressa o grito sufocado ao clamar por igualdade, traduzido como “não deixar ninguém para trás” e, para tanto, acabar com a pobreza extrema e a paz mundial são os grandes alicerces para se alcançar a efetividade plena desta agenda, reverberando em todos os seus dezessete objetivos.

Um dos seus eixos basilares é a proposta de um novo padrão de consumo, substituindo o paradigma capitalista do consumo exacerbado, fruto da obsolescência programada, por um consumo pautado no necessário, no mais benéfico para si e para o meio ambiente, ou seja, um consumo consciente.

Essa diferença é ressaltada por Harmbach (2019, p.270):

Consumismo é o consumo excessivo e a aquisição de bens e serviços de modo exagerado sem levar em conta as necessidades ou qualquer outro critério. Por outro lado, o consumo sustentável é o ato de consumir bens, produtos, serviços de um modo mais consciente em que se tenha a preocupação da não ocorrência de desperdício e também que não seja agressivo ao meio ambiente.

Além disso, como observa Gilles Lipovetsky (2007, p. 23) o consumismo gera paradoxos e ressentimentos acentuando um modelo de sociedade da decepção, na qual a busca por desejos conduz às frustrações, pois, como explicam

Os primeiros estudiosos do fenômeno consumista não titubearam em empregar a expressão “a maldição da abundância”. No entender desses analistas, o paraíso da mercadoria só pode dar origem a carências e profundo desgosto. Por que? Porque, quanto mais somos estimulados a comprar compulsivamente, mais aumenta a insatisfação. Desse modo, a partir do momento em que conseguimos preencher alguma necessidade, surge uma necessidade nova, gerando um ciclo de “bola de neve” que não tem fim. Como o mercado sempre nos sugere algo mais requintado, aquilo que já possuímos acaba ficando invariavelmente com conotação decepcionante. Logo, a sociedade de consumo incita-nos a viver no estado de perpétua carência, levando-nos a ansiar continuamente por algo que nem sempre podemos comprar. Assim, ficamos implacavelmente distantes da condição de plenitude, sempre descontentes condoídos em razão de tudo aquilo que não podemos proporcionar a nós mesmos. O consumo no sistema de mercado seria um pouco como o tonel das Danaides, que orquestra com sucesso o descontentamento e a frustração de todos.

Assim, o ODS de número 12 (doze) também é conhecido como o objetivo que visa assegurar padrões de produção e consumo sustentáveis, conforme as metas transcritas abaixo:

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

**12.2** até 2030, alcançar gestão sustentável e uso eficiente dos recursos naturais.

**12.3** até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, em nível de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita.

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

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

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

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

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

**12.a** apoiar países em desenvolvimento para que fortaleçam suas capacidades científicas e tecnológicas em rumo a padrões mais sustentáveis de produção e consumo.

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

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

Note-se que o ODS 12 possui marcações com números e letras, sendo que os números se referem às metas finalísticas, ou seja, estão relacionadas diretamente com a necessidade de cumprir os ODS e as letras se referem às metas de implementação, ou seja, com os recursos disponíveis para efetivar essa meta, podendo esse recurso ser de diversas formas, tais como recurso humano, financeiro, tecnológico, legal, organizacional, etc. (BARBIERI, 2020, p.136)

Assim, o item 12.1 aborda a necessidade de implantar o Plano Decenal de programas sobre Produção e Consumo sustentável, tendo como principais objetivos desse plano aumentar a ecoeficiência por meio de uma economia circular, ou seja, em que o ciclo de vida do produto, ou cadeia de produção se torne renovável. Para tanto, Geissdoerf *et al* (2017, p.759) explicam que:

[...] é um sistema de produção regenerador pelo qual os insumos, resíduos, emissões e perda de energia são minimizados pela desaceleração, fechamento e estreitamento dos ciclos de material e energia, e que pode ser obtido por meio de projetos duráveis, manutenção, reparo, reuso, remanufatura, recondicionamento e reciclagem.

Assim, o fluxo circular de produção gera uma cadeia de suprimentos sustentável, propiciando uma verdadeira gestão integrada pelo uso eficiente de recursos e com isto uma infraestrutura produtiva resiliente, inclusiva e sustentável. Portanto, o conceito de consumo consciente está intimamente interligado ao desenvolvimento sustentável, tal como preceitua Efinger (2011, p.125):

O conceito de desenvolvimento sustentável depende do conceito de consumo consciente. Este reflete a necessidade de os consumidores (de produtos e serviços) passarem a ser agentes de “controle crítico” do desenvolvimento sustentável, e isto só pode ser possível desapegando-se dos conceitos individualistas a respeito do que se consome, do que se utiliza, porque isto tem influência direta em todos os cidadãos e no próprio meio ambiente.

Ao entender a importância da ótica de um consumo sustentável, tanto o empresário responsável pela produção do produto, quanto seus colaboradores e

consumidor final, conseguem vislumbrar um novo desenvolvimento, com mais equilíbrio e menos desperdícios econômicos, sociais e ambientais.

