

**XXVI ENCONTRO NACIONAL DO  
CONPEDI BRASÍLIA – DF**

**DIREITO E SUSTENTABILIDADE II**

**MARCOS LEITE GARCIA**

**TERRIE R. GROTH**

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria – CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS

**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN

**Vice-presidente Norte/Centro** - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP

**Secretário Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC

**Secretário Adjunto** - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

**Representante Discente** – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches – UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)

Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

#### **Secretarias:**

**Relações Institucionais** – Ministro José Barroso Filho – IDP

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF

**Educação Jurídica** – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDI

**Eventos** – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC

Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG

Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA

**Comunicação** – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D597

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

Coordenadores: Marcos Leite Garcia; Terrie R. Groth - Florianópolis: CONPEDI, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-429-7

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Desigualdade e Desenvolvimento: O papel do Direito nas Políticas Públicas

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Crescimento. 3. Proteção Ambiental. 4.

Desenvolvimento Sustentável. XXVI Encontro Nacional do CONPEDI (26. : 2017 : Brasília, DF).

CDU: 34



# XXVI ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI BRASÍLIA – DF

## DIREITO E SUSTENTABILIDADE II

---

### **Apresentação**

É com muito entusiasmo que apresentamos a coletânea de artigos aprovados no Grupo de Trabalho "Direito e Sustentabilidade II", por ocasião do XXVI Encontro Nacional do CONPEDI, realizado nos dias 19, 20 e 21 de julho de 2017, no Centro Internacional de Convenções do Brasil, na cidade de Brasília. Destacamos e elogiamos os esforços do CONPEDI em trazer esses debates ao seio da pós-graduação stricto sensu em Direito no Brasil. Ademais, certamente que é para nós motivo de satisfação e orgulho poder colaborar em tão importante empreitada.

Os treze trabalhos apresentados no Grupo de Trabalho "Direito e Sustentabilidade II", com variados referenciais teóricos, foram, em nosso ver, o resultado de uma excelente seleção de artigos produzidos no âmbito dos Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito das diversas universidades envolvidas em nossos esforços de melhorar a educação em nosso país.

O reconhecimento da qualidade desses textos que aqui divulgamos e entregamos à Comunidade Acadêmica não foi apenas dos próprios autores e assistentes ao Grupo de Trabalho, mas também e principalmente dos professores que compuseram a coordenação dos trabalhos e que assinam essa apresentação. O tema da sustentabilidade certamente é interdisciplinar e de fundamental importância para a construção de um futuro melhor, não de nosso nação, como de toda a humanidade.

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

Assim sendo, por último destacamos a atualidade e relevância das pesquisas apresentadas, que perpassam por questões sociais, ambientais, consumeristas, de justiça ambiental e

políticas públicas, entre outras, e que caracterizam-se em resumidas contas pela busca de uma sociedade mais justa, mais sustentável, e que seja pautada pela construção de um Direito que realmente venha em um futuro breve diminuir os efeitos de nossas mazelas sociais e encontrar o caminho correto para solucionar as nossas urgentíssimas controvérsias ambientais.

Prof. Dr. Terrie R Groth - Universidade de Brasília - UnB

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

**A MITIGAÇÃO DO CONSUMISMO VERSUS O PARADIGMA DA SUSTENTABILIDADE. A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA COMO ESTRATÉGIA DO MODELO ECONÔMICO CAPITALISTA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.**

**THE MITIGATION OF CONSUMERISM VERSUS THE SUSTAINABILITY PARADIGM. OBSOLESCENCE PLANNED AS A STRATEGY OF THE CAPITALIST ECONOMIC MODEL IN CONTEMPORARY SOCIETY.**

**Kamilla Pavan  
Cristiane Bastos Scorsato**

**Resumo**

O artigo analisará a conduta humana, na concepção do capitalismo, em direção à agressão do entorno natural e a sustentabilidade no contexto hodierno ao costume do consumismo. Objetiva-se sustentar a defesa da proteção do meio ambiente sadio e não degradado ser um direito fundamental do ser humano, visualizando a mitigação do costume intolerável de consumir. Cientificamente, objetiva-se demonstrar a importância dessa forma de pensar para que, as futuras gerações possam ter uma vida digna, sem consequências maléficas na esfera ambiental. Justifica-se em preservar o entorno natural sem haver barreiras em proteção à sobrevivência futura. A metodologia lógico-indutiva e pesquisas bibliográficas.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade, Obsolescência, Consumo, Meio ambiente

**Abstract/Resumen/Résumé**

The article will analyze human behavior, in the conception of capitalism, towards the aggression of the natural environment and sustainability in the current context of the custom of consumerism. It is intended to support the defense of the environment, healthy and not degraded being a fundamental right of the human being, visualizing the mitigation of the intolerable custom of consuming. Scientifically, it aims to demonstrate the importance of this way of thinking so that future generations can lead a dignified life without harmful consequences in the environmental sphere. The logical-inductive methodology and bibliographic research.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Sustainability, Obsolescence, Consumption, Environment

## INTRODUÇÃO

Neste presente artigo tem-se a intenção de contextualizar o paradigma da sustentabilidade com uma forma de desenvolvimento sustentável a ser inserido no contexto social, fato que, diante da realidade vivenciada não se tem a segurança de um futuro com dignificação do ser humano conquanto aos recursos naturais disponíveis e essenciais para a sobrevivência humana terrena.

O **objetivo científico** repousa em acentuar no contexto da ciência jurídica, o poder estatal, por meio de seus regramentos, exercer a proteção ambiental, na seara de importância, de fundamentalidade dos direitos humanos à sobrevivência digna quanto à um meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado que transcende a inquietação da crise ambiental. Os atos humanos são reflexos diretos à degradação do meio ambiente que, por ser um entorno essencial para a sobrevivência terrena, deve ser preservado além de direitos estatais ou fronteiriços.

Assim, tem-se como **tema central** a ser proposto que, a sustentabilidade vem expresso de forma marcante tanto no contexto social quanto no contexto jurídico. Essa questão reflete-se no crescimento social, político e econômico, que, como ocorre com grande parte dos fatos sociais, interligam-se a questões de natureza ambiental. As atividades humanas causam alteração na natureza, de uma forma reflexiva, de maneira direta ou indireta. Essas alterações, na maioria das vezes, são caracterizadas como negativas, prejudiciais para o meio social, conquanto prejudicial à base natural. Está-se diante de uma era em que há um crescente enfraquecimento do direito dos Estados frente ao crescimento social, político e econômico, em virtude de interferências de questões adversas às jurídicas.

