

III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

ELCIO NACUR REZENDE

LITON LANES PILAU SOBRINHO

JERÔNIMO SIQUEIRA TYBUSCH

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

Diretoria - CONPEDI

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

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

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

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

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

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

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

Representante Discente:

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

Conselho Fiscal:

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

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

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

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

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

Secretarias

Relações Institucionais:

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

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

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

Comunicação:

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

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

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

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

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

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

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

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

Eventos:

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

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

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

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

D597

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

Coordenadores: Elcio Nacur Rezende; Jerônimo Siqueira Tybusch; Liton Lanes Pilau Sobrinho – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-339-9

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

Tema: Saúde: segurança humana para a democracia

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

CDU: 34



III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

Apresentação

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

Os artigos expostos foram direcionados, principalmente, para as seguintes tópicos: Cidades Sustentáveis, Direito Tributário Ambiental, Sustentabilidade, Cabotagem, Saúde, Tecnologia, Serviços Ambientais, Licenciamento Ambiental, Governança Ambiental, Educação de Gênero, Políticas Públicas, Consumo, Licitação, Indicações Geográficas, Litigância Ambiental, Direitos Humanos, Teorias da Justiça, COVID-19 e Eticidade Ambiental.

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

NATUREZA SOCIAL DO HOMEM, CONSUMISMO E SUSTENTABILIDADE.

MAN'S SOCIAL NATURE, CONSUMPTION AND SUSTAINABILITY

Maria Claudia da Silva Antunes De Souza ¹

Josemar Sidinei Soares ²

Resumo

O objetivo do presente artigo é demonstrar como a sociabilidade humana pode criar condições para que seja estabelecida uma sociedade consumista, a qual será diretamente confrontada pelo exercício da sustentabilidade. Em síntese, a pesquisa traz como resultado e contribuições, diante das inúmeras projeções e conceitos distorcidos pelo ser humano, é elementar a tomada de consciência do lugar que ele ocupa no planeta para que não se deixe influenciar pelas culturas insustentáveis e consumistas e venha a prejudicar o meio ambiente e as futuras gerações. Quanto à Metodologia, utilizou-se a base lógica indutiva por meio da pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Ser humano, Sociabilidade, Corpo social, Sustentabilidade, Consumismo

Abstract/Resumen/Résumé

The purpose of this article is demonstrate how human sociability can create conditions for a consumerist society to be established, which will be directly confronted by the exercise of sustainability. In summary, the research brings as a result and contributions, in view of the countless projections and concepts distorted by the human being, is essential to become aware of the place that it occupies on the planet so that it does not let itself be influenced by unsustainable and consumerist cultures and comes to harm the environment and future generations. Methodology, the inductive logic base was used through bibliographic research.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Human being, Sociability, Social body, Sustainability, Consumerism

¹ Doutora e Mestre em Derecho Ambiental y Sostenibilidad -Universidade de Alicante, Espanha. Mestre em Ciência Jurídica - UNIVALI. Professora Permanente no Programa de Pos-Graduacao Stricto Sensu em Ciência Jurídica– UNIVALI.

² Doutor em Filosofia/UFRGS. Mestre em Educação/UFSM e em Ciência Jurídica/UNIVALI. Professor e coordenador do laboratório 'Hard Cases' na Antonio Meneghetti Faculdade. Professor no PPCJ-UNIVALI. E-mail: jsoares@univali.br

INTRODUÇÃO:

No que tange o estudo dos fenômenos da sociedade, é imprescindível que a pesquisa inicie na base de qualquer agrupamento humano, ou seja, a natureza social do homem. Este, por natureza, tende a reunir-se e organizar-se com seus semelhantes na medida em que possuem objetivos em comum, a título de exemplo vale citar: famílias, instituições, grupos religiosos, político, nações etc.

Diante deste fato, é natural que alguns comportamentos, hábitos e costumes sejam estruturados e reproduzidos por seus membros. É neste contexto que surge a problemática do consumismo na sociedade.

Nesse cenário, a pesquisa tem por **objetivo** demonstrar como a sociabilidade humana pode criar condições para que seja estabelecida uma sociedade consumista, a qual será diretamente confrontada pelo exercício da sustentabilidade.

Na medida em que a sociedade avançou, ampliou-se a capacidade de produção, a tecnologia de inovação dos produtos, agilizaram-se os processos, e, portanto, foi estimulada nas pessoas a necessidade de consumir estes produtos que vinham sendo produzidos em demasia.

Este estímulo direcionado ao consumidor foi possibilitado através do argumento de que a aquisição de produtos sempre novos, mais estéticos, mais eficientes trariam um sentimento de prazer, realização. O que não se expõe é que este consumo exacerbado não traz nenhum resultado positivo à pessoa em longo prazo, pelo contrário, há uma satisfação momentânea gerada pela compensação de um sentimento de desejo do produto ou aquietação de emoções não administradas.

