XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

KEILA PACHECO FERREIRA

VIVIANE COÊLHO DE SÉLLOS KNOERR

JOANA STELZER

Copyright © 2015 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

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

Diretoria – Conpedi
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UFRN
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. José Alcebíades de Oliveira Junior - UFRGS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcílio Pompeu - UNIFOR
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

Conselho Fiscal
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG /PUC PR
Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas - PUC SP
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches - UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS (suplente)
Prof. Dr. Paulo Roberto Lyrio Pimenta - UFBA (suplente)

Representante Discente - Mestrando Caio Augusto Souza Lara - UFMG (titular)

Secretarias
Diretor de Informática - Prof. Dr. Aires José Rover – UFSC
Diretor de Relações com a Graduação - Prof. Dr. Alexandre Walmott Borgs – UFU
Diretor de Relações Internacionais - Prof. Dr. Antonio Carlos Diniz Murta - FUMEC
Diretora de Apoio Institucional - Profa. Dra. Clerilei Aparecida Bier - UDESC
Diretor de Educação Jurídica - Prof. Dr. Eid Badr - UEA / ESBAM / OAB-AM
Diretoras de Eventos - Profa. Dra. Valesca Raizer Borges Moschen – UFES e Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - UNICURITIBA
Diretor de Apoio Interinstitucional - Prof. Dr. Vladmir Oliveira da Silveira – UNINOVE

D598

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFS;
Coordenadores: Viviane Coêlho de Séllos Knoerr, Joana Stelzer, Keila Pacheco Ferreira – Florianópolis: CONPEDI, 2015.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-049-7
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: DIREITO, CONSTITUIÇÃO E CIDADANIA: contribuições para os objetivos de desenvolvimento do Milênio.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Globalização. 3. Relações de consumo. I. Encontro Nacional do CONPEDI/UFS (24. : 2015 : Aracaju, SE).

CDU: 34

CONPEDI
Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

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

XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

O presente estudo consubstancia-se em obra que reúne uma coletânea de artigos de excelência acadêmica comprovada não apenas em razão de sua seleção pelo sistema double blind peer review, mas, também por sua apresentação no Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo ocorrido por ocasião do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI, realizado na Universidade Federal de Sergipe (UFS), na cidade de Aracaju SE, entre os dias 3 a 6 de junho de 2015, reunindo pesquisadores e estudantes oriundos de diversos Programas de Pós-Graduação em Direito do Brasil.

Dentre os traços mais marcantes desse Grupo de Trabalho, teve-se a profundidade na discussão sobre o consumo e o consumismo, o fenômeno da globalização, o superendividamento e aspectos de responsabilidade que norteiam as relações de consumo. Os trabalhos promoveram uma crítica científica de cunho altamente reflexivo sobre o cenário contemporâneo, mediante uma interlocução comprometida por parte dos expositores que demonstraram possuir qualificação para argumentar sobre essas complexas questões contemporâneas.

A diversidade dos temas apresentados também trouxe um anseio generalizado pelas novas abordagens que as temáticas merecem e que não se resumem a uma ótica exclusivamente normativa. As discussões de alto nível entre os pesquisadores de diversas partes do País trouxeram imensa satisfação às Coordenadoras desse Grupo de Trabalho que puderam vivenciar tão enriquecedora experiência.

No intuito de revisitar os temas e autores, passa-se a fazer breve descrição do conteúdo que será encontrado ao longo de toda a obra.

Os autores Marcelo Cacinotti Costa e Vinicius de Melo Lima, apresentam um estudo sobre o superendividamento e seus reflexos na sociedade contemporânea partindo da compreensão da modernidade líquida e dos novos pobres no artigo O Superendividamento como um problema de Direitos Fundamentais.

Partindo das patologias do consumo na sociedade moderna, e as diferentes implicações nas questões sociais, ambientais e econômicas as autoras Livia Gaigher Bosio Campello e

Mariana Ribeiro Santiago discorrem sobre as novas dinâmicas da locação de coisas, ressignificação da propriedade e efetivação do consumo solidário e sustentável.

Em Comércio Justo e Consumo Responsável: avanços normativos para a certificação brasileira, os pesquisadores Everton Das Neves Gonçalves e Joana Stelzer ao tratar de diagnosticar o cenário contemporâneo da certificação do Comércio Justo, especialmente no âmbito brasileiro, demonstram que os princípios jurídicos, as regras de certificação e os códigos de conduta nada mais são do que estímulos normativos para uma mudança do comportamento de consumidor para agente de transformação social.

Analisando a aplicação dos sistema S1 e S2 de Daniel Kahneman no sistema consumista e evidenciando conceitos e origens do sistema consumista, os autores Jose Everton da Silva e Marcos Vinícius Viana da Silva buscam compreender qual dos dois sistemas é aplicado no momento da compra dos novos produtos.

Trazendo à tona e inserindo o conceito da obsolescência programada no contexto da sociedade de risco, os autores Sérgio Augustin e Daniel Bellandi realizam uma breve crítica ao pensamento econômico da era da modernidade e apontam que, se observadas a pleno o conceito de obsolescência programada, consumo, consumismo e crescimento econômico, encontraremos intrínsecas inúmeras possibilidades de atenuação da crise ambiental em nosso planeta.