O crescimento econômico, decorrente do reflexo do capitalismo, visivelmente identificado na chamada “era consumista”, está em pauta. Isso significa que o indivíduo encontra-se numa fase de consumo exacerbado, na grande escala de produção de bens materiais, calcado na realidade de que, quanto mais se tem, mais se quer, chegando-se a firmar um irracionalismo pós-moderno. Tal fato vai diretamente de encontro à preservação da natureza, não havendo preocupação com despender menos gastos materiais, em reutilizar ou reciclar a matéria que ela possui, decorrendo, daí, a perspectiva da inserção de um desenvolvimento sustentável.

O **problema** verificado neste contexto encontra-se na concepção do meio social, uma sociedade de risco frente aos aspectos do crescimento social. Uma sociedade globalizada,

direcionado à produção e ao consumo em grande escala, deve passar por uma nova racionalidade ambiental. O meio social tende haver mudanças de paradigmas, de valores, dos quais terão uma consciência racional ambiental em não degradar e, sim, evoluir preservando os recursos ainda existentes na finalidade de dignificar a vida das presentes e futuras gerações.

O progresso, o crescimento de um meio social aduz à primazia da existência humana. Desenvolver-se a qualquer custo e sob qualquer forma é uma ideologia que tende a mudar, pois o mundo não se encontra mais em condições de ser exigido, mas, sim, de exigir que, por parte do ser humano, haja mudanças para a regular continuidade de subsistência. Com o desenvolvimento sustentável, demonstrar-se-á a possibilidade de haver uma harmonia entre desenvolvimento e conservação do entorno ecológico.

**A importância deste tema**, reflete na realidade do Planeta quanto à questão ambiental, poder-se-ia afirmar que está à beira da morte, pois o Planeta Terra é um organismo vivo e com a degradação das suas fontes de vida, por aquele que necessita desse conjunto vivo, o homem, transparece uma realidade emergente, a qual precisa mudar.

Assim, **justifica-se**, pois diante desse fato que se faz necessário o estudo de uma nova forma de desenvolvimento, de uma eclosão sustentável, com percepção ao meio que conduz a vida humana, o meio ambiente, fazendo da sustentabilidade o meio condutor para a manutenção do ambiente saudável ou a minimização do grau de degradação ambiental. O consumidor é levado a acreditar que sua única alternativa é comprar, sendo isso imposto em sua conduta diariamente pelos meios de comunicação.

Esse sistema capitalista tem como parâmetro de sucesso econômico a grande produção de bens de consumo, incentivado pelo discurso do marketing em torno da mercadoria, envolvendo promessas de felicidade, enquanto bem-estar, entre outros atributos. Tal busca revela uma percepção de sucesso equivocada, pois essa abundância de cada vez mais e mais, sem consciência dos limites ambientais e da inter-relação com a vida humana, traz prejuízos com consequências desastrosas para todos.

Com a intenção de não esgotar o tema nesse articulado, utilizou-se do **método** indutivo para a realização do mesmo, com a inter-relação dos métodos operacionais das técnicas de pesquisa bibliográfica, do fichamento, do referente, meios metodológicos capazes de ensejar uma pesquisa científica.

O presente trabalho encerra-se com as Considerações Finais, nas quais são sintetizadas as contribuições sobre os meios de formalizar e efetivar o estudo de normas protetivas que, de forma universal, protejam um direito essencial à sobrevivência humana, que é o meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado.

## **1. CONSIDERAÇÕES SOBRE O DIREITO AMBIENTAL E O PRIMADO DA SUSTENTABILIDADE COMO MEIOS DE PROTEÇÃO DO ENTORNO NATURAL.**

A interligação do homem com o mundo natural descende de tempos remotos, o que resulta na reconstrução social de uma sociedade global. Assim, há o reconhecimento do direito ambiental como um direito fundamental, que transcende os interesses individuais, tornando-se uma esfera sócio-jurídica transindividual, que ultrapassa barreiras e limites territoriais. A intenção é mudar paradigmas, baseando-se num direito transnacional, o qual supera o conceito de soberania diante justamente da sua essência fundamental.

Na era contemporânea, o ser humano tende a produzir e a consumir de forma ilimitada, provocando uma crise ambiental com tais atitudes. Cada ato humano desencadeia um ato, uma agressão ao meio natural, aumentando o grau de poluição, causando degradação ambiental, extração dos recursos naturais, em prol da sua sociedade consumista. Essa é uma postura alarmante que demanda uma mudança de postura urgente sob pena de o ser humano testemunhar sua própria extinção com o esgotamento dos recursos naturais fundamentais à manutenção da vida humana e não humana do Planeta Terra.

O mundo está direcionado à mudança de comportamento com reflexo ao meio natural. O costume de consumir exageradamente e de pensar que os recursos naturais são fontes de energias infinitas ou ilimitadas faz uma revolução do próprio agir do ser humano, consumidor final de suas próprias atitudes. Economicamente, nada tem sentido se não houver condições mínimas de existência terrena.

O desenvolvimento sustentável surgiu com a publicação do Relatório Brundtland, em 1991, pela Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), da Organização das Nações Unidas (ONU). Uma nova forma de desenvolvimento associado ao objetivo da sustentabilidade. Uma forma de desenvolvimento que se insere diante do contexto do crescimento econômico e com os efeitos que procedem à atual maneira de perquirir o progresso, seja a miséria, as crises, as desigualdades. O incremento sustentável e racional está associado ao uso apropriado dos meios naturais sem prejudicar o entorno natural às futuras gerações (LEFF, 2012, P. 18).

O sistema capitalista, com suas raízes determinantes e a disposição em acumular resíduos sólidos urbanos sem se preocupar com o meio ambiente, retrata uma lastimável realidade do modelo de desenvolvimento hodierno. Uma forma insustentável de vida que busca, cada vez mais, produzir, consumir e acumular bens materiais. Nos estudos de Patrícia

Faga Iglecias Lemos, a vida humana atual está na “chamada cultura do consumo; as pessoas valem pelo que têm; o mercado define o que é bom, belo e necessário (LEMOS, 2011, p. 28)”.

O direito ambiental comporta uma construção conceitual esparsa da ciência jurídica, a qual se insere nessa área para juridicizar aspectos fundamentais de uma sociedade que vive em pleno desenvolvimento, sejam sociais, econômicos, culturais, políticos, entre outros.

