

III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

ELCIO NACUR REZENDE

JERÔNIMO SIQUEIRA TYBUSCH

ANDRE LIPP PINTO BASTO LUPI

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

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

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

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

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

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente:

Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

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

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

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

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

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

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

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

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

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

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

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

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

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

Eventos:

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

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

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

D597

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

Coordenadores: Andre Lipp Pinto Basto Lupi; Elcio Nacur Rezende; Jerônimo Siqueira Tybusch – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-338-2

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: segurança humana para a democracia

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Sustentabilidade. III Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

Apresentação

O Grupo de Trabalho Direito e Sustentabilidade I, no âmbito do III Encontro Virtual do CONPEDI, se consolida como um espaço de reflexividade crítica para a pesquisa brasileira que relaciona Direito, Meio Ambiente e Ecologia Política. Nesta edição, docentes-pesquisadores de diversos programas de pós-graduação em direito apresentaram temáticas notadamente atuais e relevantes para o contexto ambiental nacional e internacional.

Os artigos expostos foram direcionados, principalmente, para as seguintes tópicos: Teoria dos Sistemas, Sustentabilidade, Estudo de Impacto Ambiental, Direitos Humanos, Recursos Hídricos, Meio Ambiente Digital, Responsabilidade Ambiental, Dano Ambiental, Direito Urbanístico, Consumo Consciente, Socioambientalismo, Função Sócio-Ambiental da Propriedade, Logística Reversa, Obsolescência Programada, Sociedade de Risco, Ecossocialismo e Povos Indígenas.

Certamente o amplo debate realizado, as sólidas teorias de base elencadas e a qualidade geral das pesquisas demonstradas no presente grupo de trabalho irão contribuir, e muito, para o desenvolvimento de redes entre programas de pós-graduação, bem como para formação de pensamento acadêmico crítico de qualidade. Boa leitura!

SOCIEDADE DO CONSUMISMO INCONSCIENTE: UM LEGADO DE FALÊNCIAS EMOCIONAIS E DEGRADAÇÃO AMBIENTAL GLOBAL

UNCONSCIOUS CONSUMPTION SOCIETY: A LEGACY OF EMOTIONAL BANKRUPTCY AND GLOBAL ENVIRONMENTAL DEGRADATION

Kelley Janine F De Oliv ¹

Resumo

Este artigo tem por objetivo a discussão e análise do sistema de consumo em que privilegia o ter em detrimento do ser, o que vem apresentando consequências que ultrapassam a degradação ecológica, pois acentuam o desequilíbrio emocional dos indivíduos e a perda da identidade do ser. A conscientização do consumo, em que se destaca a identidade, o resgate de saberes ancestrais e a sustentabilidade influenciam na mudança do consumidor e, consequentemente na economia, no direito e no equilíbrio emocional. No que se refere à metodologia utilizou-se a base lógica, com pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Consumo consciente, Sustentabilidade, Proteção ambiental, Direito ambiental

Abstract/Resumen/Résumé

The research aims to discuss and analyze the consumption system in which it privileges having at the expense of being, which has been showing consequences that go beyond ecological degradation, since they accentuate the emotional imbalance of individuals and the loss of the identity of being. Consciousness awareness, in which identity stands out, the rescue of ancestral knowledge and sustainability influence consumer change and, consequently, the economy, law and emotional balance. Regarding the methodology, the logical basis was used, with bibliographic research.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Conscious consumption. sustainability. environmental protection. environmental law

¹ Doutoranda em Ciências Jurídicas pela UNIVALI, Mestre em Ciências Políticas, MBA Gestão Empresarial, Especialista em Direito Ambiental, advogada, professora, Membro da Comissão de Direito Ambiental e Agrário da OAB/AC

INTRODUÇÃO

Vive-se numa sociedade que privilegia o consumo inconsciente, sem valor e que destaca o ter em detrimento do ser. Esse sistema de consumismo favorece a perda da identidade e coloca o ser como cópia incompleta de um modelo irreal, utópico e repleto de ego, características que acentuam a ideia de não reconhecimento, não pertencimento do indivíduo, lhes retirando a sua singularidade e os colocando como cópias de um modelo que descaracteriza o ser humano.

O consumismo vem trazendo com o tempo, a degradação ambiental, o empobrecimento moral e o desequilíbrio emocional das pessoas. A falsa ideia de realização decorrente do consumo traz um grande vazio emocional, o que compromete mais ainda a qualidade de vida dos indivíduos. Estabelecendo ideais de felicidade e realização pessoal advindos do consumo de bens materiais e imateriais (por exemplo: informação e conhecimento).

O caminho percorrido pelo capitalismo vem causando grande desequilíbrio, que não se restringe a seara ambiental, há uma quebra de valores que tornaram o homem muito mais acessível as mazelas sociais. Ademais, destaca o endividamento e a criação de produtos frágeis e de fácil troca, o que estimula o consumo e o consequente aumento de rejeitos ambientais e endividamento social.

