



A (IN)SUSTENTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM UMA SOCIEDADE CONSUMOCENTRISTA

SOCIAL AND ENVIRONMENTAL (IN)SUSTAINABILITY IN A CONSUMER-CENTRIC SOCIETY

Agostinho Oli Koppe Pereira **1**
Cleide Calgaro **2**

Resumo: No presente estudo pretendeu-se analisar da sociedade moderna contemporânea, verificando a sua transformação em “sociedade moderna consumocentrista” e, dentro desse novo contexto, investigar se é possível que esta sociedade consumocentrista conviva com a sustentabilidade socioambiental. Nesse particular, estabeleceu-se uma hipótese: “uma sociedade que se estabelece sobre os parâmetros do consumocentrismo não consegue perfectibilizar a sustentabilidade socioambiental” e é em busca da confirmação ou negação da hipótese que os capítulos foram desenvolvidos. O método utilizado foi o analítico dedutivo, tendo como base o estudo bibliográfico. Conclui-se que a sociedade precisa de uma mudança de paradigma no que se refere aos problemas socioambientais advindos do consumocentrismo.

Palavras-chave: Consumo. Modernidade. Consumocentrismo. Sustentabilidade Socioambiental. Sociedade Consumocentrista.

Abstract: In this study, we intend to analyze modern contemporary society, verifying its transformation into a “modern consumer-centric society” and, within this new context, investigate whether it is possible for this consumer-centric society to coexist with socio-environmental sustainability. In this particular case, a hypothesis was established: “a society that is established on the parameters of consumer-centeredness cannot perfect social and environmental sustainability”, and it is in search of the confirmation or denial of the hypothesis that the chapters were developed. The method used was deductive analytical, based on a bibliographical study. The conclusion is that society needs a paradigm shift with regard to socio-environmental problems arising from consumerism.

Keywords: Consumption. Modernity. Consumptioncentrism. Socio-environmental Sustainability. Consumption-centric Society.

1 Pós-Doutor em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Doutor em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mestre em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco UFPE. Professor colaborador no Mestrado em Direito da Universidade de Passo Fundo (UPF). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5863337218571012>. E-mail: agostinho.koppe@gmail.com

2 Doutora em Ciências Sociais na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Doutora em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS. Doutora em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Pós-doutora em Filosofia e em Direito ambos pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Atualmente é Professora da Graduação e Pós-graduação - Mestrado e Doutorado - em Direito na Universidade de Caxias do Sul. É Líder do Grupo de Pesquisa “Metamorfose Jurídica” da Universidade de Caxias do Sul (UCS). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8547639191475261>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1840-9598>. E-mail: calgaro1@hotmail.com



Introdução

Os Autores do presente artigo partem da seguinte hipótese: “uma sociedade que se estabelece sobre os parâmetros do consumocentrismo não consegue perfectibilizar a sustentabilidade socioambiental”. Tendo em vista esta hipótese, analisar-se-á a possibilidade de uma sociedade consumocentrista poder conseguir conviver com a concepção de sustentabilidade socioambiental. O método utilizado para a análise é o analítico dedutivo, tendo como base o estudo de referências bibliográficas que trabalham com as questões que são propostas.

Para a sua execução trabalhar-se-á em três etapas, sendo, as duas primeiras, que levam subtemas correlatos à proposta, e a terceira em que se pretende fechar as ideias e dar conclusão à hipótese, corroborando-a ou não. Assim, o trabalho desenvolver-se-á em três seções, conforme se demonstra a seguir.

Na primeira seção estudar-se-á a sociedade moderna contemporânea, com o intuito de propiciar uma visão, no que se refere ao contexto temático do momento histórico atual. Em sequência, desenvolver-se-á, na segunda seção, o consumo e o consumocentrismo, uma vez que, não se tem o segundo sem o primeiro e, para um entendimento claro dessa conexão, destacar-se-á as diferenças existentes entre Consumo, hiperconsumo e consumocentrismo. Na terceira e última seção, já arrematando para as conclusões, analisar-se-á o ponto central do artigo, a modernidade consumocentrista e a (in)sustentabilidade socioambiental tendo, nessa feita, a aceitação de uma sociedade consumocentrista na sociedade contemporânea e os problemas ambientais por ela deflagrados.

Por fim, conclui-se que existe a necessidade de repensar os modelos de consumo que há na sociedade moderna contemporânea e resgatar valores como solidariedade, respeito e empatia a fim de buscar um viés de uma sustentabilidade socioambiental ou socioecológica na sociedade consumocentrista.

A sociedade moderna contemporânea

A sociedade contemporânea ainda está se desenrolando, em grande parte, sobre os pressupostos da modernidade. Assim, quando se aborda o tema do consumocentrismo, também se fale da modernidade contemporânea, porque é nela que ele se desenvolve. Importante salientar que, conquanto se tenha, no aspecto histórico, a modernidade como o momento registrado entre os anos de 1453 e 1789, sendo, este último, o ano do início da Revolução Francesa, e, também o início da contemporaneidade, as estruturas da modernidade permaneceram e prosseguem a se desenvolver, produzindo suas consequências até os dias atuais. Nesse contexto, muitos Autores, como Giddens, Hall e outros, continuam a utilizar a palavra modernidade, adendendo a ela adjetivos que trazem um olhar contemporâneo a esse momento tão importante para a humanidade, tanto no que se refere aos avanços tecnocientífico, quanto no embate destrutivo entre os seres humanos e entre eles e o meio ambiente.