Nessa esfera que o homem se encontra na era de criar e recriar, desenvolver-se em um ritmo extraordinário, tem-se a necessidade de buscar mecanismos propícios ao nível de desenvolvimento, desvinculando-se de um meio consumista, destruidor, para um meio preservador dos recursos atinentes a seu desenvolvimento. Não somente na ação humana de domínio e exploração, o atuar do ser humano, quanto à questão ambiental, deve resguardar o seu crescimento e desenvolvimento natural de uma forma equilibrada, sustentável.

O contexto das grandes transformações, dos desenvolvimentos sociais, ascendendo aos tempos mais remotos, até os dias atuais, comporta diversas concepções de transformação social. O homem, cada vez mais inserido na descoberta do meio natural, por diversas formas, como já fora dito, umas positivas e outras negativas. Nisso, se pode determinar como formas de transformação a ascensão do capitalismo, da era consumista, fazendo com que surja a referência de que muitos não reconhecem a qualidade de vida. E esta se reflete nos meios sociais, nos núcleos empresariais, sobrepondo-se aos direitos ditos individuais.

O direito ambiental é uma ciência, uma forma de externar, por meio de normas e regras, a proteção de um ecossistema que está sendo ameaçado em larga proporção. As atitudes humanas, com reflexo no meio natural, colocam em risco a própria sobrevivência planetária terrena. A pessoa humana tem direito a um meio ambiente ecologicamente equilibrado, sadio, caracterizando-se, assim, como um direito de natureza fundamental, questão defendida por esta articulista, pois um direito quando caracterizado por fundamental é um direito que transcende aos interesses individuais ou coletivos, transnacionalizando-se a um direito universal diante da sua prevalência significativa para a subsistência da vida.

A sustentabilidade tem uma interferência o com pensar, com o agir humano, quanto aos atos que interferem na natureza. Pensa-se em um mundo ambientalmente equilibrado, porém, não há respeito para com esse meio natural que assegura a vida. Os atos humanos devem ter reflexos positivos para a sobrevivência da geração futura, sendo essa intenção direcionada ao estudo da sustentabilidade.

O desenvolvimento econômico, as mudanças econômicas e as aflições sociais não devem atingir os recursos naturais disponíveis para a existência humana. A forma com que a

sociedade global vem-se desenvolvendo, cada vez mais degradará o meio ambiente. O consumo e a produção em vasta escala característicos do sistema capitalista, desorganizam o modelo de progresso sustentável.

Nessa visão, há necessidade de, independentemente da economia e do território, um conteúdo mínimo de direitos ambientais. Não há pretextos para se permitir a redução dos direitos ecológicos consagrados, impondo a matéria ambiental um nível elevado de proteção, pois o que se está protegendo é um direito humano essencial para a existência humana. O conteúdo de forma mínima a ser protegido, tratando-se dessa matéria, deveria ser a máxima proteção, independentemente de território e de bases econômicas, pois o direito fundamental é o mesmo: o direito às condições de subsistência da vida terrena (PRIEUR, 2012, p. 44).

## **2. A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA COMO ESTRATÉGIA DO MODELO ECONÔMICO CAPITALISTA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

### **2.1 O capitalismo e suas estratégias na busca do crescimento econômico**

O sistema capitalista tem sua origem nos primeiros séculos da Baixa Idade Média, na Europa, marcado pelas mudanças nas propriedades feudais, que passam de propriedades autossuficientes para serem arrendadas, surgindo, assim, a remuneração com salário para mão de obra. Nesse mesmo período, aparece uma nova classe, a dos comerciantes e artesãos, os quais moravam no burgo, região situada à margem do feudo, e trouxeram um novo conceito de economia, que deu valor de troca à mercadoria e à busca de lucros.

Desde então, esse sistema tem-se aperfeiçoado, ficando mais complexo com o avanço da civilização. Para Marx, “a base de funcionamento do capitalismo como um todo está assim dada pela busca de expansão do capital, obtida na produção de mercadorias cujo valor de troca suplante o despendido na produção” (1975, apud CAVALCANTI, 1995, p. 107).

Para Karl Marx, a explicação do sistema e de seus contornos sociais dá-se pela extração da mais-valia, ou seja, pela exploração do trabalho pelo capital. A mais-valia seria a diferença entre o valor das mercadorias produzidas pelo trabalhador e o valor de sua força de trabalho. O trabalhador gera mais valor do que recebe em troca de seu trabalho, e o valor que recebe está nos produtos necessários à formação da mesma força de trabalho (MAGERA, 2012, p. 31).

Nesse viés, o capitalismo tem como objetivo quantidade, buscando lucro, fazendo com que a circulação do dinheiro propague em grandes extensões, sem se preocupar com as

externalidades sociais e ambientais que isso acarreta. “Nesse cenário fragmentado de ideologias e dialéticas, tem-se o consumidor, comprando, consumindo, descartando e comprando novamente, mas ele não tem o entendimento de por que faz isso.” (MAGERA, 2012, p. 31).

Foi na década de 90 que aumentou a percepção do impacto ambiental causado pelo consumismo, abrindo espaço para um discurso sobre ambientalismo internacional. Começou-se a observar que o estilo de vida e os padrões das sociedades afluentes eram as principais causas dos problemas ambientais. (PORTILHO, 2010). O comportamento consumista gera devastação dos recursos naturais, pois muita matéria-prima é utilizada na produção dos bens de consumo, gerando também muitos resíduos. Conforme Milaré,

As distorções do consumo, em diferentes graus e modalidades, têm gerado sérios problemas até chegar ao consumismo, que consiste numa mentalidade arraigada e em hábitos mórbidos, mais ou menos compulsivos, que embotam a consciência do cidadão consumista, impedindo-o de fazer sequer a menor autocrítica. Por isso, esta forma de degeneração deve ser analisada sob os pontos de vista cultural, social, econômico e psicológico (2013, p. 78).

É possível observar que esse modelo de sociedade não surgiu desde sempre, o excesso de consumo é algo recente, é algo criado. Dessa forma, questiona-se: como a sociedade, supostamente consciente dos danos ambientais, continua sendo a principal agressora ao meio ambiente? Por que razão se consome tanto? É possível constar que

Vivemos a febre do consumo: medidas estatais e não estatais de facilitação e incentivo ao consumo (a exemplo de redução do Imposto sobre produtos industrializados (IPI) – para produtos de rápido consumo (automóveis e linha branca), medidas de facilitação do crédito, etc.); os meios de comunicação em massa vêm alardeando e incentivando a emergência social (e o consumo é elemento de confirmação disso) (VIEIRA; GIUSTI, 2013, p. 49).

Assim, surge a seguinte pergunta: por que homem, mesmo tendo consciência de que o excesso de consumo é prejudicial, continua a incentivar e a criar políticas públicas que fomentam o consumo?