Tratando em seu artigo de formas a potencializar a segurança do consumidor e ao mesmo tempo fomentar o mercado de incorporações imobiliárias, os pesquisadores Leandro de Assis Moreira e Franco Giovanni Mattedi Maziero apresentam a utilização conjunta dos dois instrumentos, ou seja, o patrimônio de afetação em sociedade de propósito específico para o desenvolvimento de cada empreendimento de incorporação imobiliária.

Já em O apelo midiático e a publicidade subliminar no atual contexto das relações de consumo: Implicações e Responsabilidades, a autora Alana Gemara Lopes Nunes Menezes traz à tona a problemática das práticas publicitárias enganosas, especialmente a técnica subliminar e o merchandising, sua tutela pelo Direito e as suas consequências para o consumidor brasileiro.

Sergio Leandro Carmo Dobarro e Andre Villaverde de Araujo, ao estudar o instituto da desconsideração da personalidade jurídica no Código de Defesa do Consumidor, demonstram

que o mesmo deve funcionar como arcabouço de concretização de direitos e imputação de saldo benéfico ao processo, protegendo de modo mais energético àqueles que findam encaixilhados como vítimas pontuais na sociedade consumerista.

Partindo da conceituação enquanto bem jurídico supraindividual e a ausência de efetividade no plano da concretude, os autores Ângelo Maciel Santos Reis e Felipe Carneiro Pedreira da Silva em A (in)eficácia dos tipos penais do Código de Defesa do Consumidor tratam acerca dos tipos penais presentes no referido código, demonstrando que a proteção aos direitos da coletividade se torna inadequada ou insuficiente sob a perspectiva do Direito Penal.

Ao apresentar o caso do superendividamento sob o enfoque da legislação brasileira e a importância da propositura de soluções eficazes para frear tal fato, os pesquisadores Giovanna Paola Batista de Britto Lyra Moura e Manoel Alexandre Cavalcante Belo demonstram a necessidade emergencial de uma reforma no Código de Defesa do Consumidor, bem como, que o superendividamento é uma questão de ordem pública, e como tal deve ser tratado.

Em A incidência e aplicabilidade do recall nas relações de consumo brasileiras, Patricia Martinez Almeida e Vladmir Oliveira da Silveira tratam do tema citado concluindo que nas relações em que ocorre o presente instrumento ainda não são satisfatórias, tanto em relação à falta da necessária transparência nas informações, seja pela abrangência de sua incidência prática.

Relatando a atividade administrativa das audiências de conciliação no âmbito do PROCON-TO como uma tentativa de dar uma resposta do poder público satisfatória ao consumidor, as autoras Renata Rodrigues de Castro Rocha e Liliane de Moura Borges reconhecem o serviço que vem sendo prestado à sociedade pelo PROCON-TO e Tribunal de Justiça do Estado do Tocantins, concluindo que os Estados podem lançar mão desse tipo de mecanismo para tentar superar o obstáculo organizacional.

Abordando o dever de informação nos Contratos de Seguro-Saúde como desdobramento do Princípio da Boa-Fé Objetiva, os pesquisadores Evelise Veronese dos Santos e Roberto Wagner Marquesi expõe esse dever como de extrema importância, por isso as partes devem observar com rigor seu dever de informar, atingindo, com isso, a ideia da transparência contratual.

Discutindo sobre a crescente demanda do Direito Contratual relacionado ao Direito do Consumidor, Stefania Fraga Mendes e Roberto Alves de Oliveira Filho em seu artigo O

princípio da boa-fé como instrumento de equilíbrio e proteção nas relações de consumo no Brasil e na União Européia apresentam a aplicação do instrumento ora citado como um meio para a redução da desigualdade negocial entre consumidor e fornecedor.

Por fim, os autores Sérgio Augusto Pereira Lorentino e Leonardo Macedo Poli fazem uma análise da autonomia dos consumidores nos contratos dentro da contemporaneidade.

As discussões a partir da apresentação de cada um dos trabalhos ora editados, permite o contínuo debruçar dos pesquisadores na área consumerista, fomentando e amadurecendo a pesquisa na área do Direito, visando ainda o incentivo a demais membros da comunidade acadêmica à submissão de trabalhos aos vindouros encontros do CONPEDI.

É com muita satisfação que apresentamos esta obra. É garantida rica leitura e reflexão a todos.

Coordenadoras do Grupo de Trabalho

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr UNICURITIBA

Profa. Dra. Keila Pacheco Ferreira - UFU

Profa. Dra. Joana Stelzer - UFSC

O CONSUMISMO LIGADO AOS SISTEMAS S1 E S2 DE DANIEL KAHNEMAN: UMA NECESSIDADE DE REFLEXÃO.

CONSUMERISM ON THE SYSTEMS S1 AND S2 OF DANIEL KAHNEMAN: A REFLECTION NEEDED.