Entretanto, este processo desencadeia uma série de fatores prejudiciais ao ser humano, como problemas psicológicos, frustração existencial dificuldades financeiras etc., e também ao ambiente no qual está inserido, como descarte incorreto de produtos, acúmulo de resíduos, esgotamento das fontes não renováveis, entre outras condições. Em razão disso é que se **justifica** a presente pesquisa.

Portanto, diante desta situação, apresenta-se a sustentabilidade como elemento fundamental no enfrentamento dos resultados da atual sociedade de consumo.

Neste sentido pode-se evidenciar o problema desta pesquisa: De que forma a sociabilidade humana contribui para a formação de uma sociedade consumista e qual o papel da sustentabilidade diante deste contexto?

No primeiro tópico busca-se apresentar a ideia de sociabilidade humana, ou seja, destacar que o a interação do ser humano com seus semelhantes é uma condição inerente à sua natureza, portanto, é trazido o entendimento de alguns autores acerca do tema, a fim de contribuir e ampliar a discussão.

Em um segundo momento, são feitas considerações acerca das organizações humanas e da cultura de consumismo, buscando demonstrar como a sociabilidade humana contribuiu para construção deste fato e evidenciando, também, os reflexos provenientes desta cultura.

No terceiro tópico, por fim, aborda-se a questão da sustentabilidade como instrumento de contraposição à sociedade de consumo e de reparação de seus efeitos, a fim de garantir a integridade humana e do ambiente para as presentes e futuras gerações.

Quanto à **Metodologia**, utilizou-se a base lógica deste artigo na fase de investigação, optou-se pela adoção do método indutivo. As técnicas de pesquisa acionadas para se cumprir com a finalidade proposta pelo método eleito são a pesquisa documental, histórica e bibliográfica, a categoria e o conceito operacional. As adoções dessas últimas ferramentas são necessárias para se estabelecer, com clareza necessária, o acordo semântico entre os escritores e o(s) leitor(es) a fim de se estabelecerem, minimamente, os pressupostos teóricos que conduzem o desenvolvimento, inclusive ideológico, deste estudo.

1. HOMEM COMO SER SOCIAL

Partindo de uma análise etimológica, por ‘homem’, entende-se:

“Unidade de ação histórico-espiritual constituída por um projeto ôntico em acontecimento terrestre, com faculdade e funções inteligentes, racionais, emocionais, biológicas. Individuação histórica localizada no planeta Terra com propriedades sinérgicas de matéria e inteligência ôntica” (MENEGETTI, 2012).

Em uma perceptiva ontológica¹, o homem é uma unidade de ação que vive, estuda, modifica, cria e relaciona-se o mundo, tudo isso a partir da própria racionalidade, que o confere uma capacidade de percepção, interação, e elaboração do mundo ao seu redor. Mas para além desta interação com o ambiente, o ser humano também é dotado da capacidade de interagir e relacionar-se com seus semelhantes.

Através de uma observação acerca do ser humano, pode-se constatar que o homem, por natureza, é um animal social, ou seja, conduzido por sua capacidade racional, naturalmente, o ser humano tende a estabelecer vínculos com seus semelhantes, criando família, sociedade, instituições etc.

Aristóteles em sua obra ‘A Política’ define o homem como um animal político, isto é, o homem tem, como condição de natureza, a necessidade de convívio com outros seres humanos, afinal, em toda a sua trajetória de vida constrói laços com seus semelhantes, seja por uma questão de sobrevivência, como faz a criança, ou por uma questão de organização, como os partícipes de uma sociedade.

Da mesma forma, Platão (2008) na obra ‘A República’ parte do pressuposto que o homem necessita da convivência com outros seres humanos, pois em uma sociedade é impossível que um único homem realize todas as funções que dizem respeito a sua sobrevivência e/ou bem-estar. Por isso, fica evidente a necessidade de relação com os demais, isto é, visando uma distribuição de tarefas dentre os membros de uma comunidade.

Neste sentido dá-se o processo de produção e consumo na sociedade, onde cada integrante da possui seu papel individual de contribuição e desenvolvimento para com a mesma. Isto significa que cada pessoa que trabalha, desenvolve uma função em uma empresa, ou organização está fazendo sociedade, pois é parte de uma estrutura que fabrica e oferece produtos/serviços, gera empregos, movimentando a economia, consolida o corpo social e conseqüentemente provê a possibilidade de desenvolvimento de determinado lugar e pessoas.

¹ A dimensão ontológica do ser humano já foi abordada por inúmeros filósofos ao longo da história, desde a concepção de alma baseada na teoria do mundo das formas em Platão até as mais recentes pesquisas fenomenológicas, passando por toda a contribuição medieval e moderna. Para aprofundamentos ver (MONDIN, 1998).. Entre autores contemporâneos cita-se MENEGHETTI (2010), que especifica a dimensão ontológica humana a partir do conceito de Em Si ôntico, enquanto princípio formal inteligente capaz de fazer autóctise histórica, intuindo nas circunstâncias históricas a solução ideal para cada contexto.

