V ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI MONTEVIDÉU – URUGUAI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

MARCELO BENACCHIO

MARCOS LEITE GARCIA

GUSTAVO ARCE

Copyright © 2016 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

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

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP
Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:
Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches – UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)
Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF
Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDi
Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC
Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG
Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA
Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D598
Direito e sustentabilidade I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UdelaR/Unisinos/URI/UFSM / Univali/UPF/FURG;

Coordenadores: Marcelo Benacchio, Marcos Leite Garcia, Gustavo Arce – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-232-3
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Instituciones y desarrollo en la hora actual de América Latina.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Interncionais. 2. Direito e sustentabilidade. I. Encontro Internacional do CONPEDI (5. : 2016 : Montevidéu, URU).

CDU: 34

Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito
Florianópolis – Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

Universidad de la República
Montevideo – Uruguay
www.fder.edu.uy

V ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI MONTEVIDÉU – URUGUAI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

Apresentação

É com satisfação que apresentamos a coletânea de artigos debatidos no Grupo de Trabalho "Direito e Sustentabilidade I", por ocasião do V Congresso Internacional do CONPEDI, realizado na cidade de Montevidéu - Uruguai. Destacamos e elogiamos os esforços do CONPEDI em internacionalizar a pós-graduação stricto sensu em Direito brasileira. Ademais, certamente que é para nós motivo de orgulho poder colaborar em tão importante empreitada.

Os onze trabalhos apresentados no Grupo de Trabalho (GT) "Direito e Sustentabilidade I", com variados referenciais teóricos, foram, em nosso ver, o resultado de uma excelente seleção de artigos produzidos no âmbito dos Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito das diversas universidades envolvidas no referido Congresso Internacional.

O reconhecimento da qualidade desses textos que aqui divulgamos e entregamos à Comunidade Acadêmica não foi apenas dos próprios autores e assistentes ao GT, mas também e principalmente dos professores que compuseram a coordenação dos trabalhos e que assinam essa apresentação.

Tivemos o privilégio de testemunhar uma variedade de posicionamentos e controvérsias, mas dentro do quadro de respeito ao outro, uma vez todos tiveram uma postura gentil e digna que se espera de acadêmicos. O clima de cooperação, dignidade e respeito foi a marca do GT em questão. Assim, durante as discussões, críticas construtivas foram apresentadas e debatidas, o que somente vem sinalizar que os professores e alunos dos Programas envolvidos dignificam e ajudam na construção da qualidade científica da pós-graduação stricto sensu em Direito em nossas latitudes. E não temos dúvida de que o CONPEDI, aprendendo com erros e acertos de sua longa trajetória, tem atendido ao seu principal objetivo de desempenhar o papel fundamental de facilitador dos diversos diálogos de suma importância para a nossa atual sociedade.

Assim sendo, por último destacamos a atualidade e pertinência das pesquisas apresentadas, que perpassam por questões sociais, ambientais, consumeristas, de justiça ambiental e políticas públicas, entre outras, e que caracterizam-se em resumidas contas pela busca de uma sociedade mais justa, mais sustentável, e que seja pautada pela construção de um Direito

que realmente venha em um futuro breve diminuir os efeitos de nossas mazelas sociais e encontrar o caminho correto para solucionar as nossas urgentíssimas controvérsias ambientais.

Prof. Dr. Marcos Leite Garcia - Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI-SC- Brasil

Prof. Dr. Marcelo Benacchio - Universidade Nove de Julho - UNINOVE-SP- Brasil

Prof. Dr. Gustavo Arce - Universidad de la República - UDELAR - Uruguai

CONSUMO CONSCIENTE COMO MECANISMO DA SUSTENTABILIDADE

CONSCIOUS CONSUMPTION AS SUSTAINABILITY MECHANISM

Maria Claudia da Silva Antunes De Souza [1]
Camila Monteiro Santos Stohrer [2]

Resumo

A discussão apresentada encontra justificativa na grande quantidade de recursos naturais utilizados na manutenção dos padrões atuais de consumo, bem como a insustentabilidade do sistema a longo prazo. Pelo exposto, o presente artigo tem como objetivo discutir o consumo consciente como forma de fortalecimento da sustentabilidade. Para tanto, seu objeto contempla conceitos como sustentabilidade, sociedade de consumo e obsolescência programada, para, ao final, identificar o que pode ser considerado consumo consciente. O presente trabalho foi realizado com base no método indutivo, ativando-se as técnicas da revisão bibliográfica e do referente.

Palavras-chave: Consumo consciente, Obsolescência programada, Sustentabilidade

Abstract/Resumen/Résumé

The discussion presented is justified by the large amount of waste consumers produce every year, as well as by the exacerbated use of natural resources for the maintenance of current consumption patterns. Thus, the present article aims to discuss conscious consumption as a way of strengthening sustainability. Therefore, its object contemplates concepts such as sustainability, consumption society and planned obsolescence, in order to, finally, identify what can be considered conscious consumption. The present work used inductive method through bibliographical review and referent techniques.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Conscious consumption, Planned obsolescence, Sustainability

[1] Doutora e Mestre em Derecho Ambiental y de la Sostenibilidad pela Universidade de Alicante – Espanha. Professora no Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ciência Jurídica da UNIVALI.

