

Globalização e relações de consumo: servidão moderna e degradação ambiental

*Globalization and consumer affairs: servitude
modern and environmental degradation*

Oreonnilda de Souza*
Lourival José de Oliveira**

Resumo: O artigo analisa a globalização e suas implicações no meio ambiente, na produção de resíduos sólidos em grande escala. O levantamento dos pontos positivos e negativos demonstrou a condição de servidão da sociedade moderna, marcada pelo consumismo e pela coisificação das pessoas. Há necessidade de ações pautadas pela sustentabilidade (econômica, social e ambiental), pela aplicação dos princípios da função social e da função solidária das empresas e uma participação mais efetiva do Estado. Pelos métodos dialético e teleológico, constatou-se a impossibilidade de reversão ou contenção da globalização, por isso imperiosa é uma mudança de paradigma, para se reconstruir a sociedade a partir da solidariedade e da redução das desigualdades sociais para uma efetiva justiça social. O consumo sustentável e a proteção do meio ambiente são imprescindíveis à manutenção da vida e à efetividade dos princípios e preceitos da Carta Política de 1988.

Palavras-chave: Globalização. Servidão moderna. Consumo. Degradação ambiental.

* Mestranda em Empreendimentos Econômicos, Desenvolvimento e Mudança Social – Linha de Pesquisa Relações Empresariais, Desenvolvimento e Demandas Sociais pela Universidade de Marília (Unimar). Integra o grupo de pesquisa: “Empreendimentos Econômicos, Processualidade e Relações Jurídicas”. Professora e pesquisadora vinculada no Núcleo de Iniciação Científica do curso de Direito (NICDir) do Centro Universitário de Rio Preto (Unirp). Advogada.

** Doutor em Direito das Relações Sociais (PUCSP). Professor no Programa de Mestrado da Universidade de Marília (Empreendimentos Econômicos, Desenvolvimento e Mudança Social – Linha de Pesquisa Relações Empresariais, Desenvolvimento e Demandas Sociais). professor em curso de Graduação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Coordenador e professor em curso de Graduação da Faculdade Paranaense. Advogado em Londrina.

Abstract: The article analyzes globalization and its implications for the environment in the production of solid waste on a large scale. The survey of strengths and weaknesses demonstrated the servitude of modern society marked by consumerism and the commodification of people. There is need for actions based on sustainability (economic, social and environmental), in applying the principles of social function and joint function of enterprises and more effective participation of the state. The dialectical and teleological methods found the impossibility of reversing or containment of globalization, so imperious a paradigm shift, rebuilding the society from the solidarity to reduce social inequalities and effective social fair. Sustainable consumption and environmental protection are essential to the maintenance of life and the effectiveness of the principles and precepts of the 1988 Policy.

Keywords: Globalization. Modern serfdom. Consumption. Environmental degradation.

Introdução

A globalização é um fenômeno político, econômico, tecnológico e cultural que desencadeou a ruptura das barreiras territoriais, a internacionalização e a difusão do conhecimento e da informação em nível global, pelo avanço e desenvolvimento dos meios de comunicação, cujas consequências positivas são importantes conquistas, mas que as negativas pressupõem análise e medidas inibitórias e de combate, pois nítido é o estímulo às disputas beligerantes e a mitigação dos valores morais, fazendo prevalecer o individualismo e o egocentrismo, comportamentos antagônicos à efetivação do princípio da solidariedade.

O mundo globalizado trouxe nova roupagem às relações de consumo, apregoando o fetichismo da mercadoria e a coisificação das pessoas (que valem o quanto têm ou aquilo que podem consumir). Difundindo a falsa ideia de consumo como forma de inclusão social, consumir, atualmente, pode ser encarado como uma válvula de escape das tensões cotidianas, algo que alivia ansiedades, satisfaz desejos e nos torna pessoas aceitáveis pela sociedade. Consumir é um fim em si mesmo, e não um meio de o ser humano alcançar uma satisfação pessoal mediante o usufruto da coisa conquistada.

É justamente a mensagem veiculada pelos meios de comunicação, publicidades e propagandas de incentivo e apelo ao consumo livre, irrestrito e sem culpa. O consumidor é manipulado, mas escolhe consumir nos moldes delineados pelo capitalismo. A alienação é a marca principal da

globalização; a mídia deturpa as informações para garantir o próprio sistema e manter o poder do capital. É a era da servidão; somos escravos modernos, sem escrúpulos com o que estamos fazendo com o meio ambiente; sem consciência e solidariedade com as futuras gerações. Qual será a herança que deixaremos aos nossos filhos?

Nesse cenário de incertezas, complexidades e preocupações, esta pesquisa intenta encontrar respostas e verificar: Quais são as consequências que a sociedade de consumo atual gera (e gerará) ao meio ambiente? O que fazer para mudar? As empresas estão cumprindo sua função social e solidária? E o Estado atua e fiscaliza no sentido de proteger o consumidor e o meio ambiente? Para chegar às respostas, imperioso será compreender a sustentabilidade nos seus aspectos econômico, social e ambiental à luz dos princípios da função social e solidária, além de utilizar a interpretação teleológica das normas infraconstitucionais e dos princípios constitucionais aplicáveis às relações de consumo, utilizando-se o método dialético (discussão com contraposição de ideias), a partir de pesquisa bibliográfica, tomando por base a Teoria Tridimensional do Direito, de Miguel Reale (escrita em 1968), apurando-se, a partir dos fatos, os valores e as normas jurídicos aplicáveis ao caso em análise.

A influência da globalização nas relações de consumo

Atualmente é impossível falar de economia, política e sociedade sem pensar na globalização e em suas consequências, as quais promoveram inúmeras mudanças sociais e culturais, afetando, até mesmo, a identidade dos Estados nacionais.

Esse processo de internacionalização restringiu a soberania dos Estados, antes absoluta, agora relativizada pela globalização; o que pode ser prejudicial para a formulação de políticas públicas visando à concretização dos direitos fundamentais, uma vez que não basta garanti-los internamente, mas é necessário fazê-lo de forma mundial. Como exemplo cita-se a Índia: na seara trabalhista, a garantia de direitos é mínima (ou quase nenhuma), fator de redução de custos com mão de obra que a torna mais competitiva, com melhores preços nos produtos finais se comparados com outros países com ampla proteção e fiscalização de direitos trabalhistas. Por isso, se pretende, em tempos globalizados, uma internacionalização dos direitos fundamentais para tutela da dignidade e da própria vida humana.