Entretanto, de acordo com Antonio Meneghetti, diferentemente dos demais animais, o ser humano se relaciona para além da sobrevivência do grupo, como explica (MENEGETTI, 2006):

Enquanto os animais e as plantas têm uma relação unívoca pela própria sobrevivência, o homem é um relacional múltiplo como inteligente a outros inteligentes, e entende todas as variáveis do significado e da significância em vários contextos. E sobretudo nisso, é facilitado pelos seus semelhantes, por outros como ele.

Isto é, alguns animais dependem exclusivamente da participação de seus semelhantes para sua própria existência, por exemplo “Uma colmeia de abelhas apenas executa aquelas informações que já estão inseridas em sua genética permitindo que reproduzam a colônia e sobrevivam a espécie” (MENEGETTI, 2018).

No caso do ser humano, este não está condicionado aos demais tão somente por questões de sobrevivência, há a possibilidade de este subsistir independente do convívio com outros. Ocorre que esta interação promove maiores possibilidade de desenvolvimento de si.

O ser humano age para sobreviver quando se alimenta, quando descansa, quando trata seus ferimentos, mas também se dedica a estudar técnicas inovadoras de culinária, mais refinadas, uma refeição que não se limita a preencher o vazio orgânico, mas a saciar a necessidade de refinamento estético [...] o homem, ao viver em grupo, não cresce apenas em força, mas em criatividade, em possibilidade de aproveitamento da própria inteligência. (MENEGETTI, 2018)

Mas o que permite ao ser humano esta capacidade de convívio, relação e correspondência com os demais? Certamente sua faculdade multirrelacional, que faz compreender o ser humano como ser inteligente. ‘Inteligente’ de acordo com Meneghetti (2006):

[...] é aquele que, a partir de vários fenômenos, sabe verificar a sua causa universal, ou seja, sabe reduzir todos os fenômenos a um único impulso, motivação, razão que os atua. [...] É alguém que lê e reconhece para além de tudo aquilo que se estrutura como sentido, matéria, imagem, fenômeno. Intrínseca lhe é a capacidade de colher o número de si mesmo e daqueles que se relacionam com ele.

Diante desta perspectiva, é possível abordar, também, a análise de Rodolfo Sacco que elaborou seus estudos a partir do homem primitivo, aquele incapaz

de comunicação verbal e escrita, e, portanto, identificou preceitos em comum com os homens de sua época.

Rodolfo Sacco (2013) observa que o homem desde o princípio é social, afinal detém alguns tipos de inteligência inerentes a sua natureza, mecanismos estes que o instigam a interagir com seus semelhantes, lugares, objetos e conferir significado nas relações que estabelece com estes entes:

Contentando nos para as nossas finalidades, com distinções empíricas expressas em uma língua descontínua e não rigorosa, podemos repetir que naquela fase esteve presente uma inteligência social (capacidade de se movimentar no interior de relações multisubjetivas), uma inteligência enigmista (capacidade de efetuar correlações de causa e efeito), uma inteligência reflexiva (consciência de si), uma inteligência orientadora e referencial (capacidade de construir coordenadas espaciais e memorizar pontos de referência); sobretudo, esteve presente uma inteligência abstrata, que permite reduzir experiências múltiplas a um dado geral. A capacidade de reconhecer uma pessoa ou coisa implica uma capacidade de abstrair a identidade da pessoa ou coisa em relação às circunstâncias de tempo e lugar em que o sujeito a vê ou percebe. (SACCO, 2013)

Diante do exposto é possível compreender o ser humano como ente sociável, afinal, constrói diferentes modos de relacionar-se ao longo de sua existência, seja no ambiente familiar, escolar, profissional, social ou político. Em outras palavras, os diferentes corpos sociais estruturam-se com base nos diferentes tipos de significados que o homem concebe às relações estabelecidas por ele. Posiciona-se como um ser dotado de inteligência, capaz de raciocinar, diante de outro ser inteligente (fator determinante para esta relação simultânea).²

O humano, ao estabelecer uma interação com seu semelhante, o faz, pois, reconhece este outro como ‘tu’, partindo da qualidade de dialética racional, que manifesta, portanto, a possibilidade de estabelecer uma relação com um outro e então desenvolver civilização, ciência, filosofia, política etc. A interação entre os seres humanos viabiliza um cenário de evolução e desenvolvimento da coletividade.

Entretanto, por mais que a natureza do homem o induza a estabelecer vínculos com seus semelhantes e possibilite a subsistência de um corpo social para o desenvolvimentos dos humanos ali presentes, este modelo de organização traz consigo,

² Para aprofundamentos acerca das perspectivas sobre natureza social humana, indica-se a leitura dos textos de Rodolfo Sacco. 2013.

também, alguns pressupostos que por vezes podem se tornar negativos, podendo destacar: imposição de padrões éticos, estéticos e morais; expectativas de comportamento dos membros; estereótipos sociais e culturais construídos pela própria coletividade etc.

