XXV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - BRASÍLIA/DF

DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

CLEIDE CALGARO

ELCIO NACUR REZENDE

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

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. 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 II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UnB/UCB/IDP/UDF;
Coordenadores: Cleide Calgaro, Elcio Nacur Rezende – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-162-3
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: DIREITO E DESIGUALDADES: Diagnósticos e Perspectivas para um Brasil Justo.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Sustentabilidade. I. Encontro Nacional do CONPEDI (25. : 2016 : Brasília, DF).

CDU: 34

CONPEDI
Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito

Florianópolis – Santa Catarina – SC
www.conpedi.org.br

XXV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - BRASÍLIA/DF

DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

Apresentação

É com satisfação que se apresenta a sociedade brasileira a coletânea de artigos selecionados, para a exposição oral e debates no Grupo de Trabalho "Direito e Sustentabilidade II", realizado no XXV Congresso Nacional do CONPEDI, ocorrido nos dias 06 a 09 de julho de 2016, na cidade de Brasília – DF. Essa coletânea reúne pesquisadores de todas as regiões brasileiras, sendo estes de renomadas Universidades, tanto públicas como privadas que denotam o olhar crítico por meio de suas pesquisas científicas acerca de questões voltadas ao Direito e a Sustentabilidade.

Salienta-se que a qualidade dos temas apresentados em cada artigo, que é parte dessa coletânea, demonstram a importância do Direito Ambiental e da Sustentabilidade na sociedade contemporânea, verificando assim, os diversos problemas tanto sociais quanto ambientais existentes em nosso país e, como seria possível alcançar a sustentabilidade, seja ela local ou global. Esses problemas debatidos permitem que se viabilize possíveis soluções e metas para se alcançar uma sociedade melhor e mais solidária pautada na cooperação e na sustentabilidade.

O presente GT alicerça-se no estudo de pesquisas com temáticas fundamentais para a sociedade brasileira atual, cumpre-se, aqui brevemente mencioná-las: (i) “O ESTUDO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: O PENSAMENTO SISTÊMICO NA BUSCA DA EFETIVIDADE DO DIREITO FUNDAMENTAL DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA” realizado por Lucimara Deretti; (ii) “MERCANTILIZAÇÃO DA AMAZÔNIA – DIREITO E POLÍTICA EXTERNA A SERVIÇO (?) DA SUSTENTABILIDADE” escrito por Elany Almeida de Souza, Danielle Jacon Ayres Pinto; (iii) “INSUSTENTABILIDADE DO CONSUMO COMO PROPULSOR DE DESNVOLVIMENTO E FELICIDADE” texto de Inaldo Siqueira Bringel, Luiz Alberto Blanchet; (iv) “MINERAÇÃO E PAISAGEM: UMA DISCUSSÃO NECESSÁRIA PARA GARANTIA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL” realizado por Maraluce Maria Custódio; (v) “A JUSTIÇA AMBIENTAL E O HIPERCONSUMO NO SÉCULO XXI: AS POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS EM BUSCA DA SUSTENTABILIDADE” escrito por Cleide Calgaro, Agostinho Oli Koppe Pereira; (vi) “A DIMENSÃO AMBIENTAL NO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO: LIMITES E POSSIBILIDADES PARA A EFETIVAÇÃO DO DIREITO AO MEIO AMBIENTE ECOLOGICAMENTE EQUILIBRADO” texto de Elenise Felzke Schonardie e Daniel Rubens Cenci; (vii) “A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL E OS

CONHECIMENTOS TRADICIONAIS NO MANEJO DO PIRARUCU NA AMAZÔNIA" escrito por Kátia Cristina Cruz Santos, Moises Seixas Nunes Filho; (viii) "A PÓS-MODERNIDADE E O CONSUMISMO NO MUNDO GLOBALIZADO" texto de Cláudia Maria Moreira Kloper Mendonça; (ix) "A SUSTENTABILIDADE COMO PRINCÍPIO FUNDAMENTAL tendo como autores Maria Oderlânia Torquato Leite e Francisco Roberto Dias de Freitas (x) "A RESPONSABILIZAÇAO CIVIL IN NATURA PELA VIOLAÇÃO DO DIREITO DIFUSO DO MEIO AMBIENTE ECOLOGICAMENTE EQUILIBRADO NO BRASIL" realizado por Hebert Alves Coelho, Elcio Nacur Rezende; (xii) "A GERAÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA POR FONTES NATURAIS RENOVÁVEIS: UMA MANIFESTAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL" escrito por José Claudio Junqueira Ribeiro, Mariana de Paula e Souza Renan; (xii) "A CONTRIBUIÇAO DOS PORTAIS BRASILEIROS PARA A SOCIEDADE INFORMACIONAL NO PROCESSO DE INFORMAÇAO AMBIENTAL SOBRE A ÁGUA" realizado por Micheli Capuano Irigaray, Francielle Benini Agne Tybusch; (xiii) "A COMPENSAÇÃO AMBIENTAL DE CAVIDADES NATURAIS SUBTERRÂNEAS EM LICENCIAMENTO AMBIENTAL: A POSSIBILIDADE DE FIXAÇÃO DE CAVIDADE TESTEMUNHO POR IMPACTOS IRREVERSÍVEIS DE EMPREENDIMENTOS EM CAVIDADES SUBTERRÂNEAS DE GRAU DE RELEVÂNCIA MÉDIO" texto de Dioclides José Maria; (xiv) "A AVALIAÇÃO DE IMPACTO AMBIENTAL NO BRASIL DIANTE DO DESAFIO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL" texto escrito por Andressa De Oliveira Lanchotti, Jamile Bergamaschine Mata Diz; (xv) "PRINCÍPIO DO PROTETOR-RECEBEDOR: ANÁLISE DO PROGRAMA BOLSA FLORESTA NO AMAZONAS" texto de Lais Batista Guerra, Valmir César Pozzetti; (xvi) "REVOLUÇÃO VERDE EM AÇÃO VERSUS REVOLUÇÃO AGROECOLÓGICA EM CONSTRUÇÃO: OS DIREITOS DA AGROBIODIVERSIDADE E OS CAMINHOS PARA A SUSTENTABILIDADE" texto de Jerônimo Siqueira Tybusch, Evilhane Jum Martins; (xvii) "ROMPIMENTOS DE BARRAGENS E O NECESSÁRIO ROMPIMENTO COM 1945: UMA QUESTAO DE SUSTENTABILIDADE" texto escrito por Letícia Albuquerque, Fernanda Luiza Fontoura de Medeiros; (xviii) "SUSTENTABILIDADE DA EXPLORAÇÃO DOS HIDROCARBONETOS NÃO CONVENCIONAIS: COMPLIANCE AMBIENTAL" realizado por Alexandre Ricardo Machado, Danielle Mendes Thame Denny; (xix) "SUSTENTABILIDADE, MEIO AMBIENTE E ÁGUA: UMA QUESTÃO DE SOBREVIVÊNCIA" escrito por Maria Claudia da Silva Antunes De Souza, Kamilla Pavan; (xx) "TECNOLOGIAS SOCIAIS APLICADAS A POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS: GESTÃO INTEGRADA DE RESÍDUOS SÓLIDOS NO CAMPO" escrito por Greice Kelly Lourenco Porfirio De Oliveira, Nivaldo Dos Santos (xxi) "TEORIA DO DIREITO NA PÓS-MODERNIDADE: REFLEXÕES A PARTIR DA SUSTENTABILIDADE À SENSIBILIDADE" realizado por Suzete Habitzreuter Hartke;