Bonavides¹ esclarece a questão: “Globalizar direitos fundamentais equivale a universalizá-los no campo institucional. Só assim aufere humanização e legitimidade um conceito que, doutro modo, qual vem acontecendo de último, poderá aparelhar unicamente a servidão do porvir.” O autor defende que a globalização política (essa internacionalização dos direitos fundamentais) introduz os direitos de quarta-geração (direito à democracia, direito à informação e direito ao pluralismo).

Como se pode notar, o processo de globalização tem sido alvo de estudos e ferrenhas discussões na última década, desafiando os intelectuais contemporâneos. Dentre eles citam-se: Giddens, Bauman e o brasileiro Santos com o intuito de melhor entender esse fenômeno, seus aspectos positivos, negativos e criar formas de controle sobre ele, se é que isso seria possível.

De fato, a globalização trouxe progresso, rompeu barreiras e possibilitou a expansão da democracia e dos meios de comunicação, o que melhorou a formação e a tecnologia no mundo, mas também promoveu uma série de reestruturações no mundo e na forma de vida das pessoas, criando novos riscos e gerando inúmeras incertezas, estresse e tensões que atingem diretamente as culturas tradicionais.

Mas, afinal, o que é globalização?

Para Giddens,² a globalização caracteriza-se como um fenômeno político, econômico, tecnológico e cultural, difundido pelo avanço e desenvolvimento das comunicações, que transmitem, em tempo real, as mesmas informações a todos os locais do mundo.

Santos³ entende a globalização como o auge do processo de internacionalização do mundo capitalista que pode ser entendida a partir da unicidade de técnicas, da convergência dos momentos,⁴ da

¹ BONAVIDES, Paulo. *Direitos fundamentais, globalização e neoliberalismo*. Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/files/anexos/14991-14992-1-PB.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2016. p. 4.

² GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós*. 6. ed. Trad. de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Record, 2007. p. 21.

³ SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 12-13.

⁴ Há uma convergência dos momentos, isto é, múltiplos relógios podem ser usados – o mercado funciona o dia inteiro e de forma interligada. “O tempo real também autoriza usar o mesmo momento a partir de múltiplos lugares e todos os lugares a partir de um só deles. E, em ambos os casos, de forma concatenada e eficaz.” (SANTOS, op. cit., p. 14).

cognoscibilidade do Planeta⁵ e da existência do capitalismo com uma mais-valia de forma globalizada, um motor único.⁶

“A globalização das sociedades não democratizou o mundo e não trouxe a igualdade efetiva das condições de vida no interior de cada sociedade, ou entre os povos”; pelo contrário, abriu verdadeiros abismos sociais reforçando as desigualdades.⁷

Como se pode verificar, o fenômeno da globalização atingiu as relações sociais e econômicas, transformou os métodos de produção, promoveu a integração dos mercados, a internacionalização (ou transnacionalização) das empresas e dos mercados financeiros e fomentou uma verdadeira revolução tecnológica; vivemos em uma sociedade globalizada, estruturada em bases tecnológicas de informação e comunicação, cujas engrenagens são os consumidores que movimentam a máquina: capitalismo.

A mesma globalização – que elimina barreiras físicas, rompe fronteiras territoriais, permitindo a internacionalização da economia, o processo tecnológico e o desenvolvimento das sociedades e de suas culturas – também provoca discrepâncias na desigualdade social, altera comportamentos e induz ao consumismo exacerbado. Por isso, é essencial considerar os riscos e perigos advindos dessa possibilidade de trocas mútuas e extremamente céleres e, nesse sentido, fortalecer, reconstruir ou criar novas instituições sociais para que as relações humanas e os valores humanitários não se percam no tempo e no espaço é uma preocupação.

⁵ Característica de ser cognoscível: passível de ser conhecido. Cognoscibilidade do Planeta é a possibilidade de conhecê-lo de forma extensiva e profunda. Conhecer o mundo é essencial às empresas globais, na busca pela melhor e mais atrativa região (condições físicas, naturais ou artificiais e políticas). “As empresas, na busca da mais-valia desejada, valorizam diferentemente as localizações. Não é qualquer lugar que interessa a tal ou qual firma. A cognoscibilidade do planeta constitui um dado essencial à operação das empresas e à produção do sistema histórico atual.” (SANTOS, op. cit., p. 16).

⁶ O motor único é a mais-valia global (motor de todas as ações globais), cujo alimento é a competitividade entre as empresas, por isso a necessidade de mais ciência e mais tecnologia. “Esse motor único se tornou possível porque nos encontramos em um novo patamar da internacionalização, com uma verdadeira mundialização do produto, do dinheiro, do crédito, da dívida, do consumo, da informação.” (SANTOS, op. cit., p. 14-15).

⁷ GONÇALVES, Carla Ferreira; OLIVEIRA, Joaquim Humberto C. de. Do modelo de sociedade industrial ao de sociedade da informação: proteções jurídicas às inovações tecnológicas. *Revista de Direito da Unigranrio*, Duque de Caxias, v. 4, n. 1, p. 44-71, 2011. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/rdugr/article/viewFile/1393/720>>. Acesso em: 8 fev. 2016. p. 57.

Servidão moderna: consumo e meios de comunicação

Os meios de comunicação nem sempre se propõem a informar, mas a convencer acerca das possibilidades e das vantagens das mercadorias e dos serviços. “O que é transmitido à maioria da humanidade é, de fato, uma informação manipulada que, em lugar de esclarecer, confunde.”⁸

Não existe informação 100% verídica, libertadora, capaz de formar opinião e democratizar as instituições. A alienação é a marca principal da globalização financeiro-econômica, da qual a mídia deturpa as informações para garantir o próprio sistema e manter o poder do capital. O consumo da modernidade é uma grande farsa, torna as pessoas escravas, embriagadas pelo “fetichismo da mercadoria como instrumento mediador das relações sociais (coisificação), constitui uma realidade específica e aparentemente intransponível para quem vive sob o capitalismo moderno”.⁹

Como se essa fosse uma forma de inclusão social, pela via do consumo e por meio de esforços desmedidos para vestir a roupagem do capitalismo moderno para ter aceitação social.