Neste contexto encontra-se a problemática do consumismo, a qual será aprofundada no próximo tópico.

2. SOCIEDADE DE CONSUMO

Conforme exposto no tópico precedente, o ser humano possui por natureza a condição de convivialidade com seus semelhantes, entretanto, a criação de um ambiente coletivo, não configura um estado exclusivo de harmonia, equilíbrio e desenvolvimento.

A construção de um ambiente coletivo (sociedade) cria uma série de conceitos e ideologias impositivas, que fazem parte de uma expectativa, um padrão de comportamento construído pelo próprio corpo social a seus partícipes, sendo a cultura do consumismo, um exemplo desta construção.

Atualmente, vive-se um período denominado como ‘pós-modernidade’, não há necessariamente um conceito ou caracterização exclusiva direcionada a este termo, visto que vários autores diferentes elaboraram, a partir de suas próprias contatações, conceitos a fim de configurar o que viria a ser este período. Alguns autores, inclusive, não utilizam o termo, ‘pós-modernidade’, mas também fazem análises e críticas à cultura contemporânea.

Partindo para uma análise direcionada a construção argumentativa do autor Anthony Giddens (2002), percebe-se que este reconhece a pós-modernidade como alta modernidade. Para Giddens, este período representa uma expansão das instituições estabelecidas no período moderno, ou seja, a pessoa que antes interagira com sua cidade ou região, agora se vê diante de uma perspectiva muito mais ampla, interagindo com diferentes pessoas, culturas e instituições.

Ao levar esta discussão para a perspectiva do sociólogo Zygmunt Bauman (2001), compreende-se ‘pós-modernidade’ como um conceito ideológico,

denominando, portanto, como “modernidade líquida”, afinal, Bauman afirma que nos períodos anteriores havia solidez, enquanto a sociedade atual fundamenta-se em um estado de liquidez.

O sólido, para o sociólogo, é um corpo determinado a ocupar um único lugar dentro de um período de tempo e espaço, ou seja, não é possível estar em dois lugares ao mesmo tempo (sólido, aqui, representa as organizações do período moderno). O sólido é compreendido como a instituição estabelecida e limitada a um único lugar, de tal modo que determina que as pessoas se situem dentro daquele espaço fixado permitindo, deste modo, a vigília e o controle das pessoas daquele local (BAUMAN, 2001)

Já o termo “líquido”, para Bauman (2001), simboliza uma metáfora para ilustrar o estado dessas mudanças observadas na sociedade atual: rapidamente adaptáveis e fáceis de serem manipuladas. O modo de condução da vida moderna, segundo ele, caracteriza-se pela vulnerabilidade e fluidez da sociedade, que apresenta uma incapacidade de conservar a mesma identidade por um longo período, fator que explica o fenômeno de um estado temporário das relações sociais.

Pretende-se demonstrar que apesar do termo ser elaborado a partir de diversas perspectivas, concepções e ideologias, um tema recorrente nesta análise é alta rotatividade e mutabilidade das coisas, justamente o que configura a cultura do consumismo, que se demonstra predominante neste período de ‘pós-modernidade’, fazendo com que sociedade atual seja definida, inclusive, como sociedade de consumo.

Alguns afirmam que esta sociedade se estruturou em decorrência da Revolução Industrial, tendo em vista que neste período foram desenvolvidas novas invenções, facilidades para o corpo social. Entretanto, afirmar que a sociedade consumista é fruto da Revolução Industrial é muito limitante, visto que as invenções tecnológicas teriam ocorrido a qualquer tempo e o consumismo surge a partir da capacidade de alta produção e qualificação de produtos.

A respeito da problemática do consumismo, Zygmunt Bauman (2008) expõe que este quadro de consumo acentuado existe porque a sociedade moderna é caracterizada pela prevalência da emoção e do desejo, o que faz com as pessoas procurem mais a compensação desses fatores do que a satisfação das próprias necessidades individuais.

Logo, enquanto as pessoas buscam uma satisfação superficial de seus desejos e emoções, instala-se um desequilíbrio na forma de vida do homem, uma vez que “enquanto as necessidades de uma pessoa podem ser objetivamente estabelecidas, os [...] desejos podem ser identificados apenas subjetivamente” (BARBOSA, 2004). Deste modo, “o desejo dos consumidores é experimentar, na vida real, os prazeres vivenciados na imaginação, e cada novo produto é percebido como uma possibilidade de realizar essa ambição” (BARBOSA, 2004).

