

**XXIV ENCONTRO NACIONAL DO
CONPEDI - UFS**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

KEILA PACHECO FERREIRA

VIVIANE COELHO DE SÉLLOS KNOERR

JOANA STELZER

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 Napolini 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. Vladimir 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



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 Vladimir 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

OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA, CONSUMISMO E SOCIEDADE DE CONSUMO: UMA CRÍTICA AO PENSAMENTO ECONÔMICO

PLANNED OBSOLESCENCE , CONSUMERISM AND CONSUMER SOCIETY: A CRITICAL TO ECONOMIC THOUGHT

**Daniel Bellandi
Sérgio Augustin**

Resumo

Resumo: Introduzida furtivamente em nosso sistema econômico, a obsolescência programada é responsável por uma série de problemas ambientais, em especial pelo aumento do descarte de resíduos sólidos. Tendo como base sólida um sistema consumista, que atua em dissonância das premissas ecológicas, esta estratégia torna-se sério entrave à mudança do pensamento econômico, que privilegia a produção em massa de bens em detrimento da sustentabilidade, incluindo a obsolescência programada como responsável pelos altos índices do PIB de uma nação e pela manutenção do sistema capitalista em nossa sociedade de consumo. Este artigo trata principalmente do instituto da obsolescência programada, passando por colocações a respeito do consumismo na sociedade de consumo em que vivemos e por fim tecendo breve crítica ao pensamento econômico nesta chamada era da modernidade.

Palavras-chave: Obsolescência programada, Consumo, Consumismo, Crítica, Desenvolvimento econômico.

Abstract/Resumen/Résumé

Introduced furtively in our economic system, planned obsolescence is responsible for a number of environmental problems, in particular by increasing the disposal of solid waste. Starting in a consumerist society, which operates in dissonance of ecological premises, this strategy became serious obstacle to the changes of economic thought, which focuses on the mass production of goods at the expense of sustainability, including planned obsolescence as responsible for the high PIB indices of a nation and the maintenance of the capitalist system in our consumer society. This article deals mainly with the planned obsolescence institute, through placements about consumerism in the consumer society we live in and finally making a brief critique of economic thought in this call time of modernity.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Planned obsolescence, Consumption, Consumerism, Criticism, Economic development.

INTRODUÇÃO

O escopo do presente artigo é trazer à tona um conceito ainda não totalmente difundido - a obsolescência programada - e inserir o mesmo no contexto atual da sociedade pós-moderna (ou sociedade de risco). Inicialmente trata-se da obsolescência programada, um breve histórico do seu surgimento e as implicações de sua utilização. Em seguida é abordado, em análise da obra de Zigmunt Bauman, o consumo, o consumismo e a obsolescência na sociedade de consumo.

Por fim, faz-se breve crítica ao modelo econômico (ou pensamento econômico) adotado na atualidade. Juntamente com a difusão dos conceitos apresentados neste trabalho, também é intuito do mesmo promover a discussão crítica relativa ao modelo de desenvolvimento capitalista, evidenciado pela sociedade consumista que nos é apresentada neste limiar do século XXI.

1 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

A era moderna do consumo é condutora de um projeto de democratização do acesso aos bens mercantis. Lipovetsky menciona que neste período, o comércio se desenvolve em grande escala, sobretudo em face das modernas infraestruturas de transporte e comunicação, que possibilitaram o aumento da regularidade, volume e velocidade nos transportes para fábricas e cidades¹. Modernização é então entendida, no presente contexto, como salto tecnológico de racionalização e a transformação do trabalho e da organização, englobando para além disto muito mais: a mudança dos caracteres sociais e das biografias padrão, dos estilos e formas de vida, das estruturas de poder e controle, das formas políticas de opressão e participação, das concepções de realidade e das normas cognitivas².

Obsolescência é a ação ou coisa que se encontra fora de uso, ultrapassado, antiquado. Programação é ação humana de planejamento e execução do que fora planejado. Assim, *obsolescência programada* seria a ação humana de planejar e determinar o que se tornará obsoleto e ultrapassado sem que a coisa tenha em essência deixado de ser (ou existir). Essa estratégia chegou a ser discutida como solução para a crise de 1929, época em

¹ LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 12.

² BECK, Ulrich. **Sociedade de Risco: rumo a uma outra modernidade**. 2ª edição. São Paulo: Editora 34, 2011. p.23.

que aconteceram os primeiros registros da prática, quando fabricantes começaram a reduzir propositadamente a vida útil de seus produtos visando aumentar a venda e o lucro. A primeira vítima foi a lâmpada elétrica, com a criação do primeiro cartel mundial – denominado *Phoebus* – para controlar a produção. Seus membros – dirigentes de empresas fabricantes de lâmpadas - perceberam que lâmpadas que duravam muito não eram economicamente vantajosas. Não traziam o lucro esperado e não sustentavam as linhas de produção em massa que eram criadas pelas empresas. As lâmpadas tinham na época duração de até 2.500 horas, e o cartel, por volta de 1940 atingiu seu objetivo: reduzir a vida útil das lâmpadas para 1.000 horas, produzindo-se uma lâmpada mais frágil, mais suscetível a problemas e conseqüentemente com menor durabilidade, forçando o consumidor a adquirir nova lâmpada em menos tempo.