O presente artigo busca apresentar uma discussão sobre o consumismo inconsciente e o quanto ele ocasiona um desequilíbrio emocional, ambiental e social. Alerta-se quanto aos impactos ocasionados pelo consumismo na sociedade e para a pessoa, apresentando-se alguns conceitos de felicidade diversos do que propagados pelo capitalismo e que foi deturpado.

A metodologia utilizada foram os métodos indutivos na fase de investigação e no relatório da pesquisa e na fase de tratamento de dados o método cartesiano. As técnicas de pesquisa foram a documental e pesquisa bibliográfica.

1 – A SOCIEDADE DE CONSUMO: UM LEGADO DE FALÊNCIAS

A Revolução Industrial teve seu início no século XVIII, na Inglaterra, tendo como características a produção em larga escala, a redução de custos, o incentivo ao consumo

desenfreado como motivador dos desejos humanos, deixando de priorizar a sobrevivência em prol da liberdade de escolhas dos bens de consumo.

Também priorizou a maximização do lucro pelos produtores, segundo a teoria econômica neoclássica, sendo esta a cultura do consumismo a base da economia capitalista. Com a expansão da atividade industrial, o consumo se tornou a principal força movedora da sociedade do capital, tendo sido potencializada ao longo dos anos, com denominação de hiperconsumo, porquanto não estabeleceu limites e nem estabeleceu um consumo consciente.

Assim, criaram-se cidadãos insaciáveis e sedentos de mais objetos de consumo, que são ambiciosos pela satisfação dos seus desejos e anseios e que não observam a limitação das reservas naturais e as implicações do seu consumo exacerbado ao meio ambiente.

Esse novo modo de consumo, aliado a um modelo social criado desde a Revolução Industrial, criou novos mercados de consumo, novos consumidores e um novo conceito de consumo que prioriza o ter ao ser.

Houve também a mudança de paradigmas referente ao perfil de consumo, tendo-se a ideia de quanto mais consumo mais sucesso, se ampliou o consumo, o que por consequência interviu diretamente e indiretamente no aumento do uso de bens naturais para a fabricação de objetos de consumo, no aumento da degradação ambiental e dos danos ecológicos.

Antes as necessidades humanas determinavam o que deveria ser produzido, agora, o que se produz determina as “necessidades” da sociedade. Os bens de consumo demarcam e representam a qualidade da pessoa, sendo um modelo de legitimação da pessoa pela sociedade.

Com o tempo, o centro do consumo não se restringiu ao produto ou objeto, mas expandiu para o indivíduo.

Bauman destaca em seu livro *Vida para consumo*: a transformação das pessoas em mercadoria, que as coisas não são os únicos bens de consumo, o próprio indivíduo passou a ser compreendido como mercadoria. Essa transição presente na atualidade, caracteriza a sociedade de produtores ou fase sólida, aquela vivenciada pela antiga sociedade. Essa sociedade tinha valores focados nos desejos ligados a durabilidade, segurança e rotinização dos comportamentos individuais. (BAUMAN, 2008)

A fase líquida, também identificada por sociedade de consumidores e consumismo é caracterizada como uma sociedade de consumidores que possuem valores diversos que focam nos desejos crescentes, no tempo pontilhistas (fragmentado e pulverizado repleto de rupturas, com diversos “instantes eternos), na irracionalidade dos seus agentes. Sendo cada vez mais crescente o estímulo excessivo das emoções consumistas e sem o cultivo da razão. Há a criação de um sistema que ocasiona a falência do ser, porque tem na sua base a prevalência do ter.

Nessa sociedade destacada por Bauman o que garante as relações de poder não é mais o capital, a propriedade e nem as relações de trabalho, mas o ato de consumo. “É preciso primeiro se tornar uma mercadoria para ter uma chance razoável de exercer os direitos e cumprir os deveres de um consumidor”. (BAUMAN, 2008, p. 89)

O consumo passou a ser protagonista social, colocando o indivíduo na condição de coadjuvante. O ter passou a ter mais importância que o ser e por consequência, dentre tantas outras, vem causando grandes desequilíbrios emocionais aos indivíduos, o aumento da sua desconexão com o Meio Ambiente e a redução da consciência ambiental.

Além de afastar e desconectar o homem da sua origem natural, dos seus saberes ancestrais, dos seus costumes que destacavam uma relação mais próxima e conectada com a natureza e com os seus elementos, o consumismo também vem retirando do homem o reconhecimento da importância da natureza para a preservação da vida humana. Além de incentivar a concepção de que o homem está acima da natureza e não ser parte dela, o colocando como superior e possuidor dos bens naturais sem respeito e compromisso com a sua preservação.

Ademais, o Estado e a economia se tornaram reféns desse mercado que estimula e usa da persuasão para ter um maior número de consumidores e, assim, continuar a dominar a economia. Uma simbiose que degrada e vicia.