Assim, tem-se alguns exemplos dessa nova nomenclatura:

Modernidade Reflexiva, (GUIDDENS 1991, p. 45). Segundo o Autor: “A Reflexividade da vida social moderna consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas a luz de informação renovada sobre estas próprias práticas alterando assim constitutivamente seu caráter;”

Modernidade Tardia (HALL, 2006, p. 14), onde Hall discute a possível crise de identidade na modernidade tardia, tendo em vista que para o Autor “as sociedades modernas são, portanto, por definição, sociedades de mudanças constantes, rápidas e permanentes. Essa é a principal distinção entre as sociedades “tradicionais” e as sociedades “modernas”;

Para Lyon em seu livro “Pós-modernidade” compreende que o termo modernidade “se aplica à ordem social que emergiu depois do Iluminismo. Embora suas raízes se estendam até épocas bem anteriores ao Iluminismo, o mundo do moderno está marcado por seu dinamismo sem precedentes, por sua rejeição da tradição, ou sua marginalização, e por suas consequências globais”. (LYON, 1998, p. 35).

Já na visão de David Harvey na obra com o nome “Condição pós-moderna” traz a percepção

de que a modernidade, “por conseguinte, não apenas envolve uma implacável ruptura com todas e quaisquer condições históricas precedentes, como é caracterizada por um interminável processo de rupturas e fragmentações internas inerentes”. (2009, p. 22).

Nos livros “Modernidade Líquida” e “Vida Para o Consumo” (BAUMMAN, 2001 e 2008) o Autor desenvolve ideias em que são expostas as velocidades das mudanças modernas que, a todo instante, criam e recriam novas formas, novos modos no comportamento do ser humano moderno, desenvolvendo uma vida que de imediatidades e de consumo.

Como se pode notar, pela diversidade de ideias que circundam o período moderno, esse momento foi, e é marcado por caracterizações nunca antes existente na história, distinguindo-se fortemente do período pré-moderno. Para Giddens, “a modernidade refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que posteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência”. (GIDDENS, 1991, p. 11). É o período de desenvolvimento tecnológico, êxodo rural e consolidação das cidades como gestoras da sociedade humana.

Hoje a cidade é um local onde os caminhos da humanidade são traçados, como afirma Ianni:

A grande cidade pode ser o lugar por excelência da modernidade e da pós-modernidade. Juntamente com a urbanização, o mercado, o dinheiro, o direito e a política, bem como com secularização, a individualização e a racionalização, aí também florescem a arte, a ciência e a filosofia. É na grande cidade que se desenvolve a arquitetura, o urbanismo e o planejamento, assim como aí surgem o partido político, o sindicato, o movimento social, a corrente de opinião pública e o próprio estado. (IANNI, 2003, p.125).

Tendo em vista esses aspectos, a palavra pós-modernidade já vem surgindo como a possibilidade de rompimento com a modernidade, porém, de fato, isso ainda não aconteceu. O que tem havido, na verdade, é o aparecimento de vários pontos, tanto no âmbito tecnológico como no social, que se dispõe, em muitos aspectos, longe das características configuradas pela modernidade.

No tecnológico, o surgimento dos componentes eletrônicos e circuitos integrados vieram para revolucionar as máquinas e dar ensejo a ideia, inclusive, da inteligência artificial, ou seja, a engrenagem que foi o grande suporte do maquinário moderno, impulsionador da produção em massa, agora dá lugar, em vários pontos, a essas novas tecnologia, que poderiam ser chamadas de pós-modernas. Por outro lado, se continua usando a engrenagem, a enxada, o machado e o martelo elementos típicos da pré-modernidade.

No que se refere ao social, este está inserido na velocidade hiperconsumista, gestada e ajustada na comunicação instantânea, que permite uma nova configuração inexistente nos tempos modernos. Hoje, duas pessoas assinam um contrato estando em espaços diferentes, em tempos diferentes e – paradoxalmente – no mesmo tempo. É o que Giddens chamou de separação do espaço tempo proporcionada pela modernidade (GIDDENS, 2002, p. 22-23). No entanto, contemporaneamente, essa tecnologia que oportunizou a separação espaço/tempo proporcionou, também, um salto que modificou o comportamento social. Atualmente as comunicações são instantâneas, não é mais necessário sair de casa para trabalhar, ir à biblioteca para se ler um livro, a um restaurante para comer um jantar não feito em casa, ou a um banco para se transferir dinheiro, ou pagar uma conta. A empresa, a biblioteca, o restaurante e o banco vêm até você. São novos processos sociais, que nem a modernidade havia imaginado.

Assim, na contemporaneidade se misturam ares pré-modernos, modernos e pós-modernos. E isso é natural, vez que, a história não segue um caminho linear. Em um mesmo espaço pode-se encontrar pessoas vivendo em tempos pré-modernos, modernos e pós-modernos.