Marcos Vinícius Viana da Silva
Jose Everton da Silva

Resumo

O atual sistema de consumo, também denominado de consumista, encontra-se calcado na ideia de compra de novos e mais modernos produtos, sem que seja levado em consideração a necessidade de tal ato, ou ainda sua repercussão na esfera social e ambiental. Dito isto, a presente pesquisa estabeleceu como objetivo a análise da aplicação dos sistema S1 e S2 de Daniel Kahneman no sistema consumista, buscando compreender qual dos dois sistemas é aplicado no momento da compra dos novos produtos. Tem-se como hipótese a incidência predominante do sistema S1 nas atitudes consumistas, uma vez que este sistema tem como grande ponto de tangencia, a tomada de decisão por impulso, sem uma análise ampla e detalhada de todos os pros e contras das atitudes praticadas. No tocante a metodologia, utilizou-se o método indutivo para coleta e análise de dados. Para que fosse possível verificar a problemática apresentada, foram evidenciados conceitos e origens do sistema consumista, bem como demonstrou-se os dois sistema de pensamento descritos por Kahneman. Vencidas estas duas etapas iniciais, a pesquisa tratou de abordar uma discussão sobre a aplicação do sistema S1 nas compras realizadas pela sociedade consumista, informando ainda a necessidade de uma aplicação do sistema S2 para que seja possível uma sustentabilidade no planeta. Visualizou-se pela pesquisa, que o sistema S1 controla as atitudes dos consumidores, levando em conta apenas valor do produto para realizar sua compra, e não todos os demais itens que envolvem a aquisição de um produto novo.

Palavras-chave: Consumo; consumismo; sistema s1 e s2.

Abstract/Resumen/Résumé

The current consumption system, also called consumerism, is underpinned by the idea of buying new and more modern products, without having taken into consideration the need for such an act, or its impact on social and environmental sphere. That said, this research established the objective analysis of the application of the S1 and S2 Daniel Kahneman system in the consumer system, aims to understand which of the two systems is applied at the time of purchase of new products. It has been hypothesized the predominant incidence of S1 system in consumerist actions. In terms of methodology, we used the inductive method for data collection and analysis. To check the problem presented, were highlighted concepts and origins of the consumerism system and proved to be both thought system described by

Kahneman. Overdue the two initial stages, the research sought to address a discussion on the implementation of the system S1 in the purchase of the individuals, and telling the need for implementation of the S2 system for a sustainability on the planet. Visualized by the research, that the S1 system controls the attitudes of consumers, taking into account only the value of the product to make your purchase, and all other items not involving the acquisition of a new product.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumption; consumerism; system s1 and s2.

INTRODUÇÃO

Os debates sobre o elevado consumo já fazem parte da pauta de encontros nacionais e internacionais, isto porque o assunto de consumo envolve itens dos mais variados setores, desde o direito econômico até a preocupação sobre o meio ambiente, temas que ganham a cada dia maior espaço na pauta mundial, levando-se em consideração sua origem e problemática transnacional.

Dentro desta discussão multidisciplinar, a presente pesquisa busca analisar a relação entre os sistemas apresentados pelo autor Daniel Kahneman e a ideia de consumo exacerbado, aqui tratada como consumismo.

Dito isto, o objetivo desta pesquisa é evidenciar se o consumismo está diretamente ligado ao pensamento apresentado no sistema S1 do autor supra narrado, bem como quais as consequências da aplicação do sistema S1 na tomada de decisão do consumidor, buscando explicar a aquisição dos produtos sem necessidade.

Para tanto, durante a pesquisa introduziu-se os pensamentos de Kahneman, que identifica e divide a conduta humana em dois grupos, aquela ligada ao sistema S1, de impulsão e resposta rápida, e ainda o sistema S2, em que é envolvido um pensamento mais completo sobre as atitudes e os porquês das condutas humanas.

Como hipótese de pesquisa, entende-se que o sistema S1 impera na tomada das decisões de consumo, tendo em vista que as pessoas não planejam suas aquisições, ou inda levam em consideração suas necessidades para a compra de novos objetos, mas sim, e simplesmente, adquirem novos produtos por impulsão.

Para que a pesquisa fosse devidamente desenvolvida, fora divido o estudo em 3 partes, as quais de maneira lógica conduzem o raciocínio e entendimento apresentado, no sentido de concretizar a pesquisa com a academicidade necessária.

Assim, o trabalho foi pautado na construção inicial da ideia de consumismo, narrando desde de seu conceito até a ideia de seu surgimento histórico, para que assim fique evidente como a sociedade de consumo passou a ser consumista.

Em seguida, apresenta-se os conceitos e formas de pensamentos narrados por Kahneman, a fim de ilustrar qual das duas formas a sociedade assume quando da compra de novos produtos ou mercadorias.

A partir destas duas ideias, poderá se compreender qual é o sistema adotado pela sociedade consumista, bem como a interferência deste na tomada de atitudes pela populução quando da aquisição de novos objetos.

Informa-se ainda que foi utilizado o método indutivo, tanto para coleta dos dados quanto no tratamento dos mesmos durante toda a pesquisa, aplicando técnicas do referente e do fichamento conforme preconiza o doutrinar Pasold (2011) para as análises pertinentes.