No que a sociedade se transformou?

O fetichismo da mercadoria,¹⁰ específica do capitalismo moderno, ultrapassou todas as barreiras da economia e se tornou um problema estrutural da sociedade.

A coisificação compromete as instituições sociais, e os valores humanos e o calor das relações presenciais já não são importantes, pois foram superados por produtos, pelo consumo e pelos relacionamentos virtuais, com o distanciamento, cada vez maior, das pessoas com a frieza e superficialidade de sua própria essência.

⁸ SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 20.

⁹ ALMEIDA, Roberto Ribeiro de. A coisificação do sujeito de direito e os limites da humanização: uma análise de *História e consciência de classe* (1923), de György Lukács. In: ALMEIDA, Guilherme Assis de; PRADO, Alessandro Martins; SEVERO, Thais Lara Marcozo (Org.). *A constituição do sujeito de direitos humanos*. Curitiba: CRV, 2015. p. 307. v. 1, Cap. 17.

¹⁰ Sobre o assunto recomenda-se a leitura da obra *História e consciência de classe*, de György Lukács (1923). “O modo de produção capitalista, ao transformar as relações individuais e suas atividades vitais em coisas passíveis de comercialização, despreza os ‘direitos do homem’, ao mesmo tempo que, ao se contrapor esses mesmos direitos (a propriedade) com a realidade social do capitalismo, presencia-se o predomínio da desigualdade e a dominação capitalista transformando os ‘direitos do homem’ igualmente em uma falácia perversa e irônica.” (ALMEIDA, op. cit., p. 320).

Vive-se, então, em uma “tirania da informação e em uma tirania do dinheiro”, o que demonstra o caráter perverso da globalização, mantendo a sociedade em uma espécie de escravidão da modernidade, na qual não se tem algemas, agouros, açoites, mas a simples liberalidade de se tornar servo e caminhar conforme o seu senhor: o dinheiro para o consumo.¹¹

“Neste mundo globalizado, a competitividade, o consumo, a confusão dos espíritos constituem baluartes do presente estado de coisas.” A competitividade comanda nossas ações; o consumo, nossas formas de inação; e a confusão dos espíritos nos impede de compreender o mundo, a sociedade e, até mesmo, a própria essência humana.¹²

A globalização trouxe uma nova forma de competitividade, sem limites, o que pode ser extremamente prejudicial às relações sociais, econômicas e financeiras. Competitividade é diferente de concorrência, pois, na concorrência, temos regras para que todos possam concorrer de forma leal, igualitária. Já o lema da competitividade é “salve-se quem puder”; aqui sem regras de convivência, o objetivo é a melhor posição, que estimula disputas beligerantes e a mitigação dos valores morais, prevalecendo o individualismo e o egocentrismo.

Mas o que isso tem a ver com as relações de consumo? Tudo! Se vivemos nesse contexto de austeridades e competitividade egocêntrica, haverá um despotismo do consumo, ou seja, pouco importam as pessoas como seres humanos, pois elas são tão somente clientes em potencial para movimentação da máquina capitalista para geração e acumulação de riquezas. O que resulta em uma perversidade sistêmica, fator de aumento das desigualdades sociais.

Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade. Tornar-se e continuar sendo uma mercadoria vendável é o mais poderoso motivo de preocupação do consumidor, mesmo que geral latente e quase nunca consciente.¹³

Democracia não pode ser entendida exclusivamente como um instrumento de participação igualitária, pois também significa aceitar as

¹¹ SANTOS, op. cit., p. 19.

¹² SANTOS, op. cit., p. 23.

¹³ BAUMAN, Zigmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008. p. 63-64.

obrigações e cumpri-las. Os meios de comunicação eletrônicos são importantíssimos à efetivação da democracia mundial, por isso não devem ser utilizados com o único objetivo de “democratizar o consumo”, mas, principalmente, para servir de canal difusor de informações sobre os prejuízos de um consumo desenfreado, portanto da importância de adotar ações sustentáveis.

Globalização e democracia são processos complementares, os quais revelam cooperação, mas, principalmente, competição e desigualdades. Evidentemente, houve progresso e a maximização de informações com a globalização (acesso à informação sem fronteiras), com isso, aumentam-se o nível de conhecimento e as oportunidades, mas, em conjunto, operam-se graves e preocupantes retrocessos sociais e práticas atentatórias ao princípio democrático.

Giddens¹⁴ propõe uma democratização da democracia, isto é, uma forma de aprofundamento da própria democracia, buscando-se a descentralização do poder, criando-se medidas inibitórias da corrupção em todos os níveis, promovendo-se uma reforma constitucional e a transparência em questões políticas. Processo esse que, embora transnacional, deve estar embasado nas necessidades e especificidades locais.

Como se vê, em um mundo globalizado, é impossível dissociar as esferas políticas, econômicas e sociais, pois, juntas, formam o tripé de qualquer sociedade e das decisões da Administração Pública.

Nota-se que a mídia assume poderes muito grandes nesse processo de globalização, contexto que envolve a questão da democracia e, bem por isso, precisa ser controlada.

Pertinentes são as observações de Chaia:

As TVs a Cabo e o rearranjo de empresas que vão se aglutinando e se fortalecendo, faz com que não exista uma democratização dos meios de comunicação. Temos, sim, controles absolutos desses meios de comunicação e que transmitem sistemas simbólicos, sistemas de representação. Além disso, são eles que agendam determinadas questões que serão debatidas pela sociedade e pelos governantes.¹⁵

¹⁴ GIDDENS, op. cit., p. 84-86.

¹⁵ CHAIA, Vera Lúcia. Globalização e democracia. *Mediações*, Londrina, p. 7-17, 1997. Edição Especial.

A partir daí, pode-se inferir que não há democracia social e tampouco econômica no mundo capitalista; não se tem espaço para o consumo sustentável, pois quanto mais se consumir mais robusto esse sistema será.

A preocupação com o *pós-consumo*, ou seja, com os impactos ambientais e sociais causados por uma simples escolha na gôndola do supermercado se faz urgente, sendo necessárias mudanças nas campanhas publicitárias, pois é função social dessas empresas informar/alertar para o consumo sustentável, pois todos são corresponsáveis pela proteção ambiental e a preservação do Planeta para o equilíbrio e a saúde coletiva, isso é a concretização da função social e da solidária.

