

## A TRIBUTAÇÃO EXTRAFISCAL COMO INSTRUMENTO DE PROMOÇÃO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL E CONSCIENTE

EXTRAFISCAL TAXATION AS AN INSTRUMENT TO PROMOTE SUSTAINABLE AND CONSCIOUS CONSUMPTION

**Antônio Carlos EFing\***  
**Erick Willian Pertussatto\*\***

\*Doutor em Direito das Relações Sociais (PUC-SP). Professor titular da PUCPR e da Escola da Magistratura do Paraná. Membro do Instituto dos Advogados do Paraná. Presidente da Comissão de Direito do Consumidor da OAB-PR.  
E-mail: ace@eradv.com.br

\*\*Graduado em Direito pela PUCPR, Especialista em Direito Tributário Empresarial e Processual Tributário pela PUCPR, Mestrando em Direito Econômico e Desenvolvimento pela PUCPR.  
E-mail: erickwp@hotmail.com

**Como citar:** EFING, Antônio Carlos; PERTUSSATTO, Erick William. A tributação extrafiscal como instrumento de proteção do consumo sustentável e consciente. Revista do Direito Público, Londrina, v. 17, n. 3, p. 49-63, dez. 2022. DOI: 10.5433/24157-108104-1.2022v17n. 3 p. 49. ISSN: 1980-511X

**Resumo:** O objetivo deste artigo é mostrar que a tributação extrafiscal pode funcionar como um importante instrumento para se promover o consumo sustentável e consciente, quando a educação e a conscientização não se mostrarem suficientes. Partindo-se da ideia que devemos refletir sobre a forma que consumimos para se buscar a sustentabilidade, expomos que o Estado deve intervir e estimular o comportamento dos consumidores nesse sentido. Apesar de a educação e a conscientização serem mecanismos fundamentais para se promover o consumo sustentável e consciente, é possível que eles não sejam suficientes. Com base no método hipotético-dedutivo, mostrar-se-á que a utilização da tributação extrafiscal, especialmente pela desoneração tributária de produtos voltados à sustentabilidade, pode cumprir um importante papel de estímulo ao consumo sustentável e consciente. Reduzindo o preço desses produtos e tornando-os mais competitivos economicamente em comparação a outros, é possível que muitos consumidores repensem suas escolhas e optem por mudar o seu consumo. A tributação é um instrumento importante à disposição do Estado, cabe ao Estado utilizá-la da melhor forma possível em busca da sustentabilidade.

**Palavras-chave:** desenvolvimento sustentável; consumo consciente; tributação; extrafiscalidade.

**Abstract:** The purpose of this article is to show that extrafiscal taxation can function as an important tool to promote sustainable and conscious consumption, when education and awareness are not sufficient. Starting from the idea that we must reflect on the way we consume to seek sustainability; we expose that the State must intervene and encourage consumer behavior in this regard. Although education and awareness are fundamental mechanisms for promoting sustainable and conscious consumption, it is possible that they are not enough. Through the hypothetical-deductive method, it will be shown that the use of extrafiscal taxation, especially through the tax exemption of products aimed at sustainability, can fulfill an important role in stimulating sustainable and conscious consumption. By reducing the price of these products and making them more economically competitive compared to others, it is possible that many consumers will rethink their choices and choose to change their consumption. Taxation is an important instrument at the disposal of the State, it is up to the State to use it in the best possible way in search of sustainability.

**Keywords:** sustainable development; conscious consumption; taxation; extrafiscality.

## INTRODUÇÃO

Um dos grandes problemas da sociedade atual é que uma parte considerável da população pensa e age de forma exclusivamente individualista. Essas pessoas procuram pautar os seus comportamentos a partir do que elas entendem ser o melhor para elas ou, no máximo, como elas entendem ser o melhor para suas famílias. Elas se esquecem, todavia, que todos vivem no mesmo lar: o planeta Terra.

Falta-lhes a consciência de que a subsistência do planeta depende de todos. Cada um precisa fazer a sua parte para que possamos viver em harmonia com o nosso planeta. Caso contrário, essa despreocupação pode custar muito caro a todos.

Nesse sentido, a reflexão sobre a forma como as pessoas consomem é relevante. Refletir os efeitos que o consumo de um indivíduo enseja na vida dos outros e no meio ambiente é essencial. Fala-se, assim, em consumo consciente.

É de extrema relevância que as pessoas contenham a sua ânsia de consumir e se permitam a refletir sobre quais os efeitos que esse seu consumo pode ensejar. O que consumir, como consumir e qual será a destinação dos resíduos são questionamentos importantes que todo consumidor deve fazer.