Diga-se de passagem, a contemporaneidade contemplou apenas uma ínfima parcela da humanidade com acesso aos aspectos que se poderia considerar como pós-moderno. Estima-se que existam 7,6 bilhões de pessoas em todo o planeta (ONU BRASIL, 2017)¹, porém, desses

¹ Conforme: ONU Brasil. 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ONUBrasil/posts/1493482660736219/>>

7,6 bilhões, a ONU estima que 811 milhões de pessoas são subalimentadas (OPAS, 2021).² Nessa mesma esteira, atualmente, mais de 780 milhões de pessoas vivem abaixo do Limiar Internacional da Pobreza (com menos de 1,90 dólar por dia). Mais de 11% da população mundial vive na pobreza extrema e luta para satisfazer as necessidades mais básicas na esfera da saúde, educação e do acesso à água e ao saneamento. Para cada 100 homens dos 25 aos 34 anos, há 122 mulheres da mesma faixa etária a viver na pobreza, e mais de 160 milhões de crianças correm o risco de continuar na pobreza extrema até 2030 (NAÇÕES UNIDAS, 2022).³ A pobreza precisa ser repensada em nossa sociedade, pois é inaceitável que pessoas passem fome. Quando se aceita isso, cada um acaba por se desumanizar, de certa forma, por isso são necessárias estratégias estatais e governamentais para a redução e erradicação da pobreza em uma sociedade que se pauta na busca de capital e no consumocentrismo.

A contemporaneidade moderna/pós-moderna – seja ela como for denominada - apresenta um contexto paradoxal, onde se convive com o luxo e a miséria; a fome e o esbanjamento/desperdício de alimentos; a tecnologia de ponta “pós-moderna” e as ferramentas usadas na pré-modernidade. É nessa seara que surge o consumocentrismo, elemento que será objeto no próximo item deste capítulo.

Do consumo ao consumocentrismo

No primeiro item, procurou-se dar uma visão do contexto contemporâneo dentro de duas ideias que permeiam o imaginário do ser humano contemporâneo: a modernidade e a pós-modernidade. Espera-se que se tenha deixado claro que esse período é uma mescla de características que fundamentam a pré-modernidade, a modernidade e a pós-modernidade. Pode-se afirmar, como já se afirmou em outro escrito, (CALGARO; PEREIRA, 2017. p. 43-61), que se está aos portais da pós-modernidade, mas, seguramente, falta muito para deixar atrás a modernidade.

Neste item pretende-se enforca o consumo, o hiperconsumo e o consumocentrismo, tendo em vista que, para a modernidade contemporânea, estes aspectos são características marcantes, pois modernidade e consumo se imbricam de tal forma que é impossível a sua separação.

Consumo, hiperconsumo e consumocentrismo possuem características claras que os diferenciam, embora a interconexão entre eles seja inegável. Devido a isto pretende-se mostrar cada um deles para, ao final, focar o consumocentrismo e o meio ambiente.

O Consumo, enquanto ato de consumir, aparece associado a dois pontos essenciais à vida humana: o biológico e o social, pois estes se interconectam na elaboração do constructo do ser humano. Assim é de se abordar os dois pontos para entendimento melhor do presente enfoque, trazendo uma análise efetuada para o livro “dicionário de cultura de paz”. Primeiramente, abordando o humano sob o aspecto biológico do consumo pode-se verificar que:

Ele se aproxima a qualquer animal – apenas para falar dos seres vivos mais próximos a ele -. Consumir, neste sentido, é buscar os elementos necessários à sobrevivência do corpo – incluindo-se aqui a mente, dentro da máxima latina: *mens sana in corpore sano* -. Para isto o humano necessita de alguns itens básicos como: água em estado líquido; oxigênio; alimentos – sólidos e líquidos – que lhe forneçam os nutrientes necessários ao seu desenvolvimento e manutenção corporal; roupa para se abrigar do frio (PEREIRA, 2021, pp. 209-210).

No segundo ponto, o social/cultural, tem-se um lado que extrapola o aspecto biológico da sobrevivência humana, uma vez que: “Nesse particular, a modernidade inaugurou uma nova sociedade, que foi claramente direcionada para o setor econômico e, este, vinculado ao consumo. Assim, a modernidade trouxe a denominada sociedade de consumo, onde o cidadão foi conduzido

2 Consultar em: OPAS. SOFI 2021: Relatório da ONU destaca os impactos da pandemia no aumento da fome no mundo. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/12-7-2021-sofi-2021-relatorio-da-onu-destaca-os-impactos-da-pandemia-no-aumento-da-fome-no>

3 Conforme: NAÇÕES UNIDAS. Pobreza. Disponível em: <https://unric.org/pt/eliminar-a-pobreza/>

a trocar o seu “ser cidadão” pelo “ser consumidor”. (PEREIRA, 2021, p. 211.)