No sentido de uma maior conscientização em prol do consumo sustentável, verifica-se a necessidade de implementar algumas medidas inibitórias da atuação publicitária, restringindo-se o campo de atuação com vistas a evitar-se o consumo compulsivo que atinja o mínimo existencial do consumidor, comprometendo, assim, sua subsistência e a do seu núcleo familiar.

Restrição da publicidade e da propaganda “do consumismo” para a proteção do mínimo existencial

Inquestionável é o poder da mídia na vida e no comportamento das pessoas. A publicidade, em tempos globalizados, tem amplo alcance, podendo atingir um número inestimável de pessoas, inclusive crianças, pois aqui vige a genuína democracia isonômica: todos são consumidores em potencial, sem preconceitos ou qualquer discriminação, não importa a idade, a condição financeira, a condição física e/ou mental, a raça, o credo, pois o importante é consumir.

Fato é que o consumo mudou de figura com o passar dos tempos, posto que já não há mais autonomia da produção, na qual o fato gerador do consumo seria a produção. Hoje se produz o espírito consumidor (os meios de comunicação formam consumidores), precedendo a própria produção de bens e serviços. A “autonomia da produção cede lugar ao despotismo do consumo. Daí o império da informação e da publicidade”.¹⁶

¹⁶ SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 24.

O consumo desnecessário e compulsivo gera consequências extremamente prejudiciais nas esferas econômica, social e ambiental. O consumidor tem o direito de receber informação verídica e conhecer os riscos (pessoais e sociais) do consumo compulsivo e de sua responsabilidade para com a coletividade e o meio ambiente. Cabe ao Poder Público criar políticas públicas para a garantia e a efetividade dos direitos fundamentais, sociais, difusos e coletivos, delineando as limitações e promovendo uma fiscalização mais severa dos meios de comunicação e as informações que são veiculadas para segurança jurídica do consumidor, de sua família, bem como para proteção do meio ambiente e sua garantia às futuras gerações.

As famílias brasileiras estão com o maior índice de endividamento dos últimos dez anos, chegando a 46,3%, ou seja, quase a metade da renda familiar está comprometida com dívidas. Os dados fornecidos pelo Banco Central são baseados no total das dívidas das famílias em relação à renda acumulada nos últimos 12 meses. Tirando da conta o crédito habitacional, essa parcela de endividamento cai para 27,61%. Inclusive a pesquisa demonstrou que as famílias comprometeram, em abril, 21,98% da renda para pagar dívidas de períodos passados.¹⁷

O aumento do endividamento não é um problema isolado, da pessoa (ou da família) que está nessa condição, mas de toda a sociedade, pois, quanto maior for o risco à economia (a taxa de inadimplência) maior será a taxa de juros – e isso já pode ser verificado. Os juros do cheque especial estão em 241,3% ao ano, o maior patamar desde dezembro de 1995, segundo dados do Banco Central (BC) (2015). Exemplificando: se um consumidor fizer uma dívida de R\$ 1.000,00 no cheque, irá dever ao banco, daqui a 12 meses, R\$ 3.413,00.¹⁸

E quanto ao cartão de crédito? Segundo o BC, os juros do cartão de crédito rotativo, que incidem quando os clientes não pagam a totalidade de sua fatura, atingiram expressivos 372% ao ano em junho – a mais alta de todas as modalidades de crédito. Inclusive a recomendação é para

¹⁷ ENDIVIDAMENTO das famílias chega a 46,3%, o maior em dez anos, mostra o BC. Globo.com. Economia, 15 jun. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2015/06/endividamento-das-familias-chega-463-o-maior-em-10-anos-mostra-bc.html>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

¹⁸ ENDIVIDAMENTO das famílias chega a 46,3%, o maior em dez anos, mostra BC. Globo.com. Economia, 15 jun. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2015/06/endividamento-das-familias-chega-463-o-maior-em-10-anos-mostra-bc.html>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

evitar cartões de crédito; usá-los somente em extrema necessidade e por um período curto de tempo.¹⁹

O aumento dos juros bancários acompanha a alta da taxa básica da economia, fixada pelo BC a cada 45 dias para tentar conter as pressões inflacionárias. Desde outubro do ano passado, o BC vem subindo os juros ininterruptamente. Naquele momento, a taxa estava em 11% ao ano. No fim de maio, já havia avançado para 13,75% ao ano, um aumento de 2,75 pontos percentuais. Os números mostram que os bancos elevaram suas taxas de juro ao consumidor de maneira mais intensa.²⁰

Os efeitos dos cartões de crédito e dos cheques são perigosíssimos. Para Botsman e Rogers²¹ o poder que este “dinheiro de plástico exerce sobre as nossas mentes” é grande; gastamos mais e pensamos menos com o cartão de crédito nas mãos. Para o neurocientista Loewenstein,²² “a natureza dos cartões de crédito garante que seu cérebro seja anestesiado contra a dor do pagamento”.

A compulsão por compras chama-se *oneomania*. Geralmente os consumidores compulsivos sofrem de distúrbios de humor, ansiedade excessiva e depressão. A necessidade de comprar, de possuir coisas novas, a única forma de prazer, passa muito rápido, por isso a necessidade de comprar sempre e cada vez mais.

Nesse sentido, o consumismo leva ao endividamento e à dilapidação do patrimônio do consumidor, comprometendo o mínimo existencial e a própria subsistência familiar.

O princípio do mínimo existencial não está expresso na Constituição Federal de 1988 (CF/88), entretanto, ao estatuir os direitos e as garantias fundamentais (art. 5º) e os direitos sociais (art. 6º), garantindo direitos imprescindíveis à existência humana, tais como: o direito à vida, à segurança, à propriedade, à saúde, à alimentação, ao trabalho, à moradia, ao lazer, à previdência social, dentre outros, a Constituição impôs ao Estado o ônus do fornecimento de todos esses direitos, resguardando, nesse

¹⁹ JURO do cheque é o maior desde 1995 e o do cartão sobe para 372% ao ano. Globo.com. G1 Economia, 30 jul. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2015/07/juro-do-cartao-sobe-para-372-ao-ano-e-do-cheque-e-maior-desde-95.html>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

²⁰ Idem.

²¹ BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Trad. de Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011. p. 23.