[2] Doutoranda em Derecho Ambiental y de la Sostenibilidad pela Universidad de Alicante – Espanha. Mestre em Ciência Jurídica pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI..

INTRODUÇÃO

Consumir se tornou a atividade mais comum do homem contemporâneo. Diariamente, homens e mulheres se dirigem para seus trabalhos buscando capital para adquirir novos bens. A felicidade humana na cultura ocidental está baseada no consumo, e as atividades sociais como a visita a amigos e parentes têm perdido espaço para as idas a centros de compras.

O mercado de consumo tem apresentado alternativas ao que anteriormente se costumava buscar junto à comunidade em que o homem está inserido. Alimentar um animal de estimação, cuidar das crianças por um curto período de tempo ou mesmo auxiliar em um alguma festividade deixou de ser tarefa dos vizinhos e familiares, e hoje é apenas mais um serviço à disposição do consumidor.

Observa-se, portanto, que o consumo tem ocupado espaços que anteriormente eram preenchidos pelas relações de convivência, sendo utilizado para suprir a ansiedade que é suportada por muito. Não obstante, os padrões atuais de consumo, para além das implicações psicológicas, são altamente destrutivos do meio ambiente. Cada objeto adquirido - seja para guarnecer residências, garantir subsistência ou apenas dar prazer, - traz consigo uma alta carga de destruição, pois demanda grande quantidade de recursos naturais nas diversas fases de produção até a efetiva compra.

Doutra banda, os estudos acerca do conceito de sustentabilidade têm apresentado novas propostas para a economia, procurando fazer compreender a necessidade de novos paradigmas diante da finitude dos recursos naturais. Conforme preleciona Latouche (2009, p. XIV) "O crescimento infinito é incompatível com um mundo finito", o que **justifica** a urgência da discussão.

A crítica que se faz ao conceito de desenvolvimento sustentável e sua consequente transição ao conceito de sustentabilidade encontra fundamento justamente na necessidade de adequação das atividades econômicas aos valores outra latentes da sociedade humana. Faz-se necessário, portanto, desenvolver mecanismos que direcionem a conduta humana a uma maior solidariedade para com seus pares e com a natureza.

Destaca-se que um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável do Milênio (PNUD, 2016) é justamente assegurar padrões de produção e consumo sustentáveis, objetivando-se, até 2030, "[...] garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza".

Assim, o presente artigo tem como **tema central** o consumo consciente como mecanismo da sustentabilidade, posto que os padrões atuais de consumo vão de encontro aos postulados de uso racional dos recursos naturais, formulando-se o seguinte **problema de pesquisa**: o consumo consciente pode auxiliar no atingimento da sustentabilidade?

Objetiva-se com a presente pesquisa identificar os padrões atuais de consumo – com vistas a demonstrar os reais impactos da prática – e, posteriormente, indagar de uma modificação na postura dos consumidores poderia direcionar a economia ao caminho da sustentabilidade.

O artigo foi confeccionado mediante aplicação do **método indutivo**, acionando-se as técnicas do referente e da revisão bibliográfica (PASOLD, 2011).

1. A SOCIEDADE DE CONSUMO E SEUS PADRÕES

O crescimento econômico tem sido perseguido como o graal da sociedade contemporânea. O Produto Interno Bruto (PIB) dos países tem sido utilizado (de maneira ambientalmente equivocada) como forma de quantificar o sucesso de uma nação.

Entretanto, apesar de contabilizar o valor dos bens e serviços produzidos anualmente, o PIB deixa de fora preocupações alarmantes tais como as desigualdades na distribuição da riqueza e saúde das pessoas que residem no país. Como se não bastasse, o mesmo PIB desconsidera também os "verdadeiros custos ecológicos e sociais do crescimento" (Leonard, 2011, p. 17)

O crescimento com base na produção e esgotamento dos recursos não renováveis tais como os minerais e o petróleo, é outro ponto cego do PIB, observando-se, por exemplo, que "[...] caso a demanda de petróleo permaneça constante, o mundo terá que encontrar o equivalente a quatro Arábias Sauditas para manter a produção, e mais seis, se quiser manter o aumento esperado na demanda entre o presente e 2030." (Leonard, 2011, p.48- 58)

Para Serge Latouche (2009, p. XII), o crescimento perseguido pelas nações é a representação da sociedade de risco de Ulrich Beck (2013), posto que a sociedade atual estaria "[...]a bordo de um bólide sem piloto, sem marcha a ré e sem freio, que vai se arrebentar contra os limites do planeta", cuja economia tem como única finalidade o "crescimento pelo crescimento"(Latouche, 2009, p. XII - XIII).

A construção desta sociedade que existe para consumir, entretanto, se deve a alguns agentes importantes, dentre os quais se pode destacar os governos dos países. Adam Smith (2009) já

prelecionava que "o consumo é o único fim e objetivo de toda a produção", evidenciando a necessidade das nações de se voltarem à comercialização de seus produtos.

