

SEÇÃO CÍVEL

Consumo sustentável

Nelson Luís Sampaio de Andrade^(*)

Promotor de Justiça – SP

1 – Introdução

Os direitos dos consumidores incluem-se entre aqueles de natureza transindividual, em que não é possível definir os titulares, já que beneficiam uma quantidade de pessoas incalculável. Verdadeiro direito-dever, não se restringe apenas à qualidade e segurança dos produtos colocados no mercado, mas também na obrigação de considerar-se as conseqüências do consumo destes produtos para os indivíduos e o meio ambiente como um todo

Se o consumo é prejudicial ao meio ambiente, é imprescindível sua modificação. Necessária a urgente mudança de seus padrões, isto não significando a diminuição do volume de produtos e serviços consumidos e sim a utilização de produtos mais eficientes e menos poluentes.

Surge então a figura do “consumo sustentável”, o qual pode ser definido como sendo o uso de produtos e serviços que respondam às necessidades básicas dos indivíduos e tragam uma melhor qualidade de vida, equacionando o uso dos recursos naturais, diminuindo o emprego de materiais tóxicos, bem como as emissões de poluentes e criação de resíduos, a fim de garantir a sobrevivência das gerações futuras.

Para a implementação de um padrão de consumo auto-sustentável, é necessário conscientizar-se todos os agentes envolvidos no processo (produtores, consumidores finais, governos e entidades não-governamentais).

Tal conscientização faz-se através da educação, da publicidade e do amplo acesso à informação.

A integração de todos os setores da sociedade é de vital importância para a implementação de um consumo mais sustentável, assegurando a direção da sociedade a um caminho ambientalmente responsável.

(*) Mestre em Direito Ambiental – Universidade de Aberdeen – Escócia

2 – O papel dos consumidores

Grande relevância apresenta o consumidor no processo para a busca do consumo sustentável. É dele a opção de comprar ou não determinado produto. Tal escolha, obviamente fará diferença, se encarada coletivamente.

Os consumidores, após informados e devidamente conscientizados, podem colocar grande pressão sobre os produtores, comprando produtos que preenchem os requisitos da menor agressão ambiental possível (produtos com certificado de qualidade ambiental)

Feita a escolha do produto pelo consumidor, é ele o responsável pela forma como este produto será usado e eliminado

Sendo assim, são os consumidores os principais responsáveis pelo consumo sustentável, sendo essencial que em suas opções consumistas, considerem o bem-estar coletivo, inclusive o das futuras gerações.

O consumidor deve ser educado e informado, para ter a noção de que suas ações individuais, fazem grande diferença para o processo coletivo.

A informação prestada ao consumidor, era tradicionalmente encarada com o propósito de protegê-lo, tendo por pressupostos, a segurança do produto e sua qualidade. Com a premente necessidade de mudança dos padrões de consumo, deve a informação cumprir novos requisitos, como por exemplo, esclarecer qual o impacto de determinado produto sobre o meio ambiente.

3 – O papel dos Governos

A principal causa da degradação ambiental não é o nível de consumo, mas as falhas de mercado e das políticas governamentais que levam os consumidores e produtores a ignorar o custo social total de suas decisões.

A medida necessária para diminuir o problema ambiental não é a diminuição do consumo em si, mas sim, a adoção de uma política governamental global, envolvendo todos os países, para redefinir este consumo.

A Comissão de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU) traçou um programa de diretrizes básicas para mudança dos padrões de consumo e produção. Este programa possui cinco principais elementos, a saber:

a) os governos devem cooperar entre si na mudança dos padrões de consumo a nível global, para tal adotando práticas sustentáveis em suas políticas de desenvolvimento econômico, promovendo análises do comportamento dos consumidores e das conseqüências ambientais, com o propósito maior de identificar meios de reduzir o impacto ambiental do consumo e suprir as necessidades humanas no mundo;

b) os governos devem trabalhar conjuntamente na erradicação da pobreza, como requisito indispensável para o consumo sustentável. As nações desenvolvidas devem arcar com o desenvolvimento econômico dos países em desenvolvimento assegurando mínimos impactos ao meio ambiente, através de assistência financeira, tecnologias “verdes” e melhores condições de acesso aos mercados;

c) os governos devem intensificar os esforços para a redução do consumo de energia e dos recursos naturais, nos processos de produção. Devem incentivar através de políticas internas, o uso de recursos renováveis, a recuperação dos resíduos, o re-uso e a reciclagem de materiais;

d) os governos devem promover a educação dos consumidores, assegurando o amplo acesso à informação sobre o impacto no meio ambiente dos produtos consumidos;

e) os governos devem adotar medidas efetivas voltadas para a mudança dos padrões de consumo e produção, tais como as chamadas de “comando e controle” e os “instrumentos econômicos e sociais”

Muitas outras são as diretrizes elencadas pela ONU para a promoção do consumo sustentável. As cinco aqui apresentadas traduzem uma idéia básica do caminho a ser seguido pelos governos individualmente.

