

ISSN 2236-0859

DIREITO & DESENVOLVIMENTO

REVISTA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO
MESTRADO EM DIREITO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

SEGURANÇA HUMANA ECONÔMICA: BREVE ANÁLISE
DA SOCIEDADE FRENTE AOS IMPACTOS ECONÔMICOS,
AMBIENTAIS E SOCIAIS DO CONSUMISMO DE MASSA

MARKUS SAMUEL LEITE NORAT
BRENO PEREIRA MARQUES DE MELO
ANDRÉ RICARDO FONSECA DA SILVA

SEGURANÇA HUMANA ECONÔMICA: BREVE ANÁLISE DA SOCIEDADE FRENTE AOS IMPACTOS ECONÔMICOS, AMBIENTAIS E SOCIAIS DO CONSUMISMO DE MASSA

ECONOMIC HUMAN SECURITY: BRIEF ANALYSIS OF SOCIETY IN LIGHT OF THE ECONOMIC, ENVIRONMENTAL AND SOCIAL IMPACTS OF MASS CONSUMERISM

Recebido: 20/05/2021

Aprovado: 22/05/2021

Markus Samuel Leite Norat¹

Breno Pereira Marques de Melo²

André Ricardo Fonseca da Silva³

RESUMO:

Desde a revolução industrial que o consumismo é pauta de acirrados debates, principalmente no que diz respeito aos meios empregados pelos grandes agentes da iniciativa privada para incutir na mente da sociedade o consumo como estilo de vida. A proposta deste artigo é de forma objetiva e despretensiosa, analisar a perspectiva da sociedade face aos impactos econômicos, ambientais e sociais promovidas pela indústria do consumismo de massa. Propõe-se um incentivo ao debate buscando trazer à baila o conceito de segurança humana econômica para a sociedade consumidora, com esforços a níveis globais na revisão dos atuais padrões de consumo. A pandemia da Covid-19 revelou a vulnerabilidade do ser-humano, acomodado em uma vã autossuficiência tecnológica, a medida em que o debate sobre o descarte de lixo e a escassez de recursos naturais para satisfação do consumo humano urge.

Palavras-chave: Segurança humana. Indústria do consumo. Consumismo. Meio ambiente. Direito do consumidor. Economia. Sociedade

¹ Doutorando em Ciências Jurídicas e Sociais pela UMSA; Mestrando em Direito e Desenvolvimento Sustentável pelo UNIPÊ; Pós-Graduação em Direito do Consumidor; Pós-Graduação em Direito da Criança, Juventude e Idosos; Pós-Graduação em Direito Educacional; Pós-Graduação em Direito Eletrônico; Pós-Graduação em Direito Civil, Processo Civil e Direito do Consumidor pela UNIASSELVI - Centro Universitário Leonardo da Vinci - ICPG - Instituto Catarinense de Pós Graduação; Pós-Graduação em Direito de Família; Pós-Graduação em Direito do Trabalho e Direito Processual do Trabalho pela ESA-PB - Escola Superior da Advocacia da Paraíba - Faculdade Maurício de Nassau; Pós-Graduação em Direito Ambiental pelo Centro Universitário de João Pessoa - UNIPÊ; Pós-Graduação em Tutoria em Educação à Distância e Docência do Ensino Superior; Advogado; Assessor Jurídico do Ministério Público do Estado da Paraíba; Coordenador Pedagógico e Professor do Departamento de Pós-Graduação da Fundação Escola Superior do Ministério Público do Estado da Paraíba; Professor convidado da Escola Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça; Professor do Curso de Graduação em Direito no Centro Universitário de João Pessoa - UNIPÊ; Membro Coordenador Editorial de Livros Jurídicos da Editora Edijur (São Paulo); Membro Diretor Geral e Editorial da Revista Científica Jurídica Scientia et Ratio; Membro Diretor Geral e Editorial da Revista Brasileira de Direito do Consumidor; Membro Diretor Geral e Editorial da Revista Brasileira de Direito e Processo Civil; Membro Diretor Geral e Editorial da Revista Brasileira de Direito Imobiliário; Membro Diretor Geral e Editorial da Revista Brasileira de Direito Penal; Membro Diretor Geral e Editorial da Revista Científica Jurídica Cognition Juris, ISSN 2236-3009, www.cognitionjuris.com; Membro Coordenador Editorial da Revista Ciência Jurídica, ISSN 2318-1354; Membro do Conselho Editorial da Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, ISSN 2237-1168; Autor de livros e artigos jurídicos.

² Mestrando em Direito e Desenvolvimento Sustentável pelo Centro Universitário de João Pessoa - UNIPÊ. Advogado. Graduado em Direito pela Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Advocacia Empresarial e das Relações de Consumo pelo Centro Universitário de João Pessoa - UNIPÊ. Vice-presidente da Comissão de Direito Empresarial e dos Negócios da OAB/PB.

³ Doutor em Políticas Públicas e Formação Humana (UERJ); Mestre em Ciências Jurídicas (UFPB); Especialista em Direito Municipal (UNIPE); Graduado em Direito (UNIPE). É Coordenador do Curso de Teologia Presencial da Faculdade Internacional Cidade Viva-FICV; Professor Permanente do Mestrado em Direito da UNIPE; Professor Adjunto da Graduação da UNIPE. Atua como pesquisador sobre Bolsa Família; Pobreza; Quilombolas; Terra e Desenvolvimento; Teologia e Direitos Humanos.