01. O SISTEMA DE CONSUMISMO.

Introdutoriamente, abordar-se-á os conceitos de consumismo, a fim de evidenciar quais são as diretrizes inicias que se dará a presente pesquisa, passando em seguida a compreender como ocorreu a evolução no sistema de consumo através do tempo, partindo das primeiras relações de troca até o período pós-industrial.

Em seguida, será analisado os motivos que levaram a alteração de paradigma no tocante as relações de consumo, passando da compra de produtos por necessidade, e passando para uma aquisição exacerbado e praticamente sem controle.

1.1 Os conceitos de consumismo.

Cabe, como passo inicial deste trabalho, a elucidação do conceito de “consumismo”, palavra muito utilizada nos dias atuais, porém com peculiaridades próprias, que muitas vezes são confundidas com as perspectiva de uma sociedade consumerista.

Assim, para definir conceitualmente o termo consumismo, apresentam-se os dizeres do doutrinador Ashley (2005. p. 60.), que assegura: “O consumismo pode ser visto como um credo econômico e social que encoraja as pessoas a aspirar ao consumo, independente das consequências.”

No mesmo sentido, e buscado estabelecer uma margem ampla de perspectivas sobre o tema, utiliza-se das palavras de Canclini (1996. p. 54.) que trata de conceituar o consumismo nos seguintes dizeres:

> Estudos de diversas correntes consideram consumo como um momento do clico de produção e reprodução social: é o lugar em que se completa o processo iniciado com a geração de produtos, onde se realça a expansão do capital e se reproduz a força de trabalho. Sob este enfoque, não são as necessidades e os gostos individuais que determinam o que, como e quem consome. Ao se organizar para prover alimento, habitação, transporte e diversos aos membros de uma sociedade, o sistema econômico "pensa" como produzir a força de trabalho e aumentar a lucratividade dos produtos. Pode-se não estar de acordo com a estratégia, mas é inegável que as ofertas de bens e indução publicitária de sua compra não são atos arbitrários.

Sobre o consumo voltado ao ego, status social e não mais um consumo por necessidade, afirma o escritor Lipovetisky (2008. P.51) que desde os anos 1980, as novas elites do mundo econômico alardeiam sem complexos seus gostos pelos produtos pelos produtos de luxo e pelos símbolos de posição social. "O esnobismo, o desejo de parecer rico, o gosto de brilhar, a busca pela distinção social pelos signos demonstrativos, tudo isto está longe de ter sido enterrado pelos últimos desenvolvimentos da cultura democrática e mercantil."

Diante destes conceitos, compreende-se que o viés apresentado sobre o consumismo ocorre na esfera pessoal, na qual somente o novo interessa, sendo estabelecido um comportamento nas pessoas que elas devem descartar aquilo que é antigo, pouco importando a necessidade de novas aquisições, ou a real inutilidade do produto a ser descartado.

Por fim, ainda tratando de conceito, compreende-se pelos dizeres de Inês Santos (2015), que o consumismo é diferente de consumerismo, uma vez que no consumerismo as pessoas adquirem somente aquilo que caracteriza um consumo racional, pensando nas consequências económicas, sociais, culturais e ambientais do próprio ato de consumir.

Sobre o mesmo tema ainda transcreve Canclini (1996) que informa que as relações consumeristas são diferentes das consumistas, uma vez que na primeira a economia está pautada em uma relação de compra e venda e circulação de mercadoria, porquanto na segunda o importante é comprar, independe da necessidade.

Expostas estas reflexões sobre o consumo e o consumismo, passa-se a tratar de um breve relato histórico sobre o consumo e o a evolução da humanidade, quer seja em tecnologia ou em contingente populacional.

1.2 A evolução do consumo para o consumismo

Mormente, informa-se que o consumo é uma questão da natureza humana, antropológica, uma relação ligada à própria sobrevivência, segurança, bem-estar e dignidade. Traduz-se por uma parte indissociável do cotidiano humano. (REIS, 2011)

As relações de consumo são dinâmicas, uma vez que "contingências pela própria existência humana nascem, crescem e evoluem, representando como precisão, o momento histórico em que estão situadas". (ALMEIDA, 2002, p.1)

O consumo humano ficou, historicamente, restrito a questões climáticas, logísticas e materiais, pelo menos até século VIII, conhecido como o início da Idade Média. Nesse período as sociedades feudais produziam apenas para o sustento familiar, dos nobres e do clero de cada castelo.

Eventualmente, eram comercializadas pequenas quantidades de bens e mercadorias excedentes da safra. Esse processo, que era denominado "escambo", perdurou durante muitos anos nas relações comercias humanas.

Com a evolução da agricultura, os feudos passaram a produzir quantidades maiores de alimentos, os quais eram trocados em outras localidades, surgindo, assim, os primeiros burgos e vilas voltadas ao comércio dos excedentes.

Essas aglomerações de comerciantes foram fundamentais para a criação de uma sociedade comercial, cujo destino natural foi a expansão das fronteiras em busca de diferentes mercadorias e mercados consumidores, apenas possível com a redescoberta da via marítima para novos mercados.

