

UNILEÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

MARIANA NUNES MORERIA

**A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NO FENÔMENO DO CONSUMISMO
E OS IMPACTOS AMBIENTAIS**

JUAZEIRO DO NORTE/CE

2019

MARIANA NUNES MOREIRA

**A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NO FENÔMENO DO CONSUMISMO
E OS IMPACTOS AMBIENTAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à coordenação do
curso de Direito do Centro
Universitário Dr. Leão Sampaio,
como requisito para colação de
grau de Bacharelado em Direito.

Orientadora: Francilda Alcântara
Mendes

JUAZEIRO DO NORTE/CE

2019

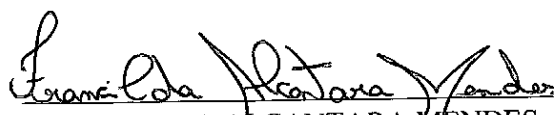
MARIANA NUNES MOREIRA

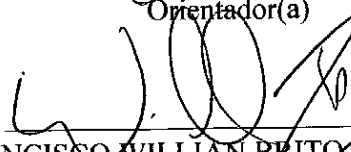
**INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NO FENÔMENO DO CONSUMISMO E OS
IMPACTOS AMBIENTAIS**

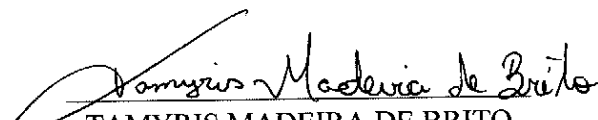
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
coordenação do curso de Direito do Centro
Universitário Dr. Leão Sampaio, como requisito para
obtenção de grau de Bacharelado em Direito.

Aprovado em: 05 / 12 / 2019

BANCA EXAMINADORA


FRANCILDA ALCANTARA MENDES
Orientador(a)


FRANCISCO WILLIAN BRITO BEZERRA II
Avaliador(a)


TAMYRIS MADEIRA DE BRITO
Avaliador(a)

INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NO FENÔMENO DO CONSUMISMO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Mariana Nunes Moreira¹

Francilda Alcântara Mendes²

RESUMO

Continuamente, percebe-se os danos sofridos pelo meio ambiente em virtude da ação humana, destacando-se, neste aspecto, o consumo como um fator determinante. Não obstante o consumo ser imprescindível para a sobrevivência, este quando praticado de forma exacerbada, acarreta diversos problemas de ordem ecológica. Nessa perspectiva, vislumbra-se as mídias sociais e a publicidade como fatores agravantes de tal problemática. O presente ensaio visa investigar a influência que as mídias digitais exercessem sobre o consumismo, bem como os impactos ambientais dele decorrentes, com a finalidade de apresentar meios de coibi-lo, e assegurar o direito ao meio ambiente equilibrado. Quanto a metodologia, foi utilizado o método qualitativo através de revisão bibliográfica e documental. O estudo mostra que há vasto amparo legal com fito de enfrentar tal embate, contudo, se faz necessário, ademais, a consciência ambiental e educação para o consumo para efetividade das normas. Logo, situação pode ser revertida a partir da conscientização social.

Palavras-chave: Mídias digitais. Consumismo. Impactos ambientais.

ABSTRACT

Continuously, it is perceived the damage suffered by the environment due to human action, highlighting, in this aspect, consumption as a determining factor. Although consumption is essential for survival, it, when practiced exacerbated, causes several ecological problems. In this perspective, social media and advertising are seen as aggravating factors of such a problem. This essay aims to investigate the influence that digital media had on consumerism, as well as the environmental impacts resulting from it, with a view to presenting means of curbing it, and ensuring the right to a balanced environment. About the methodology, the qualitative method was used through bibliographic and documentary review. The study shows that there is wide legal protection in order to face such problem, however, it is still necessary, in addition, environmental awareness and consumer education for the effectiveness of the standards. Therefore, situation can be reversed from social awareness.

Keywords: Digital media. Consumerism Environmental impacts.

¹Discente do curso de Direito do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio. E-mail: mariananunes777@gmail.com

² Docente do curso de Direito do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio. E-mail: francilda@leãosampaio.edu.br

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa tem como objetivo investigar a influência das mídias sociais no fenômeno do consumismo e os impactos ambientais decorrentes do mesmo, analisando a atual legislação, com o fim de identificar os meios de coibir o consumo inconsequente, além de apresentar os impactos ambientais oriundos deste, tratando, inicialmente, do plano histórico quanto a proteção do meio ambiente

O fluxo de informações, na contemporaneidade, alcançou um alto nível, de modo que a propagação das mesmas pode se dar de modo instantâneo. Com a diversificação dos meios de comunicação, a divagação de dados, notícias, propagandas, ocorrem através de várias plataformas, desde as mais antigas, como por meio do papel, televisão, rádio, ou de maneira virtual, por intermédio da internet.

Nesse contexto, destaca-se a figura das mídias sociais, bastante acessíveis, e que podem ser utilizadas como meio de propaganda e de venda de bens e serviços. Deste modo, percebe-se que a sociedade, a todo tempo, está em contato direto com conteúdo midiático, sendo bombardeada com propagandas, que as direcionam a compra de certos produtos, ou até mesmo, criam a necessidade de aquisição de certos bens, que até então não eram tidos como essenciais.

Este fato tem ligação direta com o fenômeno do consumismo, caracterizado pelo consumo desenfreado, desconsiderando-se a real necessidade no ato de comprar. Tal fenômeno tem interferido de modo pontual no atual estado em que se encontra o meio ambiente, assolado com a poluição e esgotamento de recursos.

Nesse diapasão, nota-se uma contradição entre consumismo e o saudável desenvolvimento ambiental, direito assegurado no atual ordenamento jurídico, o qual visa garantir um ambiente ecologicamente equilibrado, inaugurando o princípio da sustentabilidade no âmbito constitucional, conforme será adiante exposto.

Assim, nota-se a relevância jurídica quanto a necessidade de efetivação de um direito fundamental ao consumo sustentável, não só com o intuito de melhor qualidade de vida, mas, visando, ademais, a preservação do meio ambiente para as presentes e futuras gerações.

O consumo é tido como imprescindível para a sobrevivência, contudo, de forma exagerada, pode causar danos irreversíveis, sendo importante a análise de meios que possam auxiliar no combate aos impactos ambientais, como legislação mais rígida, políticas públicas de conscientização e ação.

Em contrapartida, o cenário da atual sociedade mostra-se em total descompasso com o referido princípio, visto que o consumo, intrínseco às relações humanas, vem tomando proporções descomedidas, o que acarreta diversos prejuízos no que diz respeito a questão ambiental, razão pela qual se justifica o relevo dessa pesquisa.