Em um contexto histórico, na década de 1920 ocorre intensa ligação entre o consumo cotidiano e a modernização, surgindo desta maneira a obsolescência planejada³. Marcada neste período como início da sociedade de consumo, com a industrialização e a produção em massa, essa nova sociedade surge diante da seguinte problemática: as pessoas consumiam menos que o ritmo de produção das máquinas da época. Tornou-se preciso então criar um mecanismo que estimulasse o consumismo. Annie Leonard cita que no início do século XX surgia um dilema: ou as fábricas tomavam medidas para aumentar o consumo ou reduziam a produção. Diante disso, os líderes empresariais e políticos optaram pelo aumento do consumo e uma das estratégias que as empresas desenvolveram para atingir essa meta foi a obsolescência programada.⁴

Nos Estados Unidos, no início da década de 1950, artigos eram publicados no *The Journal of Retailing* incentivando o consumo forçado.⁵ Era preciso que o ritmo de compra (e conseqüentemente o de descarte) fosse sempre crescente. Não eram mais suficientes os métodos antiquados de venda, baseados na oferta de produtos para atender a uma necessidade evidente de maneira direta. Eram necessárias estratégias que transformassem grande número de americanos⁶ em consumidores vorazes, esbanjadores, compulsivos – e estratégias que fornecessem produtos capazes de assegurar tal desperdício. Mesmo onde não estava envolvido desperdício, eram necessárias estratégias adicionais que induzissem o

³ Dentre os vários tipos de obsolescência encontrados, pode-se dizer que os termos “obsolescência programada” e “obsolescência planejada” são sinônimos. Utilizaremos ambos neste texto, com o mesmo significado.

⁴ LEONARD, Annie. **A história das coisas**: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 23.

⁵ *Ibidem*, p. 25.

⁶ Pode-se dizer que tal estratégia era necessária a todo o sistema capitalista, não se restringindo somente aos cidadãos americanos.

público a consumir sempre em níveis mais altos.⁷

A publicidade e o marketing contribuíram, com seus gigantes e sofisticados aparatos para induzir necessidades artificiais no consumidor.⁸ No começo dos anos 1960, uma família americana estava sujeita a cerca de 1500 mensagens publicitárias por dia.⁹ Lutzenberger afirma que:

(...) a indústria automobilística introduziu retroação positiva, pelo marketing, em termos de carro como fator de status, e com a política da obsolescência planejada – o envelhecimento premeditado pela mudança prematura de modelo, mesmo sem avanço tecnológico, apenas pelo apelo de um design novo, e a não standardização de peças e partes entre as fabricantes e entre os próprios modelos da mesma fábrica.¹⁰

No limiar destes anos 1960, já não se restringia a obsolescência à lâmpada e às impressoras¹¹ e com a necessidade de se impulsionar a economia por meio da produção e do consumo, a obsolescência planejada passou a ser aplicada a todos os produtos não perecíveis – eletrodomésticos, refrigeradores, eletrônicos, vestuário, e se consagrou como uma das grandes mentiras tecnológicas.¹² Produtos inovadores eram lançados no mercado com uma frequência cada vez maior para seduzir o consumidor e, no afã de alavancar vendas, empresas passaram a se valer da obsolescência de desejabilidade (ou percebida) para vender mais.

Essa nova fase do capitalismo de consumo nada mais é do que a sociedade de hiperconsumo, onde o imperativo é mercantilizar todas as experiências de consumo em todo lugar, a toda hora e em qualquer idade, diversificar a oferta adaptando-se às expectativas dos compradores, *reduzir os ciclos de vida dos produtos pela rapidez das inovações*, segmentar os mercados, favorecer o crédito ao consumo, fidelizar o cliente por práticas comerciais diferenciadas.¹³ Enquanto se acelera a “obsolescência dirigida” dos produtos, a publicidade e as mídias exaltam os gozos instantâneos, exibindo um pouco por toda parte os sonhos do

⁷ PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965. p.24.

⁸ LUTZENBERGER, José Antônio. **Crítica ecológica do pensamento econômico**. Porto Alegre: L&PM, 2012. p.72

⁹ LIPOVETSKY, op.cit., p.36.

¹⁰ LUTZENBERGER, op. cit., p. 54.

¹¹ No documentário “A história secreta da obsolescência planejada” (Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nwoqfJWcwPs>>), são citados como primeiros produtos a sofrer as consequências da estratégia da obsolescência planejada a lâmpada, que teve sua vida útil reduzida por meio de um cartel criado à época (década de 1920) e as impressoras modernas – em especial o modelo “jato de tinta”. Por meio da inserção de um *chip* eletrônico nos componentes das impressoras, este realiza a contagem de páginas impressas e, ao atingir um número limite de cópias estipulado pelo fabricante, emite avisos de erro genéricos, inviabilizando o funcionamento do equipamento. Em geral, o conserto se dá somente com a substituição da peça à qual o *chip* está incorporado, a qual tem seu valor demasiadamente alto para que o conserto não seja economicamente viável, optando assim o consumidor pela compra de uma nova impressora.

¹² LUTZENBERGER, op. cit., p. 54.

¹³ LIPOVETSKY, op. cit., p. 12.

eros, do conforto e dos lazeres.¹⁴

Diversos autores sejam eles juristas, economistas, jornalistas ou mesmo entusiastas do mundo consumista conceituam o termo obsolescência programada. Esses autores enumeram diversas denominações para este problema advindo da modernização¹⁵, bem como diversos tipos de obsolescência. São consideradas as obsolescências de função, de qualidade e de desejabilidade. Esta última também denominada de obsolescência psicológica, ou percebida, e que se dá quando o consumidor passa a se sentir desconfortável ao utilizar um produto que se tornou ultrapassado por causa do novo estilo dos novos modelos. Ideia similar encontra-se na obsolescência perceptiva que, mudando as coisas de formato, gera a impressão ao consumidor de que seu produto é obsoleto, seja pelo seu design ou pelo formato do produto mais novo, o qual chama ao consumo.