Maria Cláudia da Silva Souza no artigo intitulado Sociedade de Consumo e o Consumismo: desafios da contemporaneidade, destaca:

Além disso, essa perda do contato do homem com a natureza e o apoio das instituições na continuação da cultura do consumo fez com que os homens acreditassem ser senhores de si, independentes e alheios aos demais e ao ambiente a sua volta. É possível notar que não há real existência de “um universo no qual predomina a autonomia de escolha e a soberania do consumidor” como preconizam as propagandas e os vendedores. (SOUZA, 2019, p. 54)

O consumismo capitalista dentre outras concepções estabeleceu uma ideia deturpada de felicidade, onde vincula o consumismo a felicidade. O que pode ser compreendido como uma grande ilusão criada pelo mercado do capital, com o intuito de estimular o consumo inconsciente e exacerbado. Criando dessa forma, uma sociedade alheia a sua natureza e a essência da felicidade, posto que, escraviza indivíduos ao conceito do ter para ser feliz.

Bauman apresenta em sua obra a Arte da vida um novo conceito de felicidade a partir dessa sociedade de consumo, destaca que essa busca da felicidade humana não tende a se findar, porque é estimulada constantemente, com base em novos modelos de consumo. (BAUMAN, 2009, p. 19)

Afirma, também, que a sociedade do consumismo criou uma crença que vincula a felicidade ao volume e a qualidade do consumo, descartando todo aquele que não possui condições de consumo. É a falsa ideia de que para ser é preciso ter. Igualmente, destaca:

Alterando sutilmente o sonho da felicidade - da visão de uma vida plena e satisfatória para a busca dos meios considerados necessários para que uma vida assim seja alcançada -, os mercados fazem com que essa busca nunca possa terminar. Seus alvos substituem uns aos outros a uma velocidade estonteante. Os que nela estão empenhados (e, evidentemente, seus zelosos treinadores e guias) entendem plenamente que, se a busca alcançar seu propósito declarado, os alvos perseguidos têm que cair em desuso rapidamente, perder o brilho, a atração e o poder de sedução, ser abandonados e substituídos (muitas vezes seguidas) por outros alvos, "novos e aperfeiçoados", destinados a sofrer destino semelhante. Imperceptivelmente, a visão da felicidade muda da antecipação da alegria pós-aquisição para o ato de compra que a precede - um ato transbordante de expectativa jubilosa; jubilosa de uma esperança ainda imaculada e intacta. (BAUMAN, 2009, p. 19)

A sociedade do consumo deturpou o sentido da felicidade aquela tão bem compreendida e destacada por diversos pensadores para admitir o consumo como meio para a obtenção da felicidade do indivíduo.

Segundo Epitecto, em a arte de viver a felicidade seria um verbo, sendo o “único objetivo que tem valor na vida. Nós a conquistamos deixando de lado as coisas que estão fora de nosso controle” (EPITECTO, 2006, p. 24).

São atos de valor, que fluem a partir das experiências humanas e que objetiva influenciar a vida. A felicidade está relacionada ao valor e ela não seria o fim mas a consequência. Aquela que teria utilidade para os outros, que não restringe a uma pessoa, pois tem uma abrangência maior e menos egoísta.

Epitecto fala que a “autêntica felicidade é sempre independente de condições externas. Pratique com o maior zelo a indiferença às condições externas. Sua felicidade só pode ser encontrada interiormente.” (EPITECTO, 2006, p. 30)

A satisfação vem dos nossos anseios e desejos internos, ligados a quem somos e o propósito que temos. Essa satisfação se firma na felicidade.

A felicidade humana se conquista quando não se busca, mas é alcançada, ela não é o objetivo, são instantes, não eufóricos, que se apresentam de forma homeopáticas e não permanente. Nesse contexto, a felicidade não se vincula ao ter, mas ao ser, aquele que se firma e se concretiza na experiência vivida e sentida, compreensão interna da vida vivenciada, compartilhada e conectada a natureza.

A felicidade segundo Sócrates tem seu valor. Sendo o homem, senhor soberano de si mesmo dotado de auto controle, mestre dos seus desejos, autossuficiente e não escravo destes

desejos, inclusive desejos materiais. Dessa forma, a felicidade não estaria vinculada a um objeto ou algo externo está vinculada ao ser, quem somos, os nossos valores e qual legado deixaremos para o outro, para a sociedade, logo o valor não é comercializado, tampouco vendido ou cambiado.

Quando se desvincula a felicidade do ter, traz um grande impacto no consumo, principalmente, na interferência que esse consumo faz na vida das pessoas, que por consequência reduzem o seu olhar para o materialismo e para a valorização do externo e passam a nutrir novos valores, internalizando os seus objetivos, foco e propósito.

Verifica-se que a felicidade vinculada ao consumo estimula o externo, descaracteriza conceitos, deturpa valores, desestimula a prática da ética e acentua o distanciamento da essência da natureza humana. Igualmente, fortalece a degradação ambiental e a insustentabilidade ambiental.