2 METODOLOGIA

O presente trabalho tem por objetivo suscitar questões ambientais, além de abordar o fenômeno do consumismo, e para tanto, utiliza-se de métodos de pesquisa adequados para o referido fim. Nesse sentido, cumpre ressaltar que a pesquisa é um meio para se atingir os resultados do problema, sendo imprescindível a utilização da metodologia adequada.

Quanto a abordagem, trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa, pois leva-se em consideração não dados estatísticos e numéricos, mas sim, a compreensão dos fenômenos. Nesse diapasão “pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p.120). No que tange as relações sociais, insta salientar que um dos escopos visados no supracitado problema de pesquisa, é a investigação quanto ao consumismo, atentando-se ao fato de se fazerem presentes na contemporaneidade, diversos meios de comunicação e informação que podem influir no mesmo.

Quanto à natureza, é uma pesquisa básica, ante a finalidade de obter novos conhecimentos acerca do tema em comento, contudo, sem aplicação na área prática. Ou seja, tende a reunir conhecimentos, além de formular novos, com vistas ao esclarecimento da problemática.

No que diz respeito aos objetivos, a presente pesquisa classifica-se como explicativa, uma vez que almeja investigar os fatores intrínsecos à ocorrência de um determinado fenômeno, conforme expõe Gil (2010), tais pesquisas têm por finalidade explicar a razão, o porquê das coisas. Logo, neste estudo, faz-se necessária a análise das causas do consumismo, abrindo-se um parêntese para a influência das mídias digitais no mesmo, além de analisar a legislação atual, e os seus meios de coibi-lo.

Quanto aos procedimentos utilizados, considera-se a pesquisa como bibliográfica e documental, isto é, aquela de faz uso de material bibliográfico existente e publicado a respeito do tema, visando explicitar questões suscitadas. Deste modo, através de material como livros, artigos científicos, teses, legislação, há fundamentação do tema.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Inicialmente, se faz necessário traçar o contexto histórico do direito ambiental e suas vertentes, com o fim de familiarizar e correlacionar os fatos passados aos tempos atuais. Outrossim, é necessária a definição de conceitos básicos do direito ambiental e dos princípios que o norteiam, bem como do consumo e atuais tecnologias que o facilitam, de modo a tornar compreensível o desenvolvimento da problemática em questão.

3.1 DIREITO AMBIENTAL NO MUNDO E NO BRASIL

O Direito Ambiental, bem como a temática da sustentabilidade, questões bastante discutidas, passaram a ganhar ênfase devido aos profundos danos causados ao meio ambiente, decorrente de avanços tecnológicos e científicos além do desenfreado crescimento urbano. Contudo, o problema ecológico só foi enfrentado e regulamentado no período do segundo pós-guerra³.

Nesse contexto, nota-se que a preocupação com o meio ambiente se reveste de um caráter acautelatório, visto que somente surgiu ante a possibilidade de danos ambientais de extensão global, principalmente no que diz respeito a poluição nuclear, em evidência na época, com a explosão das bombas atômicas nas cidades de Hiroshima e Nagasaki.

Nesse sentido, afirma Boff:

³A ideia de sustentabilidade ganha corpo e expressão política na adjetivação do termo desenvolvimento, fruto da percepção de uma crise ambiental global. Essa percepção percorreu um longo caminho até a estruturação atual, cujas origens mais recentes estão plantadas na década de 1950, quando pela primeira vez a humanidade percebe a existência de um risco ambiental global: a poluição nuclear. Os seus indícios alertaram os seres humanos de que estamos em uma nave comum, e que problemas ambientais não estão restritos a territórios limitados." (NASCIMENTO, 2012, p.52)

O pavor suscitado pelo lançamento de bombas atômicas sobre Hiroshima e Nagasaki, em 1945, foi tão profundo que mudou o estado de consciência da humanidade. Introduziu-se a perspectiva de destruição em massa, acrescida posteriormente com a fabricação de armas químicas e biológicas, capazes de ameaçar a biosfera e o futuro da espécie humana. Antes, os seres humanos se permitiam fazer guerras convencionais, explorar os recursos naturais, desmatar, jogar lixo nos rios, e gases na atmosfera, e não havia grandes modificações ambientais. A consciência tranquila assegurava que a terra era inesgotável e invulnerável e que a vida continuaria a mesma e para sempre em direção ao futuro. Esse pressuposto não existe mais (BOFF, 2003, p.32).

Logo, nota-se que a devastação oriunda da ação humana desencadeia efeitos de extensão global, efeitos estes que passam a servir de norte para a busca de medidas contundentes para o enfrentamento dos danos de caráter ecológico.

3.1.1 Saber ambiental

Desenvolve-se, na década de 50, o saber ambiental, caracterizado pela sua visão integradora, que almeja uma interdisciplinaridade entre os saberes. Contudo, a terminologia "saber ambiental" sofreu críticas por ser restritiva, passando a ideia de que abordava apenas o meio ambiente natural, que, conforme define Fiorilo (2005), é aquele que não sofreu alteração substancial feita pelo homem, constituído pelo solo, água, ar atmosférico, flora e fauna, e não uma relação conjunta dos componentes do meio ambiente em geral (meio ambiente artificial, cultural, do trabalho).

É um período marcado pelas ideias de Leff:

O saber ambiental ocupa seu lugar no vazio deixado pelo progresso da racionalidade científica, como sintoma de sua falta de conhecimento e como sinal de um processo interminável de produção teórica e de ações práticas orientadas por uma utopia: a construção de um mundo sustentável, democrático, igualitário e diverso. [...] a degradação ambiental se manifesta como sintoma de uma crise de civilização, marcada pelo modelo de modernidade regido pelo predomínio do desenvolvimento da razão tecnológica sobre a organização da natureza. A questão ambiental problematiza as próprias bases da produção; aponta para a desconstrução do paradigma econômico da modernidade e para a construção de futuros possíveis, fundados nos limites das leis da natureza, nos potenciais ecológicos, na produção de sentidos sociais e na criatividade humana (LEFF, 2001, p. 17).

Deste modo, observa-se a influência das descobertas e avanços tecnológicos nas agressões sofridas pelo meio ambiente, pois, as consequências da depredação

ambiental só vieram a ser encaradas após a iminência de danos irreversíveis. De acordo com Leff (2001), a problemática ambiental surge diante da controvérsia existente entre a racionalidade econômica e a ambiental, sendo a primeira uma das implicações advindas da modernização. Logo, resta evidenciado que o crescimento econômico, inerente a racionalidade econômica, não leva em consideração as propostas conexas a racionalidade ambiental, como a sustentabilidade.