ABSTRACT:

Since the industrial revolution, consumerism has been the subject of heated debates, especially with regard to the means employed by the great agents of the private sector to instill consumption as a lifestyle in society's mind. The purpose of this article is to objectively and unpretentiously analyze the perspective of society in view of the economic, environmental and social impacts promoted by the mass consumerism industry. An incentive to the debate is proposed seeking to bring up the concept of human economic security for the consumer society, with efforts at global levels in the review of current consumption patterns. The Covid-19 pandemic revealed the vulnerability of the human being, accommodated in vain technological self-sufficiency, as the debate on the disposal of garbage and the scarcity of natural resources to satisfy human consumption is urgent.

Keywords: Human security. Consumer industry. Consumerism. Environment. Consumer law. Economy. Society.

1 INTRODUÇÃO

A discussão a respeito da promoção da segurança humana dos interesses dos consumidores tem como pedra angular fundada na sociedade pós-industrial, a partir da luta dos movimentos sindicais que almejavam melhor qualidade de vida e de trabalho, frente as jornadas desumanas e degradantes das indústrias.

Neste interregno, surgiu em 1891 a *New York Consumer's League*, posteriormente denominada como *Consumer's Union*, um instituto de conscientização aos consumidores sobre os seus direitos. Neste período, os mesmos sindicatos inspirados no movimento *ludista*, na promoção de boicotes aos industriais da época, passaram a levantar a pauta do pensamento voltado ao desenvolvimento do movimento consumerista.

Com o desenvolvimento da indústria e, por conseguinte o aumento no padrão de consumo, eis que surge o Direito do Consumidor, para tutelar a sociedade que se deparava com um novo modelo industrial que se estabelecia, através de uma produção em larga escala, pautadas em bens de consumo, ou seja a indústria de massa. O consumidor passa a se distanciar cada vez mais do fornecedor, diante da nova cadeia de produção instaurada, diferentemente do contexto artesanal, onde o consumidor tinha um contato mais próximo dos artesãos, responsáveis pela produção de bens e serviços.

Com a expansão da industrialização, principalmente em decorrência de movimentos como o Fordismo e o Taylorismo, a cadeia de produção passou a dar passos largos, gerando uma despersonalização da negociação, ao passo em que concebeu indústrias titãs com crescente poder de manipulação perante os consumidores, que mais tarde receberiam a alcunha de hipossuficientes frente a esta relação. Por deterem o poderio da técnica e da informação, as indústrias tinham em suas mãos as armas necessárias para determinar e influenciar as relações de consumo estabelecidas, principalmente quando aliaram-se a ferramentas estratégicas de marketing e publicidade, criando um grande abismo de vulnerabilidade do consumidor face aos ditames do mercado.

O século XX é marcado pela instauração da sociedade de consumo, principalmente na metade do século XX, quando a febre do consumo disparou nos EUA, passando a ser compreendido como um padrão de vida a ser desenvolvido, eis que nos deparamos com o "*American way of life*", surgido no final da segunda guerra mundial, servindo de base referencial

para outros países, que enxergavam no modelo de vida norte-americano, um modelo de sucesso e felicidade a ser alcançado, através de uma sociedade que valorizava o ter ao invés do ser. Cada vez mais padronizada, a população precisava conquistar bens, pautando sua vida em um materialismo exacerbado, para serem tidos por bem sucedidos.

No início da década de 1960, com o objetivo de promover melhores resultados na economia, à época baseada plenamente no consumo, o então presidente dos EUA, John Fitzgerald Kennedy, reconheceu em 15 de março de 1962, a necessidade de medidas de proteção aos interesses dos consumidores, ao encaminhar uma mensagem para o Congresso.

Mais tarde, no ano de 1985, a ONU – Organização das Nações Unidas, através da Resolução 39-248, elaborou diretrizes internacionais de políticas globais de proteção aos direitos dos consumidores, principalmente em decorrência do forte desequilíbrio existente entre fornecedores e consumidores.

Partindo para a realidade brasileira, o desenvolvimento e expansão do Direito do Consumidor no Brasil concebeu-se através da Constituição Federal, em que pese dispositivos pretéritos que tratavam a respeito da matéria, a CRFB/1988 enquadrou esse ramo como um direito fundamental e como um princípio da ordem econômica. Poucos anos depois temos editada a lei nº. 8.078/1990, que institui e regulamentou o Código de Defesa do Consumidor, dando as providências necessárias para a tutela da população, principalmente com a criação de instâncias administrativas conhecidas por Procuradorias do Consumidor – PROCON, nos âmbitos dos Estados e Municípios.

Portanto, compreender a tutela do consumidor sob a óptica da segurança humana se faz necessário e urgente, principalmente em decorrência do alto grau de consumismo impregnado na sociedade e estimulado pelas grandes indústrias, acarretando em uma sociedade endividada e cada vez mais carente do sistema financeiro.

Por outro lado, urge a necessidade de se discutir a proteção do meio ambiente, cada vez mais degradado e esgotado, sendo incapaz de se regenerar frente aos abusos pautados em um consumismo desenfreado. O foco em âmbito global passa a ser voltado na sustentabilidade e na instauração de um novo padrão, pautado em um consumo consciente, caso haja o desejo das gerações atuais de preservar a terra para as gerações futuras.

2 ASPECTOS HISTÓRICOS E EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO

O surgimento da sociedade de consumo não tem uma data específica; entretanto há como se afirmar que as suas origens estão entrelaçadas a um momento histórico em que as relações comerciais dominaram, se sobrepondo, às diversas formas de relações sociais.