Tal premissa pode ser constatada principalmente em tempos de crise, quando é possível observar os governantes incentivando os cidadãos a comprar e manter a economia girando. Tal medida, inclusive, é tratada como exercício de patriotismo, como pontua Leonard (2011, p. 161): "No rastro da tragédia do 11 de setembro, o então presidente George W. Bush incluiu as compras entre as atividades que representavam 'repúdio máximo ao terrorismo'.[...] deixar de comprar significa frear a economia e ameaçar empregos; assim, comprar é patriótico, é nosso dever."

O surgimento deste pensamento, entretanto, deriva de fatores primordiais, pois, segundo Orr,

> *The emergence of the consumer society was neither inevitable nor accidental. Rather, it resulted from the convergence of a body of ideas that the earth is ours for the taking, the rise of modern capitalism, technological cleverness, and the extraordinary bounty of North America where the model of mass consumption first took root. More directly, our consumptive behavior is the result of seductive advertising, entrapment by easy credit, prices that do not tell the truth about the full costs of what we consume, ignorance about the hazardous content of much of what we consume, the breakdown of community, a disregard for the future, political corruption, and the atrophy of alternative means by which we might provision ourselves*.[1] (2002, p.174-175)

Assim, o crédito facilitado aliado a propagandas sedutoras e falta de informação a respeito dos impactos reais dos produtos adquiridos leva ao consumo pelo consumo, sem que o indivíduo reflita sobre as consequências de suas ações.

As empresas investem em *marketing* para seduzir o consumidor a realizar sua próxima compra. E caso o consumidor não ceda imediatamente aos apelos da propaganda, entra em cena a obsolescência programada, destinada a causar o desejo por um novo produto, seja por haver um modelo mais novo e atraente no mercado, seja porque o produto a ser substituído chegou ao fim de sua vida útil.

[1] O surgimento da sociedade de consumo não foi inevitável nem acidental. Pelo contrário, resultou da convergência de quatro forças: um conjunto de ideias que afirmam que a Terra existe para nosso usufruto; a ascensão do capitalismo moderno; a aptidão tecnológica; e o extraordinário acúmulo de riquezas pela América do Norte, onde o modelo de consumo massificado lançou raízes pela primeira vez. Mais diretamente, nosso comportamento consumista é resultado de propaganda sedutora, aprisionamento pelo crédito fácil, ignorância sobre as substâncias perigosas de muito do que consumimos, desintegração da comunidade, indiferença pelo futuro, corrupção política e atrofia de meios alternativos de subsistência.

A obsolescência programada é um motor que mantém a economia ativa, fazendo com que o fluxo de compras permaneça constante. Assim, uma vez que sempre existem novas e mais modernas opções de produtos no mercado, o consumidor termina por dar sua contribuição na manutenção da máquina econômica.

Entretanto, Latouche (2015, p. 15) explica que "*Délaisser un produit qui fonctionne encore pour l'achet d'um autre dont le consommateur n'a pas besoin dans l'immédiat ne represente, em règle générale, ni um gain ecólogique ni une diminuition de pollution*"[2], o que implica dizer que para o consumidor, à parte o momento de prazer proporcionado no instante da compra, não haverá maiores benefícios posteriores, tendo em vista que o consumo constante de produtos mantém o ritmo de produção acelerado e, consequentemente, sangra os recursos naturais. Logo, neste compasso de compras continuadas, o fornecedor é o verdadeiro contemplado.

Assombroso perceber que o mercado tenha tal influência sobre o consumidor. Todavia, deve-se observar que consumir causa no indivíduo um estado de euforia, de forma que até mesmo parte de sua ansiedade seja liberada. Tal sensação acarreta no vício pela sensação abstrata do prazer, e por consequência o indivíduo passa a adquirir cada vez mais produtos procurando manter seu estado de satisfação permanente. (Silva, 2014, p. 15). Neste sentido, os apelos da sociedade atual (pautada integralmente no consumo) são apenas um estímulo adicional à continuidade das compras.

Diante de tal cenário torna-se imperiosa a diferenciação entre consumo e consumismo. Enquanto o primeiro pressupõe tão somente a satisfação das necessidades humanas, o segundo toma lugar quando o ato da compra se limita à obtenção do prazer de comprar, satisfazendo carências emocionais e sociais, e desconsiderando-se a necessidade ou mesmo a utilidade do bem adquirido. (Leonard, 2011, p.159)

Não obstante, ser uma sociedade pautada no consumismo não tem contribuído para a felicidade do homem. Ao contrário, Leonard pontua que os norte-americanos apresentaram os mais altos índices de satisfação e felicidade em 1957, época em que nem de longe se consumia tantos bens quanto na atualidade. E segue seu raciocínio, informando que "nesse ano, cerca de 35% das pessoas ouvidas se consideraram 'muito felizes', patamar jamais atingido novamente desde então", (2011, p. 163).

[2] Inutilizar um produto que ainda funciona para comprar um outro se que o consumidor não precise imediatamente não representa, em regra geral, nem um ganho ecológico nem uma diminuição da poluição.