## **2.2 Um novo sistema de produção**

No século XVII, ocorreram certas mudanças na estrutura da sociedade, aparecendo novos conceitos e ideias. Nessa época, surge a modernidade, trazendo promessas de progresso e de desenvolvimento econômico, atrelados à sociedade industrial.

Evidencia-se que a modernidade apresentou duas facetas, uma benéfica, já que a qualidade de vida da população aumentou, trazendo vários benefícios advindos da tecnologia; outra maléfica, pois se tem a destruição dos recursos naturais e a poluição do solo em função dos pesticidas, dos insumos agrícolas e das armas químicas.

Com o avanço das descobertas científicas e das chamadas tecnologias de ponta, cada vez mais se tem a criação de novos remédios, novos produtos de beleza e lançamento de produtos eletrônicos, ocasionado ainda mais devastação e exploração de recursos naturais. Também, a quantidade de mercadorias produzidas e descartadas cada vez cresce mais, pois a indústria de consumo bombardeia o consumidor incessantemente com propagandas, incentivando-o a comprar cada novo bem supérfluo posto nas prateleiras.

Na contemporaneidade, vivemos a chamada cultura do consumo. As pessoas valem pelo que têm. O mercado é que define o que é bom, belo, necessários. Conforme esclarece Rifkin, as técnicas de marketing partem do 'vínculo de consciência', criando uma ligação de identidade entre consumidor e produto oferecido. Aos poucos, busca-se oferecer mais produtos ao consumidor cativo; por fim, há a formação de comunidades cativas. São os relacionamentos transformados em commodities (LEMOS, 2014, p.30).

Com a evolução da sociedade moderna para a sociedade contemporânea, o sistema de produção também ficou mais agressivo. Hoje, a sociedade está baseada em três pilares: excesso, efemeridade e desperdício. Tal modelo de sociedade tem o capitalismo como sistema econômico, buscando lucratividade, aumento de demanda e de produção. Esse sistema, para se manter, criou estratégias, sendo uma delas a obsolescência planejada.

A obsolescência programada – o fabricante interrompe/programa a vida útil dos produtos intencionalmente – aparece, pela primeira vez na década de 1930 como uma solução ao desemprego e à crise econômica que atingiu, principalmente, os Estados Unidos e, em seguida, vários países do mundo (MAGERA, 2012, p. 95).

Essa estratégia começou a ganhar força nas décadas de 1920 e 1930. A obsolescência planejada pode aparecer de três maneiras: pela qualidade, pela função e pela desejabilidade, tendo como seu único objetivo fazer com que o produto seja descartado o mais rapidamente possível.

A obsolescência de qualidade pode ser inserida no momento da confecção do bem, quando é instalado um dispositivo que faz com que tal produto pare de funcionar depois de um tempo determinado, ou o produto é feito com material frágil, que, após algumas vezes de uso, é danificado. No caso da obsolescência de desejabilidade, ou psicológica, somente sua aparência é modificada, criando frustração nos consumidores, demonstrando que seus antigos

bens estão ultrapassados. E, na de função, é lançada uma tecnologia superior, desqualificando os produtos já adquiridos.

Essa estratégia era tão bem vista que London (1932, apud LEONARD, 2011) chegou a distribuir um livro denominado “Acabando com a Depressão através da obsolescência planejada”, em que alegava a necessidade de uma agência governamental, a qual seria responsável por definir a data da morte de alguns bens de consumo. A proposta desse livro era fazer com que as pessoas devolvessem seus produtos para as fábricas, com a obrigatoriedade de adquirir mercadorias novas para que, dessa forma, as empresas mantivessem seu sistema de produção sempre acelerado.

A introdução do conceito de obsolescência programada surgiu, em 1932, pelo então investidor imobiliário americano Bernard London [...], plano que não foi posto em prática pelas autoridades na época. A teoria de London consistia que todos os produtos deveriam ter seu ciclo de vida interrompido (MAGERA, 2012, p. 97).

“London não sabia, mas sua ideia de que a vida das mercadorias deveria ser determinada pelos engenheiros, projetistas, economistas, matemáticos e especialistas em suas áreas, seria copiada a partir da década de 1950” (MAGERA, 2012, p. 98). Essa estratégia acabou sendo utilizada em 1950 e, desde então, nunca mais deixou de ser aplicada, estando presente na produção dos bens de consumo atuais.

Ocorre que, em função da crise ambiental e da crescente preocupação com o meio ambiente, essa estratégia começou ser questionada. Constatou-se que tal modelo econômico não tem como se perpetuar, e que muito tem sido exigido dos recursos naturais, deixando a questão ambiental exposta. Além da grande quantidade de matéria-prima que é requisitada para produção dos bens de consumo, também ocorre a geração de muitos resíduos.

### **2.3. O consumo em razão da obsolescência planejada**

É possível verificar que o consumo é diferente do consumismo. Como mencionado anteriormente, o consumo é o simples ato de fruição de bens e serviços pelo indivíduo, necessários para a sobrevivência, enquanto que o consumismo é muito mais complexo, aparecendo juntamente com o sistema capitalista.

O ‘consumismo’ é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, ‘neutros quanto ao regime’, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a

estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais (BAUMAN, 2008, p. 41).

O consumismo faz parte da cultura das sociedades ocidentais, passando a exercer um papel primordial em sua estrutura. Não foi sempre assim. A cultura do consumo que se tem hoje foi criada com o objetivo de fazer com que o sistema de produção norte-americano alavancasse. Foi então que o empresário Henry Ford forjou uma classe de consumidores em 1914. Inicialmente, foi nos Estados Unidos que surgiu essa sociedade de consumidores. Nota-se que foram conjuntos de forças que trouxeram a estratégia do superconsumo. Conforme Orr (1999, apud LEONARD, 2011, p. 169), o surgimento da sociedade de consumidores não foi acidental, e sim intencional. A ideia de que a Terra existe para o usufruto do homem, a ascensão do capitalismo, a aptidão tecnológica e o acúmulo de riquezas pelos Estados Unidos foram forças determinantes para criar esse sistema de consumo desenfreado.

Nos Estados Unidos havia muitos recursos para extrair, e nós achamos que era nosso direito tomá-los para nós e inventamos formas astutas de fazê-lo. Quando o capitalismo, com sua lógica de lucro, transformou-se no nosso modelo econômico dominante, desenvolveu-se a cultura do consumismo para sustentá-lo (LEONARD, 2011, p. 169).