Foi, no entanto, a partir da Revolução Industrial que a sociedade mudou sua visão de forma mais radical tanto sobre a produção quanto sobre o consumo em si. Abandonou-se um modelo pré-moderno, no qual a subsistência era a principal função da atividade laboral humana,

podendo ocorrer eventuais trocas com excedentes, passando-se para uma fase considerada moderna, caracterizada pelo "surgimento do *homo consumator*, ou seja, o homem que busca consumir bens de forma a levá-lo à sofisticação e ao destaque social". (REIS, 2011, p. 29).

Sobre a alteração do Estado e da sociedade na passagem do pré-modernismo para o modernismo, Bauman (2010 p.127) afirma: "O mundo da modernidade líquida caracteriza-se pela transição da sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores – em que homens e mulheres, velhos e jovens, se transformam em uma verdadeira raça de devedores."

Pouco a pouco, a partir da Revolução Industrial, as produções deixaram de ser artesanais e começaram a ser efetuadas em larga escala. Ao mesmo passo, o êxodo rural gerou um aumento populacional gigantesco para a época, dando origem às cidades e, por consequência, a maior quantidade de consumidores em locais específicos, facilitando o processo de comercialização, já que a logística para a entrega do produto era menor.

O modelo de produção em série teve uma expansão muito elevada na passagem do século XIX para o XX, o que ocorreu em razão do modo de produção, como o fordismo. Foi, no entanto, durante a Primeira e a Segunda Guerra Mundial que as tecnologias evoluíram de maneira mais rápida, culminando com o surgimento de tecnologias de ponta, do fortalecimento da informática e das telecomunicações. (NUNES, 2009)

Esses fluxos econômicos deram início a uma nova ciência, conhecida como "economia", com princípios e conceitos próprios, cujo início pode ser creditado à obra *A riqueza das nações*, de Adam Smith, pensador que, entre outros ensinamentos, legou o princípio da "lei da oferta e da procura".

Acompanhando essa organização liberal da sociedade, paulatinamente se construiu um Estado capitalista, baseado, para sua sobrevivência, no aprofundamento das relações de consumo. Como contrapartida a esse tipo de sociedade, os marxistas advogam o fim da sociedade capitalista e a troca por uma sociedade socialista. (MARX, 1985).

1.3 O consumo moderno se tornando consumismo

O século XX, ao menos até o final da década de 1980, aprofundou tanto a construção de um mundo liberal capitalista como a sua divergência com uma sociedade socialista, traçando uma realidade ideologia e física

A queda do muro de Berlim representa o fim do sonho socialista e, no dizer de Fukuyama (2005) "o fim dos tempos". A hegemonia capitalista no final do século XX e início do XXI caracterizou-se por uma intensa relação de troca entre as nações, não mais como Estados nacionais plenos, mas, sim, como Estados corporativos, onde o conceito de corporação é o da defesa primordial dos interesses do capital.

No momento em que consumir as novidades de um mundo globalizado passa a se tornar o ponto fundamental da vida em sociedade, o consumir deixa de estar voltado para as necessidades e torna-se um fato para a inserção em determinado grupo social, dessa maneira se consumindo cada vez mais. Nesse sentido, a sociedade entra num ciclo vicioso, no qual para saciar um consumo interminável trabalha-se para consumir e consome-se para trabalhar.

Nessa sociedade consumista novas habilidades tornaram-se necessárias e novos ramos de atividade acabaram por surgir, como *marketing*, publicidade, psicologia do consumo, além de obras voltadas para a autoajuda, preconizadoras da superioridade do ter em relação ao ser.

Milton Santos (2009. p. 48) também observa em sua obra que os consumidores deixam de ser moldados por suas necessidades e começam e escolher seus produtos pela imposição empresária implícita no mercado.

> Também o consumo muda de figura ao longo do tempo. Falava-se antes, de autonomia de produção, para significar que uma empresa, ao assegurar uma produção, buscava também manipular a opinião pela publicidade. Nesse caso, o fato gerador do consumo seria a produção. Mas, atualmente, as empresas hegemônicas produzem o consumidor mesmo antes de produzir os produtos.

A base da produção dessa sociedade de consumo se dá com bens naturais não renováveis, o que traz em si, implicitamente, a discussão sobre os limites desses recursos, principalmente quando se analisa a relação entre consumo e renovação desses mesmos bens.

02. OS SISTEMAS S1 E S2

Nesta segunda parte da pesquisa, apresenta-se a obra: Rápido e Devagar, do autor Daniel Kahneman, informando como funciona o pensamento humano e como ele pode muitas vezes determinar algumas atitudes, mesmo que, para que elas tenham ocorrido não se tenha utilizado muito do pensamento consciente.

Assim, discorre-se sobre os dois sistemas apresentados pelo autor, para que se possa em seguida tratar da relação direta que estas formas de pensamento tem com a atual noção de compra exagerada, aqui descrita como consumismo.

2.1 O sistema S1

A ideia de sistemas apresentadas por Kahneman (2012) narra uma dualidade de formas de pensamento que ocorrem dentro das mentes humanas quando da necessidade de tomada de alguma decisão, independe da importância ou relevância que a decisão possua.