Além disso, é essencial levar em consideração a condição humana de todos. A vida seria muito melhor se as pessoas tivessem um pouco mais de empatia, altruísmo e solidarismo umas para com as outras, preocupando-se não somente com a sua atual geração como também com as futuras. Fala-se, assim, em sustentabilidade.

Atualmente, não há como se falar em desenvolvimento dissociado da sustentabilidade. Só se está diante de um verdadeiro desenvolvimento se levar em consideração questões ambientais e de bem-estar das gerações futuras.

Utilizando o método hipotético-dedutivo, partindo-se da hipótese que a tributação extrafiscal pode funcionar como um importante estímulo ao consumo sustentável e consciente, demonstrar-se-á como ela poderá ser utilizada e em que contextos ela poderia desempenhar um papel importante.

A primeira parte do texto aborda brevemente a questão do desenvolvimento sustentável e do consumo consciente, trazendo algumas noções importantes que visam demonstrar os motivos que os fazem ser tão almejados.

Na segunda parte, buscar-se-á demonstrar que é necessária a intervenção do Estado em prol do consumo sustentável e consciente, como essa intervenção deve se dar e porque a educação e a conscientização podem não ser suficientes para esses objetivos.

Por fim, argumentar-se-á como a tributação pode ser utilizada como instrumento de promoção do consumo sustentável e consciente, destacando-se a importância de sua utilização na busca desse importante objetivo.

## 1 A BUSCA PELO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E PELO CONSUMO CONSCIENTE

Em 1987, com a publicação do Relatório Brundtland, intitulado *Our Common Future*, pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento da Organização das Nações Unidas, o termo “desenvolvimento sustentável” foi utilizado oficialmente para exprimir o desenvolvimento “[...] que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (REPORT..., [198-?], p. 16, tradução nossa), premissa que ainda se mantém atual.

Partindo-se desse conceito de desenvolvimento sustentável, será que somente o aspecto ambiental seria importante? Nas palavras de Ana Luiza de Brasil Camargo (2012, p. 27), “[...] desenvolvimento sustentável é um conceito normativo que envolve compromissos entre objetivos sociais, ecológicos e econômicos [...]” O desenvolvimento sustentável, portanto, demanda uma preocupação equilibrada entre aspectos econômicos, sociais e ambientais.

É dentro desse contexto que a denominada “consciência ecológica” ganha proeminência, podendo ser definida como a consciência de que as degradações ecológicas podem ameaçar a subsistência dos seres humanos no planeta Terra (MORIN; KERN, 2001, p. 74). É mediante essa consciência que se tornou possível pensar em desenvolvimento sustentável e consumo consciente. O consumo desenfreado, sem se preocupar com o meio ambiente, faticamente trará efeitos nefastos para todo o planeta.

A preocupação com o desenvolvimento sustentável e com o consumo consciente ganhou ainda mais força no ano de 2015, quando as Nações Unidas, com a Agenda 2030, estabeleceu um plano de ação com 17 objetivos para o desenvolvimento sustentável e 169 metas que buscariam a paz universal, a liberdade das pessoas e a prosperidade do planeta.

Dentre os 17 objetivos, um deles merece destaque nesse momento: o objetivo número 12, que é o objetivo de assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis. A partir desse objetivo, foram estipuladas 12 metas específicas para concretizá-lo, as quais, diante das suas especificidades, não cabem ser mencionadas neste momento (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, c2022).

No Brasil, a Constituição da República de 1988 (BRASIL, 1988) não utiliza expressamente o termo “desenvolvimento sustentável”. Contudo, o termo “desenvolvimento” foi expressamente mencionado no preâmbulo da Constituição Federal de 1988, como uma das motivações da Assembleia Nacional Constituinte para a promulgação dessa, atribuído como um dos objetivos fundamentais da República, em seu artigo 3º, inciso II, e como um instrumento de promoção da pesquisa científica (art. 218)<sup>1</sup> (BRASIL, 1988) e do mercado interno (art. 219)<sup>2</sup> (BRASIL, 1988).

Entretanto, há quem defenda que, apesar do termo “desenvolvimento sustentável” não estar expresso na Constituição, ele seria um princípio implícito que poderia ser observado a partir da

1 Art. 218. O Estado promoverá e incentivará o desenvolvimento científico, a pesquisa, a capacitação científica e tecnológica e a inovação (BRASIL, 1988).

2 Art. 219. O mercado interno integra o patrimônio nacional e será incentivado de modo a viabilizar o desenvolvimento cultural e sócio-econômico, o bem-estar da população e a autonomia tecnológica do País, nos termos de lei federal (BRASIL, 1988).

leitura do artigo 225, *caput* da Constituição, o qual prevê que “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida [...]” (BRASIL, 1988).