3.1.2 Ecodesenvolvimento

Em 1970, surge o conceito de ecodesenvolvimento, o qual designa o desenvolvimento socioeconômico de modo equilibrado e distribuído de maneira igualitária entre os indivíduos, e não a concentração de riquezas em posse de uma pequena parcela da sociedade, bem como implica escolher um processo de desenvolvimento que leve em consideração as fragilidades do meio ambiente.

O ecodesenvolvimento é disseminado por Sachs, o qual atribui a estas cinco dimensões:

Sustentabilidade social: viabiliza uma sociedade mais justa, que diminua as diferenças entre ricos e pobres, principalmente redistribuindo renda e bens; Sustentabilidade econômica: leva a uma alocação mais eficiente dos recursos, inclusive entre as nações e deve ser medida em termos macrossociais, e não apenas no âmbito das empresas; Sustentabilidade ecológica: para alcançá-la deve-se usar de forma criativa, mas responsável, o potencial de recursos da Terra; limitar o uso de recursos não-renováveis e aumentar o uso adequado de recursos renováveis; diminuir a poluição e aumentar a reciclagem; conscientizar para a limitação do consumo por países e indivíduos; aumentar as pesquisas para descobrir tecnologias limpas; normatizar, institucionalizar e instrumentar a proteção ao meio ambiente. Sustentabilidade espacial: conseguida através de um equilíbrio entre as zonas rurais e urbanas, distribuindo melhor por estas as atividades econômicas e humanas. - Sustentabilidade cultural: promover o desenvolvimento local, levando-se em conta os saberes locais (CHACON, 2007, p.121).

Diante de tais dimensões, vê-se a expansão da questão ambiental, a qual passa a ser abordada através de diversos aspectos, estendendo-se ao âmbito espacial, por exemplo, sempre enfatizando, outrossim, o equilíbrio, sendo este essencial ao correto desenvolvimento, inclusive no que tange harmonia entre as próprias dimensões do conceito de ecodesenvolvimento. Depreende-se de tal fato, que essas subdivisões estão interligadas, de modo que a aplicação em conjunto das mesmas, acarreta a possibilidade de desenvolvimento, não apenas crescimento

econômico e inconsequente, provocador de danos extra ambientais, visto que atinge o âmbito social, cultural, dentre outros.

3.1.3 Desenvolvimento sustentável

O desenvolvimento sustentável ganhou ênfase nos debates internacionais, destacando-se a Conferência das Nações Unidas de 1972, ocorrida em Estocolmo, sendo seguida de diversos outros encontros interestatais, afim de debater tal tema. A referida conferência foi marcada por uma dualidade de pensamentos, conforme expõe Sachs (2002), tendo em vista que, por um lado, a preocupação com o meio ambiente era tida como infundada, bem como prejudicaria o desenvolvimento de alguns países que se encontravam em processo de industrialização, além disso, era enfatizado que os danos eventuais poderiam ser dirimidos futuramente, após o atingimento do ideal desenvolvimento econômico. Por outro lado, havia os pessimistas, que encaravam a situação de forma apocalíptica, destacando que o consumo e o crescimento tinham que ser estancados o quanto antes, sob pena de impossibilidade de vida futura.

No âmbito nacional, ocorreu em 1992, no Rio de Janeiro, a Conferência das Nações Unidas Sobre Desenvolvimento e Meio ambiente (CNUMAD), conhecida também como Rio 92, a qual reuniu mais de 179 países e resultou a Agenda 21, documento referencial, de caráter de diretrizes, sem cunho obrigatório.

A Agenda 21, peça de natureza programática, que foi oficializada por ocasião da "Cúpula da Terra", quando se reuniu a Conferência das Nações Unidas Sobre Desenvolvimento e Meio ambiente. Trata-se de um texto assumido oficialmente pelos países representados naquele encontro mundial e, simultaneamente, pelo Fórum das Organizações Não Governamentais. Foi uma auspiciosa posição consensual que marcou a gênese e a edição da agenda 21. (MILARÉ, 2015, p.92).

A Agenda 21 é um documento referencial, com metas a serem alcançadas, com o intuito de se pôr em prática a sustentabilidade, estando ligado a interesses supranacionais, ou seja, levando-se em consideração o todo, não apenas um país em sua individualidade, posto que é necessária mútua cooperação para o alcance dos objetivos nela elencados.

No âmbito nacional, o conceito de sustentabilidade foi implementado constitucionalmente 1988, com a promulgação da Carta Magna, estando nela reservado um capítulo sobre o meio ambiente, destacando-se artigo 225:

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (BRASIL, 1988, p 67)

Isto posto, é notório que o desenvolvimento sustentável tem como pressuposto a garantia de um meio ambiente, preservando-o não apenas para atualidade, mas com visão intergeracional, ou seja, assegurá-lo também para as futuras gerações. Quanto ao conceito de sustentabilidade, Freitas ressalta que “a sustentabilidade, corretamente assimilada, consiste em assegurar, hoje, o bem-estar material e imaterial sem inviabilizar o bem-estar próprio e alheio no futuro” (Freitas, p. 42, 2012).

Depreende-se, outrossim, do referido diploma legal, que o meio ambiente ecologicamente equilibrado, além de ser um direito, é um dever, sendo incumbido não apenas ao poder público, mas também a toda sociedade, a tarefa de mantê-lo e preservá-lo, assegurando, assim, que esse mesmo direito seja crível para as gerações vindouras.

3.2 PRINCÍPIOS DO DIREITO AMBIENTAL

O Direito Ambiental é norteado por diversos princípios, os quais, embora tenham caráter diretivo geral, servem como base para interpretação das normas ambientais, contribuindo para a aplicação e efetividade destas. Antunes (2015) ressalta, outrossim, que as matérias que ainda não foram devidamente regulamentadas por norma específica, podem se socorrer dos princípios, evidenciando, assim, sua importância.

Nesse sentido, destacam-se os seguintes princípios:

3.2.1. Princípio do desenvolvimento sustentável

O princípio do desenvolvimento sustentável tem como um de seus objetivos, a preservação da qualidade de vida, de modo a assegurá-la a todos, levando em consideração, ademais, as gerações vindouras. Assim está posto na Carta Magna, em seu art. 225, bem como no art. 170, o qual prevê a defesa do mesmo ambiente.

O conceito de desenvolvimento sustentável está previsto legalmente na Política Nacional do Meio Ambiente (Lei 6.938/81):

Art. 2º A Política Nacional do Meio Ambiente tem por objetivo a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida, visando assegurar, no País, condições ao desenvolvimento socioeconômico, aos interesses da segurança nacional e à proteção da dignidade da vida humana, atendidos os seguintes princípios [...] (BRASIL, 1981).

A partir desse conceito, infere-se que o desenvolvimento sustentável está pautado, inicialmente, em três aspectos, quais sejam: ambiental, social e econômico. Ou seja, eles se interlaçam, uma vez que se busca o crescimento econômico, social, e a preservação ambiental concomitante e complementarmente, isto é, sem que um desses elementos anule outro.