²² Apud BOTSMAN; ROGERS, op. cit., p. 25.

sentido, uma parcela mínima necessária à sobrevivência do homem. Contudo, não basta garantir o direito à vida, mas essa vida deve ter dignidade, portanto, garante-se um rol mínimo de direitos ao cidadão, conteúdo esse chamado de mínimo existencial.

Portanto, responsabilizar as instituições financeiras e os fornecedores de produtos e serviços que conferem crédito sem critérios e de forma deliberada, intentando somente vender sem ter garantias de que esse consumidor tenha condições de saldar sua dívida, com base nos artigos do *Codex Consumerista*: 4º *caput*; 6º Inc. II, IV e VII combinados com o art. 170 da CF/88 em prol de uma existência digna e de justiça social. Juntamente com a Lei 12.305/2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, art. 7º, objetivo no Inc. III, “estímulo à adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços”. Em um mundo globalizado, a responsabilidade deve ser solidarizada, isto é, urge a criação de uma cadeia de responsabilidades para a garantia do mínimo existencial.

Interpretação teleológica da teoria das incapacidades do direito civil: a possibilidade de interdição do consumidor compulsivo no enquadramento da prodigalidade

Quanto à Teoria das Incapacidades do Direito Civil, especificamente quanto ao conceito de pródigo, poderia ser aplicado como fator de incapacidade relativa servindo de base às interdições de consumidores compulsivos?

A capacidade jurídica revela a aptidão à aquisição de direitos e à assunção de deveres pela pessoa. Portanto, a capacidade é a regra, e a incapacidade, sua exceção. O art. 4º do Código Civil/2002 traz as hipóteses, excepcionais, relativizando a capacidade jurídica da pessoa natural. Dentre elas está a prodigalidade (Inc. IV). Pródigo “é a pessoa que, desordenadamente, gasta os seus haveres, dilapidando o seu patrimônio, de modo a comprometer a sua subsistência [...] [e] a tessitura familiar e social”;²³ lembrando que a incapacidade do pródigo somente atinge a prática de atos de natureza patrimonial, atos esses passíveis de anulação (art. 171, Inc. I, CC).

²³ FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. *Curso de direito civil*: parte geral e LINDB. 13. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 2015. v. 1. p. 281.

Uma pessoa dominada pelo consumo é incontrolável financeiramente; perdeu as rédeas de seu orçamento; gasta mais do que tem e, por tal motivo, dilapida seu patrimônio, assumindo dívidas que não conseguirá saldar. Haveria, portanto, a possibilidade de interdição? Estaremos diante de uma ampliação, ou melhor, ante uma reestruturação do conceito de prodigalidade e das possibilidades de interdição, contemplando as relações de consumo?

E as empresas que, a partir dos anos 50, começaram a reduzir a durabilidade dos produtos, o que fariam aqueles que não se influenciam por modernidades, por comprarem novos produtos, querendo ou não. Isso é chamado de “obsolescência planejada”, “um conceito sugerido pela primeira vez” no ano de 1932, por “um corretor de imóveis de Manhattan”. Mas foi na década de 50 (séc. XX) que os produtos começaram a ser “projetados para o lixo”.²⁴

Como enfrentar os problemas e as incertezas da contemporaneidade, originárias da servidão moderna com caminhos traçados pelo capital, o dono do poder e da dominação? Onde ficará a democracia, a autonomia e a liberdade de opção, de escolha, de compra? Estaremos à beira da padronização da vida e dos comportamentos para garantia do sistema que nos escraviza? É tempo de mudar paradigmas, de adquirir consciência e desbravar esse caminho na busca pela vida, pela solidificação de relacionamentos humanos e proteção do meio ambiente a partir de ações sustentáveis.

“A cultura do supérfluo vem nos manipulando e conduzindo a humanidade ao esgotamento dos recursos naturais. Consumidos muito mais do que o necessário, e sem critérios. Mas uma mudança de cultura é possível, a partir da mudança de cada um.” De tudo o que compramos, somente 20% é realmente necessário. Os outros 80% são produtos supérfluos.²⁵ Por isso é tão importante reavaliar os padrões de consumo e reorganizar nossa vida sob a ótica da sustentabilidade.

²⁴ BOTSCHAN; ROGERS, op. cit., p. 31.

²⁵ GONÇALVES; OLIVEIRA, op. cit., p. 43.

Consumo e meio ambiente: sustentabilidade econômica, social e ambiental

Os avanços tecnológicos e os grandes progressos industriais trouxeram benefícios científicos e tecnológicos, mas também degradação e devastação do meio ambiente (poluição do mar, do ar e dos rios; esgotamento do solo; efeito estufa; chuva ácida; mudanças climáticas, etc.).

Nesse viés, imperioso é associar consumo, meio ambiente e sustentabilidade. Todavia, sustentabilidade pressupõe três dimensões: econômica, social e ambiental. “A imagem do tripé é perfeita para entender a sustentabilidade. No tripé estão contidos os **aspectos** econômicos, ambientais e sociais, que devem interagir, de forma holística, para satisfazer o conceito.”²⁶ Portanto, casos esses três pilares não coexistam, não há de se falar em sustentabilidade.

A sustentabilidade social está relacionada ao ser humano, à força de trabalho (mão de obra às empresas) ou a aspectos relacionados à comunidade, como a desigualdade social, a educação, a violência, etc. Uma sociedade sustentável pressupõe que os cidadãos tenham o mínimo para uma vida digna. “Isso significa erradicar a pobreza e definir o padrão de desigualdade aceitável, delimitando limites mínimos e máximos de acesso a bens materiais. Em resumo, implantar a velha e desejável justiça social.”²⁷ A sustentabilidade ambiental trata dos recursos naturais, demandando cuidados no curto, médio e longo prazos. Essa seara é a mais delicada e preocupante, pois os recursos naturais são bens finitos, e as consequências da degradação ambiental e da exploração excessiva desses recursos afetam e trazem resultados danosos a toda sociedade, muitas vezes irremediáveis e irreversíveis. Por essa razão, o modelo de produção e consumo deve ser compatível com a base material da economia. Toda atividade empresarial implica impactos ambientais, sem exceção, umas mais e outras menos. “Trata-se, portanto, de produzir e consumir de