Nesse sentido, de acordo com Celso Antônio Pacheco Fiorillo, da disposição que trata do dever ao Poder Público e à coletividade de defender e preservar o meio ambiente para as presentes e futuras gerações percebe-se o princípio esculpido do desenvolvimento sustentável. A Constituição permite e defende o desenvolvimento, mas de forma sustentável, buscando coexistir harmonicamente os objetivos econômicos com a defesa do meio ambiente (FIORILLO, 2017, p. 72-73).

Nas palavras deste mesmo autor:

[...] o princípio do desenvolvimento sustentável tem por conteúdo a manutenção das bases vitais da produção e reprodução do homem e de suas atividades, garantindo igualmente uma relação satisfatória entre os homens e destes com o seu ambiente, para que as futuras gerações também tenham oportunidade de desfrutar os mesmos recursos que temos hoje à nossa disposição (FIORILLO, 2017, p. 73).

Sob essas perspectivas, percebe-se que o desenvolvimento sustentável não é apenas um objetivo regional, específico de algum país com maior poderio econômico. É, na verdade, um objetivo e desejo de todo globo, pois, sem desenvolvimento sustentável, não há um verdadeiro desenvolvimento. E um dos mais importantes aspectos para se promover o desenvolvimento sustentável é o consumo consciente.

Segundo Antônio Carlos Efiging (2011, p. 125), “[...] o conceito de desenvolvimento sustentável depende do conceito de consumo consciente [...]” e este refletiria a necessidade dos consumidores de adquirirem um pensamento crítico sobre tudo que eles consomem, conscientizando-se que o seu consumo pode ter influência sobre todos e sobre o meio ambiente (EFING, 2011, p. 125). O consumo consciente pressupõe, portanto, o abandono da visão individualista de que o produto ou o serviço adquirido somente influenciariam a vida do próprio consumidor.

A ideia de consumo consciente não busca intervir na liberdade de escolha das pessoas, definindo o que elas devem ou não consumir. Mas busca lhes ensinar a refletir. A partir dessa proposta de reflexão, o instituto Akatu, organização não governamental sem fins lucrativos que tem por objetivo a conscientização e a mobilização da sociedade para o consumo consciente, propõe um guia bastante interessante sobre como consumir de forma consciente:

O consumo consciente começa com uma análise prévia da necessidade: preciso realmente comprar? Decidido que sim, o consumidor deve definir as características que precisa no produto, pensar sobre como irá comprar, escolher o fabricante de acordo com a sua responsabilidade socioambiental na produção, fazer um uso otimizado do produto para ter uma vida útil mais longa, e definir uma forma de descarte adequada (INSTITUTO AKATU, 2002).

Assim, percebe-se que o consumo consciente não se limita a instigar que o consumidor

reflita apenas sobre a fase do consumo do produto em si (como usar um produto?), mas também que ele reflita sobre a fase pré-consumo (por que comprar? O que comprar? Como comprar? De quem comprar?) e sobre a fase pós-consumo (como descartar?). É mediante a reflexão sobre essas três fases que se pode promover um verdadeiro consumo consciente.

Cientes da importância do consumo para o desenvolvimento sustentável, em 2015 foi instituída a Política de Educação para o Consumo Sustentável no Brasil, pela Lei nº 13.186, de 11 de novembro de 2015 (BRASIL, 2015). De acordo com a lei, em seu artigo 1º *caput*, essa política tem por objetivo “[...] estimular a adoção de práticas de consumo e de técnicas de produção ecologicamente sustentáveis” (BRASIL, 2015).

Vale destacar que a própria lei veio a definir o que seria o consumo sustentável no parágrafo único do seu artigo 1º: “Entende-se por consumo sustentável o uso dos recursos naturais de forma a proporcionar qualidade de vida para a geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras” (BRASIL, 2015). Nota-se que esse conceito possui raízes evidentes no citado Relatório Brundtland.

Além disso, a lei também trouxe os objetivos da Política de Educação para o Consumo Sustentável em seu artigo 2º. Dentre eles, destaca-se, para os fins deste estudo, o inciso I: “incentivar mudanças de atitude dos consumidores na escolha de produtos que sejam produzidos com base em processos ecologicamente sustentáveis” (BRASIL, 2015).

Não se pode olvidar que o consumo sustentável demanda uma análise abrangente sobre todo o ciclo de vida do produto. Nas palavras de Sílvia Helena Zanirato e Tatiana Rotondaro (2016, p. 87):

[...] o consumo sustentável implica um modo de produção empenhado em minimizar desequilíbrios socioambientais em todo o ciclo de vida de um produto, da geração ao uso, reaproveitamento e descarte. O consumo sustentável pressupõe a reciclagem e a reutilização dos resíduos da produção, no uso de embalagens e produtos biodegradáveis e no emprego de tecnologias limpas, que utilizem de forma inteligente os recursos renováveis. Ele é também um consumo necessário, que não compromete as necessidades e aspirações das gerações vindouras, que leva em conta a satisfação pessoal e os efeitos ambientais e sociais da decisão de consumo de cada um.