(xxii) “O ESTÍMULO AO CONSUMO COMO FORMA DE PODER: OS IMPACTOS NO MEIO AMBIENTE” escrito por Gabriella de Castro Vieira, Carlos Frederico Saraiva De Vasconcelos; (xxiii) “TRABALHOS VERDES E PRECÁRIOS: A POLÍTICA DE INCLUSÃO DO TRABALHO DO CATADOR DE RESÍDUOS SÓLIDOS NO BRASIL” texto escrito por Ana Virginia Moreira Gomes, Patrícia Tuma Martins Bertolin;

Deste modo, pode-se observar a atualidade e pertinência das pesquisas apresentadas no CONPEDI, que perpassam por questões sociais, ambientais, consumeristas, de direito comparado, de justiça ambiental e políticas públicas, entre outras que dispõem-se a busca de uma sociedade sustentável e de um direito pautado em dissolução de controvérsias sociais e ambientais.

Profa. Dra. Cleide Calgaro (UCS)

Prof. Dr. Elcio Nacur Rezende (ESDHC)

INSUSTENTABILIDADE DO CONSUMO COMO PROPULSOR DE DESNVOLVIMENTO E FELICIDADE

CONSUMPTION UNSUSTAINABILITY AS A PROPELLANT DEVELOPMENT AND HAPPINESS

Inaldo Siqueira Bringel
Luiz Alberto Blanchet

Resumo

Analisa conexões entre consumo e sustentabilidade. Avalia a crença pós-moderna na hipertrofia do consumo como fonte maximizadora da percepção de felicidade. Não se restringindo ao plano filosófico, a abordagem perpassa o político e jurídico, buscando neles perceber que parcela de responsabilidade está acometida a Estado e indivíduos, buscando equacionamentos. A concepção e desenvolvimento de novas tecnologias, ampliação das estratégias de marketing e comercialização ajudam difundir a crença de que a escalada consumista deve ser sempre ascendente, representando o inverso não só estagnação das economias, mas também insatisfação e infelicidade das pessoas.

Palavras-chave: Direito, Sustentabilidade, Consumo, Ética, Felicidade

Abstract/Resumen/Résumé

Analyzes connections between consumption and sustainability. Evaluates the postmodern belief in hypertrophy of consumption and maximizing source of perceived happiness. Not restricted to the philosophical level, the approach permeates the political and legal, seeking them realize that share of responsibility is affected the state and individuals, seeking balances between. The design and development of new technologies, expansion of marketing and marketing strategies help spread the belief that the consumer should always be climbing upward, representing the reverse not only stagnant economies, but also dissatisfaction and unhappiness of the people.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Right, Sustainability, Consumption, Ethics, Happiness

INTRODUÇÃO

É cada vez mais nítida a preocupação de um contingente expressivo de pessoas com as questões relacionadas ao consumo. E não poderia ser diferente, tendo em vista os inúmeros fatores que o condicionam e são por ele condicionados.

Por outro lado, infinitamente mais alargado é o universo dos que consomem sem se dar conta das implicações que gravitam entorno do aparentemente e singelo ato de consumir. Para quem compra, a decisão aquisitiva parece tomada aprioristicamente.

O que antes era tratado apenas no plano individual como mera questão filosófica, moral ou religiosa, ganhou *status* de interesse público a desafiar agentes econômicos, sociedade e estado. Neste cenário, não obstante a criação e aprimoramento de políticas públicas regulatórias do mercado produtor, aonde consumidor é a outra face da mesma moeda, a sensação é de que as mesmas ainda estão distantes de soluções satisfatórias.

O socioambientalismo, por sua vez, representa a reunião de esforços proativos que buscam conjugar informação, tecnologia e governança. É um movimento inclusivo, que decidiu pensar e tratar com seriedade os problemas que se intercalam numa teia cada vez mais complexa. Em virtude disso, como forma de proteger o meio ambiente, não é sensato apenas propor a redução linear do consumo, uma vez que a economia depende dele, ainda que não deva estar nele calçada. A expressão aqui não compreende apenas a perspectiva macroeconomica. Assim, reduzir verticalmente o consumo implica, necessariamente, na perda de poder aquisitivo das pessoas, no fechamento de empresas, na extinção de postos de trabalho e na diminuição da arrecadação fiscal.

Ao direito está reservado um papel de destaque em muitas facetas do consumo. Se por um lado a ele não compete equacionar ou mesmo estabelecer o ponto ideal de consumo, mesmo porque não parece viável um balizamento objetivo *per capta*, nem no aspecto quantitativo, muito menos no qualitativo sobre bens de consumo, por outro, pode e deve regular o ambiente onde ocorrem as trocas, para que a ética e a socialidade permitam a livre reflexão e decisão de cada potencial consumidor.