Destaca-se que, ao longo do tempo, buscava-se o crescimento econômico descomedido, de modo que, fatores que implicam na qualidade de vida eram totalmente desconsiderados, como por exemplo, descarte inadequado de resíduos sólidos, afetando o meio ambiente natural e artificial, jornada de trabalho extensa de empregados, violando e atingindo diretamente o meio ambiente do trabalho.

Contudo, conforme apontado anteriormente, tais ações e conceitos passaram a ser revistos a partir do momento em que as consequências dos mesmos poderiam desencadear danos graves.

3.2.2 Princípio da prevenção

O princípio da prevenção consiste em adotar meios indispensáveis e viáveis com o objetivo de evitar a ocorrência de eventuais danos, sem, necessariamente, ser imprescindível a certeza de sua concretização. Para Milaré (2005, p.166), “o princípio da prevenção é basilar em Direito Ambiental, concernindo à prioridade que deve ser dada às medidas que evitem o nascimento de atentados ao ambiente”.

Convém ressaltar que, a prevenção de danos, objeto do referido princípio, não significa a eliminação absoluta dos mesmos, mas sim, a uma ponderação, de modo a dirimi-lo diante de cada caso em concreto.

Antunes (2015, p. 48) alude que o princípio a prevenção dentre as suas peculiaridades, “aplica-se a impactos ambientais já conhecidos e dos quais se possa, com segurança, estabelecer um conjunto de nexos de causalidade que seja suficiente para a identificação de impactos prováveis”. Logo, a execução de determinada atividade que possa gerar perigo de dano ao meio ambiente deve ser precedida de estudos indicadores de forma de coibir eventuais prejuízos, como o licenciamento ambiental, por exemplo.

3.2.3 Princípio da precaução ou cautela

O princípio da precaução assemelha-se com o princípio da prevenção, mas com ele não se confunde, pois, este último se relaciona a fatos até então não experimentados, e que podem se revelar como causadores de danos de natureza ecológica, ou seja, decorre de uma incerteza, muito embora, sendo preferível não se assumir o risco, pois tais danos podem ser irreversíveis.

Nesse sentido, expõe Antunes:

O princípio da cautela é o princípio jurídico apto a lidar com situações nas quais o meio ambiente venha a sofrer impactos causados por novos produtos e tecnologias que ainda não possuam acumulação histórica de informações que assegurem, claramente, em relação ao conhecimento de um determinado tempo, quais as consequências poderão advir de sua liberação ao meio ambiente (ANTUNES, 2005, p. 31).

Percebe-se, assim, que, enquanto o princípio da prevenção denota a possibilidade de danos já conhecidos, ou seja, que já possui histórico de sua ocorrência, o princípio da precaução aborda danos imprevistos.

3.2.4 Princípio do poluidor pagador

O sistema de produção encontra-se, atualmente, em alta escala, conseqüentemente, é necessária a utilização de recursos naturais em maior quantidade, a fim de suprir a demanda.

Ocorre que, os custos de tal produção ultrapassam o aspecto econômico, recaindo diretamente no meio ambiente, tanto no que diz respeito a finitude dos recursos dele advindos, quanto a poluição decorrente da fabricação e consumo de bens.

Partindo desse pressuposto, foi constatado que os lucros resultantes de uma determinada atividade ficavam centralizados nas mãos do dono do capital, ao passo que os danos oriundos da mesma se tornavam encargos da sociedade, como a poluição do meio ambiente, a título de exemplo.

De acordo com Milaré (2015), tal princípio visa a distribuição da responsabilidade pela poluição gerada para aquele que a causou, de modo que esta não abranja apenas bens, pessoas e natureza. O referido autor ressalta que o princípio em comento não almeja que a poluição seja suportada em virtude do pagamento de um preço, mas sim, busca evitar danos.

Logo, o princípio do poluidor pagador pretende desestimular a poluição inconsequente, diminuindo a mesma, bem como evitar danos ecológicos, submetendo o poluidor ao pagamento do custo da poluição.

3.2.5 Princípio da proteção

Trata-se de um princípio que determina a utilização da ponderação acerca das consequências provenientes da intervenção no meio ambiente, conforme Antunes (2015), através do princípio examinado, deve ser realizado um balanço, levando-se em conta as consequências ambientais, econômicas e sociais na implantação de uma determinada atividade.

3.3 CONSUMISMO

3.3.1 Conceito e histórico

O consumo, com o passar das décadas, vem crescendo desenfreadamente, e tal fato decorre tanto do aumento populacional, quanto do surgimento de novas tecnologias, o que, por conseguinte, acarreta diversos impactos ao meio ambiente, em virtude da poluição, geração de resíduos sólidos, bem como o esgotamento dos recursos naturais.

Nesse sentido, é importante salientar que consumo e consumismo denotam sentidos diferentes, uma vez que o primeiro, se refere ao consumo equilibrado, ou seja, visa apenas o suprimento das necessidades inerentes ao ser humano, ao passo que o segundo, consumismo, diz respeito ao consumo exacerbado, não voltado apenas para garantir a subsistência, caracterizado pela insaciabilidade.

Bauman os distingue:

“De maneira distinta do consumo, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o consumismo é um atributo da sociedade. Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser, tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores, destacada (alienada) dos indivíduos e reciclada numa força externa que coloca a sociedade de consumidores em movimento e a mentem em curso como uma forma de convívio humano” (BAUMAN, p. 41, 2008).

Ainda seguindo a linha de pensamento de Bauman (2008), a sociedade de consumidores se relaciona com a vendabilidade, a partir do momento em que, produtos que já se encontram no mercado e ao mesmo tempo são demandados, passam a ser reciclados, não no sentido de reutilização, mas sim, de atribuição de novas características e qualidades a fim de que continuem a ser procurados.

Logo, observa-se como ponto característico do consumismo, a insaciabilidade, a qual se torna um propósito, um fim, e de acordo Bauman (2001, p. 86), “o desejo se torna seu próprio propósito, e o único propósito não-contestado e inquestionável”.

Constata-se um aspecto agravante, visto que o consumismo ultrapassa as barreiras das necessidades consideradas dispensáveis, e passa a basear-se no desejo, ou seja, possui aspecto volátil e não requer justificativa, apenas autossatisfação. Zizek (2011, p.81) apregoa que “despeito de suas sucessivas e sempre pouco duráveis retificações, o desejo tem a si mesmo como objeto constante, e por essa razão está fadado a permanecer insaciável”.