Como é possível incentivar esse comportamento dos consumidores? Essa questão será tratada nos tópicos seguintes. Por hora, basta levar em consideração que “[...] o consumo sustentável tem por escopo tornar possível uma nova forma de combater o desenvolvimento irresponsável e o crescimento econômico a todo custo [...]” (SERRAGLIO; EFING, 2016, p. 243). Isto é, o consumo (especialmente o consumo consciente) mostra-se como um importante aspecto na busca pelo tão almejado desenvolvimento sustentável.

## 2 A NECESSIDADE DE INTERVENÇÃO DO ESTADO EM PROL DO CONSUMO SUSTENTÁVEL E CONSCIENTE

Conforme tratado no tópico anterior, o desenvolvimento (que deve ser visto como o desenvolvimento sustentável) é um dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil. Para que esse objetivo seja conquistado, deve-se necessariamente levar em consideração o consumo. Somente com o consumo consciente da população é que será possível promover esse ambicioso objetivo.

Tratando-se de um objetivo da República, cabe, portanto, ao Estado intervir em prol do consumo sustentável e consciente. Mas como deverá se dar essa intervenção?

Em primeiro lugar, a educação e a conscientização da população são os mais importantes instrumentos para se promover o consumo sustentável e consciente.

Muitos consumidores ainda desconhecem a importância de se pensar sobre o meio ambiente. Viveram em épocas diferentes, nas quais essa preocupação não existia ou ainda era muito incipiente. A preocupação primordial para elas foca-se, geralmente, no aspecto econômico.

Daí a grande importância de conscientizá-las que as coisas mudam e as preocupações também podem (e devem mudar). Não se trata de defender que a preocupação com o aspecto econômico não deve mais existir, mas ela deve ser acrescida dos aspectos social e ambiental (assim como os três pilares do desenvolvimento sustentável).

É preciso conscientizar os consumidores de que “estamos todos no mesmo barco”. O planeta Terra é o lar de todos e por isso deve-se cuidar para que ele subsista para as atuais e futuras gerações. Nesse sentido, a forma de consumir têm grande relevância.

Se há um consumo desenfreado de produtos que prejudicam de alguma forma o meio ambiente (seja em razão da sua fabricação, do seu uso ou de seus resíduos), é possível que isso surta efeitos para todo o globo.

Um dos mais notórios exemplos é o CFC (clorofluorcarbono), que, por mais de 5 décadas, foi um gás largamente utilizado como refrigerante em geladeiras, aparelhos de ar-condicionado e propelentes de aerossol. A utilização massiva desse gás ensejou a destruição irreparável da camada de ozônio (TORRICO, 2016).

Existem diversas iniciativas louváveis para educar e conscientizar a população sobre a importância do consumo sustentável e consciente (as quais são de extrema relevância para se promover o seu objetivo e não serão abordadas aqui, pois fugiriam do foco deste trabalho). Entretanto, este artigo busca indagar o seguinte: será que a educação e a conscientização da população são suficientes para a promoção do consumo sustentável e consciente?

A resposta é negativa. A educação e a conscientização podem ser instrumentos bastante eficazes para orientar o consumo de uma parte da população (especialmente jovens). Inclusive, é essencial que essa educação venha desde cedo, pois é muito mais fácil influenciar o pensamento e o comportamento de crianças e adolescentes. Entretanto, e para os demais?

Vale ressaltar que não se defende aqui que a educação e a conscientização seriam eficazes



somente para jovens, mas que eles compõem a parte da população mais propensa a utilização desses instrumentos.

Se a vida inteira alguém consumiu um determinado tipo de produto, é possível que essa pessoa tenha certo receio em consumir outro produto, ainda que essa mudança seja em prol de um objetivo louvável e que ela mesma reconheça como importante.

Trata-se do chamado “viés do *status quo*”. As pessoas tendem, por diversos motivos, a manterem o seu comportamento atual (THALER; SUSTEIN, 2009, p. 37). Mesmo tendo consciência da importância do consumo sustentável e consciente e de que existe outro produto que promova melhor esse objetivo, é possível que a pessoa continue a consumir o mesmo produto simplesmente em razão de uma aversão inconsciente a mudanças.

Além disso, há pessoas que simplesmente são mais resistentes a mudar a sua forma de agir e pensar, especialmente em razão de experiências de vida e da forma como foram educadas quando crianças. Se uma pessoa que é agora adulta ou idosa ouvia, constantemente, dos seus pais, na sua época de infância, que a preocupação com o meio ambiente era uma “bobagem”, é pouco provável que a educação e a conscientização sejam eficazes para alterar esse tipo de pensamento enraizado.