Neste sentido, é possível destacar que os padrões de consumo suportados por grande parte da população mundial a tornaram extremamente materialista, e, ao contrário do prazer almejado pela prática do consumo, os valores pautados apenas no materialismo acarretam "desde baixa satisfação e baixa felicidade com a vida até depressão, ansiedade e problemas físicos, como dores de cabeça, distúrbios de personalidade, narcisismo e comportamento antissocial" (Kasser, 2003, p. 22).

Para Silva (2014), grande parte do problema reside no fato de que a sociedade atual prioriza o *ter* no lugar do *ser*:

> Enquanto a sociedade alicerçada no ser prioriza as pessoas, a embasada no ter tem como prioridade coisas que podem ser compradas por valores determinados pelo mercado. Infelizmente, a sociedade em que vivemos tem como senso comum vigente o modo ter de estabelecer suas regras e seus valores. Por essa razão, podemos denomina-la de sociedade consumista ou sociedade de produtos. (p. 14)

Kasser (2003, p. 26) leciona que, na realidade, para além das necessidades fisiológicas, é possível afirmar que o ser humano possui também necessidades psicológicas e que estas, quando não bem atendidas, podem levar ao consumo como forma de suprir a ausência. Neste sentido, o autor destaca que o homem se vê compelido a tomar decisões de consumo com base no que lhe é apresentado como modelo de sucesso:

> *Consumer societies also provide many role models suggesting that a high quality of life (i.e., need satisfaction) occurs when one has successfully attained material goals. Heroes and heroines of consumeristic cultures are on the whole wealthy, good-looking, and often famous. These are the people, we are told, who are successful, whose lives we should strive to imitate and emulate.*[3]

Apesar de seu importante impacto negativo no bem-estar psicológico dos indivíduos, o consumismo, infelizmente, tem se apresentado como o trivial na sociedade contemporânea, onde cada indivíduo consumista é transformado em esbanjador inconsequente, a ponto de considerar o desperdício como algo normal. (Silva, 2014, p. 15).

[3] As sociedades de consume também proporcionam muitos modelos sugerindo que uma alta qualidade de vida (satisfação da necessidade) ocorre quando alguém atingiu objetivos materiais com sucesso. Heróis e heroínas de culturas consumistas são ricos, de boa aparência e frequentemente famosos. Essas são as pessoas, nos dizem, que têm sucesso, cujas vidas deveríamos lutar para imitar e invejar.

E, diante do desperdício de recursos naturais que são empregados no modelo atual de produção, Leonard estende o debate e apresenta a ideia do superconsumismo, o qual ocorre quando "utilizamos recursos além dos necessários e dos que o planeta pode suprir, conforme ocorre nos Estados Unidos, é quando perdemos de vista aquilo que é importante na busca por Coisas. " (2011, p. 159)

Os impactos desse padrão insustentável de consumo podem ser percebidos quando são colocados em números, os quais são alarmantes e apresentam a dimensão dos efeitos do modelo de consumo sem consciência, como por exemplo as 800 milhões de toneladas de papel consumidas anualmente nos Estados Unidos (Leonard, 2011, p. 35), ou os 136 litros de água necessários à produção de uma única xícara de café, considerando-se todas as fases da produção até o consumo (Leonard, 2011, p. 41).

A organização Global Footprint Network afirma que, desde 1970, a humanidade vem utilizando mais recursos do que a Terra pode fornecer, o que termina por comprometer sua capacidade natural de regeneração. O conceito em questão é o da Pegada Ecológica, a qual é calculada tendo por base a quantidade de recursos utilizados pelo homem e o tempo necessário para que a natureza se recomponha.

Assim, desde 1986 a organização tem calculado o Dia do Débito Ecológico, que é quando o homem passa a consumir além das capacidades da Terra para aquele ano. No primeiro cômputo, a data foi 31 de dezembro. Em 2015, entretanto, a data foi 13 de agosto, demonstrando que ano a ano a humanidade vem exigindo cada vez mais da capacidade de regeneração da natureza. (Global Footprint Network, 2016).

Diante do exposto, verifica-se que os padrões atuais de consumo - pautados na crença de que o crescimento econômico contínuo é possível - são excessivos, e que, conforme se tratará no item subsequente, devem ser considerados insustentáveis, de forma que se faz primordial apresentar novas alternativas ecologicamente viáveis.

2. SUSTENTABILIDADE

Os primeiros lineamentos acerca da sustentabilidade surgem com a necessidade de ser diferenciada do conceito inicial de desenvolvimento sustentável, posto que "[...] a ideia de desenvolvimento sustentável atrai para si a sustentabilidade apenas quando ao crescimento

econômico, o que se apresenta como uma visão reducionista da pretensão verdadeira, qual seja a de criar um modo sustentável de vida." (Stohrer, 2015, p. 241)

O desenvolvimento sustentável, portanto, surge no panorama internacional com uma intenção de mudança quando, na década de 1970, observou-se que o modelo de crescimento econômico almejado pelas nações seria incompatível com a realidade dos recursos naturais em escala global.