No entanto, este não é um caminho fácil, mesmo com a legislação pátria, possuindo um intenso arcabouço favorável a uma ótica de um consumo responsável, tal como se verá no capítulo abaixo.

### **3. O CONSUMO CONSCIENTE NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

A Constituição Federal de 1988 (CF/88) garante a proteção do consumidor, nos termos do art. 5º, XXXII, consagrando a tutela do consumidor como direito fundamental e dever do Estado, ditando que este “promoverá, na forma da lei, a proteção ao consumidor”, bem como assegurará, no art. 170,V, esse princípio como regulamentador da ordem econômica.

Desta forma, a CF/88 criou um vínculo pleno normativo ao definir a figura do consumidor (sujeito constitucionalmente identificado) como uma categoria de direito fundamental e como um princípio da ordem econômica. Assim, visando perpetuar esse vínculo, por meio do artigo 48 do Ato das Disposições Transitórias determinou a elaboração de um código próprio para o consumidor, em face da necessidade de proteção diante de sua vulnerabilidade frente o fornecedor de serviços.

Com isso, surge o Código de Defesa do Consumidor - CDC, por meio da Lei nº 8.078/90, dando uma nova roupagem à figura do consumidor, que passa a ser emancipado como agente moral autônomo, consolidando a sua regulamentação, com a reforma ética do direito privado.

Desta forma, o consumo passa a ser visto a partir de uma perspectiva da pessoa humana. Cria-se, pois, uma nova metodologia com conceitos próprios e a concretude dos direitos humanos, previstos no art. 6º do CDC, ao elencar os direitos básicos do consumidor como substrato hermenêutico, o que implica dizer que os direitos humanos passam a ser incorporados pelo direito privado, promovendo a emancipação da pessoa no mercado de consumo. Esse é, pois, o tônus vital do microsistema consumerista, mínimo intangível do agente constitucionalmente identificado.

Assim, com o advento do CDC a clareza do princípio da boa-fé objetiva passa a nortear as relações de consumo, estabelecendo parâmetros mínimos de honestidade e

lealdade do fornecedor junto ao consumidor. Neste sentido, aduz Claudia Lima Marques (1999, p.134):

A grande contribuição do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) ao regime das relações contratuais no Brasil foi ter positivado normas específicas impondo o respeito à boa-fé na formação e na execução dos contratos de consumo, confirmando o princípio da boa-fé como um princípio geral do direito brasileiro, como linha teleológica para a interpretação das normas de defesa do consumidor (artigo 4º, III, do CDC), como cláusula geral para a definição do que é abuso contratual (artigo 51, IV do CDC), como instrumento legal para a realização da harmonia e equidade das relações entre consumidores e fornecedores no mercado brasileiro (artigo 4º, I e II, do CDC) e como novo paradigma objetivo limitador da livre iniciativa e da autonomia da vontade (artigo 4º, III, do CDC combinado com artigo 5º, XXXII, e artigo 170, caput e inc. V, da Constituição Federal.

Toda essa proteção surge em virtude de que o consumo indiscriminado de crédito sem o devido cuidado, leva o *homo consumericus* a uma massificação do consumo, uma perda de identidade, além é claro de se ver refém de toda uma lógica consumerista que se utiliza de vieses cognitivos para atrair o consumidor para a “teia invisível” do consumo que gera o superendividamento, tal como pontua Carqui (2015, p.257):

O superendividamento já pode ser considerado uma patologia na sociedade massificada de consumo, pois, além de gerar uma grande exclusão social, acarreta a perda de condições mínimas de uma existência digna, criando um grande flagelo na sociedade.[..]O superendividamento do consumidor, sob a ótica dos riscos na sociedade de consumo, pode ser compreendido, ainda, como a perda de capacidades civis dos indivíduos que se encontram nessa situação, tendo em vista que a impossibilidade de consumir, em um panorama que se movimento em função do consumo, faz com que o indivíduo seja reflexamente excluído da vida social.

Neste diapasão, o ODS 12 da Agenda 2030, atento a essas questões que assolam o mundo e buscando alterar essa lógica, tem dentro de suas metas, apresenta a proposta de desencorajar o consumo exagerado que leva a distorções do mercado com informações relevantes e conscientização sobre um novo estilo de vida que esteja em harmonia com a natureza.

Dentro dessa ótica de pensar, está em trâmite o projeto de lei nº 3514/2015 que busca reformar o CDC e instituir padrões de produção e consumo sustentáveis, e estender a proteção do consumidor em três vertentes, quais sejam, o comércio eletrônico, o superendividamento e as ações coletivas.

Com efeito, no âmbito do superendividamento, esta reforma é vista como uma nova política pública que deverá instituir um sistema de crédito responsável com repactuação de débitos de forma a resguardar os preceitos mínimos da dignidade humana do consumidor.