O presente artigo busca colaborar no estudo das implicações que gravitam o entorno do desenvolvimento, realçando com maior ênfase, mas não exclusivamente, a esfera individual do cidadão e a sua decisão apriorística de elevação permanente nos níveis de consumo como eficaz catalisador de felicidade.

I ATIVIDADE ECONÔMICA E DESENVOLVIMENTO

É consenso entre os analistas do mercado consumidor que existe uma correlação direta, senão efetiva interdependência, entre aumento no consumo, crescimento econômico e desenvolvimento. Assim, não parece sensato pensar ou pretender o aumento significativo de um destes fatores, com a diminuição expressiva de quaisquer dos outros. Com efeito, a redução considerável de qualquer deles, representa grave retrocesso na conjuntura econômica e social de qualquer país ou região. O que pode acontecer, e não raro acontece, é um aumento da produção e do crescimento econômico (PIB), sem qualquer correspondência significativa nos diversos índices que compõem a variável desenvolvimento. É o que ocorre, por exemplo, em graus diferenciados, com algumas regiões do Brasil.

Enquanto certas localidades brasileiras, até 2014, cresceram economicamente a taxas comparadas às da China, algo próximo a 6% ao ano, o Produto Interno Bruto nacional, muito provavelmente, segundo estimativas internas e externas, apresentará em 2016, pelo segundo ano consecutivo, resultado negativo.

Ocorre que, não obstante a disparidade verificada nas taxas de crescimento econômico e populacional das diversas regiões brasileiras, nos últimos vinte anos se assiste ao agravamento de inúmeros problemas urbanos, gerados exatamente pela ausência de planejamento e de estratégias eficientes, capazes de assegurar o desenvolvimento local e/ou regional. Tal realidade é claramente percebida na Região do Cariri, onde a sua maior cidade, Juazeiro do Norte, tem aproximadamente trezentos mil habitantes e um índice de crescimento econômico mais prospero do que a média dos demais municípios cearenses. Ainda assim, é reprovada na grande maioria dos

elementos que compõem o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), segundo estimativas do próprio Governo do Estado[1].

Para Siedenberg "crescimento é um processo de mudanças de caráter predominantemente quantitativo, significando aumento em dimensão, volume e/ou quantidade. Pode ainda ser entendido como o aumento da capacidade produtiva e da produção de uma economia, em determinado período de tempo"[2].

Já a concepção de desenvolvimento é algo mais complexo, mais amplo. No sentir de Marco Antônio Sandoval Vasconcelos:

> É um conceito mais qualitativo, incluindo as alterações da composição do produto e a alocação dos recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social tais como desigualdade, pobreza, desemprego, educação, moradia, saneamento, condições de saúde e nutrição[3].

Portanto, se não há uma preocupação permanente com os elementos e indicadores sociais, sobretudo se não existem ações efetivamente direcionadas à melhoria das condições mínimas de existência dos indivíduos, fatalmente a população terá a sensação de que a qualidade de vida daquela localidade deixa muito a desejar, ainda que ela seja considerada rica e promissora para a atividade econômica.

II NECESSIDADE DE CRESCIMENTO ECONÔMICO: REVISITANDO UM APARENTE CONSENSO

Ainda que os caminhos, as estratégias e os princípios não sejam necessariamente coincidentes, poder público e iniciativa privada buscam impulsionar o crescimento da economia, seja no plano micro ou no macroeconômico. Mas, desde que haja o mínimo de honestidade em cada um dos lados envolvidos, algo que deveria se considerar

[1] Perfil básico municipal de Juazeiro do Norte em 2012. Disponível em <HTTP//www.ipece.ce.gov.br.>. Acessado em 21/07/2015.
[2] SIEDENBERG, Dieter Rugard. **Dicionário de desenvolvimento regional.** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006, v.1, p. 21.
[3] VASCONCELOS, Marco Antônio Sandoval. **Economia micro e macro: teoria e exercícios, glossário com 260 principais conceitos econômicos.** São Paulo: Atlas, 2000, p. 79.

pressuposto comportamental para ambos, há que se reconhecer que querer nem sempre é poder! Ou ainda, que as expectativas podem não ser confirmadas pela realidade.

Neste cenário duvidoso, cujas práticas nem sempre republicanas são divorciadas de palavras e promessas grandiosas, fica difícil exigir ou mesmo esperar do setor privado a injeção de grandes recursos na economia nacional, tão necessários e benéficos a todos.

No azo, não configura exagero afirmar que não existe sociedade desenvolvida sem uma atividade econômica forte. Não nos dias que seguem. Ademais, não existe incompatibilidade entre crescimento econômico e social. Ainda que se reconheça que um não implica o outro necessariamente. Todavia, impossível haver crescimento social (desenvolvimento), num cenário de esfacelamento da atividade empresarial. Afinal, quem, em última análise, pagará a conta do progresso? De onde virão os recursos necessários ao aumento progressivo do chamado Welfare State?

Ao fazer esta pequena, porém necessária digressão, não se pretende defender a ausência completa do Estado nas questões econômicas. O que se busca apenas é chamar a atenção para o grave equívoco de se confundir os conceitos de regulação com os de intervenção econômica. Os primeiros são não só benéficos, mas também necessários e desejados numa economia de mercado. É um autêntico pré-requisito ao estabelecimento e fortalecimento da atividade produtiva. Tudo o que os bons empresários mais almejam é um ambiente seguro, previsível e leal, onde nele se possa planejar, executar (investir) e auferir os dividendos de suas atividades. Regulação consiste, portanto, no prévio estabelecimento das regras, na clareza de formulação e interpretação das mesmas, bem como na manutenção e cumprimento de todas elas ao longo do processo produtivo, incluindo, naturalmente, a ponta final da cadeia: a relação de consumo.