Estes dois pontos são importantes para se entender a evolução da ideia de consumo. Nessa seara tem-se primeiramente um consumo voltado para saciar as necessidades biológicas, consumo esse que acompanhou e acompanha o ser humano durante toda a sua existência. Posteriormente verifica-se o consumo voltado para os aspectos sociais/cultural. Desenvolve-se, aqui, um consumo vinculado ao sistema econômico e aos “status” criados na sociedade. Assim: “o consumo, na sociedade moderna extrapolou o âmbito das necessidades biológicas e tornou-se, em sua maior parte, um apelo social. Nesse diapasão, o que deveria ser, simplesmente, consumo, passou a ser hiperconsumo, consolidando a ideia de uma sociedade hiperconsumista.” (PEREIRA, 2021, p. 211.)

Dando seguimento a este item, o outro ponto a ser analisado antes de se adentrar ao consumocentrismo, propriamente dito, é o hiperconsumo.

A sociedade hiperconsumista moderna, na atualidade, se caracteriza pelo desregrado consumo de bens e serviços ligados a uma economia de mercado pautada no marketing e na publicidade, onde o sujeito acaba sendo impelido ao consumo desses bens e serviços, por desejos descontrolados e criados heteronomamente pelo que se pode denominar de sociedade de mercado. Essa heteronomia hiperconsumista acaba convergindo os sujeitos sociais a um contexto de disciplina dentro da sociedade, ditando comportamentos e modelos sociais a serem seguidos. Esses parâmetros, uma vez perfectibilizados na sociedade, se perpetuam e fazem com que surjam problemas tanto de ordem sociais quanto ambientais (CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 57).

O consumo vinculado às necessidades biológicas – alimentação, moradia, vestimenta – como fator de impedir a sucumbência da espécie, se desenvolveu em uma sociedade de produtores, preocupados com a produção de bens que garantiriam a vida no presente e no futuro. Neste sentido expõe Bauman:

A sociedade de produtores, principal modelo da fase “sólida” da modernidade, foi basicamente orientada para a segurança. Nessa busca, apostou-se no desejo humano de um ambiente confiável, ordenado, regular, transparente e, como prova disso, duradouro, resistente ao tempo e seguro. Esse desejo era de fato uma matéria prima bastante conveniente e para que fossem construídos os tipos de estratégias de vida e padrões comportamentais indispensáveis à era do “tamanho é poder” e do “grande é lindo”: uma era de fábricas e exércitos de massa, regras obrigatórias e conformidade às mesmas, assim como de estratégias burocráticas e panópticas de dominação que, em seu esforço para evocar disciplina e subordinação, basearam-se na padronização e rotinização do comportamento individual (BAUMAN, 2008 pp. 42-43).

Esta é uma fase pré-consumismo onde os bens deveriam ser duradouros e com potencial de garantir sua solidez como forma de segurança. “Sendo a segurança a longo prazo o principal propósito e o maior valor, os bens adquiridos não se destinavam ao consumo imediato - pelo contrário, deviam ser protegidos da depreciação ou dispersão e permanecer intactos” (BAUMAN, 2008 pp. 42-43).

O consumocentrismo vai além do hiperconsumismo, podendo ser denominado como o consumo no centro da vida e da sociedade. Nessa lógica Pereira et. al. denotam que:

A sociedade vivenciou uma série de teorias ao longo do tempo, o que faz com que as condutas humanas fossem dirigidas por certas teorias/doutrinas/ideias/ideologias, que levavam a mudanças sociais e individuais. Pode-se destacar,

de modo exemplificativo, dentro do contexto que se está abordando, o cosmocentrismo (o cosmos é o centro de tudo); o teocentrismo (Deus se torna o centro); o antropocentrismo (tudo gira em torno do homem). Na sociedade moderna contemporânea que já está sendo denominada de pós-moderna, conforme se pretende demonstrar aqui, se insere o consumocentrismo, como elemento dominante para onde se dirigem o pensamento e as atividades do cidadão moderno, fazendo com que o mesmo seja levado a consumir, pois, através desse ato, ele se realiza como ser individual e social, pois que ele somente é se consumir (PEREIRA; CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 267).

A sociedade consumocentrista se estrutura na visão de que “o consumo se coloca no centro de todas as decisões que envolvem o indivíduo, pois o mesmo perde sua identidade como ser que participa das decisões sociais para se transformar (apenas) em consumidor heteronomamente guiado”. (PEREIRA; CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 267). Os autores continuam e exposição afirmando que: “entende-se que se ultrapassou a denominada sociedade hiperconsumista, dando azo a uma sociedade consumocentrista. Nesse viés, o consumo passa a ser o elemento principal das atividades humanas, deslocando o ser para o ter e, posteriormente, para o aparentar” (PEREIRA; CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 267). Com base nisso “o consumo se torna o centro da sociedade contemporânea, onde o consumidor vai buscar todas as possibilidades de sua nova razão de viver. Consumir é existir”. (PEREIRA; CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 267).

Pode-se dizer que consumir é a essência do negócio para as grandes corporações e que o sujeito somente é se o mesmo pode consumir. O consumidor encontrará o seu lugar na sociedade com base naquilo que o mesmo poderá consumir. Cria-se padrões e estereótipos que acabam inaugurando uma nova forma hiperconsumista de ser na vida das pessoas, mudando seus hábitos e criando outros. São padrões de convencimentos atrelados a concepções que são criadas por uma estrutura mercadológica dominante e adestradora, a qual exclui e aliena.