Outrossim, há casos em que as pessoas têm consciência que poderiam mudar a sua forma de consumir, mas os produtos que são voltados para a sustentabilidade são muito caros e, portanto, inacessíveis para elas.

É por essas e outras razões que se defende aqui um outro tipo de intervenção estatal, além da educação e conscientização da população. Defende-se que o Estado incentive o consumo de alguns produtos em detrimento de outros, a fim de que se promova o consumo sustentável e consciente.

Muito embora o Estado não pode obrigar as pessoas a consumirem determinado produto, vez que todos têm o direito de escolher o que consumir, o Estado pode e deve estimular o consumo que mais atende aos objetivos de sustentabilidade.

A liberdade de escolha das pessoas é algo que deve ser preservado sempre. É um direito de cada um escolher o que consumir, quando consumir e em que quantidade. É importante que a influência do Estado não signifique tolher essa liberdade.

Dessa forma, a intervenção do Estado no consumo deve ser pautada em um paternalismo libertário. Isto é, libertário porque as pessoas devem ser livres para escolher o que quiserem consumir. E paternalista porque o Estado tem toda a legitimidade para influenciar o consumo das pessoas, desde que seja em prol de um objetivo justificável (neste caso, desde que o consumo vise a sustentabilidade) (THALER; SUSTEIN, 2009, p. 5).

O Estado, portanto, deveria dar um “*nudge*”, um estímulo, um empurrãozinho, um cutucão, induzindo “[...] o comportamento das pessoas de maneira previsível sem proibir nenhuma opção e nem mudar significativamente seus incentivos econômicos [...]” (THALER; SUSTEIN, 2009, p. 6).

Assim, o Estado funcionaria, nas palavras de Thaler e Sunstein (2009), como um “arquiteto de escolhas”. Ao incentivar a opção por um consumo mais sustentável e consciente, estar-se-ia



possibilitando uma promoção do desenvolvimento sustentável.

E para saber qual “*nudge*” o Estado deve dar, é relevante levar em consideração a eficiência de uma determinada política pública, ou seja, qual política atingiria a melhores resultados com os menores custos. “A eficiência sempre é relevante para a definição de políticas já que é melhor atingir qualquer política dada a um custo menor do que a um custo mais alto” (COOTER; ULLEN, 2010, p. 26).

Cabe ao Estado, portanto, avaliar os resultados das suas políticas públicas. Elas não desoneram o dever do Estado após a sua implementação. Além da decisão de qual política pública adotar e da sua proposição, as políticas públicas implicam também a sua implementação, execução e avaliação (SOUZA, 2006, p. 37).

Caso uma política pública não atinja os resultados almejados, o Estado deve alterar essa política pública ou implementar outra que possa ser mais eficiente. É imprescindível que o Estado esteja sempre atento aos resultados das suas políticas públicas e esteja propenso a alterá-las quando for necessário.

Uma das formas mais clássicas de intervenção do Estado na vida do particular é pela tributação. Ela funciona, muitas vezes, como um potente estímulo a determinados comportamentos, pois interfere diretamente no preço dos produtos e serviços (especialmente a tributação sobre o consumo), além de sua implementação ser relativamente simples.

No tocante à promoção do consumo sustentável e consciente, a tributação pode cumprir um papel importante que a educação e a conscientização não conseguem. Essa questão será tratada mais detalhadamente no próximo tópico.

### 3 A TRIBUTAÇÃO EXTRAFISCAL COMO INSTRUMENTO

Atualmente, os tributos são a principal fonte de financiamento do Estado. Vive-se, hoje, em um Estado Fiscal, no qual, em grande parte, o Estado não gera mais a sua riqueza. Cabe ao particular transferir uma parcela de suas riquezas ao Estado para lhe financiar (SCHOUERI, 2015, p. 29). Sendo assim, a tributação é imprescindível para a consecução dos objetivos do Estado.

Além dessa função estritamente fiscal dos tributos, há também uma função extrafiscal. Segundo Alfredo Augusto Becker, os tributos podem também ter a importante finalidade de ser “[...] um instrumento de intervenção estatal no meio social e na economia privada [...]” (BECKER, 2013, p. 629). Os tributos podem funcionar como “[...] uma forma de indução de comportamentos virtuosos ou desestimulador de comportamentos indevidos [...]” (CALIENDO, 2013, p. 1). Os tributos extrafiscais têm por objetivo “[...] influenciar na tomada de decisão dos cidadãos, direcionar os comportamentos socioeconômicos, estimulando-os ou desestimulando-os, ao torná-los, por meio da exação, mais ou menos custosos [...]” (FOLLONI, 2014, p. 205).