Complementando este entendimento, e de acordo com Vance Packard, há três formas pelas quais um produto pode se tornar obsoleto: a) obsolescência de função, quando um novo produto que executa melhor determinada função torna ultrapassado um produto existente; b) obsolescência de qualidade, quando um produto é projetado para quebrar ou ser gasto em um tempo menor do que levaria normalmente; e c) obsolescência de desejabilidade, quando um produto que ainda funciona perfeitamente passa a ser considerado antiquado devido ao surgimento de outro estilo ou de alguma alteração que faz com que ele se torne menos desejável¹⁶.

Serge Latouche, no documentário “A história secreta da obsolescência planejada”¹⁷, datado de 2011, afirma que a publicidade, a obsolescência programada e o crédito são três princípios básicos para este impulso na necessidade de consumir. O consumo está presente em todos os momentos e constitui, para muitos, uma forma de satisfação e caminho para a felicidade. Ou ainda uma forma de auto-realização. Ao difundir em todo o corpo social o ideal de auto-realização, a sociedade de hiperconsumo exacerbou as discordâncias entre o desejável e o efetivo, o imaginário e o real, as aspirações e a experiência vivida cotidiana.¹⁸

2 CONSUMO E CONSUMISMO

¹⁴ Ibidem, p. 36.

¹⁵ “A modernidade pode ser entendida como aproximadamente equivalente ao ‘mundo industrializado’ desde que se reconheça que o industrialismo não é sua única dimensão institucional”. GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2002. p. 21.

¹⁶ PACKARD, op.cit., p.24.

¹⁷ Disponível em : < <https://www.youtube.com/watch?v=nwoqfJWcwPs>>

¹⁸ LIPOVETSKY, op.cit., p.170.

Intitulado como “economia da velocidade”, trecho de obra de Gilles Lipovetsky nos traz interessante colocação sobre obsolescência programada, quando diz que a mesma está presente em todos os setores, em todos os produtos.

Um enorme número de produtos tem uma duração de vida que não excede a dois anos; estima-se que a dos produtos *high-tech* foi diminuída pela metade desde 1990; 70% dos produtos vendidos em grande escala não vivem mais de dois ou três anos; mais da metade dos novos perfumes desaparece ao fim do primeiro ano.[...] Para estimular o consumo, os atores da oferta não procuram mais produzir artigos de má qualidade: renovam mais depressa os modelos, fazem-nos sair de moda oferecendo versões mais eficientes ou ligeiramente diferentes.¹⁹

Zygmunt Bauman, nesta seara, faz colocação quanto à *sociedade de produtores*, que visava produtos duradouros, que fossem úteis por um longo prazo, apostando na prudência e na circunspeção a longo prazo, na durabilidade e na segurança, e sobretudo na segurança durável de longo prazo²⁰. Porém, estes desejos humanos de segurança e estabilidade não se ajustam a uma *sociedade de consumidores*. O consumismo se caracteriza por instigar nos indivíduos cada vez mais desejos e sempre mais intensos, resultando na rápida substituição dos bens.

Novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo inaugura uma era de “obsolescência embutida” dos bens oferecidos no mercado e assinala um aumento espetacular na indústria da remoção do lixo²¹. Utilizando a palavra consumismo como atributo de uma sociedade, Bauman a diferencia de consumo, caracterizando este último como algo individual. Essa evolução do consumo, passando de individual a coletivo, se torna uma forma de convívio humano, manipulando as condutas individuais. Por conta disso, a principal *virtude* que um membro da sociedade de consumo pode ter é a sua capacidade de compra.

Ulrich Beck faz menção à individualização da vida privada, e seus reflexos no consumismo. :

Individualização significa dependência do mercado em todas as dimensões da conduta na vida. As formas de subsistência que surgem correspondem a um mercado de massa e a um consumo de massa atomizados, inconscientes de si mesmos, voltados para moradias, móveis e artigos do dia a dia projetados em série, promovidos por meios de comunicação de massa e absorvidos por opiniões,

¹⁹ Ibidem, p.89.

²⁰ BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p.45.

²¹ BAUMAN, op. cit., p. 45.

hábitos, gostos e estilos de vida predeterminados. Em outras palavras, as individualizações conduzem as pessoas a uma padronização e um direcionamento controlados de fora, para os quais os nichos das subculturas estamentais e familiares sempre foram estranhos.²²

A lógica na sociedade de consumo, segundo Bauman, é a seguinte: a sociedade de consumo se alimenta da insatisfação perpétua de seus consumidores, o que é alcançado quando os produtos de consumo que antes eram almeçados se desvalorizam e se depreciam logo após a sua aquisição; sem a repetida frustração dos desejos, a demanda de consumo logo se esgotaria e a economia voltada para o consumidor ficaria sem combustível.²³ O PIB, produto interno bruto, nesta lógica, cresce inclusive a partir da remoção de coisas, uma vez que, neste prisma, mesmo quando os produtos vão para o lixo a economia consumista é vista como ativa. Em outras palavras, trata-se de medir a riqueza de uma economia, de uma nação, pelo lixo que ela descarta. Nas palavras de Bauman:

A economia consumista se alimenta do movimento das mercadorias e é considerada em alta quando o dinheiro mais muda de mãos; e sempre que isso acontece, alguns produtos de consumo estão viajando para o depósito de lixo. Numa sociedade de consumidores, de maneira correspondente, a busca da felicidade – o propósito mais invocado e usado como isca nas campanhas de marketing destinadas a reforçar a disposição dos consumidores para se separarem de seu dinheiro (ganho ou que se espera ganhar) – tende a ser redirecionada do *fazer* coisas ou de sua *apropriação* para sua *remoção* – exatamente do que se precisa para fazer crescer o PIB.²⁴

Entretanto, e citando novamente Lutzenberger, quem tem um mínimo e rudimentar conhecimento de ecologia sabe que o estilo de vida consumista é insustentável até para a minoria que hoje pode praticá-lo. Sua extensão a todos os cidadãos do mundo só apressaria o desastre.²⁵ Pode-se afirmar que o que move esta sociedade de consumo, sua “espinha dorsal”, é a aceleração do ciclo que começa na produção, passa ao consumo, novamente ao consumo (reiteradamente ao consumo) e gera por fim descarte e resíduos.²⁶ Sem a repetida

²² BECK, op. cit., p. 195.

²³ BAUMAN, op. cit., p. 64.

²⁴ Ibidem, p. 51.

²⁵ LUTZENBERGER, op. cit., p.16.

²⁶ Quase sempre resíduos sólidos, de difícil eliminação no sistema e alguns de impossível – ou inviável - reciclagem. Algumas fabricantes como a Apple começam, tardiamente, a criar mecanismos de troca e reciclagem. Já presente há alguns anos nos Estados Unidos e na Europa, este mecanismo chegou ao Brasil nos últimos anos, oferecendo descontos para quem, em troca de um aparelho celular novo deixe o seu usado em troca. Muitos dos telefones usados dos EUA acabam em mercados emergentes na Ásia, na América do Sul e na Europa Oriental, onde os consumidores frequentemente não podem pagar o modelo mais novo. Na NextWorth Solutions, que permite aos usuários trocarem produtos eletrônicos por dinheiro à vista ou descontos, 75 por cento dos iPhones recebidos são enviados ao exterior. Ainda há espaço para dobrar

frustração dos desejos, a demanda de consumo logo se esgotaria e a economia voltada para o consumidor ficaria sem combustível.²⁷

Baudrillard traz interessante colocação, quando cita o resultado da lógica da produção pela produção, onde tudo o que limitar a produção e o crescimento pesa de forma negativa:

O que hoje se produz não se fabrica em função do respectivo valor de uso ou da possível duração, mas antes em *função da sua morte*, cuja aceleração só é igualada pela inflação dos preços. Sabe-se ainda que a ordem da produção não sobrevive a não ser ao preço de semelhante extermínio, de perpétuo “suicídio” calculado do parque dos objetos, e que tal operação se baseia na “sabotagem” tecnológica ou no desuso organizado sob o signo da moda. A publicidade realiza o prodígio de um orçamento considerável gasto com um único fim, não de acrescentar, mas de tirar o valor de uso dos objetos, de diminuir o seu valor/tempo, sujeitando-se ao valor/moda e à renovação acelerada. Este tipo de prodigalidade constitui a solução desesperada, mas vital, de um sistema econômico-político em perigo de naufrágio.²⁸

A renovação acelerada citada por Baudrillard equipara-se à obsolescência programada ora alvo de estudo. Na sociedade de consumo, o vocábulo *reciclagem* significa reciclar-se constantemente no vestuário, nos objetos, no carro. Se assim não for, não se trata de um legítimo cidadão dessa sociedade.²⁹ Nesse cenário, consumir se torna um dever do cidadão. Até mesmo porque, quando o PIB³⁰ diminui, são os consumidores munidos de seus cartões de crédito que podem estimular a economia e tirar o país da recessão.³¹

3 CRÍTICA AO MODELO ECONÔMICO

Luiz Antônio Abdalla de Moura, em sua obra *Economia Ambiental* traz interessante colocação quando preceitua sobre um grande desafio da era moderna (pós-industrial), o consumo excessivo de recursos naturais e seu esgotamento, ou ainda, o fato de ser

os esforços para reutilizar ou reciclar telefones velhos. Menos de 20 por cento dos 130 milhões de celulares jogados fora a cada ano são reutilizados ou reciclados, segundo a Movaluate, que revisa smartphones usados. Disponível em : <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/troca-de-iphone-velho-pode-render-desconto-em-um-novo>>. Acesso em 20/01/2015.

²⁷ BAUMAN, op.cit., p.65.

²⁸ BAUDRILLARD, op. cit., p. 42.

²⁹ Ibidem, p. 210.

³⁰ Produto Interno Bruto. O Produto Interno Bruto é conceituado como o principal medidor do crescimento econômico de uma região, seja ela uma cidade, um estado, um país ou mesmo um grupo de nações. Sua medida é feita a partir da soma do valor de todos os serviços e bens produzidos na região escolhida em um período determinado. Também já conceituado como PNB, Produto Nacional Bruto.