Já a intervenção, consiste em conduta estatal absolutamente nefasta ao empreendedorismo privado, retirando deste a sua maior virtude: a liberdade criativa. Sem esta é impossível falar em crescimento e em solidificação das atividades econômicas. A intervenção econômica normalmente vem por intermédio de uma atitude imprevisível e unilateral do poder público. Este, não raro antepõe questões menores e sem relevância propriamente econômica, senão meramente políticas e até partidárias, a assuntos extramente importantes a curto e médio prazo. Eis aqui uma das principais discrepâncias verificada entre o público e o privado no Brasil: a falta de simetria entre

os objetivos perseguidos. Significa dizer que os melhores investimentos privados a serem feitos dentro do país são aqueles de médio e longo prazo, já que não são voláteis e não possuem caráter meramente especulativos, esbarram na visão estreita de uma parcela significativa dos gestores públicos nacionais, que é descompromissada com ações que não lhes tragam benefícios eleitorais imediatos.

A duração de um mandato eletivo ou mesmo de dois, nos casos de reeleição do chefe do executivo é, em regra, período de tempo insuficiente para a realização de grandes projetos da iniciativa privada.

Para realçar a afirmação anterior, imagine-se um grande laboratório farmacêutico, uma empresa multinacional com credibilidade reconhecida em vários continentes. Referida empresa, tendo em vista a crescente demanda mundial por medicamentos protetores gástricos, indicados no tratamento das irritações estomacais e esofágicas causadas pelo estilo de vida contemporâneo, que faz do homem urbano um sujeito permanentemente estressado, decide criar uma nova droga, mais eficaz e mais barata do que o Omeprazol, para combater ou aliviar os sintomas de distúrbios relacionados quase sempre ao estresse.

Entre a contratação de profissionais altamente especializados, seguido de ampla pesquisa de campo e laboratorial em busca de uma planta ou na tentativa de sintetizar artificialmente alguma propriedade benéfica de um vegetal, sem falar nos experimentos em animais ou mesmo em seres humanos, poderão transcorrer longos anos, décadas quiçá. Quando forem computadas na conta as questões legais, licenças e outros requisitos para produção e comercialização do novo medicamento, contando sempre com a possibilidade de procedimentos judiciais pelo caminho, seguramente já terão expirado os mandatos dos agentes políticos que eventualmente mantiveram as conversas iniciais com os empresários do laboratório. Esta realidade desestimula maus gestores e dificulta a realização de parcerias importantes entre empresas e o poder público, uma vez que os dividendos eleitorais podem chegar, na visão distorcida dos mesmos, muito tardiamente.

Não haveria nada de errado em percorrer estes trâmites legais, uma vez que mercado saudável é aquele bem regulado e, portanto, seguro para os seus agentes. No caso do Brasil, contudo, o excesso de exigências, muitas delas absolutamente incompreensíveis e mesmo desnecessárias, atreladas à falta de seriedade no trato da

coisa pública, que não consegue dar continuidade a projetos e empreendimentos de antecessores não correligionários, justifica a observação feita anteriormente. Qual seja, a falta de simetria entre os propósitos dos agentes públicos e privados. Ao menos no tocante às expectativas quanto aos frutos gestados para posterior colheita.

A sensação que existe é de que a decisão política por encampar ou abortar uma ideia ou projeto, não perpassa primeiramente pela analise do custo e do benefício para a população. Desnatura-se, pois, o sentido de interesse público, em razão da longa previsão de retorno do investimento, algo que desestimula o mau gestor. Já o empresário, que não está obrigado a cumprir qualquer interesse público, primário ou secundário, salvo se for titular de alguma concessão ou permissão pública, como não precisa passar pelo crivo periódico das urnas, acaba tendo visão menos imediata e uma ação mais compromissada com os fundamentos macroeconômicos e com os seus próprios empreendimentos.

III CONSUMO E FELICIDADE – O AUTOENGANO COMO PRESSUPOSTO

Ser feliz é tudo o que se quer. Claro, ainda que seja um clichê, em sã consciência, poucos discordam dele. A felicidade é um desejo individual e coletivo universal que acompanha a espécie humana desde sempre. Seria também um direito? Tenciona-se responder a esta indagação mais adiante. Por hora são pertinentes algumas considerações sobre o que se considera felicidade, ainda que se reconheça a extrema dificuldade conceitual da expressão.

Buscando estabelecer paralelos intertemporais Eduardo Giannetti anotou que:

> Na ética Kantiana, ao contrário do que ocorre na tradição mais empírica e mundana do utilitarismo, a felicidade não é um bem supremo ou o fim último ao qual se subordinam todas as normas e todos os princípios da moralidade. Mas, nem por isso, vale notar, ela desaparece de cena. A expectativa é de que haja uma convergência entre a autonomia – o valor central da vida ética – e o bem-estar. O exercício da liberdade sob a égide da razão e da lei moral conduziria à felicidade, isto é, à única felicidade digna deste nome, e isso mesmo que não fosse possível especificar, em cada caso particular, os atributos concretos da felicidade dos diferentes indivíduos. Aos olhos de Kant, portanto, a felicidade não se reduziria ao cálculo hedonista ou à

> otimização do saldo de afetos positivos (prazer) sobre afetos negativos (desprazer). Ela seria uma espécie de bônus ou prenda involuntária coroando uma boa fé inquebrantável e a consciência do dever cumprido[4].

Percebe-se assim que para Kant a felicidade não seria um fim em si mesma. Mas, uma decorrência necessária, um prêmio pelo exercício e aprimoramento da conduta ética.

A ideia não é nova e já era concebida pelo Estoicismo, escola grega que partia da Filosofia Natural, que não se confunde com Ciência Natural, para investigar a razão última do Ser ou a essência de todas as coisas, com enfoque especial no homem.