De acordo com Grant McCracken, a fase embrionária do que hoje nós conhecemos como sendo a “sociedade de consumo” remete à Inglaterra, entre o final do século XVI e o início do XVII:

Nos últimos vinte e cinco anos do século XVI, ocorreu um espetacular boom de consumo. Os homens nobres da Inglaterra elizabetana começaram a gastar com um novo entusiasmo e em uma nova escala. Neste processo, eles transformaram dramaticamente seu mundo de bens e a natureza do consumo ocidental. Reconstruíram seus sítios no campo de acordo com um novo modelo grandioso e começaram a assumir a despesa adicional de manter uma residência em Londres. Do mesmo modo, mudaram também seus padrões de hospitalidade, inflando amplamente seu caráter cerimonial e os custos aí implicados. Os nobres elizabetanos entretiam-se [sic] uns aos outros, bem como a seus subordinados e ocasionalmente a sua monarca, às expensas de um gasto arruinador. (McCRACKEN, 2003, p. 30)

Já Neil McKendrick, afirma que os primórdios da sociedade de consumo, aos moldes de como conhecemos hoje, surgiu em período posterior ao que afirma McCracken; tendo sido na mesma época da Revolução Industrial, no século XVIII:

A revolução do consumo ocorreu na Inglaterra no século XVIII ao lado da revolução industrial. A revolução do consumo foi, do lado da demanda, o análogo à revolução industrial, do lado da oferta. Todas as classes participaram de tal revolução, caracterizada por nova prosperidade, e nova produção e técnicas de comercialização. A revolução do consumo marca um ponto de virada na história da experiência humana. (McKENDRICK, 1997, p. 137. Apud LEMOS [et. al.], 2013, p. 19)

Independentemente do momento em que ocorreu o desenvolvimento, o fato é que, em determinado período da história, a sociedade refletiu o pensamento surgido com a revolução industrial, culminando assim, em uma verdadeira revolução do consumo, em que a sociedade praticamente muda a sua visão de valores, solidificando a ideia de que consumir de bens e serviços, ou, até mesmo, exibir o consumo de bens e serviços se tratava, pois, em marco divisor social; ou seja, estamos tratando aqui da surgimento e concretização do pensamento em “ser aquilo que se usa, que se veste, que se consome”, pois o ser humano vivente em sociedade estaria, por conseguinte, demonstrando o seu valor a partir da sua capacidade de consumir produtos que fossem desejáveis pelos demais.

A sociedade de consumo de massa, de tal maneira, incorporou -muito bem- a ideia de ascensão social por meio do consumo de produtos da moda, daquilo que se aparenta ser. O desejo era incutido nas cabeças das pessoas, através das publicidades que visavam difundir, cada vez mais, a ideia de transformar o processo de compra de bens em rituais e em satisfação pessoal.

A moda passou a ser um elemento muito poderoso para a perpetuação do desejo, da vontade em estar sempre consumindo, e cada vez mais. Ora, como seria possível convencer uma pessoa a adquirir o mesmo produto que ela já possa ter em casa, funcionando em perfeitas condições? Seria necessário atrelar fatores psicológicos ao efeito de consumir por status.

Fatores emocionais foram incluídos no marketing dos produtos para que os consumidores absorvessem desejos, pretensões e necessidades artificiais, em um processo que os tornem ao mesmo tempo consumidores por impulso, que descartam os produtos adquiridos em prol de outros iguais mais novos e, por mais irônico que possa parecer, na própria coisa, no próprio produto; como bem podemos observar nas lições de Bauman (2008, p. 50), quando trata de explicar o “agorismo” da sociedade de consumo, sobretudo a atual, em que o grande afã para o ato de consumir, que, antes, consistia fortemente em se adquirir e acumular tais bens não mais se traduzem no intento final, pois por múltiplas situações, dentre elas a moda, não se sabe mais quanto tempo tal bem atenderá àquela necessidade de satisfação.

Bauman afirma que o impulso dos consumidores se torna imperativo em virtude da necessidade de estar sempre renovando o produto, ou seja: descartar e substituir. Tal ideário parece absoluta loucura e inconcebível por qualquer pessoa, até que lembremos como a sociedade atual reage a cada lançamento de um novo modelo da marca de celular que possui o maior valor agregado.

Ainda mergulhando nas ideias de Bauman, podemos afirmar que o objetivo categórico do ato de consumir, na sociedade de consumidores não é obter o contentamento de necessidades, desejos e vontades, “mas a comodificação ou recomodificação do consumidor: elevar a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis” (2008, p. 76).

Interessante se faz ressaltarmos que o desenvolvimento que está acontecendo no século XXI continua apontando na mesma direção de tudo que analisamos sobre o surgimento da sociedade de consumo. Ou seja, tudo na sociedade atual gira em torno do ato de consumir,

e não conseguimos vislumbrar perspectivas imediatas de superação desse modelo que, em verdade, já está em plena crise, afinal, como bem alertou Gro Harlem Brundtland, na reunião da Comissão para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas de 1994: “Se 7 bilhões de pessoas fossem consumir tanta energia e recursos como nós do ocidente fazemos hoje, necessitaríamos de 10 mundos e não apenas de um para satisfazer todas as nossas necessidades”⁴.