É latente, assim, o risco de gerar uma insolvência de massa comprometendo o mínimo existencial (conjunto de bens e atividades indispensáveis a uma vida humana digna) que conseqüentemente rebaixará a qualidade de vida do consumidor, corroborando para o aumento da pobreza e da desigualdade social, ferindo o princípio democrático do artigo 3º, III da CF/88 e a premissa central da Agenda 2030 que tem como pilar a erradicação da pobreza e da fome.

Ademais, o comando constitucional expresso no art. 225, caput, da CF/88, traz a concepção compartilhada de responsabilidades e encargos ambientais entre a sociedade e o Estado, eis que impõe o dever da coletividade e do poder público em proteger e promover o ambiente para presentes e futuras gerações, discorrendo este dever para além do Estado, projetando também aos particulares. Com isso, a solidariedade expressa a necessidade fundamental de coexistência (e cooperação) do ser humano em um corpo social, formatando a teia de relações intersubjetivas e sociais que se traçam no espaço da comunidade estatal. (SARLET, FENSTERSEIFER, 2014, p.57)

Entretanto, para que haja efetivamente um uso racional do bem ambiental, o mesmo deve ser visto sob uma nova perspectiva de proteção pelo Estado, Direito e Sociedade, a ótica da Sociedade de Risco (BECK; GIDDENS; LASH, 1997, p.13), ou seja, um estágio da modernidade em que representa a tomada de consciência do esgotamento do modelo de produção clássico, marcada pelo uso ilimitado de bens, expansão demográfica, mercantilização e capitalismo predatório, podendo a qualquer tempo sofrer as conseqüências de uma catástrofe ambiental. (LEITE, 2015, p.158)

Dessa forma, ressalta Ulrich Beck que é preciso traçar mecanismos para coibir o fenômeno denominado “irresponsabilidade organizada” no qual a política de gestão ambiental fica inerte diante da consciência da existência de riscos ecológicos, subdivididos em risco concreto ou potencial (visível e previsível pelo conhecimento humano) e risco abstrato (invisível e imprevisível pelo conhecimento humano).

Com isto, todos os tipos de riscos latentes na sociedade moderna acabam por vitimizar todas as gerações de seres vivos e uma gestão efetivamente solidária seria o caminho mais curto para a concretização do desenvolvimento sustentável, minimizando os impactos ambientais das presentes e futuras gerações e quiçá efetivamente alcançar a erradicação dos problemas atuais da humanidade, dentre eles, a erradicação da pobreza. (LEITE, 2015, p.157).

Ademais, Beck (2011, p. 23) faz a seguinte consideração sobre a sociedade de risco:



Na modernidade tardia, a produção social de *riqueza* é acompanhada é sistematicamente acompanhada pela produção social de *riscos*. Conseqüentemente, aos problemas e conflitos de distribuição da sociedade da escassez sobrepõem-se os problemas e conflitos surgidos a partir da produção, definição e distribuição dos riscos científico-tecnologicamente produzidos. Essa mudança da lógica de distribuição da riqueza na sociedade da escassez para a lógica da distribuição de riscos na modernidade tardia está ligada historicamente a (pelo menos) duas condições. Ela consoma-se, em primeiro lugar – como se pode reconhecer atualmente –, quando e na medida em que, através do nível alcançado pelas forças produtivas humanas e tecnológicas, assim como pelas garantias e regras jurídicas do Estado Social, é objetivamente reduzida e socialmente isolada a *autêntica carência material*. Em segundo lugar, essa mudança categorial deve-se simultaneamente ao fato de que, a reboque das forças produtivas exponencialmente crescentes no processo de modernização, são desencadeados riscos e potenciais de autoameaça numa medida até então desconhecida.

Outro aspecto da sociedade de risco é que o consumismo reverbera, também, dupla degradação ambiental, pois, de um lado são extraídos os recursos naturais, com a desestabilização do meio ambiente para produzir bens de consumo e, de outro, a obsolescência programada faz com que os objetos sejam descartados mais rapidamente, sem o devido cuidado, prejudicando, mais uma vez, o meio ambiente. Logo, aquele consumo que em um primeiro momento se presta a assegurar a sobrevivência e uma vida digna do consumidor acaba, em um momento posterior, por afetar negativamente a vida antes desejada.

Por isso, importante salientar que a implementação cada vez maior da nova forma de produção, pautada na economia circular e na logística reversa, para o reuso, reciclagem e a reutilização de todos os meios de produção e consumo, visa aumentar a vida útil de todos esses bens de consumo.

Desta maneira, pode-se dizer que a logística reversa se opera de forma efetiva quando não há desperdícios na produção, logo, o consumo torna-se eficiente e, portanto sustentável, mitigando ou mesmo eliminado as externalidades negativas que são internalizadas no processo produtivo, ou seja, nos custos da atividade.