Entende-se, portanto, que a origem do problema ‘consumismo’ está na formação e nos princípios dos indivíduos que compõem o corpo social. Atualmente, os consumidores compram apenas com o intuito de satisfazer seus desejos, e o mercado sabe que “o preço que o potencial consumidor em busca de satisfação está preparado para pagar pelas mercadorias em oferta dependerá da credibilidade dessa promessa e da intensidade desses desejos” (BAUMAN, 2008).

Bauman afirma ainda que hoje predomina a superficialidade, a cultura do descartável. A realidade atual é bastante dinâmica, o que é moda hoje amanhã deixa de ser, o que é certo hoje amanhã está em dúvida. Há uma sensação constante de incerteza quanto ao futuro. Esta incerteza constante gera laços afetivos cada vez mais superficiais. Hoje as pessoas tendem a não ser profundas em seus relacionamentos, tanto afetivos como de trabalho, pois não há certeza que este relacionamento terá durabilidade (BAUMAN, 2008).

Esta relação entre mídia e difusão de estilos de vida é particularmente enfática na questão do consumismo, que provoca a todos a seguirem os mesmos hábitos, comprarem as mesmas roupas, os mesmos alimentos, realizarem as mesmas diversões. Este modo de viver intensifica a massificação e favorece a perda da identidade, pois o indivíduo, ao ver que várias pessoas seguem determinado comportamento, decide também segui-lo.

Tendo em vista este contexto, as empresas, como principais favorecidas deste vício social, especializaram-se a cada dia em fomentar desejos e emoções fantasiosas nos seres humanos, afirmando poder satisfazer todos os desejos por elas estimulados.

O grande problema é que o homem do humanismo, aquele que vivia em harmonia com a natureza e com seus semelhantes, no

seio de instituições cuja tutela não discutia, sobreviveu. Agora a necessidade se libertou da natureza, engendrando no homem uma paixão de possuir e um espírito de ambição que alimenta, por sua vez, a corrida ao poder. Transbordando os limites da necessidade natural, o interesse prolifera e contamina rapidamente todo o tecido social. As instituições que tinham tradicionalmente a tarefa de contê-lo se apresentam, contudo, como os instrumentos de uma vasta manipulação, tendendo a manter o poder dos mais fortes (SOËTARD, 2010).

De acordo com Gilles Lipovetsky (2007), ao passo que as sociedades prosperam, concomitantemente cresce a necessidade de consumo, ou seja, quanto mais consome, mais quer consumir, conforme amplia-se a riqueza e capacidade produtiva de um sistema, maior é o consumo daquela comunidade. Este cenário exprime uma necessidade de satisfação de desejos e compensação de emoções, fixa-se uma cadeia insaciável: aumenta produção, aumenta o apetite de consumo, na sequência novos produtos são desenvolvidos, as indústrias estimulam a aquisição destes e instala-se ciclo que perdura incessantemente.

Esta cadeia se sustenta, portanto, através de uma ideologia consumista, de uma dinâmica preestabelecida de mercado, de uma ‘democratização do consumo’ e da velocidade como transformam-se as tendências da sociedade. Neste sentido, observa-se também a acentuação do fenômeno da obsolescência programada, onde a vida útil dos produtos diminui ou a excitação pela mercadoria se esvai, levando a pessoa a adquirir o “mais novo”, “mais bonito”, “mais eficiente”.

Quanto mais o indivíduo está isolado ou frustrado, mais busca consolo nas felicidades imediatas da mercadoria. O consumo exerce sua influência apenas na medida em que tem a capacidade de aturdir e de adormecer, de oferecer-se como paliativo aos desejos frustrados do homem moderno.

A característica mais proeminente da sociedade de consumidores, ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta, é a “transformação dos consumidores em mercadorias” (BAUMAN, 2008, p. 20).

Vale ressaltar que para Lipovetsky, não há que se direcionar toda a crítica ao consumismo, mas ao seu imperialismo exercido sobre as pessoas que cria um obstáculo ao desenvolvimento das capacidades/potencialidades humanas. Este posicionamento social não é algo que precisa ser eliminado, mas corrigido,

reestruturado, reequilibrado de modo que esta necessidade de consumo excessivo não venha a esmagar a multiplicidade dos horizontes da vida Lipovetsky (2007).

Na perspectiva de Livia Barbosa (2004), em sua obra Sociedade de consumo, “todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural”, ou seja, é através do consumo individual e local que ocorrem as transformações alterações nas “forças globais de produção, circulação, inovação tecnológica e relações políticas”. Porém, nota-se, que nos dias atuais, o consumo excessivo tornou-se o ponto central da vida das pessoas. Práticas sociais, valores culturais, ideias, aspirações e identidades estão sendo estabelecidas em razão do consumo, enquanto todas estas dimensões deveriam estar sendo guiadas e determinadas por critérios como: trabalho, cidadania, aspectos históricos, entre outros.