Dessa forma, por meio da função extrafiscal, os tributos podem estimular, induzir ou coibir determinados comportamentos, de acordo com as pretensões do Estado. Contudo, cumpre fazer

uma ressalva: “[...] a extrafiscalidade pode gerar benefícios e malefícios para a sociedade [...]” (ALMENDANHA; SIQUEIRA, 2013, p. 155). Benefícios quando os objetivos estipulados são atingidos e malefícios (que, muitas vezes, sequer foram previstos) quando a tributação desencadeia efeitos contrários aos objetivos ou prejudiciais em outros aspectos.

Em razão disso, é de suma importância que haja uma avaliação constante da tributação extrafiscal posteriormente a sua aplicação. Somente assim poderá se verificar se os objetivos da tributação estão sendo atingidos ou se houve efeitos colaterais nocivos que inviabilizariam a continuidade dessa tributação.

Uma característica peculiar da tributação sobre o consumo é a de que os contribuintes desse tipo de tributo (conhecidos popularmente como “contribuintes de direito”) são as pessoas jurídicas fornecedoras, as quais repassam o ônus econômico para os consumidores (conhecidos popularmente como “contribuintes de fato”) pela inclusão da carga tributária no preço do produto. Isto é, no final das contas, quem arca economicamente com os tributos sobre o consumo são os próprios consumidores.

Em virtude dessa característica, geralmente os tributos sobre o consumo são qualificados como tributos indiretos, pois quem arcará com a tributação não é o próprio contribuinte. Acerca da tributação indireta sobre o consumo, aduz Thomas Piketty (2014, p. 481):

Os impostos sobre o consumo compreendem, hoje em dia, a taxação sobre o valor agregado e as diversas taxas sobre a importação, as bebidas, os combustíveis, o tabaco, ou um bem ou serviço em particular. [...] Com frequência dizemos que eles são “indiretos”, no sentido de que não dependem diretamente da renda ou do capital do contribuinte individual: são pagos de forma indireta, por intermédio do preço de venda, quando fazemos compras.

Percebe-se, portanto, que os tributos sobre o consumo estarão inevitavelmente embutidos no preço do produto. Todo e qualquer consumidor ao adquirir um produto irá suportar a carga tributária que nele incidiu.

Essa característica possibilita que o Estado aumente ou diminua a carga tributária incidente sobre um determinado produto e, conseqüentemente, intervenha no seu preço final (preço pelo qual o consumidor irá adquirir o produto).

A partir da tributação extrafiscal, o Estado pode onerar um produto, desestimulando o seu consumo por considerá-lo nocivo para a sociedade, ou o Estado pode desonerar um produto (parcialmente ou integralmente), estimulando o seu consumo por considerá-lo benéfico para a sociedade.

Desse modo, a tributação extrafiscal influencia as condutas dos consumidores ao estimular um determinado comportamento e, ao mesmo tempo, dá a eles a possibilidade de escolha. Ela funciona, conforme o exposto anteriormente, como um “nudge”.

No tocante aos produtos voltados à sustentabilidade, poderia ou o Estado tributar mais aqueles produtos que são contrários à sustentabilidade ou tributar menos os produtos que são fa-

voráveis à sustentabilidade.

No contexto atual brasileiro, é mais difícil se defender o aumento da carga tributária de produtos que são contrários à sustentabilidade. Apesar de ser uma técnica possível de ser implementada (e que até pode ser indicada para algumas situações específicas), o preço de produtos voltados à sustentabilidade já tende a ser muito mais elevado.

Nesse sentido, uma oneração tributária desses produtos poderia significar a restrição de acesso pela população tanto dos produtos que são contrários à sustentabilidade, quanto dos que são favoráveis.

De acordo com pesquisa realizada pelo Instituto Akatu em 2018, uma das principais barreiras para a adoção de práticas sustentáveis é a percepção de que os produtos sustentáveis são mais caros (INSTITUTO AKATU, 2018). Apesar dessa percepção poder estar, às vezes, equivocada, não há dúvidas que os preços dos produtos influenciam significativamente a escolha dos consumidores.

Vale destacar que muitas vezes o modo de produção diferenciado, as matérias-primas utilizadas e a oferta escassa já tornam os produtos sustentáveis mais caros que os outros. A tributação não deve os encarecer ainda mais.

A partir disso, defende-se aqui uma desoneração da carga tributária dos produtos voltados à sustentabilidade, tornando-os mais atrativos para o consumo. O preço de um produto, com certeza, é uma das características que os consumidores mais levam em consideração na escolha do que consumir. Se o Estado tem o interesse que a população consuma determinado tipo de produto em detrimento de outros, cabe a ele deixá-lo mais acessível ao reduzir a sua carga tributária.