Agrega-se a esses o fato de a Revolução Industrial ter proporcionado um grande avanço na maneira de produzir bens de consumo. Em razão da criação da máquina a vapor, a aceleração da produção das indústrias traz duas opções aos países devastados pelo pós-guerra: ou aumentar a produção de mercadorias, ou investir no bem-estar da população.

Os norte-americanos escolheram aumentar a produção de mercadorias, trabalhando na mesma quantidade de tempo e obtendo maior produção, diferentemente da Europa, que priorizou a saúde e o bem-estar ao invés de interesses comerciais. Em consequência dessa escolha feita pelos Estados Unidos, de acelerar a economia, muito começou a ser produzido. Então, era necessário fazer com que a população comprasse, pois de nada adiantaria grande quantidade de bens supérfluos se não fossem consumidos.

Dessa maneira, já se tinha constatado que, em 1914, o empresário Henry Ford teve uma ideia inédita que surtiu efeitos, pois observou que precisava criar uma classe de consumidores, pois necessitava fazer com que os carros que produzia em suas fábricas fossem comprados.

o empresário deu um passo inédito ao dobrar o salário de seus funcionários para cinco dólares ao dia (o equivalente a pouco mais que cem dólares em valores de 2008). Também reduziu a jornada de trabalho de nove para oito horas. A recompensa: menor rotatividade de pessoal, possibilidade de operar três turnos por

dia em lugar de dois e melhores vendas, já que os operários passaram a fazer parte da base de clientes (LEONARD, 2011, p. 173).

A ideia desse empresário teve resultados positivos, pois seus empregados tinham tempo e dinheiro, a combinação perfeita para o consumo. Como consequência, as vendas aumentaram, e sua ideia serviu de modelo para várias outras indústrias, surgindo o consumo em massa. Ocorre que essa maneira de consumir vorazmente precisava ser cristalizada intrinsecamente nos consumidores, não poderia ser algo temporário. Dessa sorte, foram desenvolvidas maneiras para seduzir o consumidor e para deixar as mercadorias mais acessíveis ao poder de compra da maior parte da população.

Dentro das inúmeras estratégias, a publicidade está como aliada ao consumo desenfreado, desempenhando com papel primordial nessa questão, pois ela cria dentro do ser humano um universo de sonho, deixando-o atrelado a tudo que está na “moda”.

A publicidade produz necessidades estritamente adaptadas à oferta, permite programar o mercado, apanhar na armadilha a liberdade dos consumidores, a sociedade em seu conjunto tende a tornar-se um sistema circular, sem exterioridades, sem diferença, sem acaso (LIPOVETSKY, 2009, p. 222).

Nesse viés, a publicidade busca atingir o desejo subjetivo do consumidor, criando necessidades que antes não existiam, tendo como objetivo principal criar um mal-estar permanente, para que, assim, se busque nos bens supérfluos a satisfação plena, mas nunca alcançada.

[...]A publicidade é utilizada como instrumento de alcance em massa dos potenciais consumidores. A mídia intensifica a sua cooptação e os consumidores, sem necessidade, começam a trocar a consumir cada vez mais, e neste processo quase ninguém está preocupado com a geração de lixo e muito menos com os problemas que a produção pode causar ao meio ambiente (MAGERA, 2012, p. 98).

Nesse mesmo sentido, de fomentar o consumo, visando a atingir maior número de pessoas, as empresas disponibilizam aos clientes a possibilidade de comprar a prazo ou em várias parcelas. Também a criação de shopping Center aparece como incentivo, tornando tais lugares aconchegantes com seus ambientes climatizados, seus efeitos de luz e seus ornamentos, quase como num mundo encantado, onde tudo é mágico e possível. Todos esses artifícios favorecem ao deleite da família, fazendo com que passem a maior parte do seu tempo disponível dentro deles, frequentemente usando seus cartões de créditos.

Tal modo de vida capitalista na sociedade contemporânea traz às pessoas a ideia de que comprar é uma atividade essencial e prazerosa, excluindo quem estiver fora dos padrões do consumo.

Para esse modelo de vida prosperar, tem-se a mídia como aliada. Com ela, é possível usar várias estratégias para atingir a fragilidade do homem. Trabalha a ideia de que adquirindo determinado objeto será possível alcançar a plenitude da felicidade, ou que, a falta dele trará exclusão social. O medo da exclusão e da solidão faz com que o homem siga um padrão “imposto” pela sociedade, em que todos seguem o que está na “moda”.

Os governos e os anunciantes podem arregimentar a mente como os militares o fazem com o corpo. Essa disciplina pode ser imposta em razão ‘da flexibilidade inerente à natureza humana individual’. Ele indica que ‘a solidão física é um verdadeiro terror para o animal gregário, e que o arrebanhamento lhe causa um sentimento de segurança. No homem, esse temor da solidão suscita um desejo de identificação com o rebanho e suas opiniões’. Mas uma vez no ‘rebanho’, ‘o animal gregário’ sempre deseja exprimir sua opinião. Assim, os comunicadores devem sempre ‘apelar para seu individualismo que caminha estreitamente junto com os outros instintos, como seu egotismo. (BERNAYS, 2004, apud DUFOUR, 2008, p. 37).

Conforme Dufour (2008), o arrebatamento tem o objetivo de deixar a massa populacional homogênea, fazendo com que os consumidores possuam os mesmos comportamentos, de modo a conquistar mercados e por aí mesmo maximizar a rentabilidade, apoiando-se nos meios de comunicação de massa.

O que é notável é que falar de uma sociedade-rebanho de consumidores proletarizados não é de modo algum incompatível com o desdobramento de uma cultura do egoísmo erigido em regra de vida – muito pelo contrário: essas noções se chamam e se sustentam (DUFOUR, 2008, p. 38).

As consequências desse consumismo indiscriminado são graves. Verifica-se que muito se produz, muito se consome, e, além de utilizar os recursos naturais para a confecção das mercadorias, depois, no momento do descarte, é novamente o meio ambiente que sofre os danos, pois muito lixo se produz. O meio ambiente não é capaz de absorver todos os resíduos deixados pela produção dos bens de consumo que se gera atualmente. Muito se tem confeccionado e desperdiçado, não ocorrendo uma reflexão sobre as questões ambientais.

A outra forma de fidelizar essa relação do ser humano com as mercadorias é a obsolescência planejada, a qual consiste em colocar “data de morte” nos produtos, com o objetivo de que o bem tenha curta durabilidade, sendo necessário ser substituído rapidamente.