Neste particular, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010) especifica a importância de que as empresas adotem o modelo de logística reversa, que vai ao encontro da proposta formulada pela Agenda 2030, eis que esta visa perpetuar uma economia circular de produção em todos os ambientes empresariais. Neste sentido ressalta Barbieri (2020, p.158):

A Política Nacional de Resíduos Sólidos instituiu a gestão integrada dos resíduos, e a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida; reconhece que o resíduo sólido reutilizável e reciclável é um bem econômico e de valor social, gerador de trabalho e renda e promotor de cidadania; e promove a inclusão dos catadores de materiais recicláveis. Essa lei baseia-se na

abordagem preventiva para evitar a geração de resíduos e na gestão do ciclo de vida, a fim de recuperar os materiais usados para reusar, reciclar e, quando não for possível dispô-los adequadamente.

Neste sentido, a economia circular é uma cadeia produtiva eficiente para minimizar perdas com benefícios econômicos que buscam equacionar a proteção da pessoa a humana e meio ambiente com princípios da livre iniciativa e a qualidade de vida.

Note que para que haja um consumo consciente busca-se modificar toda a lógica de produção, no entanto, não basta dispor de estratégias, é preciso internalizar esses conceitos no setor empresarial para pensar no consumidor não apenas como aquele que irá gerar riqueza ao consumir o seu produto, mas como um cidadão, que merece respeito, inclusive no que envolve as gerações futuras.

Além disso, deve-se salientar que a proteção do consumidor também se estende ao meio ambiente digital, devendo ser regulado com a proteção dos dados sensíveis, respeito à dignidade, ordem pública, bons costumes, livre desenvolvimento físico e moral da pessoa, para empoderar o hiper vulnerável, permitindo a igualdade substancial, posto que a informação é ao mesmo tempo um direito e um dever e configura o novo ambiente, *locus* imaterial de presença espectral da dimensão virtual humana.

O dever de informar configura uma solidariedade transcendente de valores morais, de ordem pública e de ponto de equilíbrio da sociedade que encontram amparados na lei do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e na Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).

Dessa forma, o empresário precisa pensar em como seu produto, seja ele físico ou digital, irá impactar a geração futura, assim como ele poderá agregar valor social para o consumidor, sendo certo que essas questões estão alicerçadas sob a concepção de ecocidadania. Neste sentido, Vidal de Souza (2011, p.21) observa que:

A ética compatível com a pós-modernidade é, portanto, a ética da alteridade, a ética do Outro, a ética solidária, da inclusão, da diversidade. É o homem posto em movimento compreendido num processo holístico, em direção ao Outro. A alteridade como atitude ética apropriada à ecocidadania é justamente a que preserva a liberdade por meio da responsabilidade e resguarda politicamente a humanidade, evitando que tudo se massifique e homogeneíze silenciosamente.

Assim sendo, a cidadania ambiental é o ato de exercer seu direito de cidadão pensando não só na coletividade presente, mas também na geração futura, portanto é um ato de solidariedade intergeracional, um ato fraterno que configura um direito a

fraternidade, liame necessário para coibir um conceito deturpado de responsabilidade social, tal qual veremos a seguir.

#### **4. GREENHASHING VERSUS CONSUMO CONSCIENTE COMO PROPULSOR DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

Um importante momento histórico para o direito do consumidor foi o discurso do então presidente dos Estados Unidos em 1962, John F. Kennedy no qual ele menciona que os consumidores precisam entender o poder decisório que eles possuem como maior grupo econômico do mundo, não devendo ser manipulados a bel prazer pelas grandes companhias, devendo ter direito à segurança, a informação, a escolha e ao ser ouvido, veja-se:

Consumidores, por definição, somos todos nós. Os consumidores são o maior grupo econômico na economia, afetando e sendo afetados por quase todas as decisões econômicas públicas e privadas. Dois terços de todos os gastos da economia são feitos pelos consumidores. Mas é o único grupo importante da economia que não é eficientemente organizado, cujos pontos de vista quase nunca são ouvidos. (CALAVIERI FILHO, 2011, p.4)

Em 16 de abril de 1985 a ONU adota a Resolução nº 39/248, que estabelece diretrizes internacionais para uma política de proteção ao consumidor e enfatiza a vulnerabilidade que o consumidor apresenta em suas relações com os fornecedores de produtos e serviços.

Essas ideias visam reduzir a escalada consumista, eis que, como explica Gilles Lipovetsky (2007, p. 30):

Quanto mais se avolumam os dissabores, os percalços e as frustrações da vida privada, mais a febre consumista irrompe a título de lenitivo, de satisfação compensatória, como um expediente para “reerguer o moral”. Em razão disso, pressagia-se um longo porvir para a febre consumista.

Por esta razão, a temática sobre um consumo responsável tende automaticamente a estar atrelada a valores éticos, sobre um pensar além de si mesmo, construindo valores a partir da frase “cada um deve fazer a sua parte” para um bem maior, para uma geração atual e futura.

No entanto, esse discurso sustentável se transforma em uma poderosa arma de venda, o *slogan* de comportamento justo e solidário se torna atraente e as empresas começam a utilizar isso por meio de uma grande estratégia de marketing para lucrar cada vez mais.