Esse estilo de vida programado resultou em uma fatura alta, que invariavelmente, necessitará ser paga pelas gerações seguintes, e nos dias atuais a nossa sociedade já sofre com as consequências da adoção desse modelo de consumo demasiadamente excessivo, da extrema degradação ambiental causada pela retirada dos dos insumos que servem matéria prima para a produção dos bens de consumo e, ainda, da intensa deterioração social.

Em que pese os governos, a mídia e a sociedade como um todo, por vezes, apontarem onde está o problema, pouquíssimas são as pessoas que efetivamente têm coragem de tomar alguma atitude em prol da manutenção e desenvolvimento da natureza, pois, ainda, por mais contrassenso que isso possa parecer, o ser humano que está inserido na sociedade pós-moderna não se enxerga como uma parte integrante da cadeia da natureza; é estranho, mas claramente podemos verificar em discursos e, sobretudo, em atitudes de alguns governantes, que o homem se inclui como um ser superior, que considera o assunto da proteção à natureza como uma atitude a ser realizada -se for- apenas para cuidar da manutenção dos insumos, dos -demais- animais e da vegetação, como se a sua sobrevivência não estivesse, também, atrelada à manutenção dos mares, das florestas, da fauna...

3 SEGURANÇA HUMANA ECONÔMICA E SUSTENTABILIDADE NO CONTEXTO DA ATUAL SOCIEDADE DE CONSUMO

O aumento com as preocupações decorrente das consequências naturais trazidas pelo consumo desenfreado está motivando um sentimento diferenciado nos consumidores, que, a partir do início do século XXI, passaram a valorizar os produtos e serviços oriundos de empresas que apresentam posturas éticas e responsáveis diante da questão socioambiental.

Percebendo as movimentações do mercado consumidor para essa nova “onda de consumo verde e sustentável”, muitas das empresas de grande abrangência perceberam nesses anseios dos consumidores um verdadeiro filão de negócio, o que fez com que elas modificassem as suas visões estratégicas, instituindo ações que muitas vezes nem estavam na legislação, com a intenção de exteriorizar ao público a imagem de que a empresa é compromissada com a satisfação, bem-estar e qualidade de vida dos seus clientes, funcionários, sociedade em geral e, claro, sobretudo com a preservação das florestas e mares.

Muito se questionou, inicialmente, se tais ações de preocupação com a imagem da empresa, constituídas em ações voluntárias de comprometimento sustentável acarretaria em possíveis impactos negativos nos custos empresariais; entretanto não demorou muito para que os empresários percebessem que essas ações geravam, em verdade, um aumento na receita, pois o marketing sustentável direto e indireto atraía novos olhares -e assim, novos consumidores- para a empresa.

No fim das contas é que o consumismo, que foi planejado e estudado para que a sua essência fosse artificialmente implantada na cabeça das pessoas após o término da segunda guerra mundial, continuasse crescendo de maneira desenfreada, sendo que agora camuflado por uma finíssima cortina de sustentabilidade totalmente artificial, o que permite que a “sociedade de consumo” continue consumindo predatoriamente, sendo que, agora, sem culpa

⁴ Inseto nos anais da reunião da Comissão para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas de 1994.

com a degradação, já que o marketing verde transmite ao consumidor a ideia do “eu não faço, mas a empresa faz por mim”; assim sendo a essência do estudo norte-americano continua em pleno funcionamento: que é transformar a compra de produtos em um estilo de vida, e as pessoas continuam buscando a satisfação do seu ego.

O fato de que apesar de as catástrofes sociais e ambientais estarem visíveis a qualquer pessoa, torna a busca por uma solução ainda mais complicada. O ciclo de desenvolvimento do consumo pelo consumo se repete e pior, se amplia: as pessoas continuam se deixando seduzir pelas publicidades que, se antes eram feitas de maneira massificadas, de maneira igual e difundidas ao mesmo tempo para todos os tipos de públicos, através de veiculação por meio de jornais impressos, panfletos, *outdoors* (painéis publicitários expostos ao ar livre), além de emissoras de rádio e de televisão, agora são feitas sob demanda, com uma mensagem específica para cada nicho de pessoas com anseios e interesses que os tornem potenciais consumidores.

Diante da nova geração cada vez mais atendida em redes sociais, todos os detalhes são devidamente calculados pelo algoritmo dos aplicativos, para fazer com que nós sejamos movidos pelo julgamento dos círculos sociais que vivemos, e assim as pessoas são atiradas numa cultura de valores invertidos em que o acessório se sobrepõe ao dono e, para ter algum reconhecimento no grupo, ele se deixa coisificar na esperança de, por equiparação ao produto, ter relevância.

Vale frisar que em tais situações de veiculação de publicidades através dos meios virtuais, somos, nós os consumidores, verdadeiramente, enquadrados na posição de produto do meio, pois somos utilizados como um elemento parte do processo de negociação, quando as empresas de tecnologia oferecem aos anunciantes pacotes com quantidades determinadas de pessoas com potencialidades de contratação de planos de saúde, de produtos naturais, de roupas, eletrônicos, automóveis, utensílios para a casa ou de qualquer outro tipo de produto ou serviço, tudo isso, atrelado ao constante bombardeio de informações e publicidades veladas que a mídia entrega às pessoas.