Após a Segunda Guerra Mundial que o foco se dirigiu ao consumo. Na década de 1950, o presidente do Conselho de Assessoria Econômicos do governo Eisenhower chegou a afirmar: ‘O propósito máximo da economia americana é produzir mais bens de consumo.’ Assim, na década de 1970, a possibilidade de comprar cada vez mais Coisas já tinha adquirido um papel primordial tanto econômico quanto culturalmente (LEONARD, 2011, p. 162).

A ideia de que desenvolvimento econômico estava ligado a desperdício de bens materiais e ao excesso de produção era tão intensa que as empresas nos Estados Unidos focaram em maneiras de levar o consumidor às lojas, ou pelo simples prazer de comprar ou pelo fato que o produto novo era mais em conta do que o produto velho ir para o conserto.

Conforme Leonard (2011), num primeiro momento, criar no ser humano a necessidade de ter mais de um exemplar de cada produto era o primordial. Mas, o que fazer depois que cada consumidor tivesse preenchido seu estoque? Quando a maioria da população já tivesse adquirido sua segunda casa e seu segundo carro?

O ponto fraco desse raciocínio é que, em algum momento, todos teriam sapatos, torradeiras e carros em quantidade mais do que suficiente e esses bens encahariam nas fábricas. Quer dizer, há um limite para o quanto as pessoas podem consumir. Por isso foi criada uma nova estratégia para manter os clientes comprando: a da obsolescência planejada, segundo a qual alguns bens devem ser ‘programados para o lixo’ (LEONARD, 2011, p. 174).

Para Packard (1965), o povo americano, ao longo de tempo, teve essa ideia de obsolescência planejada inserida como se fosse algo favorável à economia. Não parecia algo confortável o fato de possuir-se o mesmo automóvel durante vinte ou trinta anos.

Toda nossa economia é baseada em obsolescência planejada e todos quantos podem ler sem mover os lábios agora sabem disso. Fazemos bons produtos, convencemos as pessoas a comprá-lo e no ano seguinte introduzimos algo deliberadamente algo que torne aqueles produtos velhos, antiquados, obsoletos [...] é uma sólida contribuição à economia americana (STEVENS, apud PACKARD, 1965, p. 50).

No mesmo sentido, ficava demonstrado que um produto com muita durabilidade não era interessante para o desenvolvimento do país, pois não havendo a necessidade de trocá-lo, ou desperdiçá-lo, não estaria contribuindo para o crescimento das indústrias.

Na obsolescência de função, o autor relata que o produto acaba tornando-se ultrapassado pelo fato de ser lançado no mercado um que execute melhor a função. Nesse caso, ocorre a obsolescência por aparecer uma tecnologia que supera a antiga, não sendo, assim, maléfica.

Ocorre que, em alguns casos, a tecnologia “nova” já existe, mas é adiada para o consumidor adquirir tal produto que se encontra disponível nas prateleiras. Assim, após tal produto ter saído das lojas, aparece um “lançamento” no mercado. Tal caso aconteceu com os discos de alta fidelidade que começaram a ser substituídos pelos de som estereofônico.

Deve-se notar que houve manipulação. O estéreo foi contido em seu desenvolvimento durante muitos anos porque se acreditava não haver urgente necessidade dele. A patente original de estéreo foi tirada por um britânico em 1931, e, logo em seguida, algumas companhias americanas adquiriram os direitos. Em fins da década de 1950, porém, dezenas de milhões de americanos possuíam fonógrafos relativamente novos e a procura de aparelhos adicionais de novo modelo de alta fidelidade estava decaindo. Sentiu-se que era necessário um produto dramaticamente novo para forçar os revendedores a limparem os canais e convencer os proprietários dos aparelhos de alta fidelidade existentes de que seu produto era então inadequado (PACKARD, 1965, p. 52).

Explica o autor que a opção para convencer o consumidor a trocar seu produto antigo foi deixá-lo desinteressante, lançando o estéreo no mercado. Assim, os fonógrafos passaram a ser obsoletos. Outro tipo de obsolescência é a de qualidade, no momento da confecção do produto é feito com um material frágil, ou é inserido um dispositivo que acaba travando o produto, fazendo com que não funcione mais.

Descreve Packard (1965), no caso da obsolescência de desejabilidade, que o produto ainda está funcionando, mas acaba-se tornando desinteressante para o consumidor pelo fato de ter sido lançado no mercado o mesmo produto, mas com designer diferente, mais “moderno”.

Conforme Leonard (2011), a “obsolescência de desejabilidade” pode ser chamada de “obsolescência percebida” ou “obsolescência psicológica”. Ocorre quando o objeto não apresenta defeito, apenas sua aparência que é modificada.

É quando o gosto e a moda entram em cena. O comprimento sempre em mutação na barra das saias e nos vestidos; os saltos largos que estão voga e logo são substituídos por esarpins finíssimos na temporada seguinte; a largura das gravatas masculinas; a cor da moda para celulares, iPods, torradeiras, batedeiras, sofás e até armários de cozinha: todos esses produtos funcionam com obsolescência percebida em ação (LEONARD, 2011, p. 176).

Nesse sentido, Lipovetsky (2009) destaca como a moda influencia na escolha e na aquisição dos produtos, pois ela é um sistema de regulação e de pressão social. Agrega-se a isso a ideia de assemelhar-se a alguém que seja considerado “superior”, seja pelo prestígio ou posição social. Tal ponto será abordado no próximo item. Evidencia-se que existem várias maneiras de um produto acabar em desuso.

A inferioridade pode ser devida à pressão causada pelo esforço no sentido de lançar todo ano um produto novo. Pode ser causada por economia no próprio produto a fim de destinar mais recursos a publicidade e vendas. Pode ser causada por simples medidas de economia geral. O ponto a lembrar, porém, é que todas essas formas de inferioridade contribuem para criar obsolescência no produto, e a obsolescência leva o proprietário do produto ao mercado à procura de substituição (PACKARD, 1965, p. 53).

Nesse sentido, se o consumidor não tinha grandes expectativas com a qualidade do produto, ou sobre sua durabilidade, ele facilmente irá até uma loja para comprar outro. Por outro lado, se o consumidor tinha a ideia de obter um bem durável, e isso não ocorreu, terá frustração na compra realizada, e, conseqüentemente, a empresa que confeccionou o bem ficará com má reputação, diminuindo sua clientela.