Os objetos de desejos também passaram por mudanças e se tornam cada vez mais voláteis. Segundo Bauman na fase sólida, os bens de consumo eram duráveis, desejáveis e resistentes ao consumo e traziam segurança para o futuro. Outrora, foram divulgados como essenciais pela visão do consumo e rapidamente deixaram esse status para serem descartados e logo substituídos. Cria-se, com essa prática, uma concepção de alegria com o fácil descarte, com a nova aquisição e com a fácil substituição. Criam-se sempre novos desejos, que são resolvidos com a aquisição de novos objetos de desejo, com pouca durabilidade. (BAUMAN, 2008)

Com essa prática tem-se a obsolescência programada ou obsolescência planejada, a obsolescência técnica e a obsolescência psicológica que além de incentivar o consumo ilimitado, foram criadas por produtores e fabricantes, para que houvesse um aumento do consumo, através da publicidade, que cria no indivíduo a necessidade ou o desejo de consumir; o aumento do crédito: que fornece meios financeiros para a pessoa ampliar o seu capital e, por consequência, ampliar suas condições de compra e a obsolescência programada que estabelece a grande produção de produtos que são criados para serem descartados, o que aumenta o consumo, a produção de rejeitos e a degradação ambiental. (LATOUCHE, 2009, p. 35)

Latouche destaca em seu livro *Pequeno Tratado do Decrescimento Sereno* sobre o uso da publicidade para ampliar o consumo:

A publicidade nos faz desejar o que não temos e desprezar aquilo de que já desfrutamos. Ela cria e recria a insatisfação e a tensão do desejo frustrado. (...) Esquecidos os bens de primeira necessidade, cada vez mais a demanda já não incide sobre bens de grande utilidade, e sim sobre bens de alta futilidade. Elemento essencial do círculo vicioso e suicida do crescimento sem limites, a publicidade, que constitui o segundo maior orçamento mundial depois da

indústria de armamentos, é incrivelmente voraz (...)” (LATOUCHE, 2009, p. 19)

Latouche como destacado acima também apresenta o aumento do crédito a fim de incentivar o consumo:

Por outro lado, o uso do dinheiro e do crédito, necessário para que aqueles cujos rendimentos não são suficientes possam consumir e para que os empresários possam investir se dispor do capital necessário, é um potente “ditador” de crescimento no Norte, mas também, de modo mais destrutivo e mais trágico, no Sul. Essa lógica “diabólica” do dinheiro que precisa sempre de mais dinheiro nada mais é do que a lógica do capital. Estamos diante daquilo a que Giorgio Ruffolo dá o belo nome de “terrorismo do interesse composto”. Seja com que nome o vistam para legitimá-lo, retorno sobre o patrimônio líquido (*return on equity*), valor para o acionista, seja qual for o meio de obtê-lo, comprimindo impiedosamente os custos (*cost killing, downsizing*), extorquindo uma legislação abusiva sobre a propriedade (patentes de seres vivos) ou construindo um monopólio (Microsoft), trata-se sempre do lucro, motor da economia de mercado e do capitalismo nas suas diversas mutações. Essa busca do lucro a qualquer preço se dá graças à expansão da produção-consumo e à compreensão dos custos. (LATOUCHE, 2009, p. 19)

Destacam-se três modalidades de obsolescência. A primeira, denominada obsolescência técnica é caracterizada pela perda da utilidade dos bens e equipamentos ocasionados pelo avanço técnico e tecnológico. Dessa forma, a indústria, com maior rapidez cria novos produtos com novos benefícios (tecnológicos) ao consumidor para estimular a troca, colocando o bem na condição de defasado.

Também tem-se a obsolescência psicológica ou obsolescência da desejabilidade, que estimula a troca de bens de consumo por outros que estão na moda, ou que se apresentem com uma nova apresentação, embalagem, publicidade e design. Que estimula a compra pela sazonalidade do bem, com a crescente e programada mudança de estilo.

A terceira modalidade, denominada de obsolescência programada cria defeitos artificiais nos produtos e bens objetivando que eles tenham uma menor durabilidade e, assim, o consumidor seja obrigado a adquirir novos modelos. Para Latouche “com a obsolescência programada, a sociedade de crescimento possui a arma absoluta do consumismo.” (LATOUCHE, 2009, p. 21)

O objetivo da obsolescência, independente da sua modalidade é de estimular, ampliar o consumo e fazer com que essa necessidade consumista seja mantida a fim de evitar a redução da compra desses objetos. Com a produção ilimitada de produto e o aumento desse consumo houve o aumento do uso de bens naturais para a produção desses produtos, houve o aumento da degradação ambiental, bem como houve o aumento dos resíduos ambientais.

A sociedade do agora em que novos desejos são satisfeitos com rapidez após a aquisição de novos bens de consumo não há apego, memória, não se constrói história,

tampouco, vínculos. É o retrocesso caminhando e fortalecendo uma sociedade do descarte, que também se estende ao descarte e descaso moral e social.

A facilidade do descarte implementado pelo consumo, vai na contramão das previsões apresentadas por estudiosos sobre a sustentabilidade porquanto estimula o consumo e o aumento dos resíduos ambientais ao invés de estimular o aproveitamento sustentável dos recursos naturais.

Esse descaso pode comprometer, inclusive a formação e o reconhecimento da identidade do indivíduo. A partir da concepção de que a identidade se constrói do reconhecimento da história do homem, da sua origem, da sua trajetória e do reconhecimento da sua ancestralidade, a sociedade do consumismo como se apresenta incentiva a formação de indivíduos sem identidade e propósito, que se vincula ao externo e pelo consumo por prazer e desequilíbrio.