³¹ BAUMAN, op. cit., p. 199.

ultrapassada a capacidade de suporte dos ecossistemas. Dentro de uma linha simples de raciocínio empírico:

Imagine que você possui uma caderneta de poupança e seja esta sua única forma de sobrevivência, seu único ganho. Para que seja sustentável no futuro, ou seja, você consiga sobreviver na velhice, você somente poderia viver dos juros dessa poupança, sem mexer no capital principal pois, de outra forma, seu patrimônio seria cada vez mais reduzido, até o ponto em que você não conseguiria sobreviver. Na natureza, acontece a mesma coisa. Nas atividades econômicas utilizam-se, quase sempre, recursos naturais em grande escala como matéria prima. Se estes recursos forem utilizados de forma predatória, sem reposição ou uso controlado, seria o equivalente a estarmos usando o capital da caderneta de poupança e não somente os juros, mas se os recursos forem usados com parcimônia e com a máxima eficiência, o capital se manteria para sempre, rendendo juros.³²

Diversos cientistas sociais têm reportado a deterioração ecológica decorrente do padrão de intervenção humana sobre o meio ambiente, especialmente nos períodos de acelerado crescimento econômico. Hosbawn indicou problemas centrais e decisivos para a humanidade no final do século XX, bem como duas questões inter-relacionadas: a questão demográfica e a ecológica.³³

Hosbawn relata ainda as consequências ambientais da explosão do crescimento da economia industrial. Durante os anos dourados da sociedade industrial (desde o final da segunda Guerra Mundial até a metade dos anos 1970) ocorreram processos de intensificação e de expansão da produção manufaturada, sem se conceder atenção aos subprodutos desses processos, tais como o aumento da poluição e da contaminação, o esgotamento de recursos não renováveis e a queda da qualidade de vida devido a maiores taxas de urbanização e, conseqüente, maior consumo e geração de resíduos.

Fábio Nusdeo leciona que um automóvel, uma roupa, uma ferramenta, a rigor, não são consumidos. Apenas prestam determinados serviços e se transformam, até que em determinado momento, seu valor econômico os descarta, não significando isto que tenham desaparecido.³⁴ Nesse sentido o economista assevera:

Bem analisado, o ato de consumir, na realidade, não *consume* os bens nele envolvidos. Eles prestam ao homem diversos serviços e, ao fazê-lo, vão passando por transformações até chegarem à obsolescência, porém sem se destruírem. Não são eliminados fisicamente, mas apenas descartados pelo homem. Claramente, eles poderão ser reintroduzidos no sistema econômico, mediante o seu

³² MOURA, Luiz Antonio Abdalla de. **Economia ambiental**: gestão de custos e investimentos. 2ª edição. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2003. p.7.

³³ HOSBAWN, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX**. São Paulo: cia das Letras, 1996. p. 85.

³⁴ NUSDEO, Fábio. **Curso de Economia – Introdução do Direito Econômico**. 7ª Edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 391.

reaproveitamento, como no caso da sucata reutilizada em vários processos industriais. Entretanto, na atual civilização industrial, cujo comportamento tem sempre partido do pressuposto de ser o sistema totalmente aberto, a simples disposição ou a reciclagem de bens obsoletos - técnica e culturalmente - tem sido, cada vez mais, deixada aos elementos do meio ambiente, salvo casos nos quais o fator custo tenha uma influência preponderante.³⁵

Existe um círculo vicioso em que produção e o consumo devem aumentar cada vez mais para elevar o lucro das empresas e garantir o nível de empregabilidade de seus funcionários, satisfazendo empresários, governo e trabalhadores. Este círculo, conseqüentemente, termina por aumentar também o PIB, satisfazendo os governantes. Ocorre que, depois de atingido determinado limiar, o aumento da produtividade é quase todo absorvido e devorado pela terapia homeopática do crescimento pelo crescimento.³⁶

O superestimado PIB não leva em consideração elementos fundamentais para que os cidadãos tenham uma boa qualidade de vida, tais como a desigualdade de renda e os danos ao meio ambiente. Mesmo sendo o principal índice para medir e comparar progresso, ele mede somente atividade, não distingue entre atividade desejável e indesejável. Supondo que a poluição e a degradação ambiental cheguem a ponto de causar violenta deterioração na saúde pública, os hospitais construídos para sanar este problema, bem como os médicos, enfermeiras, medicamentos, e outros gastos com saúde servirão para fazer o PIB crescer, da mesma maneira que ele cresce com atividade realmente produtiva. Os economistas, ao invés de medir mais sofrimento, estarão medindo mais prosperidade. O mesmo acontece com desastres, guerras, terremotos, devastação florestal, entre outros. Neste cenário, pode-se dizer que até a corrupção, o crime e a droga fazem crescer o PIB e são medidos como “riqueza” da nação.³⁷

Grande parte do que chamamos “modernidade” é exatamente a causa da miséria, alienação, desestruturação e fome que hoje se alastram.³⁸ Já dizia Bauman sobre uma mudança nas grandes empresas especializadas na venda de “bens duráveis”, quando menciona a urgência no “trabalho de limpeza” destes bens, frente à velocidade de aumento das aquisições e posses:

Hoje em dia, raras vezes as empresas cobram os clientes pela entrega, mas cada vez mais adicionam à conta uma soma pesada referente à remoção dos bens “duráveis” que o aparecimento de novos e aperfeiçoados bens também “duráveis”

³⁵ Idem.

³⁶ BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2003. p. 34.

³⁷ LUTZENBERGER, op.cit., p.81.