Quanto ao contexto histórico, pode-se ressaltar o fenômeno da globalização, caracterizada pela quebra de barreiras entre as nações, e o dinamismo do mercado, e, conseqüentemente, maior produção de bens, sendo mais fácil a circulação dos mesmos. Tal fato iniciou-se com as grandes navegações, o que impulsionou a economia, e atualmente, encontra-se em um estágio virtual, através da internet, em

que o fluxo de informações está cada vez maior entre diversas partes do mundo, o que também influencia na economia e, por conseguinte, no meio ambiente.

No que diz respeito à globalização, cumpre salientar a produção e o consumo passam a ser cosmopolitas, na medida em que a cadeia de produção não ocorre necessariamente em apenas um só lugar, podendo ser desencadeada através de vários países, por meio de importação e exportação de matérias-primas, por exemplo, assim como o consumo, que alcança escala internacional, como sustenta Grau (2011).

Diante de tal fato, há uma potencialização do consumo, uma vez que a globalização o facilita, se sobressaindo, outrossim, a era digital, a qual diversifica o processo de escolha (ROSENFELD, 2010).

Nesse diapasão, convém elucidar a chamada Quarta Revolução industrial, que ao contrário das anteriores⁴, tem a capacidade de reestruturar-se, isto é, se recuperar dos choques e absorvê-los (ROSENFELD, 2010). Marcada também pelas inovações tecnológicas da era digital, em que as relações entre as coisas e as pessoas se dá através de plataformas que as ligam diretamente, perpassando fronteiras nacionais.

3.3.2 Causas e implicações do consumismo

As causas do consumismo são variáveis, entretanto, como ressaltado anteriormente, este se encontra, usualmente, pautado no desejo e autossatisfação.

De acordo com Bueno:

Para alguns pesquisadores, consumir é indispensável para fazer a economia girar e os países se desenvolverem. Para outros, o consumo desenfreado é uma grave doença moderna, com complicadas consequências para a sociedade e para o meio ambiente (BUENO, 2008)

4 "A Primeira Revolução Industrial ocorreu aproximadamente entre 1760 a 1820 ou 1840 – há controvérsias quanto a sua duração conforme os historiadores – e foi responsável pela inserção da produção mecânica – substituição da produção artesanal por máquinas – tendo como consequência o rápido crescimento econômico." (AMAYA, 2017 p. 33)

"Já a Segunda Revolução, marcada pela expansão dos meios de transporte movidos a vapor (barcos, navios, trens), pelo advento da eletricidade e da linha de montagem, possibilitou, no final do Século XIX, a produção em massa." (AMAYA, 2017 p. 33)

"A Terceira Revolução Industrial foi marcada pela expansão da comunicação, ou seja, pela conjunção entre a internet e o advento dos computadores e das energias renováveis." (AMAYA, 2017 p. 36)

Assim, vê-se um paradoxo entre o crescimento econômico e as consequências ambientais, na medida que, o consumo faz girar a economia, através da maior produção de bens e serviços, surgimento de mais empregos, o que, por seu turno, acarreta o aumento o consumo e conseqüentemente, gera crescimento econômico. Entretanto, o ambiente sofre os prejuízos diretos através do referido processo, uma vez que este gera inúmeros prejuízos, quando não realizado de forma sustentável, tanto no momento da produção, quanto no ato de aquisição.

O foco da sociedade contemporânea está voltado para a produção de bens de consumo, não sendo levado em consideração a divisão equitativa destes, de forma a suprir as necessidades de todos, conforme apregoa o paradigma da sustentabilidade, mas sim, a obtenção de lucro, de bens matérias, status, dentre outros. Nota-se que a sociedade do consumo preza mais pelo ter, não sendo levado em conta o ser, ou seja, aspecto subjetivo, fazendo com que as necessidades sejam insaciáveis, de modo que a valorização das pessoas passa a decorrer do sucesso e aquisição de bens materiais, e não das suas características de ordem pessoal.

Logo, mais vale adquirir coisas que conferem status, reconhecimento ou até mesmo aceitação social, do que a apreciação de atributos subjetivos dos indivíduos. Tal fato contribui para o problema do consumismo, afetando, outrossim, as relações interpessoais, também abrangidas pelo conceito de sustentabilidade. Segundo Slater:

“Na maioria das culturas, a possibilidade de que as necessidades sejam insaciáveis revela uma patologia social ou moral (pecado, corrupção, decadência) ou um indicador muito particular de status das elites sociais (o excesso de exibição competitiva). Na cultura do consumo, única e exclusivamente, a necessidade ilimitada – o desejo constante de mais e produção constante de mais desejos – é comumente considerada não apenas normal para seus membros, mas essencial para a ordem e progresso econômico” (SLATER, p.36, 2002).

Nesse diapasão, ressalta-se que tal fato sofre grande gravame quando se leva em consideração a acessibilidade a informação, à internet, e demais meios de comunicação, os quais influenciam diretamente o aumento do consumo, uma vez que, a todo tempo as pessoas são bombardeadas por propagandas, anúncios, e jogadas de marketing que fazem nascer uma necessidade de adquirir bens, os quais nem sempre são imprescindíveis.

O consumo pode ser entendido como uma variável decisiva em nossa sociedade, na qual diariamente consumimos produtos e objetos que nos completam como seres sociais. É por isso que faz sentido que a publicidade recorra à pesquisa de mercado para saber com mais precisão os hábitos dos possíveis consumidores, seus tabus, seus papéis sociais, seus comportamentos, seus rituais e também para avaliar a potencialidade e as tendências do mercado. (COSTA e MENDES, 2010, p.9)

É notório que a publicidade é fator decisivo no ato de compra, logo, através de um estudo do público alvo, direciona seus produtos, a fim de obter maior aceitação e, por conseguinte, maior quantidade de venda. Há, deste modo, a influência do consumidor, através da publicidade, que traça o seu perfil e o atrai por diversos meios.

No que tange à internet, pode-se mencionar a influência das redes sociais, que, hodiernamente, além de serem um meio de comunicação, são também instrumentos para a realização de negócios, prestação de serviços, propagandas e até mesmo a compra e venda direta entre fornecedor e destinatário final. Há também a figura dos influenciadores digitais, que atuam de modo a anunciar produtos e relatar a experiência de uso destes, a fim de promovê-lo entre o seu público alvo.

Destaca-se que, quanto maior o índice de consumo, maior a produção de bens e serviços, o que contribui para o aumento da poluição e redução dos recursos naturais de que dispõe o nosso planeta. Para Reis, Cerqueira e Hermany, a produção e consumo estão intimamente relacionados, visto que um desencadeia o outro, sob influência, outrossim, da publicidade:

Das operações de simples troca de mercadorias e das incipientes operações mercantis, chegou-se, progressivamente, às sofisticadas operações de compra e venda, arrendamento, importação etc. De há muito, as relações de consumo deixaram de ser pessoais e diretas e transformaram-se em relações impessoais e indiretas. A partir da Revolução Industrial, com o crescimento populacional das metrópoles, que gerou o aumento de demanda e, por conseguinte, o aumento da oferta, os bens de consumo passaram a ser produzidos em série, para um número cada vez maior de consumidores, e o comércio experimentou, então, um extraordinário desenvolvimento, intensificando a utilização da publicidade e atraindo novos consumidores. (REIS, CERQUEIRA, HERMANY, 2011, p.91, apud ALMEIDA, 2002, p.2).