Ademais, ressalta e fortalece a criação de bens de consumo que pouco ou nenhuma utilidade e qualidade possui, sendo criados com o intuito de alimentar o consumismo e a fábrica do ego. Bauman destaca:

Como não se pode saber com antecedência qual das ofertas será capaz de estimular o desejo de consumo, a única maneira de verificação passa pelas tentativas de acerto e erro, que custam caro. A produção contínua de novas ofertas e o volume sempre ascendente de bens oferecidos também são necessários para manter a velocidade da circulação de bens e reacender constantemente o desejo de substituí-los por outros, "novos e melhorados"; também são necessários para evitar que a insatisfação dos consumidores com um produto em particular se condense num despreço geral em relação ao próprio estilo consumista de vida. (BAUMAN, 2010, p. 36)

Nesse sentido, Bauman compara a sociedade atual a Leônia, a cidade invisível de Italo Calvino "mais do que pelas coisas que todos os dias são fabricadas vendidas compradas, a opulência ... se mede pelas coisas que todos os dias são jogadas fora para dar lugar a novas". A alegria de "livrar-se" de algo, o ato de descartar e jogar no lixo, esta é a verdadeira paixão do nosso mundo. (BAUMAN, 2010, p. 41)

Outrossim, Maria Cláudia acentua:

O problema, então, encontra-se na formação e nos princípios do indivíduo. Nos dias de hoje, os compradores consomem apenas com o intuito de satisfazer seus desejos e o mercado sabe que "o preço que o potencial consumidor em busca de satisfação está preparado para pagar pelas mercadorias em oferta dependerá da credibilidade dessa promessa e da intensidade desses desejos. (SOUZA, 2019, p. 56)

Bauman entende que essa sociedade se tornou um grande magazine que estimula o consumo com a mudança constante de produtos e com anúncios publicitários que são criados para doutrinar, suscitar novos desejos, "fisgar vontades" e estimular o consumo. Dessa forma,

a cultura líquido-moderna não incentiva o ser, mas cria clientes a serem seduzidos pelo mercado, que ressalta e privilegia o individualismo, o endividamento e o ego. Cria-se um novo sujeito dependente e manipulável pelo sistema. (BAUMAN, 2010, p. 36)

Colm Campbell apud Bauman esclarece sobre a capacidade de querer, desejar, ansiar por e particularmente de experimentar tais emoções repetidas vezes de fato passou a sustentar a economia do convívio humano.” (BAUMAN, 2010, p. 39)

A forma mercadoria penetra e transforma dimensões da vida social até então isentas de sua lógica, até o ponto em que a própria subjetividade se torna uma mercadoria a ser comprada e vendida no mercado, como a beleza, a limpeza, a sinceridade e a autonomia. (BAUMAN, 2010, p. 152)

Esse consumo em excesso que desnute as emoções humanas traz além do empobrecimento emocional também a degradação do meio ambiente e a modificação total e abrangente da vida humana. Impactos que para grande maioria da população planetária é desconhecido e que são potencializados pela ignorância social.

O problema da degradação ambiental e por consequência a extinção da raça humana, é um problema tão antigo quanto a humanidade, quanto mais se utiliza inconscientemente os recursos naturais, mais degradação ambiental e menor o tempo de existência do ser humano, posto que maior a quantidade de crises ecológicas. Dessa forma, para que haja uma mudança de comportamento social é necessário a mudança de pensamento. Edgar Morin, apresenta a consciência ecológica.

Segundo Alfredo Pena-Vega

“Essas mesmas crises nos revelam que o conjunto das interações entre os seres vivos no âmbito de um sítio geofísico corresponde a uma organização espontânea, com suas regulações próprias, que constituem um ecossistema. Por sua vez, os ecossistemas são englobados numa entidade de conjunto, auto-organizante- auto-regulado, que forma a biosfera. Por outro lado, a consciência ecológica subjacente à crise do meio-ambiente nos ensina que o desenvolvimento da ciência e da técnica (tecnociência), associado a um urbanismo incontrolado, ameaça não somente destruir toda a vida nos ecossistemas locais, mas, sobretudo, degradar a biosfera ameaçando a vida em si mesma, inclusive a vida humana, que faz parte da biosfera. A consciência ecológica nos ensina, ao mesmo tempo, que a ameaça mortífera é de natureza planetária e, neste sentido, “a consciência ecológica é uma componente da nova consciência planetária. É preciso dizer que a consciência não é determinada pela propriedade de algumas realidades externas universais: ao contrário, é necessário ultrapassar a aspiração a uma universalidade. O problema da consciência (ética da responsabilidade) supõe uma reforma das estruturas da própria consciência (auto-ética).” (PENA VEJA, 2003, p. 21)

Surge diante da gravidade das crises ambientais, a necessidade de se estabelecer uma mudança de pensamentos, a fim de “incorporar nas ciências do homem o conceito de vida e/ou, inversamente, uma ciência da ecologia capaz de integrar, em seu desenvolvimento reflexivo, uma nova abordagem à dimensão antro-po-social. (PENA-VEGA, 2003, p. 22)

É necessário a promoção de conhecimento que visa a conscientização humana, em que o homem se reconhece como parte de um todo, qual seja: a Terra e, portanto, tem responsabilidade com a sua sobrevivência e com a do Mundo. Neste contexto, não se pode fortalecer a individualidade mas contribuir com as questões de ordem global, em prol do coletivo, de todos.