²⁶ PILARES da Sustentabilidade. Laboratório de Sustentabilidade. Departamento de Engenharia de Computação e Sistemas Digitais. Escola Politécnica. In: *Universidade de São Paulo*. Disponível em: <<http://lassu.usp.br/sustentabilidade/pilares-da-sustentabilidade>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

²⁷ NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 26, n. 74, p. 51-64, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142012000100005&script=sci_arttext>. Acesso em: 5 mar. 2016. p. 56.

forma a garantir que os ecossistemas possam manter sua autorreparação ou capacidade de resiliência.”²⁸

Já a sustentabilidade econômica está direcionada às finanças, envolve recursos financeiros, pressupondo planejamento, organização e gerenciamento da produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Suas ações se refletem na economia do país, na taxa de juros, no crédito, no crescimento e no desenvolvimento de qualquer nação. “Supõe o aumento da eficiência da produção e do consumo com economia crescente de recursos naturais, com destaque a recursos permissivos como as fontes fósseis de energia e os recursos delicados e mal distribuídos, como a água e os minerais.”²⁹ Bem por isso, não há como separá-las, estão intimamente ligadas e uma reflete consequências nas outras.

Pensando em sustentabilidade nas relações de consumo, importante é destacar três aspectos:

1º) *responsabilidade do consumidor*: deve ponderar suas ações e consumir de forma consciente, sustentável e fazê-lo como forma de protesto ou incentivo.

O consumidor consciente é aquele que atua na construção de uma sociedade mais justa e equilibrada, sem desperdícios. É alguém capaz de transformar o simples ato de consumir em incentivo ou protesto. Os clientes são as pessoas mais importantes para qualquer empresa; são eles que escolhem, compram e pagam pelo produto, garantindo o sucesso dos negócios.³⁰

2º) *inclusão social*: o consumo não promove a inclusão social, mas acentua as desigualdades já existentes.

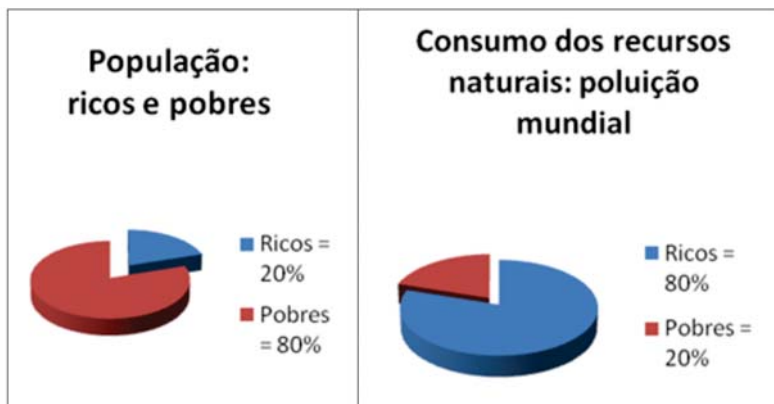
Do gráfico que segue, conclui-se que o consumo não promove a inclusão social, pelo contrário, acentua, ainda mais, as desigualdades. Além disso, se verifica que a classe alta degrada muito mais que a classe baixa que é a maioria da população.

²⁸ NASCIMENTO, op. cit., p. 55.

²⁹ Idem.

³⁰ GONÇALVES, Pólita. Op. cit., p. 59.

Gráfico 1 – Consumo dos recursos naturais e poluição mundial



Fonte: Gonçalves, op. cit., p. 6.

3º) *atuação estatal incipiente*: poucos estados brasileiros têm demonstrado preocupação com resíduos sólidos e seu correto descarte. Considerando as unidades de tratamento ativas, (Bahia e Santa Catarina) possuem uma cada, Minas Gerais, quatro e São Paulo 18 pontos para reciclagem de eletrônicos – lixo que mais degrada o meio ambiente.³¹

Um mecanismo importante para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável é o processo licitatório. A Lei 12.349, de 15 de dezembro de 2010, alterou o art. 3º da Lei 8.666/1993 (Lei de Licitações), cuja nova redação inclui como dever da Administração Pública a necessidade de inserção de critérios sociais, ambientais e econômicos nas contratações de bens e serviços, bem como na execução de obras públicas por meio de uma licitação sustentável.

A Lei de Licitações regulamenta a exigência constitucional de licitar (art. 37, Inc. XXI), ou seja, traça diretrizes para o procedimento administrativo formal pelo qual a Administração Pública convocará, mediante edital ou carta-convite, empresas interessadas que se encaixem nos perfis previamente estabelecidos e vinculados no instrumento convocatório, para a apresentação de propostas, visando à contratação de bens e serviços. O objetivo é garantir a isonomia do processo e selecionar a proposta mais vantajosa à Administração Pública e, agora,

³¹ VIKTOR, Mariana. Onde os eletrônicos vão morrer (e matar). Globo.com. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87014-7943-217,00-ONDE+OS+ELETRONICOS+VAO+MORRER+E+MATAR.html>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

com a alteração legislativa, a promoção do desenvolvimento nacional sustentável.

Com essa medida, pretende-se direcionar a aquisição de bens e serviços do setor público a partir de empresas que respeitem critérios de sustentabilidade, gerando-se, assim, significativos benefícios socioambientais, reduzindo-se os impactos ambientais e estimulando um mercado mais sustentável.

Em face disso, é importante reduzir o consumo para diminuir a produção de lixo, repensando as ações e comprando somente o necessário. Associado à redução, o consumidor deve adotar a reutilização, a reciclagem e a reforma de produtos, prolongando, assim, a durabilidade e evitando novas compras. E, por fim, buscar novas formas de consumo colaborativo, redistribuindo o que já existe. Trata-se de adotar ações conscientes e sustentáveis em prol do equilíbrio e de uma sadia qualidade de vida e da preservação do meio ambiente, bem de todos, às futuras gerações.

Aplicação dos princípios da função social e da função solidária da empresa

O Código Civil adota como princípios regentes a sociabilidade, a eticidade e a operatividade e, especificamente, para os contratos, também vigem a boa-fé objetiva (arts. 113, 187 e 422, CC/2002) e a função social, verdadeiros balizadores das contratações, limitando a autonomia privada (art. 421, CC/2002).