³⁸ Ibidem, p.28. Grifo no original.

converteu de fonte de prazer e orgulho em monstruosidade e estigma de vergonha.³⁹

O fato aqui é que as empresas estão cada vez voltadas à produção de produtos que em breve se tornem obsoletos (não importando qual a espécie de obsolescência, conforme referido anteriormente) e que as demandas por parte dos consumidores chegue a beirar o infinito. Pode-se também colocar o fato de que poucas, ou talvez nenhuma dessas empresas, apesar dos programas *socioambientais* existentes e amplamente divulgados na mídia preocupa-se com o descarte de seus produtos. Em artigo publicado na revista eletrônica *Le Monde Diplomatique Brasil*, Valquíria Padilha bem explana esta situação, bem como os riscos dela advindos:

A obsolescência planejada é uma tecnologia a serviço do capital. Para aumentar a acumulação de riquezas privadas, o capital devasta, destrói, esgota a natureza. O aumento da riqueza do capital é proporcional ao aumento da destruição da natureza. Na sociedade da obsolescência induzida, tudo acaba em lixo. Quanto mais rápida e passageira for a vida dos produtos, maior será o descarte. A publicidade é o motor que faz toda essa dinâmica funcionar. Esse modelo de sociedade baseada na estratégia da obsolescência planejada está sendo determinante no esgotamento dos recursos naturais (que ocorre na etapa da produção) e no excesso de resíduos (que ocorre na etapa do consumo e do descarte).⁴⁰

Não estaria este risco advindo da obsolescência programada e conseqüentemente do descarte frequente de produtos obsoletos em sintonia com os riscos apontados por Ulrich Beck? Os riscos e ameaças atuais diferenciam-se de seus equivalentes medievais, com frequências semelhantes por fora, fundamentalmente por conta da globalidade de seu alcance (ser humano, fauna, flora) e de suas causas modernas. São riscos da modernização, um produto de série do maquinário industrial do progresso, sendo sistematicamente agravados com seu desenvolvimento ulterior.⁴¹

Seres humanos se inquietaram, desde o a sociedade industrial até o início da presente época com os riscos provenientes da natureza externa – enchentes, furacões, pragas, entre outros. Porém em certo momento – muito recentemente em termos históricos - passa o homem a inquietar-se menos com o que a natureza pode fazer com ele, e mais com que o

³⁹ BAUMAN, op. cit., p. 51.

⁴⁰ PADILHA, Valquíria. **Obsolescência planejada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo.** *Le Monde Diplomatique Brasil*. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1489>>. Acesso em 20/01/2015.

⁴¹ BECK, op. cit., p. 27.

homem faz com a natureza. Isso assinala a transição do predomínio do risco externo para o risco fabricado.⁴²

Assim, a expansão e a mercantilização dos riscos de modo algum rompem com a lógica capitalista de desenvolvimento, antes elevando-a a um novo estágio. Riscos da modernização são *big business*. Eles são as necessidades insaciáveis que os economistas sempre procuraram, os riscos civilizatórios são um *barril de necessidades sem fundo*, interminável, infinito, autoproduzível.⁴³

Não há como falar de risco, crescimento e desenvolvimento, sem questionar o pensamento econômico adotado na modernidade. Novamente voltando aos ensinamentos de Lutzenberger, quando coloca como contradição o termo “crescimento sustentável”⁴⁴, largamente utilizado desde a conferência Rio 92:

Crescimento, como definido pelos atuais economistas, administradores públicos ou empresários, é um processo qualitativo exponencial. Esse tipo de processo não pode ser sustentável. Na natureza, processos desse tipo são sempre muito limitados no tempo, acabam dando lugar a comportamento estável, autorregulado, homeostático – ou terminam em colapso.⁴⁵

Conforme Fábio Nusdeo, os termos crescimento e desenvolvimento devem ser necessariamente distinguidos, com o escopo de fortalecer a perspectiva de sustentabilidade (2013, p. 147):

O primeiro (crescimento) é caracterizado por uma maior geração de bens e serviços sem alterações estruturais no processo econômico e, portanto, sem a criação de condições que o tornem sustentável no tempo; o segundo (desenvolvimento) um processo autossustentado de mudanças qualitativas no funcionamento do sistema econômico aptas a assegurar a sua continuidade do longo do tempo.

Analogicamente, mesmo em um cenário onde o crescimento econômico estivesse em patamares mínimos (como por exemplo na taxa de 7% ao ano), a cada dez anos seria duplicado o ritmo de crescimento, chegando-se a limites absolutos de devastação. Multiplicada a atual devastação apenas por dez, não sobraria uma árvore em pé na Amazônia.⁴⁶

⁴² GIDDENS, Anthony. **O mundo em descontrolado**: o que a globalização está fazendo de nós. 8ª edição. Rio de Janeiro: Editora Record, 2011. p. 37.

⁴³ *Ibidem*, p. 28.

⁴⁴ Necessária distinção é feita entre os termos “crescimento sustentável” e “desenvolvimento sustentável”. Enquanto o primeiro ocupa-se somente na utilização do meio ambiente para o crescimento da economia, o desenvolvimento

⁴⁵ LUTZENBERGER, op. cit., p.17.

⁴⁶ *Idem*.

Iniciado em plena revolução industrial na década de 1950 (também conceituada como *economia fordista*, ou *fordismo*)⁴⁷, a sociedade de consumo de massa democratizou o acesso aos bens *duráveis* sem qualquer preocupação com o descarte dos mesmos (descarte que já estava sendo ocultamente planejado, em consonância com a obsolescência planejada). O exponencial crescimento econômico desta época multiplicava-se em série, conforme a produção de bens avançava a modelos cada vez mais automatizados. Lipovetsky esclarece o surgimento desta nova fase da sociedade:

Marcada por um excepcional crescimento econômico, pela elevação do nível de produtividade do trabalho e pela extensão da regulação fordista da economia, a fase II (fordismo) identifica-se com o que se chamou de “sociedade da abundância”. Multiplicando-se por três ou quatro o poder de compra dos salários, democratizando os sonhos do Eldorado consumista, a fase II apresenta-se como o modelo puro da “sociedade do consumo de massa”.