Segundo Maria Claudia para que as pessoas tenham um consciência com relação ao consumismo, requer a presença da ética, por compreender ser parte da espécie humana que se completa com o acolhimento da Terra para com a vida e com a humanidade. (SOUZA, 2019, p. 93)

Considerando que esse modelo de consumismo, não tem condições de se sustentar, principalmente, pelas recorrentes crises ecológicas, que há muito tempo anunciam os desgastes e a excessiva degradação dos bens ambientais. A sociedade do consumismo tende a ruir, por não ser autossustentável e por potencializar a ocorrência das doenças emocionais.

Consequentemente, tanto a sociedade global, quanto os Estados, organizações governamentais, não governamentais e empresas transnacionais precisam buscar medidas alternativas a permitir a continuidade da vida humana no planeta Terra. Swaminathan, apud Sachs anuncia: “Uma nova forma de civilização, fundamentada no aproveitamento sustentável dos recursos renováveis, não é apenas possível, mas essencial.” (SACHS, 2009, p. 29)

Sachs em sua obra Caminhos para o desenvolvimento sustentável, ainda ressalta que: “a conservação da biodiversidade entra em cena a partir de uma longa e ampla reflexão sobre o futuro da humanidade. A biodiversidade necessita ser protegida para garantir o direito das futuras gerações.” (SACHS, 2009, p. 67)

Tem-se especial destaque a proteção do meio ambiente para as futuras gerações, um compromisso das presentes gerações é essencial para que as futuras possam experimentar uma vida digna e saudável. Há um compromisso e, principalmente, uma auto responsabilidade ambiental com o futuro do meio ambiente.

Em consonância com essa discussão tem-se o ecodesenvolvimento, como estratégia para a proteção de áreas ecologicamente importantes e acentua ser necessário o planejamento local e participativo, no nível micro, das autoridades locais, comunidades e associações de cidadãos envolvidos na proteção da área. (SACHS, 2009, p. 73)

Buscar medidas políticas sociais de controle ao consumismo exagerado, políticas econômicas para a preservação ambiental de forma sustentável, o reaproveitamento dos produtos não mais utilizados não são suficientes para a redução do consumismo. É

imprescindível uma quebra de paradigma quanto ao consumismo, a sociedade de consumo e a atuação do indivíduo nessa relação de consumismo.

Sobreleva destacar que a atuação do indivíduo é determinante para que a mudança ocorra na sociedade, principalmente na mudança dos valores do ser.

Essa mudança é necessária para que haja maior participação da sociedade e do homem, especialmente, na redução do seu consumo e no reconhecimento da importância do consumo consciente.

A quebra de paradigma está diretamente relacionada ao reconhecimento do ser como vital para o equilíbrio ecológico e para a melhoria da qualidade de vida do homem contemporâneo.

Claúdia apud Bauman assevera:

Bauman (2001) escolhe o “líquido” como metáfora para ilustrar o estado dessas mudanças: facilmente adaptáveis, fáceis de serem moldadas e capazes de manter suas propriedades originais. As formas de vida moderna, segundo ele, se assemelham pela vulnerabilidade e fluidez, incapazes de manter a mesma identidade por muito tempo, o que reforça esse estado temporário das relações sociais. (SOARES, 2018, p. 305)

O reconhecimento do ser traz como característica o fortalecimento da identidade e o acolhimento da diversidade e da singularidade. O acolhimento da singularidade como característica do indivíduo trará uma maior redução do consumo porquanto ela destaca a diversidade, a exclusividade e o inédito. Resgata saberes ancestrais, valoriza a manualidade, o reaproveitamento e a identidade tanto do criador quanto do bem produzido.

O ser com sua essencialidade e singularidade consome o que se coaduna com a sua história, com seus conceitos e identidade. Assim, os bens passam a ser exclusivos e únicos, de acordo com o perfil do consumidor. Tal condição descaracteriza o conceito atual do consumidor reconhecido e mapeado pelo consumismo capitalista.

O consumidor consciente busca saber a origem do produto que consome, quem o produziu, adquire pelo valor e não pelo preço, posto que reconhece a origem da produção. Esse consumidor sabe a importância da reutilização e adequa os bens que adquire ou possui a sua necessidade, trazendo um novo significado para o produto, não se vinculando a um padrão social ou modelo de consumo. Busca destacar a sua essência e valores e a expressa em diversas formas, inclusive nos produtos ou bens que consome e compra dentro da sua condição financeira, ou seja, não alimenta a indústria bancária, com o seu endividamento pessoal, tampouco fortalece a produção de bens não duráveis.