Confundida com outras sensações experimentadas pelo corpo e pela mente, a felicidade tem sido objeto de crescente estudo científico, inclusive das ciências jurídicas. Aqui, a tendência é afastar-se a ideia de subjetivismo e abstração que costumava estar ligada à ideia de felicidade, para concretizá-la em mecanismos assecuratórios à sua busca. Isto é, o direito pode e deve garantir os instrumentos, os meios necessários para que todos busquem alcança-la. Se irão efetivamente conseguir ou não é um outro problema que não invalida os instrumentais assecuratórios. Da mesma forma que a construção de uma autoestrada com elevado padrão de qualidade, não pode ser considerada inútil ou mesmo inadequada, somente porque muitas pessoas não gostam de viajar ou porque preferem outros meios de deslocamento. Em ambos, o que se pode assegurar minimamente é a disponibilidade dos meios.

Para Rubin[5], citando Hobbes, a felicidade estaria na obtenção daquelas coisas que de tempos em tempos os homens desejam, ressaltando que esta seria a felicidade nesta vida, uma vez que não existe uma perpétua tranquilidade de espírito terrena, pois a vida não passa de movimento e jamais pode deixar de haver desejo, ou medo, da mesma forma que não se pode deixar de haver sensação. Assim, segundo Hobbes, como o ser humano nunca deixa de desejar e o desejo sempre pressupõe um fim mais longínquo, a

[4] GIANNETTI, Eduardo. Felicidade. Companhia das Letras, São Paulo, 2008, p. 28 e 29.
[5] RUBIN, Beatriz. O direito à busca da felicidade. Disponível em WWW.esdc.com.br/RDBC-16-035-Artigo-Beatriz-Rubin->. Acesso em 19 de maio de 2015.

felicidade não seria uma atividade e nem um fim último ou supremo, mas sim o sucesso contínuo na obtenção dos objetos do desejo.

Na pós-modernidade a tendência é atrelar a felicidade ao gozo das benesses tecnológicas e a tudo mais que o dinheiro possa comprar. A questão é que a escalada quantitativa dos bens e serviços disponíveis, bem como a velocidade com que são concebidos e reconfigurados praticamente impossibilitam a fruição de todos eles, ainda que o consumidor esteja muito atento às inovações e possua excelentes condições financeiras.

Desejar obter algo que está disponível para a venda, quando se tem uma probabilidade considerável de atingir tal desiderato, faz parte do processo de busca (ansiedade) e regozijo posterior quando se adquire o que se ambicionava. Trata-se de uma sequência planejada no processo produtivo. Isto é, a concepção e desenvolvimento de um produto serão considerados tanto mais exitosos quanto maior for a disposição e o número de pessoas dispostas a adquiri-lo. Por certo, as estratégias de persuasão e convencimento dos futuros consumidores, compõem não só o custo final, mas também a própria sobrevida do bem no mercado.

Claro que a ideia mencionada não é uma regra absoluta. Com efeito, existem produtos, normalmente de algumas grifes ou marcas renomadas e especializadas, que são concebidos com o propósito de distinguir os seus consumidores. Neste caso, o êxito não consiste em vender a maior quantidade possível do mesmo produto. Mas, em encontrar quem esteja disposto a pagar um valor bastante elevado em relação a similares de outras marcas. Ou seja, do ponto de vista do produtor, o que se perde na redução quantitativa de produtos comercializados, é compensado pela elevação estratosférica da margem de lucro em cada unidade vendida. São os chamados artigos de luxo, cuja aquisição e utilização buscam identificar e *elevar* quem os consome.

Esse *modus* segmentado de consumo não é fruto da sociedade contemporânea, nem da modernidade, muito menos da produção em série, a quem são imputados frequentemente toda sorte de vícios e mazelas da condição humana. Ao menos na perspectiva de uma futilidade comportamental, quando o assunto é aquisição exacerbada de bens de consumo.

Segundo Lipovetsky:

> A partir da Idade Média e da Renascença, a ascenção do poder monárquico, o "desarmamento" da nobreza e o novo lugar da burguesia não levaram à redução do consumo ostentatório, mas à intensificação das despesas de prestígio e à ampliação das classes de luxo[6].

O luxo costuma ser tão ambicionado quanto à própria felicidade, embora já não seja desconhecido que as escalas nas quais se aferem um e outro parecem obter resultados inversamente proporcionais. Assim, quanto maior for a facilidade aquisitiva de um bem, menor será a sensação de prazer proporcionada naquele que o obteve e tenderá a exaurir-se em menor espaço de tempo. Daí a necessidade de tornar a consumir cada vez mais, em velocidade ainda mais acentuada.

Não é que o aumento da renda ou da condição econômica de milhões de pessoas, com o advento da industrialização, tenha sido causa de elevação dos sofrimentos das mesmas. Isto não é sequer verossímil. Mas, é inegável o sentimento frustrante quando se constata a inadequação do veículo escolhido. Que ele não é capaz de conduzir aonde se pretendia chegar. Logo, não é mais feliz aquele que consegue consumir mais. A sensação é exatamente a inversa.

Quanto aos que não podem consumir ou podem fazê-lo em quantidade muito pequena, resta a ilusão de que poderá ser feliz no futuro, caso consiga adquirir os bens de consumo com os quais sonha e pelos quais trabalha arduamente a vida inteira, no mais das vezes, sem consegui-los.

Quando o assunto é trabalho, os níveis de insatisfação e frustração das pessoas só são superados pelo temor das mesmas em perderem os seus respectivos empregos, ainda que reconhecidamente desagradáveis. Diante do colapso no modelo tradicional de emprego, calçado no contrato formal de trabalho, quem não tem boa qualificação profissional, mas, ainda assim, tem um emprego, prefere mantê-lo a qualquer custo,

[6] LIPOVETSKY, Gilles. ROUX, Elyette. O luxo eterno – Da idade do sagrado ao tempo das marcas; tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. P. 35.

inclusive, da própria satisfação pessoal. Afinal, precisa consumir e, sem trabalho, o consumo cairá vertiginosamente.

O trabalho, no dizer de Giannetti:

> deixa de ser uma ação impulsiva e circunstancial visando a satisfação de um desejo – uma aventura sujeita, em grande medida, aos caprichos do acaso e do inesperado, para se tornar uma atividade de caráter essencialmente instrumental, pautada pela rotina e regularidade: a arte de fazer o que não se deseja a fim de se alcançar os meios de se obter o que se deseja[7].