O consenso instalado em torno do progresso persiste até hoje, por trás da ainda venerada fachada da boa e velha sociedade industrial.⁴⁸ Coloca no mesmo plano progresso econômico e progresso social e em segundo lugar os efeitos negativos advindo do crescimento econômico (como obsolescência, riscos empregatícios, ameaças à saúde, destruição da natureza). O que Beck contesta:

Efeitos sociais são, de forma significativa, deficiências – e na verdade problemas residuais, que, afetando grupos específicos, jamais colocarão em questão o benefício socialmente evidente do desenvolvimento tecnológico em si. O discurso dos “efeitos sociais” permite assim duas coisas diferentes: de um lado, é rechaçada qualquer demanda por uma configuração social e política do desenvolvimento tecnológico. De outro, disputas em torno dos “efeitos sociais” podem ser travadas sem que atrapalhem a execução da transformação tecnológica. Pode-se e deve-se discutir apenas sobre “efeitos sociais” negativos. O desenvolvimento tecnológico em si segue indiscutível, imune às decisões, seguindo sua lógica objetiva imanente.⁴⁹

Ignac Sachs situa, brevemente, a questão da aceleração do crescimento econômico e o surgimento de posições intermediárias de pensamento. Anteriormente à Conferência de

⁴⁷ *Fordismo*, termo criado por Henry Ford em 1914 refere-se aos sistemas de produção em massa (linha de produção) e gestão idealizados em 1913 pelo empresário americano Henry Ford Trata-se de uma forma de racionalização da produção capitalista baseada em inovações técnicas e organizacionais que se articulam tendo em vista, de um lado a produção em massa e, do outro, o consumo em massa. Ou seja, esse "conjunto de mudanças nos processos de trabalho (semi-automatização, linhas de montagem)" é intimamente vinculado as novas formas de consumo social. Esse modelo revolucionou a indústria automobilística a partir de janeiro de 1914, quando Ford introduziu a primeira linha de montagem automatizada. Ele seguiu à risca os princípios de padronização e simplificação de Frederick Taylor e desenvolveu outras técnicas avançadas para a época. Suas fábricas eram totalmente verticalizadas. Ele possuía desde a fábrica de vidros, a plantação de seringueiras, até a siderúrgica.

⁴⁸ BECK, op. cit., p. 341.

⁴⁹ BECK, op. cit., p. 298.

Estocolmo (1972), havia dois blocos opostos de oposições: o primeiro acreditava que a aceleração do crescimento dos países menos ricos era prioritária em relação à proteção do meio ambiente, a qual poderia ser solucionada tecnicamente em um momento posterior; já o segundo defendia a estagnação do crescimento demográfico e econômico ou ao menos do crescimento do consumo.⁵⁰

Posição intermediária surgiu após passando o desenvolvimento econômico, visto ainda como necessário (segundo Ulrich Beck, este dogma persiste até os dias atuais), a ter relação de equilíbrio com o social e o meio ambiente. Desta maneira, a incorporação do capital da natureza ao PIB se mostrava insustentável e uma melhor distribuição de propriedade e renda era fundamental. Surge então o que se denominou de desenvolvimento sustentável:

De modo geral, o objetivo deveria ser o do estabelecimento de um aproveitamento racional e ecologicamente sustentável da natureza em benefício das populações locais, levando-as a incorporar a preocupação com a conservação da biodiversidade aos seus próprios interesses, como um componente de estratégia de desenvolvimento.⁵¹

Além disso, sugere Juarez Freitas que,

“por todos os ângulos, a *sustentabilidade gera uma nova economia*, com a reformulação de categorias e comportamentos, o surgimento de excepcionais oportunidades, a ultrapassagem do culto excessivo dos bens posicionais, o planejamento de longo prazo, o sistema competente de incentivos e a *eficiência norteada pela eficácia*. E supõe, além disso, regulação idônea e enérgica para evitar a formação de bolhas especulativas e os infames esquemas Ponzi, cujo desfecho é a fatídica explosão. Portanto, ignorar a relação umbilical entre economia e sustentabilidade significa deixar de ver o princípio numa de suas dimensões vitais”⁵².

Porém o mercado não consegue enxergar a longo prazo, e enquanto os economistas estão habituados a raciocinar em termos de anos, no máximo em décadas, a escala de tempo da ecologia se amplia para séculos e milênios.⁵³ Observa-se aqui a total discrepância entre o modelo econômico e as diretrizes adotadas no chamado “desenvolvimento sustentável”, que revela-se incompatível com o modelo capitalista e consumista que impera atualmente.

⁵⁰ SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Garamond, 2002, p. 95.

⁵¹ SACHS, op. cit., p. 53.

⁵² FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 2ª ed. Belo Horizonte: Fórum, 2012, p. 67.

⁵³ SACHS, op. cit., p. 49.

Entre os economistas, nos dias atuais parecem ter-se definido duas escolas antagônicas: uma pessimista e outra otimista. Essa divisão opera sob o mesmo prisma: a influência do fator natureza sobre as atividades humanas.⁵⁴ Cada uma defende interesses antagônicos, mas com preocupação ambiental, em especial pela situação limite de esgotamento dos recursos naturais que servem de base para o crescimento econômico. Nesse sentido afirma o economista Fábio Nusdeo:

Enquanto a primeira (escola) sustenta a possibilidade da continuação do progresso e do desenvolvimento em termos econômicos, fazendo neles repousar a responsabilidade mesma pela superação dos problemas ambientais, a segunda advoga pura e simplesmente o abandono do crescimento como meta de qualquer política econômica, convencida da existência de limites incontornáveis postos pela natureza do planeta à expansão das atividades econômicas de seus habitantes.⁵⁵