Esse consumidor consciente não passa a ter essa consciência de forma aleatória ou de repente, há um processo de conscientização emocional e também ecológica, que se firma com a educação.

Verifica-se que a política mercadológica, bem como a política bancária é tornar os cidadãos em sujeitos viciados em consumo e em crédito, a alternativa para a redução do consumismo é acolher o ser destacando a sua identidade e singularidade, incentivando a educação, a sustentabilidade, o autoconhecimento, e a compreensão do crédito fácil.

Segundo Latouche:

Haverá realmente quem acredite que um crescimento infinito é possível num planeta finito? Por certo - e muito infelizmente – nossa Terra não é um sistema fechado. Ela recebe a indispensável energia solar. Contudo, ainda que essa fosse consideravelmente mais bem utilizadas, a quantidade recebida é limitada e em nada muda a superfície disponível ou o estoque de matérias-primas. No entanto, há economistas que afirmam: “Enquanto o sol brilhar, não haverá limite ‘científico’ incontornável para o desenvolvimento da atividade econômica sobre a Terra, excetuando-se, naturalmente, as catástrofes ecológicas potencialmente desencadeadas pela própria atividade humana” E que daí tiram a consequência: “Nossa única chance de conseguir corrigir a tempo [os disfuncionamentos] é progredir ainda mais rapidamente na compreensão e no controle de nosso meio. Portanto, acentuar ainda mais a artificialização do mundo. Em certa medida, somente o crescimento permitirá oferecer-se o luxo do decrescimento. (LATOUCHE, 2009, p.23)

Bauman assevera em sua obra *Capitalismo Parasitário* que a sociedade não pensa a respeito do problema que o vício desencadeado pelo crédito tem causado, mas destaca que mesmo diante da desconexão social ainda dá tempo para refletir sobre esse sistema, suas consequências e, assim, buscar mudanças.

Outrossim, Bauman acentua:

Ainda não começamos a pensar seriamente sobre a sustentabilidade dessa nossa sociedade alimentada pelo consumo e pelo crédito. O "retorno à normalidade" prenuncia um retorno aos métodos equivocados e sempre potencialmente perigosos. São intenções que preocupam, pois sinalizam que nem as pessoas que dirigem as instituições financeiras nem os governos chegaram à raiz do problema em seus diagnósticos (e menos ainda em suas ações). (BAUMAN, 2010, p. 26)

Desta feita, é importante que se amplie a discussão e a conscientização dos indivíduos sobre a sustentabilidade, o consumo excessivo e as suas consequências para o indivíduo e também para o Meio Ambiente Global.

É sabido que a natureza, os bens ambientais e as reservas naturais são finitas e não suportarão por muito tempo a degradação ambiental que se amplia diariamente em todos os lugares do mundo.

Ademais, o indivíduo quando está em estado de inconsciência ambiental e emocional não consegue se ver como parte de um todo, denominado planeta Terra. Assim, também não se

acha responsável e, tampouco, compromissado em se questionar sobre a origem e o destino dos resíduos ocasionados pelo seu consumo. Também não há a preocupação com a redução dos danos ambientais que o consumo causa, tampouco, com a destinação sustentável dos resíduos. Não há auto responsabilidade ambiental.

Segundo Maria Cláudia no artigo intitulado Governança e Sustentabilidade – Desafios e Perspectivas

(...) a Sociedade deve sempre ter em mente que o foco do debate atual se relaciona com a própria preservação da existência humana no Planeta. “Em poucas palavras, o foco do debate sobre a sustentabilidade está na esperança de que a humanidade deixe de abreviar o prazo de sua inevitável extinção se souber cuidar da biocapacidade dos ecossistemas dos quais depende.” A qualidade de vida do ser humano e a própria existência da humanidade dependem necessariamente das adequadas condições proporcionadas pela natureza. Trata-se de uma simbiótica relação de interdependência. E mais: ninguém está imune das consequências e dos impactos decorrentes dos danos ao meio ambiente. (SOUZA, 2020, p. 85)

Resta evidente que a sobrevivência da raça humana e do Planeta depende da mudança de consciência humana, sendo a sustentabilidade um meio para que a regeneração ambiental seja possível. Por sua vez, o consumo consciente, aliado a educação ambiental e à compreensão sobre o pensamento da sustentabilidade pode ser um caminho a efetivação do desenvolvimento sustentável.

A preservação do planeta não parte do macro para o micro, ela vem do micro para o macro, ou seja, a real política de preservação ambiental global inicia com a conscientização do indivíduo e vai para o macro: Estados, Organizações governamentais, não governamentais, empresas transnacionais e sociedade. O processo contrário não tem obtido resultados efetivos na redução dos danos ambientais, por isso é tão importante priorizar o indivíduo, a educação e a sua conscientização.

Uma sociedade pautada e motivada pelo consumo excessivo tem causado danos que superam os danos ecológicos e que impactam direta e indiretamente na saúde emocional dos indivíduos. A necessidade pelo ter, em que se coloca o consumo como parâmetro de felicidade vem ocasionando no aumento de pessoas com transtornos emocionais e psicológicos. Além do endividamento financeiro, do aumento da degradação ambiental, na redução de ambientes naturais e na desconexão do homem com a natureza, que por consequência também ocasiona outros danos ao indivíduo e à sua saúde.