Para tratar desta dualidade, o autor dividiu a forma de pensar em dois grandes grupos, o sistema S2 e S1, cada qual com suas características e funções específicas, recaindo sobre ambos extrema importância para o presente trabalho.

Introdutoriamente, no sistema S1, as pessoas tomam suas decisões baseadas em ideias e pensamentos já prontos, sem que seja necessário alguma reflexão mais profunda e necessária sobre o assunto que se quer decidir.

Segundo Kahneman (2012, p.4), a maioria das impressões e pensamentos urge em sua experiência consciente sem que você saiba como foram parar lá.

> Você não consegue investigar passo a passo como chegou a crença de que há uma luminária na mesa diante de você, ou como detectou um tom de irritação na voz de sua esposa ao telefone, ou como foi capaz de evitar uma ameaça na pista diante do seu carro antes de perceber consciente a sua existência. O trabalho mental gera impressões, intuições e diversas decisões ocorrem silenciosamente na sua cabeça.

É desta forma que funciona o sistema S1, as ações são tomadas de maneira involuntária e automáticas, não que o indivíduo não tenha consciência daquilo que está fazendo, porém, simplesmente não para pra pensar no real motivo que o levou a conduta praticada.

Outro caso narrado pelo autor conta a história de um jogador de futebol ou um investidor da bolsa de valores, suas condutas e comportamentos não são aleatórios, o movimento do goleiro antes do chute, ou a compra de determinadas ações em uma certa hora, ocorrem sem que seja levado em conta exclusivamente o momento, mas sim, e principalmente o instituto, que já possui algumas respostas programadas para as perguntas e acontecimentos que surgem na vida dos jogadores.

Kahneman (2012, p. 31) define e explica estes conceitos no livro "Pensar Depressa e Devagar" da seguinte forma: "O Sistema 1 opera automaticamente e rapidamente, com pouco ou nenhum esforço e sem sensação de controlo voluntario".

Por todo o narrado, o sistema S1 determina o comportamento humano nos casos em que não ocorre uma análise complexa sobre qual a atitude deve ser tomada, mas sim, é utilizado a ideia do melhor ato a ser praticado no caso de uma pergunta rápida e direta sobre determinado assunto.

Os processos associados ao tipo de raciocínio do Sistema 1, são rápidos, automáticos, inconscientes, paralelos, e só o produto final é consciente. Este Sistema não envolve esforço e é acionado sem controlo voluntário, inclui o comportamento instintivo programado de forma inata. (MAGALHÃES, 2013)

Sua aplicação para a presente pesquisa, ocorre no campo da aquisição de novos produtos, buscando estabelecer se eles ocorreram de maneira ponderada e reflexiva, ou ainda de maneira impulsiva.

Para finalizar a descrição do sistema S1, pode-se citar outro caso narrado por Kahneman (2012) no decorrer da obra, ao narrar o caso de um policial que pressente um problema em uma residência em chamas, mesmo antes que ele ocorre.

A certeza do problema, se deu devido a um instinto, guiado pelo sistema S1, que frente a um caso em concreto, respondeu de maneira rápida qual era a melhor atitude a ser tomada pelo indivíduo.

2.2. O sistema S2

Diferentemente do que ocorre no sistema S1, o sistema S2 apresentado por Kahneman trata da relação estabelecida pelo indivíduo quando do emprego de todo o seu pensamento para a tomada de determinada atitude em detrimento de outra.

Assim, quando alguém resolve comprar um carro novo, não escolhe baseado apenas na cor, mas sim leva em consideração todos os prós e os contras que determinado veículo possui, bem quais são os custos mais baratos de determinado veículo em relação a outro, ou ainda os custos relacionados à manutenção (KAHNEMAN, 2012).

Segundo o autor, tal sistema pode ser conceituado como "a distribuição da atenção pelas atividades mentais esforçadas que a exigem, incluindo os cálculos complexos. As operações do Sistema 2 estão muitas vezes associadas à experiência subjetiva de atuação, escolha e concentração" (KAHNEMAN, 2012, p. 31).

No sistema S2, as atitudes não apenas levam mais tempo para serem tomadas, mas também se emprega um pensamento mais amplo e complexo para que determinada conduta seja executada, neste sentido não predomina simplesmente o instinto, mas sim uma complexa análise sobre determinados fatos e suas consequências. (KAHNEMAN, 2012).

Este segundo sistema, representa uma analisa complexa de solução para as problemáticas apresentadas, não possibilitando uma reflexão puramente instintiva, mas sim uma que interligue múltiplos enfoques.

De maneira geral, o sistema S1 leva a uma conduta impulsiva e determinada em atitudes sem um pensamento profundo de motivação, o indivíduo apenas acredita que é o momento para que ele tome certa atitude em detrimento de outra.

Já no sistema S2 as condutas são meticulosamente planejadas, tendo em vista que cada comportamento é fruto de um pensamento específico que analisou vários pontos diversos para então chegar em uma reposta específica, a qual, mesmo estando errada, foi elaborada através da exigência do pensamento completo da pessoa.