O crescimento econômico deve ser atingido com respeito à natureza e não à custa desta. É também o entendimento de outro renomado doutrinador, Ricardo Lobo Torres, quando sustenta:

O desenvolvimento econômico deve ser justo para que se torne legítimo. Não é ele que cria uma ordem econômica justa, senão que o ordenamento justo é que propicia condições para o desenvolvimento. Em nome do crescimento econômico, não se pode postergar a redistribuição de rendas, nem ofender os direitos humanos, nem atentar contra o meio ambiente.⁵⁶

Nesta preocupação José Lutzenberger questiona o modelo econômico que põe o faturamento acima de tudo, como instrumento mais feroz de nossa atual destrutividade.⁵⁷ Em visão abstracionista, onde os números são colocados acima das coisas, e a economia mede-se pelo dinheiro e não pelos serviços concretos prestados à sociedade, ocorre uma confusão fatal:

Quando um empresário diz: “isto não posso fazer, não é econômico”, como quando se nega a instalar estação de tratamento para purificar seus efluentes antes de entregá-los ao rio, que é público, ou quando a siderurgia mineira se nega a plantar eucalipto ou pinus e insiste em devastar florestas nativas para fazer carvão vegetal, ele está se referindo apenas à economicidade de suas empresas. Se olharmos a economicidade da Nação, a história muda de figura. Infelizmente, os administradores públicos e os legisladores gostam muito de agir em colusão com o empresariado, que paga os impostos com os quais sustentam suas mordomias.

⁵⁴ NUSDEO, op cit., p. 394.

⁵⁵ NUSDEO, op. cit., p. 395.

⁵⁶ TORRES, Ricardo Lobo. **Tratado de Direito Constitucional financeiro e tributário**. Volume II – Valores e Princípios Constitucionais Tributários. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2005. p. 350.

⁵⁷ LUTZENBERGER, op. cit., p. 75.

Também não é por nada que nos parlamentos se encontram tantos latifundiários e empresários, e que tantos parlamentares tenham suas campanhas eleitorais financiadas por forças econômicas.⁵⁸

Giddens sustenta a ideia de que não estamos entrando em um período pós-moderno, mas sim num período em que as consequências da modernidade estão se tornando mais radicalizadas e universalizadas do que antes.⁵⁹ As estratégias publicitárias e a obsolescência planejada mantêm os consumidores presos em uma espécie de armadilha silenciosa. Se as pessoas não compram, a economia não cresce.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proporção atingida pelos problemas ambientais nos dias de hoje representa um verdadeiro desafio à sobrevivência da humanidade. Os temas ressaltados no texto – obsolescência programada, consumo, consumismo, crescimento econômico - apresentam temáticas simples mas, se observadas a pleno, trazem intrínsecas inúmeras possibilidades de atenuação da crise ambiental em nosso planeta.

Os riscos da modernidade estão cada vez mais presentes e desconhecidos de fronteiras, quase sempre atomizados pela ação humana em prol do crescimento econômico desmedido, em total dissonância com as preocupações ambientais.

O enfraquecimento da presença do Estado na economia propiciou o crescimento desregrado e despreocupado com a questão ambiental, conforme se observou até a década de 80. Contudo, com a preocupação ambiental e a crise que se instalou entre meio ambiente e crescimento econômico, surge a ideia de desenvolvimento sustentável como intermediador destas relações, sobretudo na tentativa de por fim ao crescimento sem regras e modificando a relação empresa e sociedade.

Planejada desde a década de 1920, a obsolescência programada resiste em nossa sociedade de consumo, onde campanhas de marketing e publicidade intensas fazem crescer cada vez mais no indivíduo a necessidade de produtos novos e modernos, em detrimento dos que já possui e que se tornam, simplesmente pelo lançamento de um produto novo, obsoletos. O descarte destes produtos *obsoletos*, sua reciclagem e reaproveitamento são temas que não desafiam nem preocupam as empresas que atuam sempre na busca de maiores lucros e vendas, sem qualquer inserção na seara dos problemas ambientais. O hedonismo e a

⁵⁸ Idem.

⁵⁹ GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991. p. 9.

satisfação pela compra de produtos novos e na moda imperam, alheios muitas vezes a toda e qualquer preocupação ambiental.

A degradação ambiental avinda de um crescimento econômico sem limitações deve ser combatida. O meio ambiente não tem condições de suportar ou mesmo esperar a minimização da degradação ambiental. Declarações que sustentem que uma expansão mundial do consumo e produção podem ser feitas em consonância com a preservação do meio ambiente chegam a beirar o absurdo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2003.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **Sociedade de Risco: rumo a uma outra modernidade**. 2ª edição. São Paulo: Editora 34, 2011.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 2ª ed. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2002.

_____. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

_____. **O mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. 8ª edição. Rio de Janeiro: Editora Record, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LUTZENBERGER, José Antônio. **Crítica ecológica do pensamento econômico**. Porto Alegre: L&PM, 2012.

MOURA, Luiz Antonio Abdalla de. **Economia ambiental: gestão de custos e investimentos**. 2ª edição. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2003.

NUSDEO, Fábio. **Curso de Economia – Introdução do Direito Econômico**. 7ª Edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

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

PADILHA, Valquíria. **Obsolescência planejada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo.** Le Monde Diplomatique Brasil. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1489>>. Acesso em 20/01/2015.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

TORRES, Ricardo Lobo. **Tratado de Direito Constitucional financeiro e tributário.** Volume II – Valores e Princípios Constitucionais Tributários. Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2005.