Os autores Calgare e Pereira colocam que:

Com base nessa lógica, o consumocentrismo acaba sendo o centro da sociedade e o representante da religião do momento, ou seja, se torna o “Deus” da modernidade, o qual tudo provê. Com isso os sujeitos acabam integrando as formas hiperconsumista a sua vida e aos seus hábitos, moldando os seus padrões e seu convencimento. Dentro dessa concepção “se o sujeito não participa desse “jogo já jogado” da sociedade consumocentrista, será excluído, perfazendo para o sujeito aquilo que se pode denominar de “morte social” (2021, p. 37).

A sociedade de consumo difere substancialmente da sociedade de produtores uma vez que possui seu desenvolvimento no hiperconsumo que, também possibilita a fase contemporânea da sociedade consumocentrista, que possui particularidades que serão trabalhadas no próximo item, onde se abordará a influência do consumocentrismo e a (in)sustentabilidade socioambiental.

A modernidade consumocentrista e a (in)sustentabilidade socioambiental

“Modernidade consumocentrista” é a nomenclatura que os Autores do presente artigo empregam para denominar o período contemporâneo, principalmente o que se está vivendo após a entrada do terceiro milênio d.C, vez que, para este Autores, é nesse momento que se consolida o consumocentrismo.

Não se confunde consumismo e hiperconsumo com consumocentrismo, embora aqueles sejam o *modus operandi* ativo para a consolidação da ideia (ideologia) consumocentrista. Como já se adiantou, o hiperconsumo é a forma exagerada de consumir, ocasionada basicamente pelo

marketing desenvolvido pelo mercado que busca a consolidação de um modo de vida voltada para a sociedade que autores, como Zygmunt Bauman denominam de “sociedade de consumo”.

De maneira distinta do consumo, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, *o consumismo é um atributo da sociedade*. Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser, tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores, destacada (“alienada”) dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a “sociedade de consumidores” em movimento e a mantém em curso como uma forma específica de convívio humano enquanto ao mesmo tempo estabelece parâmetros específicos para as estratégias individuais de vida que são eficazes e manipula as probabilidades de escolha e conduta individuais (BAUMAN, 2008, p. 41).

Na sociedade de consumidores, o consumidor ainda é cidadão, possui escolhas, embora dificultadas pelas estratégias de manipulação, como nos informa Bauman. No passo seguinte, “a sociedade consumocentrista”, embora guarde características da sociedade de consumidores, ela se destaca pela: alienação total dos indivíduos; abandono da cidadania; desinteresse pelas formas de produção; individualismo extremo – egocentrismo -; hedonismo, entre outras características. É a visão do admirável mundo novo de Aldous Huxley (HUXLEY, 1972, p. 80). onde acabar, jogar fora é melhor do que remendar, onde o pensar “adoro roupas novas, adoro roupas novas, adoro...” não são escolhas, mas configurações heterônomas do ser.

O Consumocentrismo nasce na esteira do hiperconsumo, sendo que este:

[...] passou a integrar o cotidiano das pessoas, introduzido através das novelas, filmes, revistas, e outros meios de publicidade, sempre impondo a ideologia hiperconsumista e um adestramento para o consumocentrismo na sociedade contemporânea. Com o consumocentrismo os sujeitos acabam perdendo a liberdade de desejar ou admirar, de verificar se algo é bom ou mesmo ruim, de cooperar e de preservar os bens naturais. Esses fatos já estão planejados e estabelecidos pelo mercado. Desta forma, os sujeitos recorreram e recorrem aos vários meios para serem felizes e pertencentes a sociedade (PEREIRA; CALGARO, 2016, pp. 72-88).

O consumocentrismo se estabelece sobre parâmetros ideológicos, contendo ideias pressupostas doutrinariamente, que fundamentam a sua configuração. Desenvolve-se tendo como um de seus pressupostos o progresso exponencial, contínuo e infinito, dentro da técnica e do econômico, alardeando a conquista da felicidade através dele. É a disseminação de uma verdade conveniente, que já se concretizou em pós-verdade, que vem a ser: “[...] antes de tudo uma verdade contextual, que não pode ser escrita, posta no bolso e rerepresentada amanhã, como garantia de fidelidade, compromisso ou Esperança gerada pela palavra.” (DUNKER, 2017, p. 19.)

Como afirma Dupas: “o progresso técnico, pelo qual o sujeito se coisificou após eliminada sua consciência, está livre do pensamento mítico e de toda a significação porque ele mesmo se transformou em mito e a razão se tornou um instrumento universal da economia que tudo engloba.” (DUPAS, 2012, p. 109). Nesse sentido, o consumocentrismo se concretiza, na contemporaneidade, voltado, também para o econômico, onde o mercado que, retornando à Dupas:

É indiferente a origem das pessoas que nele vêm trocar suas mercadorias; mas não é neutro porque reafirma que as possibilidades de cada um são restritas pelas mercadorias que podem comprar. A nivelção é feita por uma indústria que transforma todas as coisas da natureza em algo reproduzível

com regras rígidas e valor de troca (DUPAS, 2012, p. 105).