Para Fábio Konder Comparato (1986, p.185-186) o consumidor muitas vezes é atraído para um “reino de fantasia” provocada por uma propaganda que vende aquilo

que deve ser ideal naquela sociedade de consumo, para tanto, insta fazer uma alusão a uma tendência de consumidor, enganado por uma falsa promessa de um produto sustentável, pois:

O consumidor, vítima de sua própria incapacidade crítica ou suscetibilidade emocional, dócil objeto de exploração de uma publicidade obsessora e obsidional, passa a responder ao reflexo condicionada da palavra mágica, sem resistência. Compra um objeto ou paga um serviço, não porque a sua marca atesta a boa qualidade, mas simplesmente porque ela evoca todo um reino de fantasias ou de devaneio de uma tração irresistível.

O *greenwashing* também conhecido como “maquiagem verde” é um modelo de marketing praticado por empresas, corporações, governos e ONGs com o objetivo de promover indevidamente uma responsabilidade socioambiental, demonstrando uma falsa preocupação ecológica, deturpando conceitos de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade por meio de um capitalismo verde. (VIDAL DE SOUZA, 2017, p.149-150)

Desta forma, algumas instituições apropriam-se desse conceito para mascarar sua relação fornecedor-consumidor e, com isto, perpetrar um modelo de um consumo inviável, além de desacreditar a sociedade da efetividade de uma mudança de comportamento, corroborando para um modelo retrógrado e ineficaz para o meio ambiente.

Neste diapasão, salienta Vidal de Souza (2017, p. 151):

O *greenwashing*, no entanto, não envolve apenas informações enganosas em desfavor da população, por meio de propagandas verdes enganosas, promessas publicitárias de ecoeficiência ou estratégias de marketing ecológico, que visam disseminar desinformação ou manipulação de alguma informação para favorecer a empresa. A ideia posta ao fundo é a tentativa de apresentar governos, empresas ou organizações como detentoras de compromisso e ações voltadas para a defesa da natureza.

Para tanto, ao analisar uma empresa verde é preciso verificar se ela faz jus a uma das sete categorias de pecados da rotulagem ambiental, descritas pela empresa de consultoria de marketing ambiental Canadense *Terra Choice*, a saber: falta de provas, custo ambiental camuflado, culto aos falsos rótulos, incerteza, “menos pior”, irrelevância e mentira.

Dessa forma, algumas medidas vêm sendo internalizadas por instituições como a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), PROTESTE, a plataforma CONSUMIDOR.GOV, dentre outros, que são considerados canais públicos e privados com o escopo de auxiliar o consumidor, seja

por meio de um estudo sobre seus direitos ou por se manifestar e contabilizar infrações, bem como instituir normas e regulamentos para ajudar a proteger o consumidor do oportunismo de algumas empresas que adicionam de forma duvidosa apelos ambientais em produtos ou serviços.

A exemplo disso, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBARP) criado pelo Conselho de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), estatui em caráter normativo não vinculante, diretrizes para uma publicidade responsável com o meio ambiente e com a sustentabilidade, dispostas abaixo:

1. Concretude – Qualquer alegação de benefícios socioambientais deverão corresponder a práticas concretas adotadas, evitando-se conceitos vagos, com acepções equivocadas ou mais abrangentes do que as condutas apregoadas. Antes da publicidade a empresa deve demonstrar as posturas e condutas sustentáveis e ambientais que alega.
2. Veracidade – As informações e alegações veiculadas devem ser verdadeiras, passíveis de verificação e de comprovação.
3. Exatidão e Clareza – As informações veiculadas deverão ser exatas e precisas, expressas de forma clara e em linguagem compreensível, não ensejando interpretações equivocadas ou falsas conclusões.
4. Comprovação e Fontes – Os responsáveis pelo anúncio devem dispor de dados comprobatórios e de fontes externas que endossem, senão mesmo se responsabilizem pelas informações socioambientais comunicadas.
5. Pertinência – As informações socioambientais devem ter relação lógica com a área de atuação das empresas, e/ou com suas marcas, produtos e serviços, em seu setor de negócios e mercados.
6. Relevância – Os benefícios socioambientais comunicados deverão ser significativos em termos do impacto global que as empresas, suas marcas, produtos e serviços exercem sobre a sociedade e o meio ambiente – em todo seu processo e ciclo, desde a produção e comercialização, até o uso e descarte.
7. Absoluto – Em razão dos possíveis impactos socioambientais produzidos pelas empresas, a publicidade não comunicará promessas ou vantagens absolutas ou de superioridade imbatível. As ações de responsabilidade socioambiental não serão comunicadas como evidência suficiente da sustentabilidade geral da empresa, suas marcas, produtos e serviços.
8. Marketing, relacionado a causas – A publicidade explicitará claramente a(s) causa(s) e entidade(s) oficial(is) ou do terceiro setor envolvido(s) na parceria com as empresas, suas marcas, produtos e serviços. O anúncio não poderá aludir a causas, movimentos, indicadores de desempenho nem se apropriar do prestígio e credibilidade de instituição a menos que o faça de maneira autorizada. As ações socioambientais e de sustentabilidade objetivo da publicidade não eximem anunciante, agência e veículo do cumprimento das demais normas éticas dispostas neste Código.