Outro fator responsável pela construção de uma sociedade consumista foi o afastamento entre ser humano e meio natural. Esse distanciamento do contato entre homem e natureza, estimulado pelas instituições que se beneficiam da cultura do consumo, fez com que criou um sentimento de superioridade no ser humano, como senhores de si, independentes e alheios aos demais e ao ambiente a sua volta. Neste sentido observa-se a falsa ilusão de “um universo no qual predomina a autonomia de escolha e a soberania do consumidor”.

O poder de escolha do indivíduo na esfera do consumo nas sociedades pós-tradicionais tem sido campo de debate sobre a sua real liberdade de escolha ou submissão a interesses econômicos maiores que se escondem por trás do marketing e da propaganda. Será o consumo uma arena de liberdade e escolha ou de manipulação e indução? Terá o consumidor efetivamente escolha? Ele é súdito ou soberano, ativo ou passivo, criativo ou determinado? (BARBOSA, 2004)

Registra-se que o termo “consumerismo³” designa um tipo de atitude oposta ao “consumismo”, caracterizando por um consumo racional, controlado e responsável, considerando as consequências econômicas, sociais, culturais e ambientais do próprio ato de consumir.

Para Lyotard (1998) vive-se em um mundo onde tudo que é gerado deve ser consumido rapidamente para que assim novas produções surjam. Por um lado, isso é bom, pois impele o

³ Sobre o assunto indica a leitura SOUZA; SOARES, 2019.

homem a criar e produzir cada vez mais, mas por outro é ruim, pois cria um estado de finitude existencial para o indivíduo, que busca a felicidade apenas no consumo momentâneo de bens. Além disso, quem fornece matéria-prima é o mundo, que passa ser explorado cada vez mais e sem limites.

Diante do exposto percebe-se que a reunião de todos estes fatores gera um preço alto a ser pago e o encarregado por esta dívida é muito mais o meio ambiente do que o próprio sujeito responsável pelo dano. Deste modo o tema sustentabilidade surge como condição fundamental no debate acerca da sociedade de consumo.

Afinal é por meio dela que as presentes e futuras gerações poderão ter seus direitos garantidos, principalmente no que diz respeito ao direito de um meio ambiente propício ecologicamente à qualidade de vida e ao desenvolvimento social. O tema sustentabilidade será desenvolvido no próximo tópico.

3. SUSTENTABILIDADE

Quando se aborda a questão do consumismo, é fundamental que seja levantada a discussão sobre sustentabilidade, visto que esta é premissa fundamental na reparação dos danos do uso e consumo exacerbado de mercadorias e produtos.

Atualmente o estudo acerca da sustentabilidade não se limita mais à dimensão ambientalista da questão, observa-se este tema sendo tratado em perspectivas educacionais, empresariais, industriais, no âmbito de entidades governamentais, não governamentais e em outras organizações sociais.

Partindo de um princípio de equilíbrio entre os fatores que compõem um sistema, pode-se dizer que sustentabilidade é um instrumento de gestão que propicia a permanência e durabilidade do mesmo. Neste sentido, a aplicabilidade prática do conceito de sustentabilidade exige a aderência de uma percepção estratégica, capaz de evidenciar e definir planos de ação que enquadrem a administração de tempo, dinheiro, recursos, pessoas etc.

Sustentabilidade diz respeito a uma condição de gestão que permite a permanência e durabilidade de um sistema, partindo de processo de equilíbrio entre os fatores que o compõem. A aplicação prática do conceito de Sustentabilidade passa, indispensavelmente, pela adesão de um olhar estratégico, capaz de definir planos de

ações que compreendam a totalidade dos problemas a serem solucionados, em uma escala de curto, médio e longo prazo.

Nota-se que o grande desafio enfrentado pelos principais segmentos da Sociedade, empresas, governos e sociedade civil organizada, tem sido a transição do modelo de desenvolvimento atual, rumo ao modelo de Sustentabilidade.

A Sustentabilidade deve ser compreendida em uma perspectiva ontológica, envolvendo todo o planeta, como um processo que reconhece a importância de cada ser, ambiente e organizações. Tendo como pressuposto, a qualificação e desenvolvimento de uma parte sem que haja prejuízos à outra, mesmo que haja um processo dialético, tanto na natureza como na história (Souza, 2012).

Neste sentido, passa a ser um conjunto de mecanismos necessários à manutenção de algo sem que gere danos (ou, pelo menos, os reduza) no ambiente referenciado, levando em consideração as demais variáveis para que haja uma interação de equilíbrio entre elas, sem conflitos e privilégios em detrimento dos demais.

A sustentabilidade representa em um dos fundamentos um princípio da responsabilidade de longa duração, encarregando Estados e outras associações políticas a adotarem providências de prevenção e proteção a fim de garantir a existência condições dignas de existência para as presentes e futuras gerações.