A mídia passa a assumir o papel de forte formadora de opinião, que reflete no estilo de vida das pessoas de maneira imediata. Se o produto é a forma de expressão do status e do próprio indivíduo, esse produto vai ser buscado cada vez mais. O homem vive a necessidade de se posicionar em relação ao mundo desde que registra a própria escrita, alguns filósofos traduzem isso como a busca pela felicidade, e, tal situação se traduz em uma sede insaciável e interminável. Logo, o consumo se torna uma espécie de droga muito irresistível e, na medida que massageia o ego e traz um sentimento de prazer extremamente curto, se torna absolutamente viciante.

Os padrões ditados pela moda, em todos os seus segmentos, não apenas na indústria de vestuário, mas também no turismo, nos locais de estudo, lazer e alimentação etc.), é absolutamente vital na manutenção do sistema... Ou seja, estamos diante, enfim, da teoria de que a camada mais abastada da sociedade determina o que será seguido pelas camadas sociais menos favorecidas, que tentam a todo custo equiparar-se aos mais ricos, que, por sua vez, procuram fazer de um tudo para se distanciar daquilo que se tornou popular e acessível às classes mais pobres.

Eis que nos deparamos com a real face do processo de manutenção do consumismo: o consumo exacerbado e adoecido, que compromete, além da saúde mental das pessoas inculcadas no sistema, a saúde do meio ambiente através do esgotamento dos recursos naturais. Toda essa situação é, comumente esquecida pela sociedade, pois são problemas que estão embalados em “papéis de presente pintados de verde”, se utilizando de uma falsa ilusão de responsabilidade empresarial socioambiental, como se a intensificação da poluição pela massificação da indústria não degradasse o planeta suficientemente para o colapso iminente.

Ribeiro (2018, p. 189) enfatiza que a doutrina consumerista convencional, quando considera a compra de produtos e de serviços como um mero acontecimento linear separado do conjuntura socioambiental que o envolve, limitou-se a implementar a teoria jurídica da tutela dos direitos dos consumidores em detrimento da atuação dos fornecedores, o que, por sua vez, produziu um entendimento reducionista e sectário, fundamentado em um entendimento ultrapassado, que não leva em conta as gravíssimas externalidades negativas do consumo e colabora com o agravamento, em patamares insustentáveis, dos efeitos ambientais por ele causados.

O Código de Defesa do Consumidor brasileiro, sabemos, realmente trata e enfatiza muito sobre a fragilidade do consumidor, no que se refere a sua vulnerabilidade, entretanto, efetivamente, a lei não mergulhou profundamente no problema do consumo exacerbado, do consumismo, e sobretudo no que se refere aos seus impactos. É bem verdade que tudo, realmente, está na lei, mas está em entrelinhas, e, mesmo assim, se apresenta de maneira superficial.

Na seara jurídica, essa visão antropocêntrica inspirou o direito liberal moderno, importante ferramenta para a consolidação do projeto de instrumentalização da natureza pelo mercado. Ao franquear ampla liberdade de iniciativa aos indivíduos e caráter absoluto à propriedade privada, o direito burguês garantiu a destruição do ambiente para viabilização do crescimento exponencial da atividade econômica. (RIBEIRO, 2018, p. 78)

A importância do direito à propriedade privada, nivelada aos outros direitos fundamentais, como por exemplo o direito à vida, fortalece o entendimento de que, quando em defesa da propriedade não existirem ressalvas, entretanto, incumbe observarmos que a utilização indiscriminada de matéria prima (insumos) prejudica o meio ambiente de maneira direta, e, por conseguinte, afeta sobremaneira a saúde e qualidade de vida da população, o que, portanto, acaba por ferir o direito, em aspectos também fundamentais.

Admitir as implicações dessa acepção nos remete a necessidade indispensável de renovação do Direito, como apontado por Ribeiro:

Ao modular a relação de consumo em perspectiva helicoidal transdisciplinar, contemplando simultaneamente os impactos ambientais da produção e do consumo e todos aqueles atingidos por tais efeitos, contextualizando o direito do consumidor no campo teórico em construção do direito civil constitucional humanizado, que busca confluir políticas públicas e tutela jurídico-privada para dar efetividade aos cânones constitucionais da dignidade humana e viabilidade das futuras gerações (RIBEIRO, 2018, p. 270).

Uma transformação dessa intensidade na hermenêutica jurídica significaria uma extraordinária evolução à garantia do futuro do meio ambiente e, por consequência da nossa qualidade de vida. O ordenamento jurídico precisa -deve- apresentar uma tutela maior e efetiva sobre o estímulo ao consumo exacerbado e às suas implicações, seguindo esse entendimento, o Ribeiro sugere:

O reconhecimento do consumo sustentável como um princípio jurídico-consumerista depende, necessariamente, de uma guinada mental e metodológica que rompa com o paradigma dominante que tradicionalmente guiou o Direito do Consumidor, mas que ainda continua arraigado no senso comum teórico dos juristas, limitando-o e o aprisionando em si e o privando da necessária interface transdisciplinar com a proteção ecológica (RIBEIRO, 2018, p. 240).

Consubstanciados no que apresentamos, é possível verificar que a falta de importância empregada ao fator ecológico não acontece por mera coincidência, mas sim em virtude de uma finalidade, que existe por convicções ideológicas.

Para grande parte dos economistas, o mundo ideal é aquele em que o mercado seja considerado a regra máxima, e no nosso mundo real, sabemos que “somente uma ideia chegou a ser tão universal quanto a ideia de Deus: o mercado. Este destrói o mundo para reconstruí-lo à sua imagem e semelhança, substituindo o *homo sapiens*, que existia por pensar, pelo *homo economicus*, que existe para consumir” (LEFF, 2010, p. 208-209 *Apud* RIBEIRO, 2018, p.128). E, em defesa desse modelo, o prejuízo ambiental se amplifica cada vez mais.