Entretanto, os teóricos da sustentabilidade defendem que o crescimento econômico às expensas da natureza não é compatível com o conceito de sustentabilidade, porque "[...] o desenvolvimento de tipo capitalista, [...] sempre procura maximizar os lucros às expensas da natureza, criando grandes desigualdades sociais (injustiças)." (Boff, 2014, p. 35).

Capra (2005) critica o a força com a qual o conceito de desenvolvimento permitiu a rotulagem das pessoas e países:

> *The other extraordinary phenomenon is the categorization of the entire world into a single dimension. Countries and people are "developed," or they are "developing," or they are "underdeveloped." It's like a soccer league table, with the rich countries (first and foremost the United States) at the top, and the poor countries at the bottom. Never mind that 25 percent of children in the U.S. now live below the poverty level, that we spend more on prisons than on higher education, and that we are the only industrial country that has the death penalty. The huge diversity of human existence is concentrated into a single dimension called "development," which is very often measured simply in terms of income per capita. It is absolutely staggering that we, as intelligent people, living in this extraordinarily diverse world, have allowed such an intellectual construct to become so powerful.*[4]

Como Capra informa, o conceito de desenvolvimento é semanticamente pequeno diante de todas as esferas de atuação humana, sendo necessária a transição para que o conceito de sustentabilidade seja de fato o fim almejado pelo ser humano.

[4] O outro fenômeno extraordinário é a categorização do mundo inteiro emu ma única dimensão. Países e pessoas são "desenvolvidos", ou estão "se desenvolvendo" ou são "subdesenvolvidos". É como uma tabela de liga de futebol, com os países ricos (primeiro e mais importante, os Estados Unidos) no topo, e os países pobres no fim. Não importa que 25 por cento de crianças nos EUA agora vivem abaixo da linha da pobreza, ou que nós gsatamos mais em prisões que em educação superior, e que nós somos o único país industrial que tem pena de morte. A enorme diversidade da existência humana é concentrada em uma única dimensão chamada "desenvolvimento", o qual é muito frequentemente medido em termos de renda per capita. É absolutamente surpreendente que nós, como pessoas inteligentes, vivendo em um mundo extraordinariamente diverso, permitidos tal construção intelectual se tornar tão poderosa.

Destaca-se que a dissociação da palavra desenvolvimento do conceito de sustentabilidade encontra fundamento na necessidade de igualar os níveis da sociedade e não permitir que a economia tenha destaque sobre as demais vertentes que compõem a sustentabilidade em si. (Bodnar, 2012, p. 36)

Neste sentido,

> a Sustentabilidade consiste no pensamento de capacitação global para a preservação da vida humana equilibrada, consequentemente, da proteção ambiental, mas não só isso, também da extinção ou diminuição de outras mazelas sociais que agem contrárias a esperança do retardamento da sobrevivência do homem na Terra. (Souza, 2014, p. 172)

Por intermédio do desenvolvimento de sua teoria sistêmica, Capra (2012) discute a posição do homem como parte da natureza, e não seu senhor, o que implica numa mudança do paradigma de utilização dos recursos naturais.

Para Souza (2014, p. 176),

> O direito de Sustentabilidade é um direito pensado em termos de espécies e em termos de resolução de problemas globais. Ele traz em si a estrutura clássica dos ordenamentos jurídicos, sociais, econômicos e ambientais, que são característicos de estados soberanos, mas claramente vai além desse âmbito. Sua vocação é fornecer soluções que sirvam a todos, independentemente de onde eles são ou de onde eles nasceram. Tem por objetivo proporcionar esperança de um futuro melhor para sociedade em geral.

Segundo Nalini (2015, p. 175), "A sustentabilidade importa em transformação social, sendo conceito integrador e unificante. Propõe a celebração da unidade homem/natureza, na origem e no destino comum e significa um novo paradigma."

Callenbach (2006) pontua que para que a sociedade possa pôr em prática o conceito de sustentabilidade é necessário que os valores comunitários sejam resgatados, posto que o senso de pertencimento e igualdade é o primeiro despertar para o aflorar da consciência ambiental.

Assim, o progresso que se busca por intermédio do desenvolvimento sustentável seria alcançado de maneira adequada se os recursos naturais fossem geridos como a economia doméstica, não se devendo "exaurir sem reposição e sem pensar no amanhã." (Nalini, 2015, p. 175)

Tal é o conceito que fundamenta, inclusive, o Princípio da Solidariedade Intergeracional, o qual está positivado na Constituição Federal de 1988 (Brasil, 1988), e dispõe que o meio ambiente

ecologicamente equilibrado é direito de todos e deve ser preservado para as presentes e futuras gerações.

Neste sentido, observa-se verdadeiro alinhamento dos Princípios da Solidariedade Intergeracional e do Desenvolvimento Sustentável, visto que ambos consideram como essencial a relevância da manutenção da qualidade de vida no planeta.

Não obstante, a fim de que as futuras gerações tenham acesso à mesma quantidade e à mesma qualidade de recursos naturais que a geração atual, o conceito de proteção ambiental deve ser expandido de forma a contemplar, além dos recursos naturais, a vida nas cidades e as atividades na sociedade, posto que a qualidade de vida perpassa por estes aspectos também.