Os dois sistemas se completam, tendo em vista que algumas decisão precisão, devido as suas características, serem tomadas levando em conta as circunstancia momentâneas e

impulsivas, tendo em vista a impossibilidade de um pensamento mais profundo e demorado sobre determinado tema.

Já em outras circunstâncias, é preciso que se trabalhe a complexidade das decisões, buscando aquilo que, em longo prazo, é melhor.

De facto as investigações sobre processos cognitivos fornecem evidências para a coexistência de dois tipos de raciocínio: os rápidos e automáticos que não exigem esforço e os lentos, sequenciais e controlados que requerem esforço. (MAGALHÃES, 2013)

Verificar estas duas formas de pensar, servirá de base para o Estudo traçado no próximo capítulo, levando em conta qual destas duas formas de tomar decisões é mais ponderada na esfera do consumo, tendo em vista a dicotomia já relatada no tocante a uma sociedade consumista e consumerista.

03. A IDEIA DE ECONOMIA NA COMPRA POR NECESSIDADE OU FUTILIDADE, UMA PROJEÇÃO DO SISTEMA S1 SOBRE O SISTEMA S2

Vistos os conceitos e o desenvolvimento histórico que ocorreu com relação ao consumo, e passando em seguida para análise dos sistemas apresentados por Kahneman, já se torna possível o debate envolvendo estes dois estudos, buscando estabelecer relações entre a ideia de consumo e a forma que as pessoas tomam suas atitudes.

Dito isto, introdutoriamente deve-se reforçar que o consumismo não é apenas a compra elevada de objetos, mas sim a sua aquisição sem levar em consideração a necessidade da posse ou ainda da troca do objeto velho por um mais novo.

Esta linha de raciocínio, apresentada na parte introdutória deste trabalho, assim como qualquer outro, está ligada com os sistemas apresentados por Kahneman, quer seja o S1 ou o S2, cabendo agora a análise de qual deles seria.

3.1 O consumismo como evidência do sistema S1.

Tendo em vista a formação dos dois sistemas de pensamento, o consumismo se molda de maneira bastante evidente ao sistema S1, conforme se pretende explanar nos parágrafos que

seguem, evidenciando ao mesmo tempo a conexão do consumo com o sistema, mas também uma possível necessidade de mudança de pensamento.

Para que seja possível estabelecer a relação proposta, é preciso recapitular informações, como a que o consumismo é a compra sem limites e consequências de novos objetos, e ainda de que o sistema S1 é aquele que domina nossas vidas em pensamentos rápidos nos quais usamos mais a intuição ou instituto do que propriamente um raciocínio demorado e complexo.

Exposto isto, deve-se entender como funciona o pensamento humano para a compra de um novo objeto que encontra-se na promoção, as pessoas analisam o valor do produto, a necessidade do produto em suas casas, a existência de produto semelhante que realiza praticamente todas as atividades do possível novo equipamento, o custo ambiental para a produção do novo produto, o local para armazenar o produto na residência das pessoas e ainda o que fazer com o produto "velho"?

Na prática o pensamento acaba sendo praticamente um só, qual o valor que o bem se encontrava antes da promoção e qual é o valor que ele está agora? Se a diferença entre valores for elevada ocorrerá a compra, se não, talvez ocorra a linha de raciocínio mais demorada.

Isto ocorre porque o sistema S1 domina nossas funções quando da compra de novos objetos, isto não ocorre de maneira consciente, mas sim, faz parte da nossa educação como pessoas consumistas. As pessoas na atualidade têm, desde sua infância, um bombardeio de informações sobre compra e necessidade de trocar o novo pelo velho. (SANTI, 2011).

Se as teorias dualistas distinguem o Sistema 1 do Sistema 2 em termos de consciência e inconsciência. O Sistema1 pode ser caracterizado como inconsciente, implícito, automático, exigindo pouco esforço, de rápida execução e de elevada capacidade. (MAGALHÃES, 2013)

Assim, quando surge a possibilidade de troca com certa lucratividade, a diferença entre o que custava e o que passou a custar, o sistema S1 entra em ação, realizando a compra por impulsão ou instinto de que o produto possa novamente retomar seu valor anterior.

3.2 A necessidade de aplicação do sistema S2 para o consumismo

A aplicação do sistema S1 ocorre automaticamente, e no caso do consumismo, o marketing das empresas contribui muito para isto, uma vez que subconscientemente passamos a compreender que necessitamos adquirir novos bens.

Entretanto, em um mundo globalizado em que todos adquirem novos produtos e os trocam com extrema rapidez, alguns problemas já começam a surgir, como os resíduos sólidos gerados pela indústria da tecnologia e da troca de equipamentos, a falta de matéria prima para a elaboração de novos produtos, a poluição gerada pela produção, entre outros inúmeros itens negativos gerados pelo consumismo. (ROSSI, 2011).

Apesar das políticas de reciclagem, de aplicação de matérias ecológicos aos novos produtos, o limite planetário para os resíduos sólidos é evidente, não podendo ser mais negligenciado ao ponto que ocorrem exportações de lixo eletrônico para África sobe o pretexto de repasse de tecnologias.