O jurista Alfredo Rangel Ribeiro faz, ainda, uma crítica direta ao modelo generalista, que foi estabelecido pelo “mito do desenvolvimento econômico”, quando a quase totalidade da doutrina econômica afirmava que o progresso das diversas economias mundiais, saindo do subdesenvolvimento e chegando ao completo desenvolvimento se daria através da adoção de uma economia baseada no consumo elevado.

Na teoria econômica é particularmente ilustrativo o caso do ‘mito do desenvolvimento econômico’, corolário do ‘mito do progresso’ que guiou ideologicamente os revolucionários franceses do século XVIII. Celso Furtado afirma que, nos meados do século XX, quase a totalidade da doutrina econômica partia dogmaticamente da ideia que o desenvolvimento econômico era universalizável, mediante difusão dos padrões mais elevados de consumo (FURTADO, 1974, p. 16). Pressupunham, assim, que o progresso das várias economias mundiais obedeceria a etapas lineares e sucessivas, partindo do estágio inicial do subdesenvolvimento até atingir, após paulatina evolução, a fase do pleno desenvolvimento (RIBEIRO, 2018, p. 127).

Ora, considerar a existência de uma equação perfeita que possa salvar o desenvolvimento econômico dos mais diversos países, com todas as suas peculiaridades e características únicas, unicamente com base na exaltação do consumo, seria um sonho para todos os governantes, mas não há como não ser meramente uma fábula.

Pautar toda a sua estrutura econômica na perspectiva de um alto consumo seria no mínimo irresponsável, quando inúmeras variantes, que não podem ser controladas pelo homem, podem -e vão!- interferir no processo, principalmente quando tratamos de uma fórmula extremamente limitada e que despreza uma variável tão indispensável quanto a própria hipótese em si, que é o ambiente onde ela será implantada. O exemplo mais próximo que temos dessa situação é o período que a humanidade vivenciou durante o período da pandemia do Covid-19.

Mesmo que sempre se procure restringir as ciências da natureza à padrões exatos, a natureza quase sempre é imprevisível e, por mais que se tente, incontrolável, pelo homem.

Então, conforme Ribeiro (2018, p. 240), para que possamos considerar o consumo sustentável como sendo um princípio jurídico-consumerista é necessário que haja uma brusca mudança de direção intelectual e metodológica que dissolva com o padrão norteador predominante que guiou o desenvolvimento do Direito do Consumidor, mas que ainda permaneça enraizado no julgamento comum teórico dos juristas, limitando-o e o retendo em si e o vedando da imprescindível conexão transdisciplinar junto a tutela ecológica.

Assim sendo, o desenvolvimento sustentável necessita ser difundido no direito consumerista, de maneira que seja possível a transformação emergencial e inadiável de que o nosso planeta necessita.

4 A INTERFERÊNCIA DA INDÚSTRIA DO CONSUMO NA SEGURANÇA HUMANA AMBIENTAL

Sem dúvidas ao longo do século XX ocorreram grandes avanços, incluindo de maneira geral, numa melhoria da qualidade de vida das pessoas, em que pese isso, o modo de produção foi fundamentado em um entendimento de total despreocupação e desequilíbrio da natureza. Uma certeza de que o próprio homem poderia controlar fenômenos naturais e dominar as nossas fontes naturais de vida, o que acabou conduzindo a humanidade para inevitáveis consequências catastróficas.

Nas últimas décadas, percebe-se que o nosso planeta está sob pleno desequilíbrio ecológico, o que se traduz em uma grande ameaça, de forma terminantemente insustentável. Tratando sobre o assunto, Cecilia Polacow Herzog (2013, p. 73) aponta que o liberalismo econômico é resultado de um entendimento linear, atento em certezas, que espera conseguir administrar a natureza e suas forças por meio da especialização do conhecimento. É uma compreensão de mundo direcionada no unitário, no sujeito, na propriedade privada e na máquina. Esse fundamento econômico liberal egocêntrico nos encaminhou à circunstância delicada e vulnerável que vivenciamos atualmente.

Neste inteire, constatamos que é um período de transformações regulares, e que está acontecendo em velocidade ascendente, em todos os círculos de conhecimento, e em particular, os progressos tecnológicos têm atingido padrões até então nunca alcançados, o que proporciona a possibilidade de utilizar o conhecimento já contraído, sem que haja detrimento no processo de desenvolvimento, na utilização de um modelo que externize que, de forma diferente do desenvolvimento da humanidade, que é linear, a natureza funciona de forma cíclica e possui recursos finitos, para que, assim seja possível chegar ao equilíbrio. Conforme Herzog:

Tem sido uma era masculina, em que se acredita no poder de controlar e dominar tudo e todos. Os instrumentos que mantêm esse domínio são vários: poder econômico concentrado na mão de poucos indivíduos e empresas transnacionais; individualismo exacerbado; competição desenfreada; controle econômico das mídias de massa; preconceitos e segmentações por classes econômicas e sociais, gênero, etnia, orientação sexual, etc.; conhecimento fragmentado; intervenções pontuais e desconectadas em praticamente todos os campos e em todas as escalas (HERZOG, 2013, p. 74).