Portanto, as dimensões da sustentabilidade visam ao amadurecimento da sociedade global no uso responsável dos recursos naturais, seja de forma a garantir o acesso equânime aos recursos por todos os habitantes do planeta (dimensão social), pelo uso consciente das fontes de energia nos processos produtivos (econômica), e pela garantia da proteção do sistema planetário (ambiental). (Souza, 2014, p. 178).

Diante da dimensão ambiental da sustentabilidade, é possível afirmar que existem limites ecológicos ao progresso econômico, visto que "Só existe economia porque a ecologia lhe dá suporte. A ecologia permite o desenvolvimento da economia. A exaustão da primeira reverterá em desaparecimento da segunda." (Nalini, 2015, p. 178)

Assim, discutir a sustentabilidade é ir além das questões econômicas, observando-se o conjunto de impactos produzidos pela atual sociedade global. Neste sentido, é primordial a compreensão de que a Terra é um planeta com recursos finitos, e que a natureza necessita de tempo para se recompor e voltar a prover os frutos de nossa subsistência.

Ademais, um dos desafios da implementação do ideal da sustentabilidade é justamente promover maior integração e uniformização entre o padrão de vida dos povos, posto que a injustiça e a desigualdade sociais são incompatíveis com as premissas de um planeta mais sustentável.

Não obstante, é possível integrar às dimensões da sustentabilidade o fator psicológico, posto que o ser humano é o "[...] agente promotor de comportamentos sociais e de responsabilidade individual pelo meio ambiente" (Paulista *et al*, 2008). Neste sentido, concentrar parte dos esforços nos motivos da tomada de decisão seria uma atitude importante na consecução da sustentabilidade.

Diante deste cenário, retomando-se a discussão apresentada no primeiro item do presente trabalho, é importante alinhar os padrões de consumo dos países desenvolvidos às necessidades

globais, posto que aqueles consomem muito além de suas primordialidades, e contribuem para a escassez de recursos nos países em que o consumo não ocorre da mesma forma.

Pelo exposto, passa-se a discutir o consumo consciente como possível instrumento de implementação do conceito de sustentabilidade ora apresentado.

3. O CONSUMO CONSCIENTE COMO MECANISMO DA SUSTENTABILIDADE

Compreender as implicações ambientais do consumo praticado é o primeiro passo do consumidor em direção a sua libertação das amarras do consumismo. A fim de que possa, de fato, tomar decisões conscientes a respeito de suas aquisições, o indivíduo precisa conhecer a maneira pela qual seus bens foram produzidos.

É cediço que o dinheiro direciona as aspirações da atual sociedade. Entretanto, para além da manutenção dos empregos e do poder aquisitivo das pessoas, é primordial entender que não haverá planeta para gastar o dinheiro se o padrão acelerado de produção e consumo se mantiver.

Neste sentido, tem-se que o consumo consciente deve ser a consequência da racionalização a respeito da perpetuação da vida no planeta, nela compreendida a vida humana, mas também a coexistência dos milhares de espécies que compõem a natureza.

Pela teoria sistêmica de Capra, não há que se falar em impacto ambiental localizado, visto que os danos ambientais não respeitam fronteiras, e, de algum modo, acabarão por afetar a qualidade ambiental que é direito de todos os habitantes do planeta.

Por este motivo, colhe-se dos ensinamentos de Nalini que "O momento é de frear o consumo e de simplificar a existência. Isso é postura ética. A análise de mercado não pode substituir a ética. " (2015, p. 176)

A ética conduz ao sendo se pertencimento que falta ao ser humano quando se identifica apenas como consumidor. Não é ético ao homem que desconsidere as impactos diretos e indiretos de seu padrão insustentável de consumir, posto que vai frequentemente além de suas necessidades na simples busca pelo prazer e reconhecimento de possuir.

Pensar a sustentabilidade e sua consequente consecução por intermédio do consumo consciente requer do homem o senso de pertencimento à natureza há muito adormecido. Para Boff (2014, p.93), "[...] a crise social e ecológica atual se deve a esta carência dolorosa e, por vezes, criminosa, do cuidado essencial. Sem cuidado, já dizia o mito antigo, nenhum ser vivo sobrevive."

O cuidar, portanto, surge da conscientização de que a aquisição de bens materiais deve ser um meio de subsistência, e não um fim em si mesmo.

Deste raciocínio advém o conceito do consumo consciente, o qual "[...]nasce da mudança de atitude dos consumidores e da sociedade em geral, que, ao invés de continuarem agindo dentro de uma ótica consumerista, que se caracteriza por um consumo desregrado, passam para um consumo necessário, sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações vindouras" (Pereira *et al*, 2012, p. 68).

O despertar da consciência para o consumo, portanto, decorre inicialmente do devido acesso às informações concernentes aos produtos passíveis de aquisição. O Ministério do Meio Ambiente pontua que o consumidor consciente é aquele que "[...] leva em conta, ao escolher os produtos que compra, o meio ambiente, a saúde humana e animal, as relações justas de trabalho, além de questões como preço e marca."(2016).

