

## Consumocentrismo e os seus reflexos socioambientais na sociedade contemporânea

*Consumocentrismo and its social and environmental consequences of contemporary society*

Agostinho Oli Koppe Pereira\*

Cleide Calgaro\*\*

Henrique Mioranza Koppe Pereira\*\*\*

**Resumo:** No presente artigo analisa-se o consumocentrismo na sociedade contemporânea e seus reflexos socioambientais. Num primeiro momento, estabelecem-se os parâmetros do consumocentrismo, sob a ótica observada, visualizando a incidência desse novo comportamento social na sociedade contemporânea. Estabelecidas essas referências, trabalham-se, no segundo momento, os reflexos socioambientais causados pelo consumocentrismo, possibilitando uma reflexão sobre o modo de vida que, por ir além do hiperconsumismo, causa severos e nefastos impactos à sociedade e ao meio ambiente. O método utilizado é o analítico, tendo como fundamentos estudos bibliográficos. Por final, se elaboram algumas considerações que levantam possibilidades para o enfrentamento dos problemas que envolvem consumo, sociedade e meio ambiente. Nesse ínterim, se concebe a necessidade de uma mudança na racionalidade moderna e se configura a

\* Doutor em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Pós-Doutorando em Direito pela Unisinos. Mestre em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professor e pesquisador no Programa de Mestrado e na Graduação em Direito da Universidade de Caxias do Sul (UCS). Coordenador do grupo de pesquisa “Metamorfose Jurídica”. E-mail: Agostinho.koppe@gmail.com

\*\* Doutora em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Pós-Doutorado em Filosofia e Pós-Doutoranda em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Mestre em Direito e em Filosofia pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Pesquisadora do grupo de pesquisa “Metamorfose Jurídica”. Professora na UCS, no Programa de Pós-Graduação em Direito. E-mail: ccalgaro1@hotmail.com

\*\*\* Doutor em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul; Mestre em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Professor-pesquisador e colaborador no grupo de pesquisa “Metamorfose Jurídica” da UCS.

indispensabilidade de novas políticas públicas voltadas à preservação ambiental e à minimização dos impactos sociais causados pelo consumocentrismo, políticas, essas, concatenadas com a busca de cooperação social em uma sociedade com menos injustiças socioambientais.

**Palavras-chave:** Consumocentrismo. Meio ambiente. Novos direitos. Reflexos socioambientais. Sociedade moderna.

**Abstract:** This article analyzes the consumecentrism in modern society and its social and environmental consequences. At first, the authors establish the consumecentrism parameters, visualizing the impact of this new social behavior on contemporary society. Established these references, use it on the social and environmental consequences caused by consumecentrism, allowing a reflection on the way of life, to go beyond the hiperconsume that cause severe and adverse impacts to society and environment. The method used is the analytical, with the bibliographic studies. By the end, presents some considerations that bring possibilities for dealing with problems involving consumption, society and the environment. Meanwhile, conceives the need for a change in modern rationality and sets up new public policies aimed at environmental conservation and minimizing the social impact caused by consumecentrism. These policies, concatenated with the search for social cooperation in a society with less social and environmental injustice.

**Keywords:** Consumecentrism. Environment. New rights. Social and environmental consequences. Modern society.

## Introdução

Os autores do presente artigo buscam, com este trabalho, estudar a noção consumocentrista na sociedade contemporânea e os impactos socioambientais que a mesma causa. Dessa forma, inicialmente, se objetiva esclarecer o que vem a ser *visão consumocentrista* na ótica do autores e quais são os reflexos que a mesma causa no meio ambiente e nas questões sociais. Para tal será utilizado o método analítico, através de estudo bibliográfico.

Entende-se que o consumocentrismo é um elemento concentrador de consumo como centro do universo para o indivíduo e a sociedade moderna/contemporânea, sendo que, desse modo, o mesmo se imiscui no cotidiano das pessoas e da sociedade, causando fortes impactos socioambientais.

Também se vislumbra estudar quais são esses impactos socioambientais, os seus efeitos na sociedade e como é possível minimizar

os mesmos no momento social que se vive. Conclui-se que deve haver uma mudança de racionalidade, no sentido de as pessoas entendam a sua função na sociedade como cidadãos participativos, formados por direitos e obrigações. Essa participação, seja através de políticas públicas locais que os fazem se sentir pertencentes, seja através de uma ideia de cooperação social, pautada pelo fato de que esses cidadãos interagem em torno do bem comum. Outro elemento que necessita de mudanças é o sistema capitalista voltado à visão de lucro das grandes corporações, que criam padrões de consumo que somente visam ao lucro, independentemente do que possa ocorrer nos âmbitos social e ambiental. Nessa seara, ainda se deve tecer comentários sobre o Estado Democrático de Direito, pois o mesmo deve cumprir sua função na sociedade contemporânea, com sua presença voltada à criação de políticas públicas eficazes e capazes de minimizar os danos socioambientais criados pelo consumocentrismo.