A ideia de criar falhas nos produtos não é um conceito novo. Packard (1965, p. 54) elenca que o conceito apareceu em no final da década de 1920, quando foi publicado uma declaração de J. George Frederick, em que ele afirmou que colocar mais dinheiro nas mãos dos consumidores era um simples paliativo sem importância, que existia uma alavanca muito mais determinante, a “obsolescência progressiva”. Isso repercutia em fazer com que as pessoas consumissem mais, pelo fato de ter que substituir os produtos em um curto espaço de tempo. Isso faz com que ocorre substituição dos produtos rapidamente, e por vários motivos, como obsolescência de estilo, eficiência.

O autor (1965, p. 54) também traz outro artigo de grande repercussão, publicado em 1936, sob a autoria de Leon Kelly, diretor de Fishler, Zealand & Co., com o título de “Durabilidade Antiquada”, tendo como subtítulo “Se a mercadoria não se gastar mais de pressa, fábricas ficarão paradas e pessoas desempregadas”.

O referido artigo explicava que a noção de comprar coisas que tivesse grande duração era uma ideia ultrapassada e precisava ser modificada, pois somente assim se estaria contribuindo para o desenvolvimento da economia do país. Assim alude "Havia indícios de que algumas companhias já estavam pensando em modificar o tempo de vida provável de seus produtos". (PACKARD, 1965, p. 55). Nesse sentido, constava em um memorando que a companhia, com o fim de aumentar suas vendas, encurtou a vida das lâmpadas das lanternas.

Originariamente, as lâmpadas de lanterna duravam mais do que três pilhas. Em seguida, passaram a durar apenas o tempo que eram consumidas duas pilhas. E propunha então que a vida das lâmpadas fosse ajustada de modo a durar apenas o mesmo que uma pilha (PACKARD, 1965, p. 55).

Nesse mesmo viés, as lâmpadas de 200 watts e 110-120 volts, com vida útil de 1.000 horas, passou para 750 horas, que, com o tempo, foi reduzida cada vez mais.

Os desenhistas de automóveis também pareciam estar ficando intrigados pela possibilidade de exercer o controle da morte em seus produtos. Em 1934, dois números diferentes do Journal of the Society of Automotive Engineers reproduziram comentários especulativos, feitos por oradores em recentes reuniões da Sociedade de engenheiros Automobilísticos. Um deles acentuava a ‘conveniência de construir automóveis com vida limitada’. Outro sugeria que todas as peças de caminhões

podiam ser desenhadas para ‘desgaste controlável’ assim como para desgaste imperceptível (PACKARD, 1965, p. 56).

Acentua o autor que os anos de guerra frearam significativamente esse “crescente impulso” a favor do desgaste prematuro dos objetos. Ocorre que, em 1950, os produtores voltaram a se preocupar com a questão de falta de compradores para seus bens de consumo, requerendo, dessa forma, a obsolescência em maior escala.

Packard (1965, p. 57) menciona a publicação de um artigo, em 1959, de autoria de Martin Mayer, por *Dun’s Review and Modern Industry*, com o título de “Obsolescência Planeja: Solução para o Mercados Cansados?”, onde destacava que Mayer defendia a ideia que quanto maior a durabilidade de um artigo, mais tempo ele demoraria para ser consumido.

Nesse sentido, Mayer (1959, apud PACKARD, 1965, p. 57) sugere que os fabricantes deveriam realizar algum processo contra essa questão, demonstrando que o produto mais antigo é obsoleto, criando no produto algum tipo de obsolescência.

Muitos engenheiros foram obrigados a confeccionar produtos que se deteriorassem em curto espaço de tempo. Packard menciona que muitos apresentavam crise de consciência, “afinal de contas, em seus dias de idealismo no colégio, não haviam sido ensinados a construir produtos que caíssem aos pedaços depois de adequado período de uso” (1965, p. 57).

Novamente é publicado um artigo em que Packard (1965) relata uma crítica, de *Product Engineering*, na qual a obsolescência planejada é utilizada de uma forma tão incisiva que, muitas vezes, causa dúvidas se o produto irá sobreviver ao embarque.

Um leitor dessa publicação protestou contra a obsolescência planejada e apresentou uma proposta realmente drástica. Escreveu ele: “Vamos parar por algum tempo com essa pesquisa e desenvolvimento! Estamos agora até o pescoço de progresso [...] Estamos inundando o lixo. A ciência inventa lixo; a indústria o produz em massa; o comércio vende-o; a publicidade condiciona nossos reflexos para procurarmos a grande caixa cheia dele. Não há dúvidas, somos todos lixeiros especializados – mas que vai ser de nós? (PACKARD, 1965, p. 58).

No mesmo sentido foi uma publicação no final de 1958 e começo de 1959, cujo título era “Datas de morte de Produto – Um conceito desejável?”, produzido por um diretor editorial, em que questionava: “É de acentuado interesse saber por intermédio de um engenheiro ocupante de alta posição numa proeminente companhia produtora de rádios portáteis que seu produto é desenhado para não durar mais de três anos” (SAFFORD, 1958, apud PACKARD, 1965, p. 59).

Tal publicação veio a produzir inúmeros questionamentos sobre esse estilo de produção. O investimento de dez anos do consumidor em rádios portáteis era substancialmente maior do que teria sido se seu primeiro rádio durasse. Safford questionou: “Deveriam os engenheiros resistir a tal filosofia se a direção de sua companhia especificasse que desejavam um produto de curta duração?” (1958, apud PACKARD, 1965, p. 60).

Inúmeras reações advieram, tanto a favor como contra a filosofia que Safford defendia: “Esse conceito é mau? Pensamos que não. O progresso na ciência está acelerando num ritmo exponencial e os beneficiários devem ser os subscritores.” (1958, apud PACKARD, 1965, p. 60). A maioria dos engenheiros era contra, um alegou que “é até mesmo um crime contra a lei natural de Deus no sentido de que estaríamos desperdiçando o que Ele nos deu” (PACKARD, 1965, p. 61).

As três alegações primordiais em desfavor da obsolescência planejada: a má reputação aos engenheiros, pelo fato de serem eles os “criadores dos produtos com durabilidade curta”; a segunda, que esses engenheiros “destruidores”, acabariam perdendo sua capacidade de criadora; e, por último, que era uma maneira de tirar dinheiro dos consumidores de forma fraudulenta (PACKARD, 1965).

O crescimento econômico voltado para a satisfação individual e para o aumento de riquezas, colocando o ser humano em uma esfera primordial em relação às outras formas de vida, faz com que seja classificado como o maior fenômeno destruidor e ameaçador da sua própria espécie. A ciência direcionada para o poder, para a fortaleza econômica de um estado, tende a ser neutralizada para os ensaios e progressos que contribuam para a degradação humana (SARLET, 2012, p. 34).