Deste modo, a sustentabilidade deve levar em consideração sua pluralidade de ação, não se limitando somente ao contexto em que se encontra ligada, afinal isto pode causar danos às demais dimensões e prejudicar a sociedade que se objetiva proteger. Ou seja, a aplicabilidade prática do conceito de sustentabilidade deve ponderar a existência de todas as suas dimensões, neste sentido instaura-se um cuidado para que haja um equilíbrio entre estas dimensões, a fim de que uma não prejudique a outra. Este equilíbrio é complexo e variável, devendo ser identificado caso a caso, o que se chama de flexibilização.

Os temas consumismo e sustentabilidade encontram-se em vias opostas, visto que o consumismo expressa um comportamento social de larga produção (consequentemente o emprego elevado de matéria prima e energia), uso irresponsável de produtos e descarte irresponsável dos mesmos. Enquanto a sustentabilidade tem como principal objetivo garantir condições sociais adequadas para as futuras gerações,

isto passa pela preservação do meio ambiente, gestão de recursos renováveis e não renováveis, reutilização de materiais descartados etc.

Ou seja, o compromisso da sustentabilidade é assegurar condições de subsistência para o planeta como um todo, desde os seres humanos, animais, ambientes e todos os outros elementos que o compõem. Esta concepção de sustentabilidade é concebida no seio da ontologia⁴, que reconhece a importância de cada ser como manifestação de uma natureza inerente e em comum a cada existência.

Neste sentido, tem-se a sustentabilidade como preceito de sobrevivência, bem como de evolução, de um sistema, partindo de um processo dialético, tanto na natureza como na história.

Entretanto, não só a conceituação e elaboração de estratégias são importantes no que tange a sustentabilidade, mas ações práticas que a concretizem. Neste sentido, cabe aos líderes, operadores sociais e agentes do direito tornarem realidade este instrumento de subsistência e qualificação social, investindo na formação do próprio homem e de suas relações sociais.

CONCLUSÃO

A sociedade de consumo vem provocando um comportamento generalizado e, ao mesmo tempo, individualizado de consumo desmedido e impensado, alcançando a exasperação da moda a uma alta taxa de descarte de mercadorias. A obsolescência programada, quando o fabricante planeja “o envelhecimento de um produto”, ou seja, programa “quando determinado objeto vai deixar de ser útil e parar de

⁴ A dimensão ontológica aqui é entendida como o horizonte do ser, que subjaz a qualquer manifestação existencial. Para aprofundamentos ver SOARES, Josemar. *Consciência de Si, Direito e Sociedade*. São Paulo: Intelecto, 2018; SOARES, Josemar. *Filosofia do Direito*. Curitiba: IESDE, 2019. Para estudos da aplicação da dimensão ontológica à política jurídica ver OLIVEIRA, Gilberto Callado de. *Filosofia da Política Jurídica*. Itajaí: Editora da UNIVALI, 200; DIAS, Maria da Graça dos Santos. *Justiça: referente ético do Direito*. In: DIAS, Maria da Graça dos Santos; SILVA, Moacyr Motta da; MELO, Osvaldo Ferreira de. *Política Jurídica e Pós-Modernidade*. Florianópolis: Conceito, 2009; SILVA, Moacyr Motta da. *A ideia de Valor como fundamento do direito*. In: CADEMARTORI, Daniela Mesquita Leutchuk de; GARCIA, Marcos Leite. *Reflexões sobre Política e Direito: Homenagem aos Professores Osvaldo Ferreira de Melo e Cesar Luiz Pasold*. Florianópolis: Conceito, 2008. SILVA, Moacyr Motta da. *Direito e Sensibilidade*. In: DIAS, Maria da Graça dos Santos; SILVA, Moacyr Motta da; MELO, Osvaldo Ferreira de. *Política Jurídica e Pós-Modernidade*. Florianópolis: Conceito, 2009; SANTOS, Rafael Padilha dos. *O Princípio da Dignidade da Pessoa Humana como Regulador da Economia no Espaço Transnacional: uma proposta de economia humanista*. 568 f. Tese (Doutorado em Ciência Jurídica) – Centro de Ciências Sociais e Jurídicas, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2017.

funcionar, apenas para aumentar o consumo” é apenas um exemplo das estratégias para garantir a compra constante de bens que movimentam o mercado.

O consumidor não está mais atento à qualidade e durabilidade do produto que consome, ele o adquire, como visto anteriormente, com o objetivo de satisfazer seus desejos. Assim, verifica-se a clara transição entre a sociedade tradicional para a sociedade de consumo. A insatisfação dos desejos instáveis e rapidamente mutáveis do consumidor o leva a descartar os objetos que comprou com a promessa de cumprir esta tarefa. Vê-se como, com apenas uma única situação ocasionada pela cultura do consumo, o meio ambiente e os direitos dos indivíduos são comprometidos. É pela alta taxa de desperdício, e pela decrescente distância temporal entre o brotar e o murchar do desejo, que o fetichismo da subjetividade se mantém vivo e digno de crédito, apesar da interminável série de desapontamentos que ele causa. A sociedade de consumidores é impensável sem uma florescente indústria de remoção dos resíduos. Não se espera dos consumidores que jurem lealdade aos objetos que obtêm com a intenção de consumir. (BAUMAN, 2008).