Buscando encontrar algo que não está no mercado de consumo, que não é passível de apropriação, pois não é vendável, nem tende a ser perene, as pessoas seguem ampliando e modificando a maneira de consumir, na tentativa de, acidentalmente, esbarrarem na felicidade.

Os padrões de consumo obedecem agora, também, ao formato virtual. Não que só se consuma produtos imateriais. Nem tampouco que as aquisições só ocorram por intermédio de compras virtuais. Não é bem isso, em que pese a sensível escalada das contratações eletrônicas.

A nova etapa do consumo, com a possibilidade de acesso e compras pela internet em praticamente todos os lugares, deu lugar à sociedade do hiperconsumo. Expressão cunhada por Lipovetsky:

> inaugura uma era que começa quando as antigas resistências culturais cem, quando as culturas locais deixam de constituir limites ao gosto da novidade. Esta fase é a que o referencial hedonista se impõe como uma evidência, em que a publicidade, o lazer, as mudanças contínuas do contexto de vida entraram nos costumes: o neoconsumidor já não se enquadra numa cultura antinomiana[8].

Ao não saber ou não querer diferenciar felicidade de alegria, de contentamento e mesmo de prazeres cada vez mais frívolos, o neoconsumidor evidencia que está

[7] GIANNETTI, Eduardo. O valor do amanhã. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. P. 226.
[8] LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal - ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo; tradução Patrícia Xavier. Lisboa: Edições 70, 2006. P. 111.

disposto a maximizar a quantidade necessária de autoengano, que faz com que cada indivíduo siga buscando aquilo que mais lhe parece precioso. Como todo medicamento, a diferença entre cura e morte pode está apenas na dosagem.

Sobre o assunto anotou Giannetti o seguinte:

> Mentimos para nós mesmos o tempo todo: adiantamos o despertador para não perder a hora, acreditamos nas juras da pessoa amada, lembramos e esquecemos de acordo com nossas convicções. Para nosso bem ou nossa ruína, o auto-engano permeia grande parte das opções e julgamentos que fazemos. Corrente também no plano biológico – um vírus altera a própria estrutura química para iludir o sistema imunológico - esse fenômeno se baseia na capacidade que temos de acreditar que somos aquilo que não somos[9].

Com efeito, é bem mais simples jogar a responsabilidade pela "alienação dos consumidores" na perversidade do sistema capitalista, na volúpia dos mercados, na ganância dos fornecedores e na irresistível coação psicológica que todos eles exercem sobre o frágil e inocente consumidor. Mas, tal atitude não é honesta. Pode mesmo nem configurar o autoengano, que pressupõe boa fé para consigo mesmo por parte de quem se engana.

IV DIREITO À FELICIDADE

Tem ganhado fôlego nos meios acadêmicos os debates quanto aos papeis do Estado também na promoção da felicidade das pessoas. Essas vozes, em que pese a timidez persuasória, vêm repercutindo em alguns julgados esparsos do STF. Ao menos nos votos de alguns de seus integrantes, a exemplo do Ministro Celso de Mello, o uso da referida ideia tem ocorrido com certa frequência.

Talvez por não constar literalmente do texto constitucional a expressão felicidade sobrem entendimentos de que esta não é uma questão de estado, senão da esfera individual das pessoas. Some-se ainda a dificuldade em delimitar a órbita subjetiva do que se poderia compreender por felicidade.

[9] GIANNETTI, Eduardo. Auto-engano. São Paulo, Companhia das Letras, 2005.

Por certo, ditas perspectivas e opiniões revelam certa ausência cognitiva ou mesmo açodamento quanto à temática. Neste sentido, de fato não compete ao Estado conceder felicidade aos seus cidadãos, nem mesmo estabelecer em que consistiria essa tal felicidade. Legislar nestes termos sobre o assunto foi uma marca característica dos estados totalitários. No entanto, os resultados obtidos foram bem distantes dos prometidos.

Em termos objetivos, é possível sim estabelecer qual o papel do Estado na felicidade das pessoas. Este consiste exatamente na concretização dos direitos fundamentais individuais e sociais, podendo e até devendo ir um pouco além disso. Ou seja, antes de mais nada, a implementação de políticas públicas que assegurem a todos o pleno exercício dos direitos consagrados nos artigos 5º, 6º e 7º da CF. É, portanto, um papel garantidor de direitos. O que equivale a dizer, promocional de felicidade.

Ainda sobre o texto constitucional, o Título I, que trata dos Princípios Fundamentais, mais especificamente o Art. 3º estabelece:

> Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil:
> I - .....
> II - .....
> III - .....
> IV – *promover o bem de todos*, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Houve quem defendesse a necessidade de alteração do texto constitucional, mais especificamente do Art. 6º, para nele incluir a expressão direito à busca da felicidade no rol dos direitos sociais[10].

A felicidade é um direito que consta expressamente na Declaração de Independência dos Estados Unidos, nas Constituições do Japão, Coreia do Sul, da República Francesa de 1958, Butão, na Declaração Americana dos Direitos e Deveres do Homem. O tema chegou também à ONU, que aprovou uma resolução indicando que os governos devem elaborar suas políticas visando à felicidade das pessoas. Tal

[10] PEC nº 19 de 2010, de autoria do senador Cristovam Buarque.

preocupação é emblemática e relevante. Na Grã-Bretanha, o Premier David Cameron, criou um órgão para mensurar o impacto das políticas públicas na felicidade das pessoas. A França fez o mesmo, com o suporte de dois Prêmios Nobel, Amartya Sen e Joseph Stiglitz.

Não parece, contudo, que a ausência literal da expressão na Constituição Brasileira, seja vista como uma isenção de responsabilidade estatal quando o assunto versar sobre a felicidade das pessoas. Ora, quem está obrigado a promover o bem de todos, está também obrigado a assegurar a efetividade de instrumentos concretos estruturantes, sem os quais a busca por felicidade não passaria de mera perspectiva, de horizonte possível apenas no plano espiritual. Retomando o exemplo da autoestrada oferecido anteriormente, a obrigação de quem administra a via é deixá-la nas melhores condições de tráfego possível. Se os usuários vão utilizá-la mais ou menos e até se não irão trafegar por ela, em nada altera a responsabilidade promocional do administrador.