A preocupação ambiental somente poderá ter eficácia a medida que as compras ocorram com base no sistema S2, utilizando de um raciocínio que envolva múltiplas variáveis e que leve em consideração muito mais itens do que apenas o valor. (MOREIRA, 2011).

Esta mudança de pensamento não altera por completo o próprio sistema capitalista ou de consumo, apesar de afetá-lo drasticamente, mas sim é concebida para que a compra seja baseada em uma função real para os produtos, e não simplesmente pela necessidade fútil de aquisição.

CONCLUSÃO

Com tudo que fora relatado, vários pontos foram observados, buscando-se durante toda a pesquisa uma análise ampla sobre a ideia de consumo atual, evidenciada pelo consumo exagerado, aqui denominado e conceituado como consumismo.

Incialmente, fora abordado o sistema de consumo e sua evolução histórica, evidenciando seus conceitos e origem. Com esta análise foi possível entender como a sociedade passou a produzir em massa e como isto veio a influenciar o atual sistema de comprar, em que é necessário sempre a aquisição de novos e melhores produtos.

Restou claro neste debate inicial, que a compra não ocorre por necessidade do novo produto, mas sim pelas necessidades pessoais do adquirente em possuir uma mercadoria melhor e mais moderna que a anterior, mesmo que isto não fosse realmente preciso.

Em seguida, discorreu-se sobre os dois sistemas apresentados por Kahneman, os quais são denominados de S1 e S2. Estes sistemas controlam a tomada de decisão da vida humana, estabelecendo as diretrizes para as condutas, quer sejam instintivas ou ainda ponderadas e bem avaliadas.

A apresentação destes dois pressupostos foi fundamental para a abordagem da terça parte da pesquisa, que buscou estabelecer conexões entre os sistemas de Kahneman e o atual sistema de consumo sem freios, ou simplesmente consumista.

Dito isto, compreendeu-se que o sistema S1 impera nas relações de consumo, principalmente àquela de valores menores, isto porque não são levadas as múltiplas consequências que a aquisição de novos produtos traz, mas sim, e quase que exclusivamente, a necessidade pessoal de sempre ter algo mais novo, e o preço do bem.

Com esta forma de pensando, as condutas são tomadas instintivamente, assim, quando o produto desejado, que também para a ser necessário frente a conduta social de compra, encontra-se em um preço que pode ser pago pelo consumidor, ele é adquirido.

Este sistema de compras sem que se leve em considerações os mais variados fatores relacionados a aquisição de um novo produto tem repercussões diferentes na sociedade e principalmente no meio ambiente.

Inicialmente, a compra traz a necessidade do descarte do objeto antigo, bem como a retirada de mais matéria prima do meio ambiente. Estes dois problemas são evidentes na sociedade atual, tendo em vista que a cada dia são aplicados os depósitos de lixo, bem como a importação de materiais estrangeiros para que seja possível a fabricação de novos produtos.

Assim, para que seja possível a sobrevivência do planeta em longa escala, bem como o sistema de consumo, é preciso que alguns paradigmas sejam alterados, passando a regrar a sociedade um sistema S2 no tocante ao consumo, que deve ser consumerista e não consumista.

REFERENCIAS DAS FONTES CITADAS

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 3. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 60.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**: conversas com Citlali Rovurosa-Madrozo. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

FUKUYAMA, Francis. **Construção de estados**: governo e organização do século XXI. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e Devagar**: as duas formas de pensar. São Paulo: Saraiva, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

MAGALHÃES, Sofia. **Racionalidade Limitada na Tomada de Decisão:** O efeito de ancoragem na avaliação de Curricula Vitae: um estudo experimental. Porto: Faculdade de Economia da Cidade do Porto. 2013

MARX, Karl. **O capital**: crítica a economia política. 2. ed. São Paulo: Abril Cultura, 1985.

MOREIRA, Danielle de Andrade. **Responsabilidade ambiental pós-consumo**. Revista de Direito Ambiental, São Paulo, v.16, n.63 , p. 157-179, jul./set. 2011.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

PASOLD, Cesar Luiz. **Metodologia da Pesquisa Jurídica: Teoria e Prática.** 12ª Edição revisada. São Paulo: Conceito Editorial, 2011.

REIS, Jorge Renato dos. **Educação para o consumo**. Curitiba: Multideia, 2011.

ROSSI, Luiz Alexandre Solano. **Jesus vai ao McDonalds**: teologia e sociedade de consumo. 2. ed., rev. Curitiba: Champagnat, 2011.

SANTI, Pedro Luiz Ribeiro de. **Desejo e adição nas relações de consumo**. Psique Ciência e Vida, São Paulo, v.6, n.72 , p. 39 - 45, dez. 2011.

SANTOS, Inês. **Consumismo e Consumerismo.** 2015. Disponível em: <http://www.notapositiva.com/pt/trbestbs/economia/10_consumismo_consumerismo_d.htm>. Acesso em: 23 mar. 2015.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento única a consciência universal. 18. ed. São Paulo: Record, 2009.