Diante disso, eis que imperiosa uma discussão abrangente sobre o comportamento social, a aplicação de novos pensamentos eco sustentáveis e a mudança nas ações dos consumidores a fim de se buscar um equilíbrio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade global capitalista que destaca o consumismo como padrão de felicidade não só mudou a concepção de consumo como também trouxe uma mudança de comportamentos e a criação de novos conceitos. Criou-se um sistema que gerou o vício do consumo, o endividamento social, o desequilíbrio emocional dos indivíduos e o aumento da degradação ambiental mundial.

A mudança desse paradigma em que o ter prevalece em detrimento do ser inicia com o indivíduo e precisa ser compreendido que não é o melhor caminho a ser percorrido pela sociedade global. Dessa forma, reconhecer que o consumismo ocasiona a falência do ser e o desequilíbrio do meio ambiente natural, comprometendo a existência das futuras gerações é um dos primeiros passos que a sociedade precisa dar.

Não tem como falar sobre sustentabilidade, proteção ambiental sem a redução do consumismo. Assim, discutir, conscientizar e educar é essencial para mudar este paradigma e semear as mudanças que se espera acontecer na mentalidade de cada indivíduo, na melhoria da humanidade quanto na sobrevivência da raça humana.

A mudança de ações sobre o consumismo também inicia pela educação, pela mudança de valores, pela conscientização do homem de que o consumismo não é a alternativa para a obtenção de uma vida saudável e feliz, mas representa a degradação do ser enquanto pessoa.

Compete ao homem compreender que as futuras gerações dependem de como se age no presente. Dessa forma, a reavaliação das práticas de consumo serão determinantes para a construção de um mundo mais sustentável e humano. É o momento de se questionar e fazer a mudança. Afinal, a sociedade contemporânea quer deixar um legado de falências emocionais e ambientais ou ser referência para criação de um novo mundo? Que caminho será escolhido? A resposta sempre nasce no ser humano e não no consumo, tampouco, na valorização do externo, do ter e na degradação ambiental.

O caminho é inverso, sendo necessário o reconhecimento da natureza como meio para se encontrar a simplicidade, o equilíbrio e consequentemente a felicidade. Não a estabelecida pelo consumismo, mas a que se coaduna com a essência humana, que é o ser natural, conectado ao ambiente natural e que dele depende direta e indiretamente.

Também pode ser compreendido como o caminho para a transformação de valores sociais, trazendo um novo conceito de sociedade, trazendo para o indivíduo uma maior responsabilidade com as futuras gerações e com o meio ambiente. Ademais, reconhece e fortalece a conexão da essência humana, qual seja, a que identifica o ser como parte do Todo,

da Natureza. Sendo este a melhor opção para a pacífica e equilibrada convivência social com o menor endividamento econômico e ecológico.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt, *Capitalismo parasitário e outros temas contemporâneos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. *A arte da Vida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. *Consumismo versus consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

LEFF, Enrique. *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

LATOCHE, Serge. *Pequeno tratado do decrescimento sereno*. Tradução Claudia Berliner. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

MONTENEGRO Duarte, André. *Estudo Teórico sobre valoração de Recursos Naturais e Serviços Ambientais*. IBAPE. Fortaleza –CE, 2006.

PENA VEGA, Alfredo. *O despertar ecológico: Edgar Morin e a ecologia complexa*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

REALE, Giovanni. Aristóteles. *História da filosofia grega e romana*. Tradução de Henrique C. L. Vaz e Marcelo Perine. Nova edição corrigida. São Paulo: Loyola, Vol. IV. 2007.

SACHS, Ignacy. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond. 2009.

SOUZA, Maria Claudia da Silva Antunes de. PASOLD, Cesar Luiz. *A Sociedade e os Riscos do Consumismo* REVISTA BONIJURIS I ANO 31 I EDIÇÃO 658 I JUN/JUL 2019.

SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de SOARES, J. S. *Sociedade de Consumo e o Consumismo: desafios da contemporaneidade In: Sociedade de Consumo e a Multidisciplinariedade da Sustentabilidade*. 1, v.1, p. 49-66, 2019.

SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de; CARDOSO, J. C. O.; BERNARDES NETO, N. *A (In)Sustentabilidade da Sociedade de Consumo: Educação como Caminho para o Consumo Consciente e Sustentável – do Consumismo ao Consumerismo* In: Governança e Sustentabilidade: desafios e perspectivas.01 ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020, v.01.

SOARES, Josemar S. SOUZA, Maria Claudia da Silva Antunes de. *Sociedade De Consumo e o Consumismo: Implicações Existenciais Na Dimensão Da Sustentabilidade*. Direito & Desenvolvimento João Pessoa, v. 9, n. 2, p. 303-318, ago./dez. 2018.

EPITECTO. A arte de viver. *O Manual clássico, da virtude, felicidade e sabedoria*. Rio de Janeiro: Ed. Sextante, 2006.