Para tal, se divide o trabalho em duas partes: inicialmente, se analisa o consumocentrismo na sociedade contemporânea, para, posteriormente, verificar quais são os reflexos socioambientais do mesmo na sociedade moderna atual.

## **O consumocentrismo na atual sociedade**

Para abordar o tema *consumocentrismo*, *a priori*, deve-se esclarecer que os autores deste artigo não possuem o mesmo entendimento que é exposto na doutrina difundida sobre a palavra em comento.

Doutrinariamente, o consumocentrismo ficou atrelado à possibilidade de o consumidor ser o detentor do comando das situações de conflito que se apresentam na sociedade moderna de consumo, sendo, portanto, o consumidor, visto como o centro dessas atividades. Assim, a ideia de consumocentrismo exposta, até o presente momento, se desenvolve sob o prisma que coloca o consumidor como elemento capacitado para nortear as regras do jogo dentro do mercado.

O presente artigo desenvolve a ideia de consumocentrismo sob outro prisma, inovando o conceito de forma significativa à comunidade acadêmica, uma vez que os mesmos não comungam da ideia de que o consumidor tenha o poder de decisão e a força para impor os rumos do consumo no mercado.

Neste artigo, os autores visam a uma posição diferenciada de consumocentrismo, cuja ideia que se apresenta surge no deslocamento do enfoque direcionado ao consumidor para concentrá-lo, especificamente, no consumo. Nesse viés, 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. Dessa forma, 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.

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.

Nesse cenário, na sociedade moderna consumocentrista, entende-se 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. Assim, a noção de consumocentrismo, na forma que se apresenta para o presente trabalho, demonstra a influência do mercado nas tomadas de decisão que envolvem o consumo e os aspectos socioambientais.

Com o consumocentrismo, as questões sociais e ambientais são postas em segundo plano, visto que para o consumidor o importante é consumir; para as grandes corporações o importante é lucrar. Isso faz com que a natureza e as questões sociais deixem de ser observadas. Por um lado, que a natureza tenha seus recursos explorados desmedida e insustentavelmente e, por outro, que as desigualdades sociais e a pobreza sejam tidas como algo aceitável na sociedade.

O consumocentrismo emerge de uma teia de complexidade, e a sociedade moderna faz com que o consumo se torne o centro de todas as ações e que as pessoas se tornem reféns de um sistema que faz com que as mesmas se tornem seres adestrados. Esse adestramento leva o indivíduo a comprar, muitas vezes, sem saber o por que está comprando, e isso o leva ao ciclo sistêmico de consumo. Esse ciclo sistêmico o conduz a concentrar sua vida no consumo, buscando sempre algo novo para se satisfazer. São necessidades criadas pelo mercado, que muito bem poderiam ser postas de lado.

A modernidade trouxe avanços à sociedade, permitiu grandes conquistas tanto na teoria como na prática, mas fortaleceu as grandes corporações e o capital, fazendo com que o indivíduo se tornasse fraco e vulnerável diante do arcabouço consumocentrista que se criou. Para entender a modernidade, é importante que se analise os seus pressupostos, como se pode observar no excerto que segue:

A modernidade veio com a possibilidade [de], por meio de conceitos concretos e desenvolvidos sob a ótica das certezas tecnológicas e científicas, além, certamente, da utilização da razão como forma de dominação da natureza, estabelecer uma sociedade capaz de proporcionar felicidade e satisfação a todos os cidadãos [...]. Com a modernidade, surgem aspectos como o dinamismo tecnológico, a forte vinculação com a razão; a idéia de ciência, como elemento de exatidão e certeza; a liberdade vinculada à razão; o otimismo exagerado de benesses a todos, dentro da idéia de globalização, entre outros. (PEREIRA et al., p. 230, 2008).

Os padrões do consumocentrismo estão no fato de que o consumo está presente no centro da vida das pessoas. Os indivíduos que antes eram cidadãos e agora são consumidores adestrados, ou seja, preparados para ver nos objetos o escopo de sua existência já não mais questionam sobre esse novo comportamento. Eles seguem, cegamente, as veredas que a publicidade e o marketing das grandes corporações lhes indicam. Essa heteronímia consumocentrista retira do indivíduo a liberdade de pensar, de decidir se ele realmente necessita daquilo que lhe é imposto pelo mercado.