A exponencialidade desejada para o progresso contemporâneo se opõe a um meio ambiente finito. “Em todo o caso de crescimento exponencial, tende-se alcançar mais, cedo ou mais tarde, um ponto em que a oferta excede a capacidade de demanda genuína ou inventada; com muita frequência esse ponto é alcançado antes de outro ainda mais dramático, aquele em que se atinge o limite natural da oferta” (BAUMAN, 2008, p. 54).

Nessa seara, em que, dentro da sociedade consumocentrista, a natureza é transformada em mercadoria, tendo o seu consumo como elemento fundamental para propiciar ganhos econômicos a um mercado ávido por produtos que, cada vez mais, são desenvolvidos sob a ótica da obsolescência programada, não é imaginável pensar em sustentabilidade.

A obsolescência programada não é novidade do século XXI. Ela já era praticada na primeira metade do século XIX. Vance Packard, Vance em seu livro “Estratégia do desperdício”, de 1965, desenvolve o tema tendo em vista a sociedade norte americana. Em seu estudo verifica que a obsolescência planejada tem significados diferentes, dependendo a ótica de observação, diz o Autor:

[...] numerosas pessoas não estão necessariamente defendendo de maneira deliberada a construção inferior quando formulam vigorosas defesas da obsolescência no comércio. The Management Review, da associação Americana de Administração, por exemplo, reproduziu um artigo intitulado: “obsolescência pode significar Progresso”. Esse artigo referia-se à espécie de obsolescência que é “um sadio descontentamento em fazer as coisas menos bem do que podem ser feitas (PACKARD, 1965, p. 50).

Embora essa ideia outras apareceram na pesquisa de Packard, como por exemplo:

[...] Retailing Daily publicou a afirmação de que “não é apenas nosso privilégio tornar obsoletos a casa mínima e muitos móveis domésticos. É nossa obrigação. Somos obrigados a trabalhar pela obsolescência como uma contribuição nossa para uma sociedade sadia e crescente”.

E Brooks Stevens, destacado desenhista industrial, explicou nestes termos o planejamento da obsolescência: “toda a nossa economia é baseada na obsolescência planejada e todos quantos podem ler sem mover os lábios agora sabem disso. Fazemos bons produtos, convencemos as pessoas a comprá-los e no ano seguinte introduzimos deliberadamente algo que torne aqueles produtos velhos, antiquados, obsoletos... Não é desperdício organizado é uma sólida contribuição à economia Americana” (PACKARD, 1965, pp. 50-51).

Porém, é de se notar que, nessas falas, ninguém está preocupado com meio ambiente. A obsolescência programada não é apenas uma forma de aumentar os lucros do mercado ou, em outras palavras, uma maneira de se buscar o desenvolvimento econômico, mas também é uma forma de destruição da natureza desordenadamente e sem nenhuma preocupação com a sustentabilidade. Conforme já expunha Packard, a obsolescência programada se desenvolve sob três formas:

Obsolescência de função. Nessa situação um produto existente torna-se antiquado quando é introduzido um produto que executa a melhor função.

Obsolescência de qualidade. Nesse caso, quando planejado um produto quebra-se ou gasta-se em determinado tempo geralmente não muito longo.

Obsolescência de deseabilidade. Nesta situação, um produto que ainda está sólido, em termos de qualidade ou performance, torna-se “gasto” em nossa mente porque um aprimoramento de estilo ou outra modificação faz com que fique menos desejável (PACKARD, 1965, p. 51).

Este e outros métodos foram muito bem incorporados pela sociedade consumocentrista em sua ideologia, que busca apenas o progresso econômico, sem qualquer preocupação com a natureza e mesmo com o crescimento humano.

O crescimento tecnológico experimentado pelo período moderno é, sem sombras de dúvidas, extraordinário e trouxe à humanidade benesses em vários âmbitos, como na saúde, locomoção, moradias, comunicação e muitos outros. Porém, o direcionamento da tecnologia para o âmbito do progresso econômico, ou seja, um país só progride através da tecnologia se o seu PIB aumenta anualmente, independentemente da qualidade de vida de seus cidadãos é o que faz com que surjam grandes questionamentos sobre a ideia de que o tecnológico, vinculado ao econômico, seja, realmente, progredir. Essa é uma ideia estreita do Progresso, onde a ingerência sobre a natureza é denominada, pelos economistas, como “externalidades” e, como fala Leff:

Esse “campo de externalidades” ambientais ou ecológicas não pode ser pensado sob o ponto de vista da economia que se construiu e se institucionalizou negando a contribuição dos processos ecológicos para a produção, a dimensão cultural do desenvolvimento humano, os mundos de vida e os sentidos existenciais das pessoas, ou seja, a esfera da moral, da ética, dos valores e da cultura; de uma economia que se instaurou no mundo fingindo ignorar, em última instância, as condições de sustentabilidade da vida... e da economia (LEFF, 2010, p. 21).