A insaciabilidade dos desejos supérfluos do homem contemporâneo aqui gera toneladas de lixo que devem ser removidas e que muitas vezes não tem a destinação adequada, acarretando enorme ônus ao planeta e a todas as espécies. Assim, é possível constatar, que, como já destacado por Fritjof Capra, tudo está relacionado e cada ação tem uma reação, que o homem vive em uma grande teia.

Diante das inúmeras projeções e conceitos distorcidos pelo ser humano, é elementar a tomada de consciência do lugar que ele ocupa no planeta para que não se deixe influenciar pelas culturas insustentáveis e consumistas e venha a prejudicar o meio ambiente e as futuras gerações:

A sustentabilidade, portanto, não pode iniciar com políticas públicas e diretrizes jurídicas, antes depende de impostação existencial. Enquanto a contemporaneidade seguir enfatizando o vínculo entre Felicidade e Consumismo a tendência será sempre a organização dos estilos de vida direcionados à busca pela felicidade preponderantemente na dimensão do consumo. E isto provoca impactos nas questões da sustentabilidade. Portanto, antes da política e do direito há a necessidade de mudança cultural das sociedades contemporâneas. A proteção à biodiversidade, aos ecossistemas, às reservas de águas, o enfrentamento da crescente poluição e dos problemas de aquecimento global, dependem antes de uma pedagogia existencial de responsabilização humana diante de si e do mundo, enfatizando que a felicidade é uma realização diária dos próprios projetos e não o consumo irracional dos recursos disponíveis.

Nota-se que o grande desafio enfrentado pelos principais segmentos da Sociedade, empresas, governos e sociedade civil organizada, tem sido a transição do modelo de desenvolvimento atual, rumo ao modelo de Sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. Política. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- BATTISTA. Storia della Metafisica. Bologna: Studio Domenicano, 1998
- BARBOSA, Livia. Sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001
- BAUMAN, Zygmunt. Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- DIAS, Maria da Graça dos Santos Justiça: referente ético do Direito. In: DIAS, Maria da Graça dos Santos; SILVA, Moacyr Motta da; MELO, Osvaldo Ferreira de. Política Jurídica e Pós-Modernidade. Florianópolis: Conceito, 2009.
- GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- MELO, Osvaldo Ferreira de. Dicionário de Política Jurídica. Florianópolis: OAB-SC, 2000.
- MENEGHETTI, Antonio. Dicionario de Ontopsicologia. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editora, 2012.
- MENEGHETTI, Antonio. Sistema e Personalità. Roma: Psicologica Ed., 2002.
- MENEGHETTI, Antonio. Manual de Ontopsicologia. Recanto Maestro: Ontopsicologica Ed, 2010.
- LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- OLIVEIRA, Gilberto Callado de. Filosofia da Política Jurídica. Itajaí: Editora da UNIVALI, 2001.
- PLATÃO. A República. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2008.
- ROSS, Alf. Direito e Justiça. Bauru: EDIPRO, 2003.
- SACCO, Rodolfo. **Antropologia jurídica: Contribuição para uma macro-história do direito.** WMF Martins Fontes – POD. 2013. Trad. Carlo Alberto Dastoli
- SANTOS, Rafael Padilha dos. O Princípio da Dignidade da Pessoa Humana como Regulador da Economia no Espaço Transnacional: uma proposta de economia

humanista. 568 f. Tese (Doutorado em Ciência Jurídica) – Centro de Ciências Sociais e Jurídicas, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2017.

SILVA, Moacyr Motta da. A ideia de Valor como fundamento do direito. In: CADEMARTORI, Daniela Mesquita Leutchuk de; GARCIA, Marcos Leite. Reflexões sobre Política e Direito: Homenagem aos Professores Osvaldo Ferreira de Melo e Cesar Luiz Pasold. Florianópolis: Conceito, 2008.

SOARES, Josemar. Filosofia do Direito. Curitiba: IESDE, 2019. SOARES, Josemar; LOCCHI, Maria Chiara. O papel do indivíduo na construção da dignidade da pessoa humana. Revista Brasileira de Direito, v. 12, n. 1, 2016.

SOËTARD, Michel. Jean-Jacques Rousseau. Tradução de Verone Lane Rodrigues. Recife: Fundação Joaquim Nabuco; Editora Massangana, 2010. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me4675.pdf>. Acesso em: 16 maio 2018

SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de. **20 Anos de Sustentabilidade: Reflexões sobre Avanços e Desafios.** Revista da Unifebe (Online) 2012; 11 (dez):239-252. ISSN 2177-742X