No convívio social moderno, podemos verificar que o poder econômico e os instrumentos que conservam o comando e o domínio originaram o desequilíbrio do ecossistema, assim sendo existe uma grande preocupação e uma real necessidade de que haja uma efetiva mobilização de todos, com o intento de reverter essa circunstância, eis que a principal causa do colapso ambiental é conferida à própria sociedade.

Um dos temas mais delicados dos últimos 20 anos está particularmente ligado à ação empresarial: a questão da mudança dos padrões de produção e consumo. Deve-se reconhecer que alguns progressos foram feitos com relação aos padrões de produção, através, por exemplo, da eficiência energética, da diminuição da poluição local, da redução das emissões de certos setores e do melhor gerenciamento de recursos naturais. Entretanto, a questão dos padrões insustentáveis de consumo é quase um tabu (LAGO, 2012 *apud* ALMEIDA, 2012).

É cediço de que a indústria de capital atua de maneira absolutamente ativa na degradação do meio ambiente, e é justamente por esse motivo que tal indústria precisa ser ativa da mesma maneira no combate aos efeitos deletérios causados pela degradação por ela causada, ou ainda, que, no mínimo se tentasse diminuir tais impactos. Karl Marx, em *O Capital*

emitiu um pensamento que se enquadra perfeitamente nessa situação: “O que a burguesia capitalista produz, antes de tudo, à medida que a indústria moderna se desenvolve, são as suas próprias sepulturas”.

Ora, se torna necessário que enfatizemos, mais uma vez, o quanto nos parece irreal e absolutamente ilógico, o quanto o ser humano, vivente em uma sociedade -que se intitula moderna-, incorpora a ideia que ele é um ser vivente que está condicionado em um plano em paralelo à natureza terráquea, ou seja, parecem acreditar que a natureza do planeta Terra corresponde a um universo distinto da humanidade, e ignoram com todas as suas forças o fato de que o ser humano, e, por conseguinte, as indústrias e empresas, dependam da existência de um meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Entre a manutenção da estabilidade social e a necessidade de reduzir o impacto das atividades humanas sobre os recursos naturais, não existe saída simplista como a defendida por quem endeusa essa suposição. O dilema se impõe porque a pressão sobre os ecossistemas aumenta com a expansão da economia (VEIGA, 2012, p. 7 in ALMEIDA, 2012).

Em que pese se tratar de uma situação demasiadamente urgente, concordamos que o desenvolvimento sustentável não é um percurso fácil de ser vencido, pois, para que seja possível um efetivo desenvolvimento sustentável, é preciso que a ideia de crescimento econômico a qualquer custo, pelo menos em um primeiro momento, saia do foco central e seja colocada em segundo plano, o que se traduz em uma situação que, como todos puderam perceber durante o período em que a humanidade necessitava de recolhimento social, em virtude da pandemia do Covid-19, soa para muitos como fantasiosa, devastadora, utópica entre outras.

Andrade e Romeiro (2011) intitulam a teoria econômica que unifica nos seus estudos a variável da resposta ambiental ao comportamento humano como “economia ecológica”, conforme podemos verificar abaixo:

Afora os economistas ecológicos, as considerações sobre escala do sistema econômico e as consequências de um possível *overshooting* da capacidade de suporte do ecossistema terrestre têm sido solenemente desconsideradas por parte dos partidários do vigente paradigma expansionista (neoclássico) (REES, 2003 apud ANDRADE; ROMEIRO, 2011, p. 18).

Se faz importante ressaltarmos ainda que, mesmo que, aparentemente possa parecer que é recente a conscientização de que o desenvolvimento da sociedade não precisa necessariamente levar em conta um crescimento econômico constante e estável, tal compreensão já permeava a mente dos economistas-modelo há mais de trezentos anos; conforme relatos de Andrade e Romeiro:

A preocupação com os limites ambientais ao crescimento econômico pode ser encontrada já nos trabalhos dos chamados economistas clássicos, como Adam Smith, David Ricardo e John Stuart Mill. Em seus modelos de crescimento, construídos nos séculos XVIII e XIX, estes autores postulavam a necessidade de um ‘estado-estacionário’, na medida em que a finitude dos recursos naturais e a impossibilidade de crescimento ilimitado da produtividade apresentavam-se como um empecilho à continuidade da expansão do sistema econômico. Com a emergência da escola neoclássica, a ideia de um obstáculo absoluto ao crescimento imposto pelo ambiente é substituída pela crença no avanço tecnológico como elemento chave capaz de relativizar indefinidamente os limites ambientais ao crescimento econômico. A tradição neoclássica procurou legitimar cientificamente a convicção de que o sistema capitalista e os padrões de consumo dele decorrentes não seriam obstados pelo meio natural [...] (ANDRADE; ROMEIRO, 2011, p. 6-7).

Percebemos que, ao contrário daquilo que seria mais sensato, com base na razão e na lógica, a compreensão dos homens não foi evoluindo, desde os longínquos tempos já se detinha o conhecimento do mundo em um panorama helicoidal, e finitude dos recursos naturais foi desprezada de maneira proposital, em detrimento do interesse pela adoção de um sistema que contemplasse a expansão dos ganhos econômicos e financeiros.