A sociedade consumocentrista, que tem o consumo como centro da atividade humana, direciona todos os seus esforços para o consumo e, com isso, para o aumento econômico, para o aumento do lucro. Nessa sociedade as grandes corporações e os mercados buscam lucro de forma a explorar e mercantilizar tanto a natureza, como o ser humano. Portanto, essa sociedade, embora diga que a felicidade é encontrada através do consumo, na realidade ela deixa a felicidade como, apenas, uma expectativa, uma *pseuda* realidade que nunca pode ser alcançada. A busca da felicidade acaba gerando o vazio e as angústias no consumidor, que alienado por um modelo de consumo, sem muitas vezes perceber.

A obsolescência programada, conforme visto acima, demonstra claramente a intenção da sociedade consumocentrista de deixar o consumidor sempre no desejo de algo novo, de algo melhor, de algo que o faça feliz.

É nessa seara que a natureza sofre as consequências, uma vez que, ela é utilizada apenas como fornecedora de matéria prima para sustentar a ideologia consumocentrista voltada para um consumo e, em sua maior parte, dirigida para o econômico. Não existe, aqui, nenhuma preocupação em preservar o meio ambiente - em sustentabilidade (nesse caso baseada nos tripés da econômico, social e ambiental) - pois o importante é buscar nele tudo o que for necessário para o engrandecimento econômico. Não importa se o que se retira da natureza é finito. Não importa, também, se o que se faz polui as águas, o ar e a terra como um todo, destruindo e eliminando a flora e a fauna. Não se importa se há uma mercantilização, exploração e expropriação dos recursos naturais, pois o importante é o bem econômico. A sustentabilidade, em sua essência acaba por ficar num segundo plano.

Para se chegar a conclusões adequadas dentro da análise que se está fazendo é importante que, nesse momento, se indique o que se pode entender por sustentabilidade. A sustentabilidade é a possibilidade de se sustentar, de ser sustentável. O dicionário português de Aurélio sustentável vem do latim sustentabile, é um adjetivo. “1. que se pode

sustentar. 2. capaz de se manter mais ou menos constante ou estável por longo período” (FERREIRA, 2004, p. 1.902).

Esse sentido de manutenção da estabilidade é que dever ser compreendido como elemento necessário e imperial na natureza para a preservação da vida como a temos no Planeta Terra.

Um dos elementos que mais vem desestruturando a estabilidade do meio ambiente é o que se vem propagando com “a lógica do mercado no âmbito econômico”. Nesse contexto, é necessário entender que existe um embate entre a economia clássica e a preservação da natureza, o que leva a um entendimento, errôneo, de que o mercado pode salvar o meio ambiente desde que se precifique a natureza. Leff aponta que “a transição para a sustentabilidade implica a paulatina desconstrução da economia antiecológica e entropizante predominante - que não tem conserto nem saída dentro de sua racionalidade de curto prazo - e a construção de uma economia *neguentrópica*. (LEFF, 2010, p. 29). Fechando a ideia, Leff ainda dispõe que:

a sustentabilidade aponta para o futuro. A sustentabilidade é uma maneira de repensar a produção e o processo econômico, de abrir o fluxo do tempo a partir da reconfiguração das identidades, rompendo o cerco do mundo e o fechamento da história imposto pela globalização econômica (LEFF, 2010, p. 29).

O mercado trabalha sobre o âmbito econômico e a sua lógica está assentada sobre o lucro. Nesse sentido, o que não levar lucros aos acionistas, não possui interesse ao mercado. Assim, a atuação sobre a natureza deve ser lucrativa, não importando se, para se conseguir os lucros, deve-se, ou não, preservar a natureza. Essa lógica necessita ser modificada com urgência, uma vez que, sem a natureza, como ela se encontra, não será possível a existência humana e sem essa, também não haverá economia. Esse é o dilema que os economistas ainda não entenderam, ou não querem entender, ou se entendem fingem não compreender.

Considerações Finais

A análise substancial do artigo foi desenvolvida tendo em vista a hipótese formulada na introdução: “uma sociedade que se estabelece sobre os parâmetros do consumocentrismo não consegue perfectibilizar a sustentabilidade socioambiental”.

Para a busca dos resultados, foi necessário estudar a sociedade moderna contemporânea, para demonstrar o seu vínculo direto com o consumocentrismo, uma vez que, é nesta que ele se desenvolve e apresenta suas simetrias e distopias.

A transformação da sociedade Moderna, em sociedade consumocentrista, vem sendo trabalhada desde o século XIX, com o desenvolvimento do que veio a ser chamado, no século XX, de sociedade do consumo, sendo que, nesta, houve a incrementação do hiperconsumo. O hiperconsumo desenvolveu um desejo desproporcional pelo consumo, além daquele necessário para a sobrevivência humana. É o impulso ao consumo status, ao consumo social.

Seguindo por esses caminhos, o momento posterior retirou, do cidadão, a consciência de como consumir adequadamente, que possui como um de seus pressupostos a preservação dos aspectos socioambientais. Neste momento se estava diante do que, no final do século XX, já começava a se falar de consumocentrismo. O consumocentrismo se solidifica nos primeiros anos do século XXI. Aqui, a ideia é fazer com que os cidadãos deixem sua cidadania de lado, para ser simplesmente consumidor.