Essa desoneração da carga tributária influenciaria a conduta dos consumidores ao estimular um consumo consciente, conferindo uma espécie de recompensa para aqueles que escolhem consumir dessa forma.

Desonerando-se a carga tributária, os produtos voltados à sustentabilidade teriam condições de competir em igualdade de preço com os demais produtos. Em verdade, é defensável, inclusive, que os produtos sustentáveis sejam mais baratos que os outros.

Tornando-os mais baratos, não só possibilitaria a acessibilidade desses produtos por um maior número de pessoas, mas possibilitaria que muitas pessoas despreocupadas com a sustentabilidade optassem por esses produtos.

Caso aquelas pessoas que ouviram dos seus pais quando crianças que a preocupação com o meio ambiente era uma “bobagem” se deparassem com produtos sustentáveis mais baratos, apesar de não conseguir conscientizá-las da importância da sustentabilidade, haveria a possibilidade que a opção de consumo delas fosse modificada.

Muito embora este não ser o ideal (o ideal é que as pessoas tenham consciência que o consumo sustentável e consciente é importante), a desoneração tributária de produtos voltados à sustentabilidade atenderia ao mesmo resultado almejado.

A redução da carga tributária, portanto, poderia funcionar como um importante e eficaz estímulo a um consumo mais consciente e sustentável, especialmente para aqueles que a educação

e a conscientização não se mostraram suficientes.

Por outro lado, o Estado poderia também estimular a reutilização de resíduos por meio de incentivos fiscais. Isto é, a tributação extrafiscal pode ser um instrumento eficaz não só para o consumo, mas para o pós-consumo. Esse ponto é também de extrema importância para o consumo consciente. Não há como se falar de sustentabilidade e consumo consciente sem pensar na destinação e reutilização dos resíduos.

Vale destacar, por fim, que este artigo não busca analisar quais são os produtos voltados à sustentabilidade que devem ser desonerados. Cabe ao Estado analisar quais são esses produtos e promover o estímulo do seu consumo com base na tributação extrafiscal.

Não se está aqui a defender o consumo de um ou outro produto. Está-se a defender uma nova maneira de pensar sobre o consumo. É preciso refletir que o consumo de uma pessoa pode impactar na vida de várias pessoas, inclusive na vida de pessoas no futuro. Essa reflexão sobre o modo de consumir deve ser levada em consideração pelo Estado e pode ser, em parte, repassada aos consumidores através de incentivos fiscais.

A desoneração da carga tributária de produtos voltados à sustentabilidade tornaria muito mais atrativo aos consumidores a aquisição desses produtos e poderia funcionar como uma espécie de “porta de entrada” para a reflexão sobre o consumo. Ela possibilitaria que pessoas que nunca adquiriram esses produtos começassem a adquirir. Com a aquisição desses produtos por um maior número de pessoas, elas poderiam perceber que, além deles impactarem pouco significativamente no meio ambiente, esses produtos são tão bons quanto outros produtos (ou até melhores).

Sendo assim, apesar do fator determinante para a escolha do produto ter sido o seu preço, os consumidores, com o passar do tempo, estariam mais suscetíveis a mudar a sua forma de pensar e agir quanto ao consumo, haja vista que deixaria de existir aquele pré-conceito inicial sobre esses tipos de produtos.

Além de torná-los mais atrativos e acessíveis aos consumidores em geral, busca-se com a desoneração da carga tributária de produtos voltados à sustentabilidade torná-los uma opção mais plausível e evidente.

A tributação extrafiscal é, portanto, um instrumento que pode ser bastante eficaz na promoção do consumo sustentável e consciente. Cumpre ao Estado usá-la da melhor forma possível.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vive-se hoje uma sociedade pautada pelo consumo. Contudo, apesar de corriqueira, esta atividade precisa ser, em muitos casos, repensada.

Refletir por que comprar, o que comprar, como comprar, de quem comprar, como usar e como descartar é extremamente importante. O que se consome não afetará apenas ao consumidor, mas trará efeitos a várias outras pessoas e ao meio ambiente. Consumir de forma consciente e sustentável é essencial para a subsistência do planeta.

A educação e a conscientização são mecanismos fundamentais para estimular essa reflexão pelos consumidores. Muitos programas vêm sendo implementados nesse sentido (e com sucesso). Mas e quando as pessoas são conscientizadas sobre a importância dessa reflexão e mesmo assim insistem em adotar o mesmo comportamento irrefletido inicial? Ou quando os produtos sustentáveis são caros e inacessíveis para grande parte da população?

Nesses casos, a tributação pode desempenhar um papel importante. Com a desoneração da carga tributária de produtos voltados à sustentabilidade, estimular-se-ia a escolha dos consumidores por esse tipo de produto. Mesmo aqueles que não se conscientizaram da importância da sustentabilidade podem se sentir atraídos a repensar o seu consumo quando deparados com produtos com preços mais atrativos.