Nessa época contemporânea, de novos direitos conjugados aos direitos sociais, direitos de liberdade, há o direito de proteção ao meio ambiente garantindo sua não degradação, considerando o ambiente como fonte preservadora da existência humana, justificando-se a sua inclusão no contexto dos direitos fundamentais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Quando se tem a pretensão de alegar o direito ambiental, ou seja, o direito a um meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado, estar-se-á declarando sua importância quanto à estrutura constitucional. Na esfera jurídica, a proteção ambiental contextualiza um primado fundamental, um valor essencial para a qualificação da dignidade humana existencial.

Justifica-se o estudo, por meio dos grandes acontecimentos sociais – guerras, revoluções, desenvolvimento, modernização, industrialização, globalização – de uma forma que a normatização de concepções jurídicas que perfazem um conjunto de direitos aos quais se atribui a qualificação de fundamentais, inserem-se como meios eficazes aos problemas vivenciados pela sociedade mundial. A inserção desses direitos na categoria de fundamentais promove uma reorganização jurídica interna de cada Estado, tendo em mente que este ente é um órgão fonte de todo Direito e formalizador dos anseios sociais.

O não pensar no hoje, para garantir uma sobrevivência digna no futuro, enfatiza uma irracionalidade social, uma forma de operar irracional, insustentável. Dessa forma, a obsolescência pareceria um objetivo justo, em que o consumidor tem consciência de que seu produto tem tempo certo de durabilidade, não podendo ser um objeto eterno, mas que funcionasse bem durante tal período.

A sustentabilidade, como um fenômeno para garantir a continuidade da vida terrena, ou um desenvolvimento sustentável com o pensamento nas ações presentes e futuras, sem prejuízo de vida quanto aos recursos naturais, é uma forma de resguardar, de preservar um direito fundamental, o bem natural como fonte de subsistência. A comunidade atual não deve apenas pensar em sustentar recursos disponíveis, mas, de forma satisfatória, propiciar condições melhores às gerações futuras. O agir momentâneo com reflexos futuros.

**Na concepção de refletir as soluções ao problema proposto**, tem-se que a era ambiental tende a reabrir o conflito entre a exploração e a libertação humana numa nova forma de pensar. Com a libertação do ser humano para a produção, sem atentar para a escassez de recursos, tendenciou o açodamento do alarme na esfera ecológica, sendo a área atingida, de forma primária e emergencial, como as etapas ocultas do progresso e da modernização mundial. Nessa realidade, que há necessidade de haver uma conscientização ambiental, uma mudança de valores pós-modernos em face da degradação ambiental. Por meio da maximização da economia, poderia haver os reflexos da sustentabilidade, com o melhor uso dos recursos em prol do meio ambiente e do seu crescimento econômico futuro. Uma construção social que visa ao desenvolvimento da pessoa humana de forma linear com o meio ambiente, perfazendo-se, uma construção do desenvolvimento sustentável.

**Na evolução dos objetivos propostos para este trabalho** denota-se a necessidade de uma nova democracia social, econômica, política. Uma nova democracia capitalista, pois, no contexto em que se encontra, da produção e do consumo exacerbado, sem previsão para o desenvolvimento sustentável, tem a incidência de não haver a democratização desse sistema controlador das atitudes humanas. Paulo Márcio Cruz aduz que “sem a democratização do

capitalismo, no sentido de distribuição de riqueza e inclusão social, as bases para a superação democrática do Estado Constitucional Moderno estarão comprometidos”. O ato de degradar, de crescer atingindo e utilizando-se dos recursos naturais, vincula-se à ideia de uma prosperidade insustentável. O fenômeno da sustentabilidade está intrinsecamente ligado à conquista, ao fortalecimento dos direitos fundamentais. Com a racionalização humana quanto à forma de desenvolvimento, preocupando-se com a qualidade de vida das gerações presentes e, também, futuras, restabelecem-se os direitos humanos fundamentais. A vida, o maior dos direitos consagrados, depende da preservação ecológica, fundamento do fenômeno da sustentabilidade. (CRUZ, 2011, P. 46)

Nessa formação de novas democracias, mas de muitas democracias, conforme sugere o novo ambiente mundial, será possível a formação para a sustentabilidade. Uma das formas de democracia, o agir social global, chegará a concretizar, a reforçar a conservação do meio natural para atuais e futuras gerações (CRUZ, 2011, p. 47).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade**. São Paulo: Editora 34, 2010.

CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. São Paulo: Cortez, 1995.

CRUZ, Paulo Márcio. **Da soberania à transnacionalidade: democracia, direito e estado no século XXI**. Itajaí: Universidade do Vale do Itajaí, 2011.

DUFOUR, Dany Robert. **O divino mercado: a revolução cultural liberal**. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GIRON, Jerônimo; PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. Meio ambiente, informação e consumo, a racionalidade sobre um ato impulsivo. In: PILAU, Liton Lanes Sobrinho; SILVA, Rogério (Orgs.). **Balcão do consumidor: do consumo ao desenvolvimento sustentável**. Passo Fundo: UPF, Itajaí: UNIVALI, 2013. p. 9-39.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis: Vozes, 2012.

LEMOS, Patrícia FagaIglecias. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**. 3. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

LEMOS, Patrícia FagaIglecias; MENDES, João Múcio Armando. Resíduos eletrônicos e seus aspectos jurídicos no Brasil, p. 49-66. In: CARVALHO, Tereza Cristiana Melo de Brito; XAVIER, Lúcia Helena. **Gestão de resíduos eletrônicos: uma abordagem prática para a sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo: da obsolescência programada à logística reversa.** São Paulo: Átomo, 2012.

MILARÉ, Édís. **Direito do Ambiente.** 8. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício.** São Paulo: Ibrasa, 1965.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania.** 2. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

VIEIRA, Ricardo Stanziola; GIUSTI, Karina Gomes. Consumo, desenvolvimento e psicanálise: qual pode (deve) ser o papel do direito da sustentabilidade em tempos de crise socioambiental global? In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogério (Org.). **Balcão do consumidor: do consumo ao desenvolvimento sustentável.** Passo Fundo: UPF; Itajaí: Univali, 2013.

PRIEUR, Michel. **O Princípio da proibição de retrocesso ambiental. Princípio de proibição de retrocesso ambiental.** Disponível em: <http://www2.senado.gov.br/bdsf/item/id/242559>. Acessado no dia 20 de julho de 2012. Brasília, Senado Federal.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Direito Constitucional ambiental: Constituição, direitos fundamentais e proteção do ambiente.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.