A implantação da ideologia consumocentrista se firma na sociedade contemporânea, fazendo com que a cidadania seja deixada para segundo plano e o indivíduo, o sujeito, volte todas as suas atividades para o consumo. Assim, buscando o consumo como elemento primeiro de sua existência, não mais se importa com o que é necessário para que este consumo seja satisfeito. Nessa ideologia o importante é o que pode consumir, sendo criados padrões e estereótipos voltados ao mercado e as grandes corporações que visam o lucro em detrimento da natureza e do ser humano.

Nessa seara, deixa-se de lado a preocupação com os danos que a produção dos bens, para o hiperconsumo, provoca na área socioambiental e, no mesmo sentido, também os demais danos ambientais que acontecem com o descarte desses mesmos produtos após consumo. Como se pode notar, por esses caminhos, é deixado de lado a sustentabilidade, que é a possibilidade da manutenção do status atual do meio ambiente, uma vez que é esse status que permite a vida como ela é no planeta.

A sustentabilidade socioambiental em uma sociedade consumocentrista é irrelevante, pois para esta sociedade o que importa é o consumo, porque esse consumo é o elemento que faz girar a economia. É esse consumo que faz com o que o econômico, cada vez mais, gere lucros aqueles que investem no mercado. Assim, pode-se concluir, que a sustentabilidade socioambiental inexistente em uma sociedade consumocentrista. Desse modo, se faz necessário, urgentemente, mudanças no sistema econômico, que hoje gerencia toda a vida no planeta. A economia, voltada simplesmente para o mercado de capitais, deve ter uma virada substancial para o que se poderia chamar de socioeconômica, na busca da manutenção da sustentabilidade socioambiental na sociedade moderna contemporânea que, como se vem insistindo em outros escritos, já dá ares de pós-modernidade.

Por isso é preciso uma mudança de paradigma que viabilize uma concepção mais ecologizada e socioecológica da economia, é necessário se compreender que a mercantilização da natureza que é finita e a aceitação da pobreza nas sociedades não é um caminho de crescimento como sociedade, mas sim, um viés de desestruturação e decrescimento. Precisa-se rever e implementar valores éticos e morais que foram esquecidos como solidariedade, empatia, respeito e amor, os quais podem ir além da visão econômica e trazer uma visão holística de cuidado com a natureza e as pessoas, bem como, ressignificar a forma de consumo na sociedade atual.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2001.

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

CALGARO, Cleide; PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. A sociedade consumocentrista e a disciplina do sujeito na modernidade: uma análise dos impactos socioambientais. In: **Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo I** [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UNICURITIBA; Coordenadoras: Carolina Medeiros Bahia, Cleide Calgare – Florianópolis: CONPEDI, 2016, p. 15. <http://conpedi.danilolr.info/publicacoes/02q8agmu/1e65003o/Nf5XGlv7Ek1lGvMO.pdf>

CALGARO, Cleide; PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. O Consumerismo e os Problemas Socioambientais na Sociedade Moderna: Por uma Sustentabilidade Socioecológica. Privacy and Data Protection Magazine - **Revista Científica na Área Jurídica**, n.º 02-2021, agosto 2021.

DUNKER, Christian; TIBURI, Marcia et.all. **Ética e pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

DUPAS, Gilberto. **Mito do progresso, ou progresso como ideologia**. 2ª ed., São Paulo: Editora Unesp, 2012.

FERREIRA, **Aurélio Buarque de Holanda**. Novo dicionário da língua portuguesa. 3ª Ed. Curitiba: Positivo, 2004.

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

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

- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 18ª ed., 2009. ISBN: 97-885-150-0679-3.
- HUXLEY, Aldous. **Admirável mundo novo**. 10ª Ed. Rio de Janeiro Cia brasileira de divulgação do livro, 1972.
- IANNI, Octavio. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- LEFF, Enrique. **Discursos sustentáveis**. São Paulo: Cortez, 2010.
- LYON, David. **Pós-modernidade**. São Paulo: Paulus, 1998. ISBN: 85-349-1105-3.
- PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. São Paulo: IBRASA, 1965.
- NAÇÕES UNIDAS. **Pobreza**. Disponível em: <https://unric.org/pt/eliminar-a-pobreza/>
- ONUBrasil.2017.Disponívelem:<https://www.facebook.com/ONUBrasil/posts/1493482660736219/>
- OPAS. **SOFI 2021**: Relatório da ONU destaca os impactos da pandemia no aumento da fome no mundo. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/12-7-2021-sofi-2021-relatorio-da-onu-destaca-os-impactos-da-pandemia-no-aumento-da-fome-no>
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. Consumocentrismo e os seus reflexos socioambientais na sociedade contemporânea. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, v. 6, p. 264-279, 2016. ISSN: 2316-8218.
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. **A sociedade consumocentrista e seus reflexos socioambientais**: a cooperação social e a democracia participativa para a preservação socioambiental. REVISTA DE DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, volume 2, n. 2 – 2016, pp. 72-88 – ISSN 2526-0057.
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. **Consumo**. In: SÍVERES, Luiz; NODARI, Paulo César (orgs.); Dicionário de cultura de paz. Vol. I, Curitiba: CRV, 2021.

Recebido em 18 de julho de 2022.
Aceito em 08 de setembro de 2022.