Não é o objetivo desse estudo listar quais produtos devem ser desonerados ou analisar medidas que já estão sendo tomadas. O objetivo é evidenciar que a tributação extrafiscal é um importante mecanismo à disposição do Estado para se promover o consumo sustentável e consciente, o qual pode ser muito útil quando a educação e conscientização não se mostram suficientes.

## REFERÊNCIAS

- ALMENDANHA, Cristina Malaski; SIQUEIRA, Felipe de Poli de. A extrafiscalidade sob a perspectiva da análise econômica do direito: o caso das embalagens PET. *In*: FOLMANN, Melissa; GONÇALVES, Oksandro Osdival (coord.). **Tributação, concorrência e desenvolvimento**. Curitiba: Juruá, 2013. p. 155-168.
- BECKER, Alfredo Augusto. **Teoria geral do direito tributário**. 6. ed. São Paulo: Noeses, 2013.
- BRASIL. Congresso Nacional. Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 126, n. 191-A, p. 1-32, 05 out. 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 13 dez. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Lei nº 13.186, de 11 de novembro de 2015. Institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 152, n. 216, p. 1, 12 nov. 2015. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/13186.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/13186.htm). Acesso em: 13 dez. 2022.
- CALIENDO, Paulo. Limitações constitucionais ao poder de tributar com finalidade extrafiscal. **Nomos**, Florianópolis, v. 33, n. 2, 2013. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/nomos/article/view/994>. Acesso em: 11 out. 2019
- CAMARGO, Ana Luiza de Brasil. **Desenvolvimento sustentável: dimensões e desafios**. 6. ed. Campinas: Papyrus. 2012.
- COOTER, Robert; ULLEN, Thomas. **Direito & Economia**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- EFING, Antonio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo**: consumo e susten-

tabilidade. 3. ed. Curitiba: Juruá, 2011.

FIORILLO, Celso Antônio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

FOLLONI, André. Isonomia na tributação extrafiscal. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 10, p. 201-220, 2014.

INSTITUTO AKATU. Sobre. **Prosas**, [s. l.], 2002. Disponível em: <https://prosas.com.br/empreendedores/15310-instituto-akatu>. Acesso em: 13 dez. 2022.

INSTITUTO AKATU. **Pesquisa Akatu 2018**: panorama do consumo consciente no Brasil: desafios, barreiras e motivações. São Paulo: Akatu, 2018. Disponível em: [https://akatu.org.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf\\_versao\\_final\\_apresenta%03%a7%03%a3o\\_pesquisa.pdf](https://akatu.org.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf_versao_final_apresenta%03%a7%03%a3o_pesquisa.pdf). Acesso em: 12 dez. 2022.

MORIN, Edgar; KERN, Anne Brigitte. **Terra-pátria**. 2. ed. Tradução Armando Pereira da Silva. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Sobre o nosso trabalho para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. Brasília: Nações Unidas Brasil, c2022. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 13 dez. 2022.

PIKETTY, Thomas. **O Capital no século XXI**. Tradução Monica Baumgarten de Bolle. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

REPORT of the world commission on environment and development: our common future. [S. l.: s. n.: 198-?]. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2022.

SCHOUERI, Luís Eduardo. **Direito tributário**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

SERRAGLIO, Diogo Andreola; EFING, Antônio Carlos. O direito do consumo voltado à sustentabilidade: uma análise a partir da carta encíclica Laudato Si' sobre o cuidado da casa comum. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, Curitiba, v. 7, n. 1, p. 220-249, 2016.

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão de literatura. **Revista Sociologia**, Porto Alegre, ano 8, n. 16, p. 20-45, 2006.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass Robert. **Nudge**: O empurrão para a escolha certa: Apremore suas decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade. Tradução Marcello Lino. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

TORRICO, Ricardo. **Uso do gás CFC**. São Paulo: Super Interessante, 2012. Disponível em: <https://super.abril.com.br/ideias/uso-do-gas-cfc/>. Acesso em: 12 dez. 2022.

ZANIRATO, Sílvia Helena; ROTONDARO, Tatiane. Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 30, n. 88, p. 77-92, 2016. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/124268/120591>. Acesso em: 13 dez. 2022.

**Como citar:** EFING, Antônio Carlos; PERTUSSATTO, Erick William. A tributação extrafiscal como instrumento de proteção do consumo sustentável e consciente. *Revista do Direito Público*, Londrina, v. 17, n. 3, p. 49-63, dez. 2022. DOI: 10.5433/24157-108104-1.2022v17n. 3 p.49. ISSN: 1980-511X

Recebido em: 10/10/2020

Aceito em: 17/03/2022