Por outro lado, não existem evidências de que nos locais onde o direito à felicidade consta expressamente no ordenamento jurídico, de fato lá as pessoas sejam mais felizes ou sequer tenham maior sensação de que o são. Não é, portanto, decorrência da omissão da palavra felicidade em seu texto constitucional que o Estado Brasileiro peca largamente. Mas sim por não assegurar em larga medida a efetivação dos direitos fundamentais previstos na própria Constituição.

V CONSUMO ÉTICO: VIABILIDADE PÚBLICA, DECISÃO INDIVIDUAL

Quando a abordagem enfoca o ato de consumir e mesmo o mercado de consumo, realçando os diversos elementos nele implicados, o grau de abstração diminui significativamente se comparado ao que foi visto no capítulo precedente. Tal constatação, contudo, não implica ausência de complexidade analítica.

Restando evidente que a Constituição assegura a defesa do consumidor, o direito ao meio ambiente equilibrado, a livre iniciativa, com livre concorrência, o valor social do trabalho, o direito de propriedade, dentre tantos outros, é possível constatar que

existe na ordem jurídica vigente, e não são poucas, prescrições normativas que regulam o *locus* onde se desenvolvem as relações produtivas, bem como as de consumo.

Parece oportuno indagar no contexto qual a ética atual do consumo? Ou mesmo se ela de fato existe? Tais questões, ainda que não sejam tratadas nestes termos, são objeto de uma vasta legislação infracontitucional, a exemplo do CDC, código civil, leis de proteção ao meio ambiente e à concorrência. Por outro lado, é necessário que cada consumidor compreenda que não existe apenas um grande arcabouço jurídico a lhe proteger. É imperioso também que ele saiba e tenha convicção de é que o maior agente do mercado; que isto não é apenas uma retórica; que pode e deve ter uma postura, crítica, responsável e efetivamente livre.

Educação para o consumo é algo de que a sociedade civil já não pode prescindir. A promoção da mesma é responsabilidade social e não apenas estatal. Com efeito, educar para o consumo é verbo que transcende a mera informação sobre a correta e adequada utilização dos produtos e serviços, ainda que estas sejam essenciais.

A reutilização de produtos e embalagens, o controle efetivo dos desperdícios de água, energia e alimentos são ações mínimas que devem estar na ordem do dia, a começar pela família, passando pelas empresas e, obviamente, pelo Poder Público.

O consumo consciente exige informação quanto às praticas industriais desenvolvidas pelos fornecedores. Mas, vai muito além disso. Requer dos consumidores uma releitura das suas convicções e prioridades, não tendo como fugir às questões morais ligadas à noção de realizações pessoais e novamente à tônica da felicidade.

Em tal cenário, a perda das referências e dos ideais coletivos, relativizaram tudo o que antes movia os indivíduos e seus agrupamentos. Anunciada a morte de Deus, sepultadas também as ideologias políticas coletivistas, houve uma exacerbação do individualismo, que já não é aquele preconizado no Liberalismo Neoclássico, que também ruiu.

A importância da política na vida das pessoas diminuiu significativamente. Ou, dito de uma maneira mais precisa, as pessoas passaram a desacreditar da política como

o melhor mecanismo de superação racional das diferenças e de coexistência dos mais variados interesses numa mesma sociedade. Hoje a frenética competição mercadológica, cognominada eufemisticamente de profissionalismo, levada a níveis quase insanos e mesmo desleais, promoveu a desagregação das melhores cabeças pensantes.

A participação política, que na Grécia representava uma honraria e era praticada pelos mais íntegros e sábios, assim reconhecidos socialmente, degenerou-se e converteu-se em algo bem diverso. Fazer política, portanto, passou a ser sinônimo de negociar, sem qualquer compromisso ou limite ético, diversos interesses (muitos inconfessáveis) a qualquer custo. Os grupos de lobbies, cuja atuação pode até ser legítima, medem forças nas três esferas estatais de poder visando à realização de suas metas. No percurso, qualquer ação é considerada válida e permitida, importando apenas a consecução do intento.

Para Bauman, sobre a desintegração da cidadania, fenômeno típico da modernidade líquida:

> Se a individualização anuncia problemas para a cidadania e para a política fundada na cidadania, é porque os cuidados e preocupações dos indivíduos, enquanto indivíduos somente, enchem o espaço público até o topo, afirmando-se como seus únicos ocupantes legítimos e expulsando tudo o mais do discurso público. O público é colonizado pelo privado; o interesse público é reduzido à curiosidade sobre as vidas privadas de figuras públicas e a arte da vida pública é reduzida à exposição pública das questões privadas e a confissão de sentimentos privados (quanto mais íntimos melhor). As questões públicas que resistem a essa redução tornam-se quase incompreensíveis[11].

No plano etimológico, a palavra consumir significa absorver, gastar, aplicar. Estas definições se encaixam muito bem à liquidez trazida pela pós-modernidade e são muito convenientes ao mercado. Diria até mesmo que, no formato atual, são imprescindíveis à sobrevivência e ao desenvolvimento do mesmo. É justamente nesse ponto aonde ocorre a união da ideia de obtenção de felicidade por intermédio do consumismo. Ou seja, por não saberem ou sequer suspeitarem a respeito daquilo que de

[11] BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Tradução Plínio Dentzien, Rio de Janeiro. Editora Zahar, 2001. P. 46.

fato consistiria a primeira, os humanos parecem convictos de que a satisfação dos impulsos desencadeados pelo segundo daria sentido à sua existência.

A consequência do consumo desenfreado é o intenso descarte dos produtos considerados ultrapassados. É assim que Bauman analisa a obsolescência programada e o excesso de informação a que estão sujeitos os indivíduos da modernidade líquida. Para ele, há cada vez mais evidências de que mais renda não corresponde a mais felicidade e de que ela pode até contribuir para situações de menos confiança e mais conflito nas sociedades abastadas.