Contudo, o consumidor tem papel relevante nesse processo de produção, e, de acordo com Boff (2008), este é responsável quando percebe as implicações decorrentes do consumo, expõe que:

A responsabilidade se traduz por um estilo sóbrio, capaz de renunciar não por ascetismo, mas por amor e em solidariedade para com os que sofrem necessidades. Trata-se de uma opção pela simplicidade voluntária e por um padrão conscientemente contido, que não se submete aos reclamos do desejo nem às solicitações da propaganda. Mesmo que não tenha consequências imediatas e visíveis, esta atitude vale por ela mesma. Mostra uma convicção que não se mede pelos efeitos esperados, mas pelo valor que esta atitude humana possui em si mesma (BOFF, 2008).

Logo, é necessária uma atitude de renúncia por parte do destinatário final de produtos e serviços, na medida em que há consciência das intempéries decorrentes do consumo exacerbado. Ressalta-se, outrossim, que a distribuição destes bens nem sempre se dá de maneira igualitária, ou seja, de modo a atingir toda a sociedade, visto que, as camadas mais pobres, muitas vezes não tem a possibilidade de obter nem o indispensável para a subsistência.

Assim, pelo apresentado, tem-se a relevância do consumidor como agente capaz de contornar a problemática debatida, de modo que sua mudança de comportamento é indispensável, e de acordo com Reis, Cerqueira e Hermany:

Pelos aspectos apresentados, o que se quer é deixar patente é que essa mudança de comportamento do consumidor é um processo que requer educação, mobilização social e informação, fazendo que as gerações atuais e as novas gerações possam ser educadas numa nova cultura de consumo, onde estejam presentes a crítica e a responsabilidade social, e não uma cultura voltada o consumismo como maneira de satisfação de interesses individuais. (REIS, CERQUEIRA, HERMANY, 2011, p.37 e 38).

Revela-se, conforme explanado, a fundamental importância da conscientização do consumidor, não só quanto ao consumo sustentável, mas também, sobre a análise da real necessidade da aquisição do produto no ato da compra, com o fim de evitar desperdício e consequentes impactos de caráter ambiental. Para tanto, é necessário a acessibilidade à informação e educação ambiental, gerando, por conseguinte, responsabilidade social.

3.4 ANÁLISE DA LEGISLAÇÃO

Neste tópico, cumpre analisar a legislação brasileira quanto aos meios nela empregados para enfrentar a referida problemática, isto é, formas de coibir o consumismo desenfreado e os impactos ambientais dele decorrentes.

É sabido que o homem interfere no meio ambiente desde os primórdios, o que, além de gerar a escassez dos recursos naturais, acarreta, por consequência, a geração de resíduos, os quais, usualmente, não têm devido tratamento, e são devolvidos ao meio ambiente de maneira irresponsável.

Com isso, torna-se imprescindível a efetiva regulamentação dos processos e produção e descarte dos bens de consumo, com o intuito de reduzir e evitar impactos de grande escala no meio ambiente em geral, além de ser necessária a conscientização quanto a redução do consumo.

3.4.1 Constituição Federal de 1988

No âmbito constitucional, o meio ambiente tardou em ser abordado, visto que, até o ano de 1988, as constituições não se preocupavam com sua proteção de forma direta e específica, tendo se consolidado apenas com a promulgação da Constituição Federal de 1988, a qual dispõe em capítulo específico (Capítulo VI do Título VIII) sobre a proteção ambiental, destacando-se o art. 225 do referido diploma, o qual assegura o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Ainda no texto constitucional, o meio ambiente foi disciplinado como princípio da Ordem Econômica (art. 170, VI, CF/88), fato que demonstra uma evolução, uma vez que, a ordem econômica é contraposta à ordem social, de modo que “ não podem prevalecer – as atividades da iniciativa privada (da pública também) que violem a proteção ao meio ambiente” (MILARÉ, 2015, p.174).

Ainda no mesmo artigo, é destacado também a proteção do consumidor, podendo, a partir de tal previsão, se inferir que a orientação do mesmo quanto ao consumo é de fundamental importância, levando-se em conta a defesa do meio ambiente. Neste azo, Milaré (2015, p. 89) sustenta que “o consumidor, em suas opções, deve escolher produtos e serviços que respeitam a qualidade ambiental e a integridade mínima dos ecossistemas”.

3.4.2 Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA)

A Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA) foi instituída através da Lei 6.938 de 31 de agosto de 1981, abordando princípios, objetivos e instrumentos com o fito de se alcançar um desenvolvimento sustentável. Embora elaborada antes da

Constituição Federal de 1988, nela encontra sustentáculo, posto que coaduna com o mandamento da Lei Maior no que tange a proteção ambiental.

No que respeita a temática abordada no presente trabalho, cumpre ressaltar o objetivo específico previsto no art. 4º, inciso I, da lei em comento, o qual expõe, *ipsis litteris*, que “a política nacional do meio ambiente visará a compatibilização do desenvolvimento econômico-social com a preservação da qualidade do meio ambiente e do equilíbrio ecológico” (BRASIL, 1981).

Nota-se, a partir de tal dispositivo, relação direta entre produção, consumo, e meio ambiente, na medida em que, o desenvolvimento econômico pressupõe a produção e circulação e de bens e serviços, devendo este processo ser compatível como a preservação ambiental. Para Milaré, “nesta redação, o legislador diz, com mais propriedade, que o desenvolvimento econômico-social, em seus planos, programas e projetos, deve ajustar-se as exigências ambientais” (2015, p.694).

Ainda no mesmo artigo, em seu inciso IV, é elencado como objetivo específico da PNMA, o uso racional dos recursos ambientais, o que implica também no consumo racional, evitando-se a utilização descomedida de recursos.

Em seu inciso V, é tratada a consciência ambiental, imprescindível, e que interfere diretamente no consumo, uma vez que, o indivíduo devidamente orientado quanto a necessidade e preservação do meio ambiente, também terá consciência da necessidade do consumo sustentável, cuja “essência é criar nos consumidores uma consciência ecologicamente seletiva, desenvolvendo dentro do cotidiano novos hábitos de consumo mais responsáveis e com menor volume de desperdícios” (CORTEZ e ORTIGOZA, 2007, p. 51).