Por um exercício de hermenêutica a partir da finalidade das normas, depreende-se que a função social do contrato é um princípio social pelo qual a função de criar direitos e deveres *inter partes* está superada, pois há um objetivo maior, transcendente a ela: atender aos interesses coletivos sob pena de o Estado interferir na relação originária, ajustando-a à função social inobservada.

A CF/88 garante o direito à propriedade privada, mas a condiciona ao atendimento de sua função social (art. 5º, Inc. XXIII). O art. 170 trata da ordem econômica e social, exprimindo com valores fundantes a valorização do trabalho humano e a livre-iniciativa, com vistas a uma existência digna, conforme os ditames da justiça social e remete à observância de alguns princípios, dentre eles a função social da propriedade (Inc. III).

Moraes leciona:

Ao imputar, ao Estado e a todos os membros da sociedade, o encargo de construir uma “sociedade solidária”, através da distribuição de justiça social, o texto constitucional agregou um novo valor aos já existentes, ao estabelece natureza jurídica ao dever de solidariedade, que tornou passível, portanto, de exigibilidade. Criou, assim, o Estado Democrático e Social de Direito, tanto por atribuir valor social à livre iniciativa como por projetar a erradicação da pobreza e da marginalização social, entre outras disposições.³²

O paradigma da solidariedade faz a maioria da sociedade acreditar na existência de uma ordem real, “na qual cada ser humano assume a sua responsabilidade social, considerando, a par disso, a existência e a dignidade do outro, para, ao final, equilibrar direitos individuais, coletivos e difusos em um novo sistema de direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais”.³³ O princípio da solidariedade deve orientar ações individuais em prol do coletivo, em virtude de constituir um desdobramento do mandamento constitucional da dignidade da pessoa. “A busca desta fraternidade deve ser realizada na relação do povo com o próprio povo, além, é claro, das relações entre Estado e sociedade, pois, antes de ser um preceito legal, é um atributo moral.”³⁴

Nessa seara, a atividade economicamente organizada, a empresa, deve perseguir uma função social com reflexo do direito ao exercício da propriedade. Assim, deve haver compatibilização da atividade e dos objetivos empresariais conferidos pelo princípio da livre-iniciativa e do

³² MORAES, Maria Celina Bodin de. *O princípio da solidariedade*. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAABsacAF/pricipio-solidariedade-maria-celina-bodin-moraes>>. Acesso em: 26 mar. 2016.

³³ CARDOSO, Alenilton da Silva. Hermenêutica constitucional solidária. *Direito e Humanidades*, São Paulo, n. 24, p. 1-8, 2013. Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_direito/issue/view/177>. Acesso em: 27 mar. 2016. p. 4.

³⁴ KUNDE, Bárbara Michele Moraes; PEDROSO, Mariane; SWAROWSKI, Vinícius Cassio. Princípio da solidariedade e constitucionalização do direito privado: uma análise conceitual e sua inter-relação. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS, 11., 7., 2014, Santa Cruz do Sul. *Anais eletrônicos...* Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2014. Disponível em: <<http://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidsp/article/viewFile/11671/1500>>. Acesso em: 27 mar. 2016.

direito à propriedade com a função social da empresa. E quanto ao princípio da função solidária? Seriam elas sinônimos?

O art. 3º, Inc. I da CF/88 erigiu como um dos pilares do Estado Democrático de Direito o princípio da solidariedade, no qual um dos objetivos fundamentais da República brasileira é a construção de uma sociedade livre, justa e solidária. “Surge aí o signo do Estado Democrático de Direito, voltado à realização da justiça social, tanto quanto a fórmula da liberdade, igualdade e fraternidade o fora no Estado liberal proveniente da Revolução Francesa.”³⁵

Verifica-se alta carga de cooperação, amparo, auxílio, cuidado, um sentimento de cumplicidade, reciprocidade, enfim de solidarização entre as pessoas; sentimentos e condutas enraizados no princípio em análise, valores éticos, morais e humanos que devem nortear as relações individuais em todas as searas. “Enquanto princípio jurídico materializado na Constituição Federal, a solidariedade expande-se por todas as áreas do direito, oxigenando-as, orientando os rumos a serem seguidos e impedindo a manutenção de atos a ela contrários.”³⁶

Essa forma de pensar propõe uma função social ao direito apregoando a ideia de sociedade como instrumento para o desenvolvimento humano. Consequentemente, a solidariedade conduz à prática da justiça e infere uma mudança de comportamento para o atendimento da dignidade humana. “O direito e o comportamento de solidariedade, enfim, contrapõem-se à indiferença, responsabilizando o indivíduo para com seu semelhante, colocando-o em uma perspectiva de responsabilidade com os hipossuficientes, os cidadãos de outros países e até mesmo com [as] futuras gerações.”³⁷

Mesmo que aparentemente os princípios da função social e da função solidária guardem similitude, cada um tem o seu valor e a sua aplicabilidade. Portanto, não são idênticos. Pela função social, a empresa, além de visar ao lucro, deve preocupar-se com a comunidade, pelo menos a do seu entorno, pautando pelas decisões e ações no bem coletivo, observando a legislação e os direitos trabalhistas dos consumidores e promovendo ações

³⁵ CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Função solidária: a terceira dimensão dos contratos. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=7283518d47a05a09>>. Acesso em: 28 mar. 2016.

³⁶ Idem.

³⁷ CARDOSO, op. cit., p. 7.

de proteção do meio ambiente, implantando medidas para redução dos impactos ambientais, enfim a função social da empresa é uma forma de valorização do trabalho humano e de efetividade da dignidade humana, ao passo que a função solidária vai mais além, estimula um comportamento de cooperação, de colaboração para o desenvolvimento social, inclusive pensando nas gerações futuras, transcendendo as obrigações impostas pelo ordenamento jurídico-positivo na construção de uma sociedade harmônica nos ditames da justiça social.

Conclusão

A globalização possui aspectos positivos e negativos que influenciam na vida humana em todas as esferas (social, política, econômica, tecnológica, ambiental, cultural, etc.). Sendo assim, alterou as relações de consumo e tornou as pessoas escravos modernos.

O consumismo gera impactos ambientais, sociais e econômicos. Provoca degradação e poluição ambiental; acentua as desigualdades sociais; promove a concentração de riquezas e o endividamento do consumidor. Por isso sustentabilidade pressupõe as esferas econômica, social e ambiental.