Já a ABNT internaliza normativas técnicas e emite certificações que auxiliam na credibilidade, a exemplo da nova consciência social oriunda de uma empresa-cidadã.

Assim, cumpre ressaltar que de acordo com a função social da empresa foi normatizado em âmbito internacional a *International Organization for Standardization* (ISO), entidade que coordena a elaboração de normas técnicas Internacionais de

diversos assuntos e inserida no país pelas normatizações da Associação Brasileira de Normas Técnicas.

Ademais, a responsabilidade social empresarial foi normatizada pela ABNT NBR ISO 26000:2010, que estabelece as Diretrizes sobre Responsabilidade Social, definindo Responsabilidade Social como sendo a responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente, contribuindo para um desenvolvimento sustentável, levando-se em conta as expectativas das partes interessadas, bem como sendo consistente com normas internacionais de comportamento, estando assim integrada em toda sua organização, sendo praticada em todas suas relações. (ISO 26000:2010).

Assim, a norma ABNT NBR ISO 10008:2013 refere-se à gestão da qualidade e satisfação do cliente, com diretrizes para transações de comércio eletrônico de negócio a consumidor. Esta norma fornece a orientação para o planejamento, projeto, desenvolvimento, implantação, manutenção e melhoria de um sistema eficaz e eficiente de transação de comércio eletrônico de negócio a consumidor dentro de uma organização. (ISO 10008:2013)

Por fim, tem-se que atrelado a essa tendência de um consumo mais equacionado, o item 12.6 do ODS 12 da Agenda 2030 busca incentivar as boas práticas sustentáveis nas grandes empresas e, conseqüentemente, realizar um relatório de sustentabilidade.

Todas essas questões servem para reverberar o pensamento de um novo agir na sociedade e, para tanto, aspectos de governança corporativa são fundamentais para mudança de olhar da estrutura empresarial, despertando o dever de fraternidade, ou seja, a solidariedade. Dessa forma, Newton de Lucca (2009, p.328) destaca o entrelaçamento dessa responsabilidade com a função social da empresa:

A função social implica assumir a plenitude da chamada responsabilidade social, vale dizer, a consciência de que todos nós temos, em maior ou menor grau – como cidadãos, em geral, ou como empresários, em particular -, o indeclinável dever ético de pôr em prática as políticas sociais tendentes a melhorar as condições e a qualidade de vida de todos os nossos semelhantes.

Além disso, Vidal de Souza (2017, p.166) dispõe que o conceito de desenvolvimento deve ser permeado por uma visão ecocrítica e ecoética, ou seja, uma reflexão crítica capaz de analisar as complexidades sistêmicas da relação homem-natureza, pois:

A grande contribuição da ecocrítica é examinar o debate ambientalista, a partir da leitura retórica dos argumentos, da análise dos textos e da coerência dos discursos, capaz de confrontar e demonstrar as práticas nocivas ao meio ambiente. Assim, a análise crítica proposta aprecia a narrativa, a imagem, a metáfora, o gênero do discurso utilizado, superando o conteúdo da retórica trivial, da conversa enganosa.

Portanto, o consumidor, para não ser ludibriado, precisa ser cada vez mais criterioso no momento de sua compra e com isto adquirir bens de empresas responsáveis que reverberam uma nova relação consumerista permeada em compromisso que se traduz em confiança, ética e respeito com a coletividade.

Assim, a sociedade deve sempre difundir valores que busquem auxiliar a coletividade, tal qual está disposto na Agenda 2030 e para tanto, o princípio da fraternidade se traduz na melhor perspectiva a ser almejada:

O princípio da fraternidade, na qualidade de categoria jurídica, não permite que o consumo consciente seja entendido como um simples comportamento voluntário das pessoas ou uma mera boa prática ética, mas sim como um verdadeiro dever fundamental decorrente do próprio princípio da fraternidade, que é, um dos meios de se promover o direito fundamental ao desenvolvimento sustentável e de proteger o meio ambiente para as presentes e futuras gerações. (MOLINARO; RESENDE, 2019, p.47)

Na verdade tem-se que a partir de um consumo responsável a sociedade começa alterar as práticas do setor produtivo e, conseqüentemente, os impactos negativos do consumo, verificando-se uma melhoria nos sistemas de produção e fornecimento de produtos com menor impacto ambiental.

Logo, isso só será possível quando efetivamente ocorrer essa mudança de paradigma, tal como assevera enfaticamente Vidal de Souza (2017, p. 163):

[...] o termo desenvolvimento sustentável só tem um real significado se estiver atrelado à mudança de comportamento, pois do contrário estaremos falando mais do mesmo, e exercendo a velha arte romana de promover mudanças no seio da sociedade para que as coisas permaneçam tais quais se encontram.

Por isso, a mudança de comportamento é uma construção interna, mas deve ser fomentada externamente pelos Estados, com políticas públicas que ressaltem a importância da educação para a produção e o consumo consciente.