Para conseguir mudanças nos padrões de consumo e produção, os governos podem adotar medidas de comando-e-controle (legislação e estabelecimento de padrões de consumo e produção), adotar também instrumentos sociais (educação e campanhas de informação), instrumentos econômicos (políticas fiscais e de preços).

Como medidas de comando e controle, encontramos cada vez mais peças legislativas específicas, visando a tutela do meio ambiente, com a proteção dos recursos naturais, a prevenção e o controle da poluição (v.g. proibição do uso de pesticidas). Tais medidas possuem a vantagem da certeza de seu cumprimento, face a coercibilidade da norma legal, mas a desvantagem de não terem grande flexibilidade, face a complexidade do processo legislativo.

Os instrumentos sociais podem ser usados pelos governos, através de iniciativas nas áreas da educação e informação para promover junto à sociedade, valores de consumo sustentável e estilo de vida ambientalmente adequado. Podem prover serviços para catalisar e sustentar as mudanças no comportamento dos consumidores, como por exemplo, incrementar o transporte público e melhorar a coleta de resíduos, estabelecendo a infra-estrutura necessária para um consumo sustentável.

Fundamental é o papel da educação para a mudança das atitudes dos consumidores. Introduzir no *curriculum* das escolas os fundamentos do consumo sustentável, criará as condições necessárias para a formação de futuros cidadãos mais conscientes.

Importante também é se assegurar amplo acesso à informação. Poucos consumidores têm o conhecimento do impacto de seus hábitos de consumo e de seu estilo de vida sobre o meio ambiente. Poucos sabem quais produtos são mais amigáveis ao meio ambiente.

Buscando preencher esta lacuna, muitos governos em colaboração com fabricantes, organizações de certificação e padronização e grupos de consumidores iniciaram os esquemas de certificação ambiental (Eco-label).

Possui o “certificado ambiental” a função de estimular tanto a demanda quanto a oferta de produtos com reduzido impacto ambiental.

Com relação à oferta, o sistema tem o objetivo de encorajar a indústria a colocar no mercado produtos mais “verdes” e certificados ambientalmente. No lado da demanda, o sistema dá aos consumidores os meios para fazer escolhas de forma informada em relação ao meio ambiente quando forem comprar.

Ao buscar guiar os consumidores, o certificado ambiental tem consideráveis implicações quanto à eficiência econômica, já que pode reduzir custos para consumidores e varejistas, ao reduzir o tempo e esforço necessário para obter e providenciar informação.

Ao mesmo tempo, produtos certificados ambientalmente podem garantir ao público que sua concordância com critérios ecológicos foi testada por organismos independentes.

Os instrumentos econômicos têm o efeito de incentivar a mudança de comportamento, tanto em produtores quanto em consumidores. Por exemplo, a taxa sobre a emissão de poluição, cria incentivos poderosos para reduzir a degradação ambiental, desde que estas taxas possam ser reduzidas se houver redução da poluição. Este fator custo também estimula fabricantes a procurar por tecnologias mais limpas, assim contribuindo para mudanças a longo prazo no processo de produção.

Têm os instrumentos econômicos como característica básica, o fato de tratar-se de uma intervenção governamental por meio de mecanismos adequados ao sistema de mercado, como por exemplo, impostos, taxas, quotas negociáveis de emissão de poluentes, depósito-restituição, políticas de preços diferenciados, créditos etc.

Distinguem-se dos instrumentos tradicionais por estarem em sintonia com uma política de prevenção de poluição e não apenas com seu controle,

política na qual o conceito de poluidor-pagador é substituído pelo de usuário-pagador.

Segundo Jacques Demajorovic e outros, “o usuário-pagador deve arcar não apenas com os custos impostos à sociedade devido aos danos de poluição, mas também pagar pelo direito de utilizar recursos naturais disponíveis hoje e o custo social imposto às gerações futuras pela diminuição do estoque de recursos naturais” (“Estratégias empresariais e instrumentos econômicos de gestão ambiental”, in *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 35, nº 5, págs. 72/82).