No decorrer do texto legal, são enumerados meios de proteção ao meio ambiente e fiscalização de ações que possam agredi-lo. Nesse contexto, cumpre salientar os instrumentos nela elencados, que trazem limitações a atividades econômicas de risco, o que acarreta também interferência no consumo, visto que a produção pode ser limitada, ou adequada aos padrões ambientais. Nesse sentido, destaca-se a avaliação de impacto ambiental (AIA)⁵ - que consiste, sucintamente em um controle prévio de atividades passíveis de degradação ambiental; estudo de impacto ambiental (EIA) e relatório de impacto ambiental (RIMA), os quais são

⁵ Instrumento de política ambiental, formado por um conjunto de procedimentos capaz de assegurar, desde o início do processo, que se faça exame sistemático dos impactos ambientais de uma ação proposta e de suas alternativas, e que os resultados sejam apresentados de forma adequada ao público e aos responsáveis pela tomada de decisão, e por ele considerados” (MOREIRA, 1990, p.33).

modalidades de AIA; e licenciamento ambiental, sendo este último, um instrumento que visa “disciplinar a implementação de atividades ou empreendimentos que causem ou possam causar alterações do meio, com repercussões sobre a qualidade ambiental” (MILARÉ, 2015, p. 790).

3.4.3 Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS)

A Política Nacional de Resíduos Sólidos foi instituída através da Lei nº 12.305 de 2 de agosto de 2010, sendo uma norma que visa a proteção ambiental através do gerenciamento dos resíduos sólidos, regulamentando tal processo, bem como a responsabilização dos geradores, além de trazer princípios, objetivos, instrumentos e diretrizes.

Inicialmente, a lei em comento aborda conceitos normativos, e define, em seu art. 3º, inciso IX, geradores de resíduos sólidos como “pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, que geram resíduos sólidos por meio de suas atividades, nelas incluído o consumo” (BRASIL, 2010).

Há previsão de princípios norteadores, como o princípio da prevenção e precaução, poluidor-pagador, desenvolvimento sustentável, cooperação, já explanados ao longo do trabalho. Contudo, destaca-se, quanto a questão do consumo, o princípio da ecoeficiência, previsto no art. 6º, inciso V, da referida política, o qual alude que os bens e serviços devem ser qualificados a ponto de, satisfazerem as necessidades daqueles que o consomem, e, ao mesmo tempo, devem trazer qualidade de vida e redução de impactos ambientais (BRASIL, 2010).

Dessa forma, é notório que o problema do consumo também se relaciona com o processo de produção, uma vez que este tem de se adequar a satisfação das necessidades e aos aspectos ambientais, de modo a reduzir o consumo dos recursos naturais, ante a sua finitude. Nesse diapasão:

Procedimentos que contribuem para a maior eficiência na produção, tais como melhorias técnicas que permitem a economia de energia e de materiais, configuram uma forma de produzir que reduz custos, mas não diminui o consumo. A superação da crise ambiental requer um novo modo de conceber o desenvolvimento, o que compreende a superação dos padrões vigentes de consumo (ZANIRATO e ROTONDARO, 2016).

Vê-se que, além da forma de produção, o padrão de consumo também precisa ser repensado, de modo que a redução deste é pressuposto para uma sociedade sustentável. A própria PNRS, traz em seu bojo, o padrão sustentável de consumo, estando este de acordo com a previsão da Lei Maior, inclusive no que tange a preocupação intergeracional:

Art.3º, XIII. Padrões sustentáveis de produção e consumo: produção e consumo de bens e serviços de forma a atender as necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras (BRASIL,2010).

Quanto aos objetivos previstos na lei, tem-se a ideia do consumo sustentável, tratada no art. 7º, inciso III, da PNRS, o qual dispõe sobre o “estímulo à adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços” e no inciso XI, alínea “b”, que versa sobre a prioridade do governo, em suas aquisições, de “bens, serviços e obras que considerem critérios compatíveis com padrões de consumo social e ambientalmente sustentáveis” (BRASIL, 2010).

No que se refere a responsabilidade quanto aos bens produzidos, o consumismo pode ser relacionado, ainda que de forma indireta, com a previsão do art. 30, inciso I, alínea “a” da PNRS, o qual estabelece que a responsabilidade compartilhada entre fabricantes, comerciantes, distribuidores e importadores abrange a produção de bens passível de reciclagem, reutilização ou outra forma de destinação adequada (PNRS, 2010). Isto é, embora, haja o consumo de produtos, estes, posteriormente, com o fim de sua vida útil, podem ser reutilizados, havendo o reaproveitamento e menor utilização de recursos naturais, uma vez que parte da matéria-prima será fruto de resíduos, acarretando, nesse sentido, menores impactos ambientais decorrentes do consumismo.

Nesse mesmo sentido é apresentada a logística reversa, prevista no art.33 da política, que prevê o retorno do produto após o uso pelo consumidor, para o setor empresarial, com o fim de destinação adequada dos rejeitos.

Vê-se, diante do que foi apresentado, que a PNRS tem evidente preocupação com o aspecto do consumo, buscando, em diversos dispositivos, formas de enfrentá-lo.

3.4.4 Código de Defesa do Consumidor (CDC)

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi instituído através da Lei 8078 de 1 de setembro de 1990, conforme previsão constitucional do art. 48 do ADCT. O mesmo traz consigo inúmeros instrumentos de proteção ao consumidor, além de diversos princípios.

No que tange a temática em questão, vem a destaque o princípio da educação para o consumo, encontrado no art. 4º, inciso IV do CDC, cuja redação estabelece:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:
IV – educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo (BRASIL, 1990)

Nesse diapasão, é sabido que o CDC tem como objetivo estabelecer equilíbrio na relação de consumo, visto que o consumidor, é tido como a parte vulnerável da mesma. Logo, se faz necessário que o mesmo seja devidamente informado no ato de compra, acerca dos produtos expostos à venda.

O referido dispositivo legal, conforme Pinto (2005), embora não se refira diretamente a proteção ambiental, nele há objetivos que pressupõe a proteção do meio ambiente, ainda que em caráter antropocêntrico, tendo em vista que a preocupação principal é a proteção do homem nas relações de consumo

Contudo, em um sentido amplo, pode-se inferir que o direito à educação e a informação nele previstos, tenha caráter de conscientização, de modo que, na relação consumerista também seja levada em conta os fatores ambientais a ela interligados. De acordo com Gomes (2007, p. 120), “o consumidor deve ser incentivado a fazer com que o seu ato de consumo seja também um ato de cidadania, ao escolher em que mundo quer viver”. Ainda nesse sentido, Pinto alude que:

A educação do consumidor posta pelo CDC deverá necessariamente abordar aspectos da educação ambiental. A educação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços não poderia, por exemplo, deixar de evocar o princípio do desenvolvimento sustentável e a ideia de um consumo sustentável. (PINTO, 2005, p. 15).