É inacreditável, mas podemos verificar que o homem ao longo da história detinha a consciência da necessidade de escolha entre um meio ambiente ecologicamente favorável à vida no planeta e, do outro lado, os ganhos financeiros; e a escolha sempre foi a troca do equilíbrio ambiental pelo desastre iminente. Em resumo, o ser humano, há anos, possui o conhecimento, mas sempre optou pela catástrofe.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O debate a respeito da segurança humana econômica demonstra-se urgente e necessário sob a óptica da indústria do consumismo e suas consequências decorrentes dos impactos econômicos, ambientais e sociais. As sociedades precisam rever seus valores e reformularem padrões de consumo que em âmbito global demonstram-se insustentáveis.

A pandemia da Covid-19 escancarou diversos problemas estruturais, tirando debaixo do tapete, muitas questões relegadas pelos interesses de mercado, este com receio de sofrer uma recessão. Entretanto, foi preciso um fator natural, alheio à vontade humana, agir de forma cruel, para evidenciar que até os mercados não são autossuficientes nem detém previsibilidade para manter inalterável seus interesses.

Nesta equação, quem sofre é a parte fraca da relação, a saber da sociedade, que de forma individual se vê insegura frente a realidade brusca que se instaura. Diante disso, é preciso de forma cosmopolita, trazer a discussão da segurança humana em todos os aspectos, a nível global. Apesar dos esforços de entidades como a ONU – Organização das Nações Unidas, ao empenhar esforços a exemplo da Agenda 2030 e os 17 Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável, o tema segurança humana precisa cada vez mais disseminado e expandido.

Uma das facetas que a pandemia da Covid-19 evidenciou foi a de que territórios não podem sobreviver alheios ao que ocorrem fora de suas fronteiras. Em um mundo cada vez mais estreitado e conectado, a relação se mostra interdependente. Neste sentido no que diz respeito aos padrões de consumo atualmente vigentes e a indústria de uma forma geral, é preciso incentivo de esforços globais, como diretriz adequada a cada realidade de povo e nação, para que haja um equilíbrio que venha a garantir a vida na terra para as próximas gerações. Essa discussão se faz presente nos aspectos econômicos, sociais e ambientais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. *Desenvolvimento sustentável 2012-2050: visão rumos e contradições*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ANDRADE, Daniel Caxieta; ROMEIRO, Ademar Ribeiro. *Degradação ambiental e teoria econômica: algumas reflexões sobre uma “Economia dos Ecossistemas”*. Economia, Brasília (DF), v. 12, n. 1, p. 3-26, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o Consumo – a transformação de pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BRASIL. *Constituição da república federativa do brasil: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988*. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2006.

BUENO, Maria Lucia. et al. *Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo: SENAC, 2008.

CAPRA, Fritjof. *O ponto de mutação: a ciência, a sociedade e a cultura emergente*. São Paulo: Cultrix, 2012.

CANADIANS FOR A SUSTAINABLE SOCIETY. *Consumerism environment*. Disponível em <<https://sustainableociety.com/social/consumerism#.Xm28sqhKhPZ>> Acesso em 20 de janeiro de 2021.

GRINOVER, Ada Pellegrini; et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 11.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

HERZOG, Cecilia Polacow. *Cidades para todos: reaprendendo a conviver com a natureza*. Rio de Janeiro: Mauad X Inverde, 2013.

LAGO, André Aranha Corrêa. *Desenvolvimento sustentável 2012-2050: visão rumos e contradições*. Apresentação. In: ALMEIDA, F. *Desenvolvimento sustentável 2012-2050: visão rumos e contradições*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da sociedade industrial*. Trad. Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 3. ed. rev., atual., e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

MARX, Karl. *O Capital*. Tradução e condensação de Gabriel Deville. Bauru, SP: EDIPRO, 2013.

McCRACKEN, Grant. *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MÉO, Letícia Caroline. *Greenwashing e o direito do consumidor: como prevenir (ou reprimir) o marketing ambiental ilícito*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

NORAT, Markus Samuel Leite. *Curso de direito do consumidor*. 2. ed. João Pessoa: Editora Norat, 2020.

NORAT, Markus Samuel Leite; CÂMARA NETO, Hamilton Calazans. *Lavagem de dinheiro nas relações de consumo do mercado de arte*. João Pessoa: Editora Norat, 2019.

NORAT, Markus Samuel Leite. *Manual de direito do consumidor*. 3. ed. João Pessoa: MSLN Editor, 2018.

NORAT, Markus Samuel Leite. *Relações de consumo*. João Pessoa: Editora Norat, 2019.

NORAT, Markus Samuel Leite. Evolução histórica do direito do consumidor. *Cognitio Juris*, João Pessoa, Ano I, Número 2, agosto 2011. Disponível em <http://www.cognitiojuris.com/artigos/02/12.html>. Acesso em: 27 de janeiro de 2021

NORAT, Markus Samuel Leite. O conceito de consumidor no direito: uma comparação entre as teorias finalista, maximalista e mista. *Cognitio Juris*, João Pessoa, Ano II, Número 4, abril 2012. Disponível em <http://www.cognitiojuris.com/artigos/04/08.html>. Acesso em: 27 de janeiro de 2021

NORAT, Markus Samuel Leite; ALMEIDA, Ithanyê Heloísa Arcoverde. *Obsolescência programada e consumo sustentável*. João Pessoa: Markus Samuel Leite Norat, 2019.

RIBEIRO, Alfredo Rangel. *Direito do consumo sustentável*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018.

VEIGA, José Eli da. *Desenvolvimento sustentável 2012-2050: visão rumos e contradições*. Prefácio. In: ALMEIDA, F. *Desenvolvimento sustentável 2012-2050: visão rumos e contradições*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.