Portanto, a fiscalização não deve ser o único remédio, a autorregulamentação deve ser construída todos os dias, na empresa e na sociedade e o dever ético deve ser o imperativo norteador de condutas que propiciem uma melhora da qualidade de vida.

Assim, a escolha de um fornecedor responsável é um grande passo para um consumo consciente, porém, isso só irá acontecer quando em algum momento da

história do ciclo de produção, o consumidor deixar de adquirir produtos que aparentemente não façam nenhum mal, mas que internamente são permeados por uma cadeia produtiva totalmente insustentável. Neste sentido, como pontua Molinaro e Resende (2019, p.46):

Os consumidores conscientes do impacto do seu consumo no meio ambiente e na sociedade só irão escolher fornecedores que possuam programas de responsabilidade socioambiental, obrigando as demais a adotarem comportamentos socioambientais corretos para sobreviverem no mercado.

Dessa forma, programas de responsabilidade socioambiental devem ser vistos com respeito, diante da busca pela diferença, sendo que esta precisa realmente se efetivar.

O consumo consciente se apresenta como um dos instrumentos de promoção do desenvolvimento sustentável porque estimula a produção de bens e serviços com menor impacto negativo ao meio ambiente e com observância dos direitos humanos, bem como se revela uma prática de responsabilidade socioambiental entre cidadãos vocacionada à proteção das presentes e futuras gerações. (MOLINARO; RESENDE, 2019, p.35)

Com efeito, o poder econômico deve sempre levar em conta aspectos de solidariedade para coibir condutas abusivas e isto só acontece quando as empresas internalizam a sua responsabilidade social empresarial como parte de um sistema global.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A regulação dos vínculos normativos é um dever fundamental da máquina estatal que tem como base a responsabilidade de limitar a liberdade, de tutelar a ordem pública e de conduzir o bem comum na sociedade democrática, sendo o equilíbrio de forças, coletivas e individuais, que além de servir a sociedade e o indivíduo e firma um compromisso de equidade intergeracional.

A produção e o consumo consciente abordados no ODS 12 da Agenda 2030 não devem ser vistos apenas como uma tendência mundial e sim como um dever de todos com a coletividade.

Ao descrever um novo padrão de consumo, pautado em economia circular, as discussões da ONU perpassam na necessidade de alterar a cadeia de produção mundial para diminuir a fome, as desigualdades, para preservar o planeta, a qualidade de vida e a dignidade da pessoa humana.

Nesse diapasão o ordenamento jurídico brasileiro, busca corroborar para o processo de consciência coletiva, de um novo tipo de consumo, ao mencionar no art.225



da CF/88, o direito ao meio ambiente equilibrado, em conjunto com as normas estatuídas no microsistema regulatório do código consumerista e amparado por normas de adesão voluntária e também pela Política Nacional de Resíduos Sólidos que estabelece a logística reversa.

O caráter de voluntariedade é a ideia de fomentar uma construção conjunta de metas para sustentabilidade em que os convidados são chamados a aderirem a um novo comportamento social.

Assim, a cidadania ambiental precisa respeitar o princípio da livre iniciativa conjugado com outros aspectos normativos, tais como, o meio ambiente equilibrado e a sadia qualidade de vida.

Para isso, a prática de responsabilidade social é de fato a mudança de comportamento esperada por um consumidor consciente. No entanto, mudanças levam tempo e o amadurecimento do ser humano se relaciona com os novos valores adotados por toda a sociedade. Cabe, pois, alterar o paradigma valorativo para aspectos que envolvam sustentabilidade e justiça social, em busca de uma nova consciência coletiva, para evitar práticas nocivas como o alto consumo e o desperdício.

Tem-se, pois que a questão ambiental é uma janela para o novo, uma janela aberta para novas possibilidades, que deve congrega toda a sociedade, evitando-se exclusões a esse modelo de desenvolvimento. Por isso, o legado deve ser perpetuado para todas as gerações, muito embora se verifique que boa parte da geração vem sendo impossibilitada de desfrutar desse modelo desenvolvimento, à vista das desigualdades e exclusões perpetuadas na sociedade. Dessa forma, a realidade tecnológica deve buscar uma releitura ambiental para que as pessoas tenham de fato um salto qualitativo de vida.

Com isto, os gestores devem se amparar em uma nova ética, pautada na governança corporativa, incorporando em suas ações preceitos éticos, com respeito aos direitos humanos, a partir de um novo comportamento, capaz de promover um novo mundo, que permita a internalização de ações sociais, que respeitem os colaboradores e incentivem projetos sociais, econômicos e ambientais voltados para a sociedade.

Assim, a construção pautada em um novo paradigma de um consumo consciente visa transformar a relação da empresa com a sociedade, reverberando uma nova cultura empresarial, estabelecendo que a partir do momento em que a empresa é criada surge o dever para com a sociedade, de gerar renda, mas, também, de transformar o ambiente circundante em um modelo que possa contribuir para uma sociedade mais humana, justa e fraterna.