Na batalha diária pelo encontro com a felicidade as pessoas se fazem reféns de tudo àquilo que pode ser usado para atingi-la. Diante disso, o mercado se apossa da ânsia individual e coletiva e começa a ofertar tudo que lhe convier, cada vez em maior escala.

Quando o consumo é convertido em apoteose do sucesso e sinônimo de vida bem sucedida, difunde-se a convicção de que a felicidade virá a reboque como consequência inexorável. No percurso as pessoas se perdem e já não conseguem identificar o que são necessidades reais e quais seriam as criadas. A confusão entre o estado de satisfação tido como felicidade e o prazer de possuir, gera em muitos indivíduos a compulsão pela aquisição de bens materiais. Em seu estado mais avançado o referido desvio mental ganha *status* de patologia psicossocial, reclamando novamente a atuação estatal, não só na conscientização dos consumidores, mas também no tratamento dos sintomas e efeitos da doença.

Senhor da situação, o mercado se apodera dessa vulnerabilidade humana e intensifica a ideia de satisfação através da compra. Dessa maneira, as pessoas precisam consumir cada vez mais para que possam se sentir felizes e, como não sabem ao certo o que isto significa, apegam-se à crença prometida pelos fornecedores, pois dessa forma podem preencher ou acreditar que supriram suas necessidades e lacunas existenciais.

Entretanto essa sensação satisfação é passageira e logo se esvai, como tudo que é consumível. Logo a busca se reinicia surgindo uma nova aquisição material que em pouco tempo também deixará de ter importância. Este é o ciclo vicioso do consumismo

atual que, mesmo visivelmente fracassado no seu objetivo (encontro com a felicidade), parece a cada dia mais sólido, já que a necessidade de ser feliz é inerente à condição humana.

Assistir inerte a um espetáculo tão degradante reduz o ser humano praticamente ao nível das coisas por ele adquiridas. É a reificação do Ser. Definitivamente não é o caso de Bauman que, sem meias palavras, percebeu de forma clarividente a raiz do problema e propôs uma guinada ética comportamental do consumidor:

> Em grandes grupos, nos quais as mediações prevalecem sobre as relações face a face, o senso moral tem de ser reprocessado sob a forma de contrato social. Mas a modernidade líquida solapa os argumentos de um contrato social altruísta (Rousseau) ou coercitivo (Hobbes). Uma nova coerção, mais sutil, deixa o peso das escolhas sobre os ombros dos consumidores, na falta de uma governança eficiente – um novo contrato social? – que determine os limites éticos da economia de mercado[12].

CONCLUSÃO

Recebendo tratamento bem diverso nos últimos anos, não só de especialistas em comportamento humano, mas também de profissionais e estudiosos dos mais variados ramos do conhecimento científico, a questão da felicidade tem ocupado espaços antes reservados apenas à filosofia.

O mundo jurídico também resolveu tomar assento e fazer parte das discussões e reflexões acerca do assunto. Já não era sem tempo! E razões não faltam para se fazer tal afirmação.

Parece consenso que é recomendável existir prévio e amplo debate acadêmico acerca das necessidades e prioridades na formulação de políticas públicas. Vencida esta etapa e tomada a decisão política, devem os especialista cuidar também da elaboração das normas que darão vida às políticas públicas almejada. Ora, se é assim, na hierarquia das prioridades, poucas questões poderiam anteceder a temática da felicidade. Ademais,

[12] BAUMAN, Zygmunt. A Ética é possível. Tradução Alexandre Werneck. Rio de Janeiro, Ed. Zahar, 2011. P. 114.

é difícil imaginar a eficácia do mais relevante princípio constitucional em voga, o da dignidade humana, quando não são asseguradas às pessoas condições de vida elementares que lhes tolham o acesso e direito de buscarem a felicidade.

Ao Estado compete assegurar, portanto, como condição inafastável à busca da felicidade por cada um e por todos, a plena eficácia dos direitos fundamentais individuais e coletivos. E mais, deve ainda, não como o único agente, promover permanentemente a educação cidadã e ética para o consumo. Afinal, a sustentabilidade social perseguida por quem se propõe a reestruturar o degradante e insustentável modelo econômico calçado no consumo, significa colocar em equilíbrio as diversas forças que atuam no mesmo cenário. Socioambientalismo é o nome que se atribui presentemente a tal esforço.

Na perspectiva do indivíduo é inegável a necessidade premente de se repensar os paradigmas de consumo e de felicidade. Ou pelo menos que se deixe de imaginar ingenuamente que a maximização do primeiro, abrirá qualquer caminho para se chegar à segunda.

A expressão felicidade não precisa se fazer presente na lei, nos contratos, mensagens publicitárias, nem sequer nas conversas das pessoas. Afinal, não é apenas falando nela que se poderá experienciá-la.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. A Ética é possível. Tradução Alexandre Werneck. Rio de Janeiro, Ed. Zahar, 2011.

_____ Modernidade líquida. Tradução Plínio Dentzien, Rio de Janeiro. Editora Zahar, 2001.

GIANNETTI, Eduardo. Auto-engano. São Paulo, Companhia das Letras, 2005.

_____ O valor do amanhã. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

_____ Felicidade. Companhia das Letras, São Paulo, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal - ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo; tradução Patrícia Xavier. Lisboa: Edições 70, 2006.

Perfil básico municipal de Juazeiro do Norte em 2012. Disponível em www.ipece.ce.gov.br->. Acessado em 21/07/2015.

_____. ROUX, Elyette. O luxo eterno – Da idade do sagrado ao tempo das marcas; tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

RUBIN, Beatriz. O direito à busca da felicidade. Disponível em WWW.esdc.com.br/RDBC-16-035-Artigo-Beatriz-Rubin->. Acesso em 19 de maio de 2015.

SIEDENBERG, Dieter Rugard. Dicionário de desenvolvimento regional**.** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

VASCONCELOS, Marco Antônio Sandoval. Economia micro e macro: teoria e exercícios, glossário com 260 principais conceitos econômicos. São Paulo: Atlas, 2000.