É enfatizado ainda no CDC a educação sobre o consumo adequado dos bens e serviços como direito básico do consumidor, bem como a informação sobre os riscos dos mesmos, a qual, de acordo com Otten (2016), deve ser acessível, a fim de se alcançar o objetivo de mudança de comportamento em favor da preservação ambiental.

Nessa perspectiva, vê-se que, na legislação consumerista, há um cunho de proteção ambiental, e, implicitamente, coibição do consumismo, de maneira indireta, através da ideia de proteção ao consumidor.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar a influência das mídias digitais no consumismo, tendo utilizado-se do método de pesquisa revisão bibliográfica e análise documental.

Inicialmente, foi traçado o contexto histórico do direito ambiental no Brasil e no mundo, o qual demonstrou que a proteção ambiental decorreu do receio de uma futura impossibilidade de vida na terra, em virtude dos impactos sofridos pelo meio ambiente e da finitude dos recursos naturais, fatos constatados a partir dos acontecimentos de cada período histórico.

Quanto ao fenômeno do consumismo, foi identificado que este vem crescendo de forma descomedida, sendo considerado um atributo da sociedade, e não apenas um meio de subsistência, além de ser pautado no desejo, caracterizado pela insaciabilidade. No que respeita as mídias sociais e a contribuição para o agravamento da problemática, percebe-se o seu papel fundamental, qual seja, traçar o perfil dos consumidores e direcionar produtos através de diversas propagandas, divagando informações e criando a necessidade de aquisição daquilo que está sendo divulgado.

Por fim, ante a análise da atual legislação e as formas de coibir o consumismo nela presentes, foi constatado o vasto amparo legal para a referida situação, salientando-se que no trabalho em comento não foi possível esmiuçar todas as leis que tratam do assunto. Na análise em tela, identificou-se grande preocupação com a proteção do meio ambiente, sendo previstas diversas formas de enfrentar o consumo exacerbado. Contudo, é encontrada como empecilho a ausência de

educação consciência ambiental por parte da sociedade, o que dificulta e impede a efetividade das referidas normas.

Diante do exposto, a pesquisa identifica que, para maior efetividade das leis ambientais, é viável a utilização das mídias sociais e publicidade como meios de conscientização social, com o fim de combater o consumo desenfreado, e, desenvolver de forma mais ampla o consumo sustentável, garantindo, deste modo, o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, previsto na Constituição Federal.

REFERÊNCIAS

AMAYA, O C. **A sociedade de consumo na era digital: os desafios do desenvolvimento sustentável na era da quarta revolução industrial**. 2017. 108 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade do Vale do Itajaí, [S. l.], 2017. Disponível em:
<<https://www.univali.br/Lists/TrabalhosMestrado/Attachments/2467/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Ornella%20Cristine%20Amaya.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2019.

ANTUNES, Paulo de Bessa. **Direito ambiental**. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

_____. **Direito ambiental**. 8. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005, p. 31.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: [s. n.], 2001, p.86.

_____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008, p.41.

BOFF, Leonardo. **Ética e moral: A busca dos fundamentos**. Petrópolis: Vozes, 2003, p.32.

_____. **Consumo solidário e responsável**, 2008. Disponível em:<<http://www.terrazul..m2014.net/spip.php?rubrique22>> . Acesso em:15 de ago. 2019.

BRASIL. **CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988**. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 03 de mai. 2019

_____. **Lei nº 6938, de 31 de agosto de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências.31 ago. 1981. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6938.htm>. Acesso em: 21 out. 2019.

_____. **Lei nº 8078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. 11 set. 1990. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 23 out. 2019.

BRASIL. **Lei nº 12305, de 2 de agosto de 2010.** Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. 2 ago. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm>. Acesso em: 24 out. 2019.

BUENO, Chris. **A insustentável sociedade de consumo.** Revista Com Ciência. 10 jun. 2008. LABJOR/SBPC/UNICAMP. [Notícias Com Ciência]. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&id=42>>. Acesso em 09 de set. 2019.

CHACON, Suely Salgueiro. **O sertanejo e o caminho das águas: políticas públicas, modernidade e sustentabilidade no semiárido.** Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2007, p.121.

CORTEZ, Ana Tereza Caceres; ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. **Consumo sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício.** São Paulo: UNESP, 2007, p.51.

COSTA, Maria Ivanucia Lopes; MENDES, Marcília Luzia Gomes da Costa. **A publicidade como ferramenta de consumo: uma reflexão sobre a produção de necessidades.** BOCC,2012. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-mendes-a-publicidade-como-ferramenta-de-consumo.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2019.

FIORILLO, Celso Antônio Pacheco. **Curso de Direito Ambiental Brasileiro.** 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2005, p.20.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: Direito ao futuro.** 2. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2012, p. 42.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** Porto Alegre: UFRG, 2009. 120 p. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar um projeto de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p.28.

GOMES, Daniela V. **A importância do exercício da cidadania na efetivação do direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado**. 2007. 120 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Caxias do Sul, 2007.

GRAU, Eros Roberto. **O direito posto e o direito pressuposto**. 8. ed. rev. e ampl. São Paulo: Malheiros, 2011, p. 265.

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

MILARÉ, Édis. **Direito do ambiente**. 10. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

_____. **Direito do Meio Ambiente: Doutrina-Jurisprudência-Glossário**. 4. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 166.

MOREIRA, Iara Verocai Dias. **Vocabulário básico de meio ambiente**. Rio de Janeiro: Fundação Engenharia do Meio Ambiente, 1999, p.33. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv4730.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2019.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. **Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico**. Estudos Avançados, São Paulo, v. 26, n.74, p. 51-64, 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v26n74/a05v26n74.pdf>>. Acesso em: 27 de set. 2019

OTTEN, Eduardo Rocha. **Conexões entre direito ambiental e direito do consumidor: reflexões acerca do consumo sustentável**. Porto Alegre: [s. n.], 2016. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/157243>>. Acesso em: 01 out. 2019.

PINTO, Bibiana Graeff Chagas. **A conexão entre princípios do direito ambiental e o cdc**. Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Direito, Porto Alegre: PPGDir/UFRGS, v. III, n. VI, 07-19, maio 2005.

REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo. In: ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, p.2.

ROSENFELD, Denis Lerrer. **Justiça, Democracia e Capitalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.11.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimentismo sustentável**. Rio de Janeiro: Garamonde, 2002, p.50.

ZANIRATO, Sílvia Helena; ROTONDARO, Tatiana. **Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade**. Estudos Avançados, São Paulo, v. 30, n. 88, p. 77-92, set. /dez. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142016000300077> . Acesso em: 10 de out. 2019.

ZIZEK, Slavoj. **Bem-vindo ao deserto do real**. 1. ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011, p.81.