## REFERÊNCIAS

- BECK, Ulrich. **Sociedade de Risco – Rumo a uma outra modernidade**. São Paulo: Editora 34, 2011.
- BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. **Modernização reflexiva: política tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Unesp, 1997, p.6-135.
- BRASIL, Ministério do Meio Ambiente. **Consumo sustentável: manual de educação**. Brasília, 2005. Disponível em:  
<[https://www.mma.gov.br/estruturas/educamb/\\_arquivos/consumo\\_sustentavel.pdf](https://www.mma.gov.br/estruturas/educamb/_arquivos/consumo_sustentavel.pdf): Acesso em 25. ago. 2020.
- \_\_\_\_\_. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**.  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm). Acesso em 20.ago. 2020.
- \_\_\_\_\_. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm). Acesso em: 20.set.2020.
- \_\_\_\_\_. **Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010**. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm). Acesso em: 23.set.2020.
- \_\_\_\_\_. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm) . Acesso em: 15.ago. 2020.
- \_\_\_\_\_. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em 10.ago.2020.
- BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento sustentável: das origens à Agenda 2030**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2020.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**.3.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- CARQUI, Vagner Bruno Caparelli. **O risco na sociedade de consumo: superendividamento como perdas de capacidades**. Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, v.1, n.2, p. 256-272, jul/dez 2015.
- CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA – CBARP. **Anexo “U” – apelos de sustentabilidade**. Disponível em:  
<<http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>> Acesso em 27 out 2020.
- COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso Futuro Comum**.2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- COMPARATO, Fábio Konder. **Proteção do consumidor: importante capítulo do direito econômico**. Revista de Direito Publico, São Paulo, v. 10, n. 80, 1986.
- EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo**. Curitiba. Juruá, 2011.
- GEISSDOERFER, M; SAVAGET,P.; BOCKEN,N.M.P; HULTINK, E.J. The Circular Economy – a new sustainability paradigm? *In:Jornal of Cleaner Production*, 143 (1), p,757-756. Disponível em:  
<<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652616321023?via%3Dihub>> Acesso em 26 ago 2020.

HARMBACH, Oduvaldo José. ODS 12. Assegurar Padrões de Produção e de Consumo Sustentáveis. *In*: COSTA, Hirdan K. M. **Direitos Humanos e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Ed. Lumen Juris, 2019, pp 257- 276.

INMETRO. ABNT NBR ISO 26000:2010. **Diretrizes sobre Responsabilidade Social**. Disponível em:  
<[http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade\\_social/iso26000.asp](http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp)> Acesso em 30 ago 2020.

INMETRO. ABNT NBR ISO 10008:2013. **Gestão de Qualidade – satisfação do cliente – diretrizes para transações de comércio eletrônico de negócio-a-consumidor**. Disponível em: <<https://www.iso.org/standard/54081.html>. Acesso em 30 ago 2020.

LEITE, José J.G. A sociedade de risco e o Estado. *In*: CANOTILHO, José Joaquim Gomes; LEITE, José J.G. (org). **Direito Constitucional ambiental brasileiro**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2015, p. 157-242.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Sociedade da Decepção**. Barueri: Manole, 2007.

LUCCA, Newton de. **Da Ética Geral à Ética Empresarial**. São Paulo:QuatierLatin, 2009.

MARQUES, Cláudia Lima. **Planos privados de assistência à saúde**. Desnecessidade de opção do consumidor pelo novo sistema. Opção a depender da conveniência do consumidor. Abusividade de cláusula contratual que permite a resolução do contrato coletivo por escolha do fornecedor: parecer. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n.31, jul./set. 1999. p. 134.

MOLINARO, Carlos Alberto. RESENDE, Augusto César Leite de. O dever constitucional do consumo consciente: Reflexões a partir do princípio da fraternidade. *In*: MACHADO, Carlos; MACHADO, Clara; POZZOLI, Lafayette. **Direitos Humanos, Agenda 2030 e o Desenvolvimento Humano Sustentável: estudos sobre os objetivos do desenvolvimento sustentável para transformar nosso mundo**. , Rio de Janeiro: Editora Bonecker, 2019. p.34-54.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em:  
<<https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>> Acesso em 28.ago.2020.

SACHS, Ignacy. Primeiras Intervenções. *In*: NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do; VIANNA, João Nildo. **Dilemas e desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil**. Rio de Janeiro: Garamond, 2007.

SARLET, Ingo Wolfgang; FENSTERSEIFER, Tiago. **Direito Constitucional ambiental: estudos sobre a constituição, os direitos fundamentais e a proteção do ambiente**. 4.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

SOUZA, José Fernando Vidal de. **Água: fator de desenvolvimento e limitador de empreendimento**. São Paulo: Editora Modelo, 2011.

SOUZA, José F. Vidal. **Uma aborgadem crítica sobre o greewashing na atualidade**. *Rev. de Direito Ambiental e Socioambientalismo* , v.3, n.2, pp.145-172, jul.dez 2017.