Assim, a primeira atitude para tornar-se um consumidor consciente é simplesmente conhecer a origem e a forma de produção dos bens que pretende adquirir:

> [...]é necessário que o consumidor tenha acesso à informação referente às atividades corporativas, para que possa exercer melhor o seu poder de escolha e preferir as empresas socialmente responsáveis e comprometidas com a preservação do meio ambiente. Algumas atitudes são importantes para isso, como dar preferência a produtos de empresas que tem uma clara preocupação com o meio ambiente, não compactuar com a ilegalidade, não consumir de forma a prejudicar as gerações futuras, dar preferência às empresas que não exploram o trabalho infantil [...] saber identificar as empresas que são éticas em seu relacionamento com os consumidores, os trabalhadores, os fornecedores, a sociedade e o Poder Público... (Pereira *et al*, 2012, p. 68).

É de suma importância destacar também a necessidade de diferenciação entre o consumo consciente e o consumo verde, posto que o segundo se refere a atividades como produção eficiente, compras "verdes" e a reciclagem. Por outro lado, o consumo consciente ou sustentável se apresenta como uma apresentação holística, envolvendo e chamando à reponsabilidade não apenas o governo e os produtores, mas também os consumidores, de forma a reduzir o consumo dos recursos naturais. [5](Park, 2014).

[5] "Green consumerism" addresses activities like efficient production, green purchasing behavior, and recycling. On the other hand, "sustainable consumerism" is a holistic approach to achieving sustainable development where consumers,

A informação é essencial, inclusive, para combater a obsolescência programada, que é um dos maiores vilões da sustentabilidade. Ainda que conheça os mecanismos do mercado para a sedução da compra, o consumidor pode se ver compelido a comprar diante do fim da vida útil de um produto. Diante desse cenário, é essencial que o consumidor conheça as práticas das empresas principalmente no que tange o reparo dos produtos que por ventura apresentarem problemas, bem como a existência de peças de reposição no mercado.

Outra estratégia obsolescente é a venda do ideal verde vinculado a um produto. Em tempos de crise energética, por exemplo, é comum a propaganda apelar ao senso ecológico do consumidor, levando-o a adquirir um novo modelo de veículo sob a alegação de que o novo produzirá menos impactos ambientais que o veículo antigo por ele utilizado.

Entretanto, Latouche destaca que "*Pour compenser le gaspillage éergétique que représent la mise à la casse d'une vieille voiture par exemple, il faudrait conserver le nouveau modele durant des décennies*"[6] (2015, p. 15). Não obstante, dificilmente um consumidor passará décadas com o mesmo veículo, o que implica dizer que verdadeiramente estará prejudicando o meio ambiente com sua nova aquisição no lugar de tomar uma decisão consciente de compra como objetivava.

Nesta toada, ser um consumidor consciente demanda uma mudança de mentalidade, no sentido de resistir à obsolescência programada e aos demais apelos do mercado para adquirir apenas aquilo que é necessário a sua sobrevivência e bem-estar.

Tal mudança de mentalidade perpassa por caminhos que contemplam a exigência, pelo consumidor, de alternativas à aquisição de produtos novos. Estas alternativas, entretanto, devem partir de inciativas diretas do consumidor também, como a busca por produtos seminovos, a criação de grupos de apoio na obtenção de peças de reposição e na troca de experiências a respeito de seu consumo. (Latouche, 2015)

Diante do exposto, verifica-se que o atingimento da sustentabilidade planetária pode ser obtido por intermédio do consumo consciente, principalmente porque, conforme se explanou no decorrer do presente trabalho, o consumo é o objetivo final de toda a atividade produtiva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

producers, and government share the responsibilities to consume less in order to reduce the pressure on natural resources.

[6] Para compensar o gasto energético que representa o descarte de um veículo velho por exemplo, seria necessário conservar o modelo novo durante décadas.

O despertar da consciência para a realidade atual da sociedade mundial é o primeiro passo no caminho em direção à sustentabilidade. Uma vez que todos os seres vivos são parte do grande sistema que é o planeta Terra, a perpetuação do homem no planeta depende fortemente da diminuição da pegada ecológica global, a qual já ultrapassa a capacidade da natureza de recomposição.

Sabe-se que nenhum organismo individual sobrevive isoladamente, e que todas as ações praticadas contra a natureza impactarão à vida de todos, causadores ou não da degradação dos recursos naturais.

Por este motivo, o conceito de sustentabilidade deverá necessariamente contemplar ideais como os de igualdade e justiça social, não sendo possível discutir isoladamente um desenvolvimento econômico sustentável.

Não obstante, o ser humano adulto encontra profunda dificuldade no desenvolvimento do senso de biofilia, o qual é conceituado como "[...] o sentimento de espanto e a afinidade com a natureza" (Calllenbach, 2006). Tal sentimento carece de maior atenção pelos especialistas, posto que a mudança no comportamento humano deve partir de sua conscientização a respeito da finitude dos recursos naturais, bem como da importância de todos os seres vivos para a manutenção do grande sistema planetário.

Ser incapaz de ver-se como parte do todo enrijeceu os corações humanos, e os tornou insensíveis aos valores comunitários, tendo o transformado consumidor ávido e também produto, posto que seu consumo exacerbado lhe garante o *status* conferido pela sociedade.