Mas o consumidor pode ser tão vilão quanto às empresas na produção de resíduos para degradação do meio ambiente. Consome-se bem mais do que se necessita e, por isso, gera-se muito mais lixo do que se deveria.

Aplicação do mínimo existencial às relações de consumo. Responsabilizar as instituições financeiras e os fornecedores de produtos e serviços que conferem crédito sem critérios e de forma deliberada, intentando somente vender sem ter garantias que esse consumidor tenha condições de saldar a dívida (arts. 4º *caput*, 6º Incs. II, IV e VII do CDC c.c. art. 170 da CF/88) em prol de uma existência digna e de justiça social. Juntamente com base na Lei Nacional de Resíduos Sólidos, art. 7º, objetivo no Inc. III, estimulando a adoção e os padrões sustentáveis.

Reconstrução do conceito de *pródigo*, abarcando o consumidor compulsivo para resguardar os patrimônios pessoal e familiar.

Deve haver uma compatibilização entre o elemento econômico da empresa (lucro) e o ideal jurídico (a defesa dos direitos fundamentais, em especial de uma vida com dignidade). O desvio da função solidária e a política influenciam no processo democrático e, juntamente com o mercado de consumo, “coisificam” pessoas.

A função social difere da função solidária, a primeira coloca a empresa em situação de alerta, pressupõe uma gestão pautada pela valorização do trabalho humano, pelo cumprimento da lei, pelo respeito ao consumidor e pela implantação de medidas para redução dos impactos ambientais, a função social determina o exercício da atividade empresarial com vistas ao bem social e à efetividade da dignidade humana. A segunda, a função solidária, é mais ampla e indica um comportamento de cooperação, de colaboração em prol do desenvolvimento e da justiça social, inclusive pensando nas gerações futuras; trata-se de um desdobramento do princípio da solidariedade, direito fundamental de terceira-dimensão. Embora diferentes, pode-se dizer que ambas se complementam na persecução dos objetivos da República Federativa do Brasil (art. 3º) para a construção de uma sociedade justa e solidária.

Referências

ALMEIDA, Roberto Ribeiro de. A coisificação do sujeito de direito e os limites da humanização: uma análise de *História e consciência de classe* (1923), de György Lukács. In: ALMEIDA, Guilherme Assis de; PRADO, Alessandro Martins; SEVERO, Thais Lara Marcozo (Org.). *A constituição do sujeito de direitos humanos*. Curitiba: CRV, 2015. v. 1. Cap. 17, p. 307-322.

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

BONAVIDES, Paulo. *Direitos fundamentais, globalização e neoliberalismo*. Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/files/anexos/14991-14992-1-PB.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2016.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Trad. de Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 5 fev. 2016.

BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 5 fev. 2016.

BRASIL. Lei 12.305, de 2 agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm>. Acesso em: 8 fev. 2016.

BRASIL. Lei 12.349, de 15 de dezembro de 2010. Altera as Leis 8.666, de 21 de junho de 1993, 8.958, de 20 de dezembro de 1994, e 10.973, de 2 de dezembro de 2004; e revoga o § 1º do art. 2º da Lei 11.273, de 6 de fevereiro de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112349.htm>. Acesso em: 15 maio 2016.

CAMPELLO, Lívia Gaigher Bósio; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Função solidária: a terceira dimensão dos contratos. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=7283518d47a05a09>>. Acesso em: 28 mar. 2016.

CARDOSO, Alenilton da Silva. Hermenêutica constitucional solidária. *Direito e Humanidades*, São Paulo, n. 24, p. 1-8, 2013. Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_direito/issue/view/177>. Acesso em: 27 mar. 2016.

CHAIÁ, Vera Lúcia. Globalização e democracia. *Mediações*, Londrina, p. 7-17, 1997. Edição Especial.

ENDIVIDAMENTO das famílias chega a 46,3%, o maior em dez anos, mostra BC. Globo.com. Economia, 15 jun. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2015/06/endividamento-das-familias-chega-463-o-maior-em-10-anos-mostra-bc.html>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. *Curso de direito civil: parte geral* e LINDB. 13. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 2015. v. 1.

GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrolado: o que a globalização está fazendo de nós*. 6. ed. Trad. de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Record, 2007.

JURO do cheque é o maior desde 1995, e o do cartão sobe para 372% ao ano. Globo.com. G1 Economia, 30 jul. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2015/07/juro-do-cartao-sobe-para-372-ao-ano-e-do-cheque-e-maior-desde-95.html>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

KUNDE, Bárbara Michele Moraes; PEDROSO, Mariane; SWAROWSKI, Vinícius Cassio. Princípio da solidariedade e constitucionalização do direito privado: uma análise conceitual e sua inter-relação. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS,

11., 7., 2014, Santa Cruz do Sul. *Anais eletrônicos...* Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2014. Disponível em: <<http://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidssp/article/viewFile/11671/1500>>. Acesso em: 27 mar. 2016.

GONÇALVES, Carla Ferreira; OLIVEIRA, Joaquim Humberto Coelho de. Do modelo de sociedade industrial ao de sociedade da informação: proteções jurídicas às inovações tecnológicas. *Revista de Direito da Unigranrio*, Duque de Caxias, v. 4, n. 1, p. 44-71, 2011. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/rdugr/article/viewFile/1393/720>>. Acesso em: 8 fev. 2016.

GONÇALVES, Pólita. *A cultura do supérfluo: lixo e desperdício na sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

MORAES, Maria Celina Bodin de. *O princípio da solidariedade*. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAABsacAF/pricipio-solidariedade-maria-celina-bodin-moraes>>. Acesso em: 26 mar. 2016.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 26, n. 74, p. 51-64, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142012000100005&script=sci_arttext>. Acesso em: 5 mar. 2016.

PILARES da sustentabilidade. Laboratório de sustentabilidade. Departamento de Engenharia de Computação e Sistemas Digitais. Escola Politécnica. *Universidade de São Paulo*. Disponível em: <<http://lassu.usp.br/sustentabilidade/pilares-da-sustentabilidade>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

REALE, Miguel. *Teoria tridimensional do direito*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 1994.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

VIKTOR, Mariana. Onde os eletrônicos vão morrer (e matar). Globo.com. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87014-7943-217,00-ONDE+OS+ELETRONICOS+VAO+MORRER+E+MATAR.html>>. Acesso em: 24 mar. 2016.