Podemos dizer que os instrumentos econômicos atuam de duas formas.

Primeiro, encorajam reduções na distribuição do uso de recursos da produção.

Segundo, por passar alguns dos custos aos consumidores, encorajam estes últimos a trocar o consumo de produtos que demandem grande quantidade de recursos naturais em sua produção, pelos de menor dispêndio.

Como mencionado anteriormente, no geral os instrumentos econômicos incluem: impostos/taxas sobre as emissões (subdivididas em ar, som, solo, lixo e recursos hídricos); impostos/taxas sobre produtos; depósito-restituição; permissões negociáveis para poluir até certo nível.

Este último item, o das permissões negociáveis, funciona com o estabelecimento pelo governo do total de poluição de determinada área, dividido entre as empresas da área. Aquelas empresas que conseguirem se adequar a níveis baixos de poluição, podem negociar a sua permissão para poluir o restante com outras empresas. Assim, recebem as indústrias um incentivo para manterem seus níveis de poluição baixos.

Os instrumentos econômicos são bastante eficientes em razão de sua flexibilidade, possibilitando aos setores da produção se adequar mais rapidamente às exigências sociais. Incentivam a busca por melhores tecnologias para reduzir o uso de recursos, face a possibilidade de redução dos impostos e taxas.

Tudo com base nos princípios do poluidor-pagador e do usuário-pagador. O poluidor deve arcar com os custos da poluição considerando o interesse público no uso sustentável do meio ambiente.

4 – O papel dos grupos de defesa do consumidor

A urgência na proteção do meio ambiente e na mudança dos padrões de consumo, indica que as organizações de defesa do consumidor podem assumir a responsabilidade adicional de educar os consumidores, em especial os de maior poder aquisitivo, fazendo-os se perguntarem se realmente precisam de um determinado produto, e a pensar sobre as conseqüências ambientais de todas as suas ações, como ao comprar um carro ao invés de usar o transporte público.

O objetivo a longo prazo, principalmente em regiões desenvolvidas, deve ser que as pessoas coloquem todas as suas ações sob um julgamento “verde”, tal como hoje é feito por elas com base em considerações financeiras, de saúde, sociais ou legais

Assim como em lugares menos desenvolvidos, o compromisso deve ser o da promoção do desenvolvimento e padrão de vida compatíveis com a proteção do meio ambiente.

Devem os consumidores e suas associações de defesa, monitorar a aplicação das normas legislativas de proteção, para que não se transformem estas em instrumentos de pouca serventia, bem como atuar como agentes de fiscalização de seu cumprimento pelos produtores e comerciantes.

5 – Conclusão

O modelo de consumo vigente é absolutamente insustentável

A mudança dos padrões de consumo é um processo que deve ocorrer de forma integrada.

Primeiro com a adoção de campanhas educacionais visando o consumidor, pois poucos têm conhecimento do impacto de seus hábitos de consumo e de seu estilo de vida sobre o meio ambiente.

Segundo, com pressão governamental sobre os produtores, para que os mesmos se adequem às regras ambientais.

Terceiro com medidas que de certa forma, forcem os consumidores a mudar suas opções de consumo, como por exemplo, a taxação de produtos que poluam mais em seu processo de produção, fazendo com que o consumidor compre o produto mais barato e que menos polui, seguindo o princípio do “poluidor-pagador”

Também pela adoção mais ampla dos esquemas de certificação ambiental, que permitem um mais rápido acesso à informação.

Várias outras propostas poderiam aqui ser elencadas mas, este não é o objetivo do presente ensaio. Preferimos apenas trazer alguns indicativos de que algo, com urgência, precisa ser feito.

Conforme bem lembrou Marcelo Gomes Sodré, a Agenda 21, no seu capítulo 4, documento referendado durante a realização da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92, é expressa: “... as principais causas da deterioração ininterrupta do meio ambiente mundial são os padrões insustentáveis de consumo e produção, especialmente nos países industrializados. Motivo de séria preocupação, tais padrões de consumo e produção provocam o agravamento da pobreza e dos desequilíbrios” (“Padrões de Consumo e Meio Ambiente”, in “Comércio e Meio Ambiente – Direi-

to, Economia e Política”, Governo do Estado de São Paulo, Secretaria de Meio Ambiente, São Paulo, 1996)

O consumidor precisa ser levado a considerar melhor suas opções de consumo e de como dispor dos produtos consumidos de forma coletiva, levando em conta não só o efeito imediato e local, mas o resultado a longo prazo, cientificando-se de que sua atuação individual faz diferença