Tal consumismo, por sua vez, acarreta em forte impacto no meio ambiente natural, principalmente porque se deixa de consumir para satisfazer as necessidades, e se passa a consumir para suprir carências emocionais e sociais.

Diante deste cenário, tem-se que o atual padrão de produção e consumo vivenciado pela sociedade global vai de encontro aos ideais de sustentabilidade almejados para a manutenção da vida no planeta.

O presente trabalho, portanto, teve como problemática de pesquisa a indagação acerca da possibilidade de o consumo consciente ser um instrumento da sustentabilidade.

No decorrer da pesquisa constatou-se que o consumo consciente alerta o consumidor para o fato de que, muitas vezes, suas compras não são oriundas de suas necessidades, sendo ocasionadas tão somente pelas estratégias do mercado para mantê-lo consumindo.

Logo, o consumidor consciente deve ter acesso às informações a respeito da produção e duração dos produtos adquiridos, para poder individualmente formar seu convencimento acerca da aquisição ou não de determinado bem ou serviço.

Não obstante, o consumo consciente deve transcender a questão da informação, de forma que o próprio consumidor desenvolva alternativas para evitar as compras sem sentido, seja reparando os bens que já possui, seja adquirindo bens que já não servem a outra pessoa.

Neste sentido, o consumo consciente pode vir a ser um grande instrumento da sustentabilidade se ocorrer de forma a de fato diminuir o consumo, posto que apenas uma diminuição considerável no consumo acarretará na mudança de postura da economia.

REFERÊNCIAS DAS FONTES CITADAS

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Quem é o consumidor consciente?** Disponível em http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/quem-e-o-consumidor-consciente Acesso em maio de 2016.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade**: o que é - o que não é. Petrópolis: Editora Vozes, 2012.

CALLENBACH, Ernest. **Valores.** *In*: CAPRA, Fritjof *et al*. Alfabetização Ecológica: A educação das crianças para um mundo sustentável. São Paulo, Cultrix, 2006.

CAPRA, Fritjof. **Development and Sustainability.** *In:* Center for Ecoliteracy. Disponível em http://www.flowman.nl/capradevelopmentandsustainability.pdf Acesso em junho de 2016.

CAPRA, Fritjof. **Falando a linguagem da natureza: princípios da sustentabilidade.** *In*: CAPRA, Fritjof *et al*. Alfabetização Ecológica: A educação das crianças para um mundo sustentável. São Paulo, Cultrix, 2006.

CAPRA, Fritojof. **Teia da Vida**. Uma Compreensão Científica dos Sistemas Vivos.13 ed. São Paulo: Editora Pensamento- Cultrix Ltda, 2012.

GLOBAL FOOTPRINT NETWORK. **Earth Overshoot Day.** Disponível em http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/earth_overshoot_day/ Acesso em maio de 2016.

KASSER, Tim. **The high price of materialism**. Boston: MIT Press, 2003.

LATOUCHE, Serge. **Pequeno Tratado do Decrescimento Econômico**. Trad. Cláudia Berliner. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

LATOUCHE, Serge. **Bon Pour la Casse**: Les Déraisons de l' Obsolescence Programmé. France: Les Liens qui Libèren, 2015.

LEONARD, Annie. **A História das Coisas**: Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos. Jorge Zahar Editor Ltda: Rio de Janeiro, 2011.

ORR, David. **The Ecology of Giving and Consuming.** In: The nature of design: ecology, culture, and human intention. New York: Oxford University Press, 2002.

NALINI, José Renato. **Ética Ambiental.** 4 ed. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

PASOLD, Cesar Luiz. **Metodologia da pesquisa jurídica:** teoria e prática. 11 ed. Florianópolis: Conceito Editorial; Millennium Editora, 2008.SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes Consumistas:** do consumismo à compulsão por compras. São Paulo: Editora Principium, 2014.

SOUZA, Maria Cláudia Antunes de. **20 Anos de Sustentabilidade: Reflexões Sobre Avanços e Desafios**. Revista da Unifebe (Online) 2012; 11 (dez):239-252

STOHRER, Camila Monteiro Santos; PIENIZ, Lisiane Ferreira. **Consumo e resíduos eletroeletrônicos: a logística reversa como instrumento do desenvolvimento sustentável.** Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.10, n.1, edição especial de 2015. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica Acesso em maio de 2016.

PARK, Jong Tae. **Are we heading toward conscious consumption?** *In*: Yale Environmental Review. Disponível em http://environment.yale.edu/yer/article/are-we-heading-toward-conscious-consumption-#gsc.tab=0 Acesso em maio de 2016.

PAULISTA, Geralda; VARVAKIS, Gregório; MONTIBELLER-FILHO, Gilberto. **Espaço emocional e indicadores de sustentabilidade**. In: Ambiente & Sociedade Campinas v. XI, n. 1 p. 185-200 jan.-jun. 2008.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. **A sustentabilidade numa sociedade hiperconsumista.** In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogério da. Consumo e sustentabilidade. Passo Fundo: Editora Universidade de Passo Fundo, 2012.