Neste artigo, pretende-se demonstrar a necessidade de compreender que o consumo está no centro da vida moderna e, a partir disso, compreender as ações que são tomadas, as propostas que são ofertadas e o modo de vida que se vive, tudo isso em busca de minorar os danos causados ao meio ambiente e à sociedade pelo cosmocentrismo. Na atualidade, o indivíduo é dependente de produtos e serviços que não são essenciais, mas supérfluos à sua existência, que atrapalham a vida em sociedade e que fazem com que as pessoas sintam o vazio que se instalou na sociedade consumocentrista.

Outro ponto a ser enfrentado é o que atinge as relações sociais e pessoais desses sujeitos. O homem precisa tomar consciência de seu lugar e de seu espaço no mundo, de que seus desejos e anseios não se resumem a roupas de marca, as cirurgias estéticas, as viagens, ao consumo de bens e produtos e a padrões impostos por uma sociedade de consumo. O cidadão preparado para enfrentar essa atual sociedade deve buscar discutir os modos de produção, verificando se os produtos e serviços são sustentáveis ambiental e socialmente.

Nesse novo mundo consumocentrista, o sujeito entende esses problemas como não sendo seus. Desse modo, quando vê um desastre ambiental ou mesmo a desigualdade social e a pobreza que assola um país, o situa como algo distante, como um filme, como mais um programa de televisão. Com isso, o sujeito acaba se esquecendo de valores importantes para viver em sociedade, como a solidariedade, a cooperação e o respeito.

A sociedade consumocentrista incute no consumidor a idéia de que o consumo é divindade a ser adorada, em quem esse consumidor deve depositar sua vida e suas vontades. O centro de seu existir está nesse consumo, e a sua vontade de interagir com outros é substituída por uma relação com o mundo dos objetos, dos desejos, do vazio.

No mundo consumocentrista moderno, o homem é motivado, impulsionado a consumir, dentro da cultura do novo, que se resume a desejo de coisas, de objetos, de acumulação de sensações, de sonhos falsamente criados, que o levam ao vazio e ao efêmero. O consumir, nessa nova sociedade, leva à despersonalização, já que tudo o que se é se transmuta em objetos de consumo, e o homem se confunde com esses objetos, ele é o objeto.

Sabe-se que a tendência de comprar tem suas origens no pós-Revolução Industrial, quando os processos de produção e de circulação de produtos foram impulsionados. Assim, com o avanço da produção em massa, houve o distanciamento das pessoas do conhecimento em relação aos meios de produção, uma vez que foram direcionadas a tarefas específicas no plano produtivo, o que dificultou o conhecimento de todo o processo. O produto aparece como algo mágico e sempre inofensivo no plano socioambiental – o leite vem da caixinha, nada mais interessa. As pessoas não conhecem os meios de produção, e justamente esse desconhecimento é que possibilita o adestramento. O adestramento é uma dimensão do consumocentrismo que leva o consumidor à alienação, se desvinculando do que realmente é necessário e se vinculando ao que é supérfluo. O valor está no produto e não mais no ser humano. O *ser* é substituído pelo *ter* e, na atualidade, pelo *aparentar*: as pessoas aparentam *ser* e *ter*.

Percebe-se que o sistema capitalista contribui para que a sociedade do consumo se fortaleça, fazendo com que as grandes corporações ditem as regras do mercado. Nesse diapasão, cabe ao indivíduo, agora consumidor, única e exclusivamente consumir e através desse consumo, alimentar os grandes lucros corporativos.

Portanto, na era do hiperconsumo, surge a relação do ser humano com as mercadorias. Na visão de Lipovetsky, na fase do hiperconsumo, o ato de consumir “não pode ser considerado exclusivamente como uma manifestação indireta do desejo ou como um derivativo: se ele é uma forma de consolo, funciona também como um agente de experiências emocionais que valem por si mesmas”. (2010, p. 46). Por outro lado, na era do consumocentrismo, o ato de consumir é um louvor ao novo Deus – o consumo – e o consumocentrismo é a nova religião.

Portanto, nessa fase atual da sociedade moderna que adentra nos portais da pós-modernidade, tem-se claro que, na visão consumocentrista, o consumo retira o homem e mesmo Deus do centro das atenções e assume posição central na vida da sociedade, o Deus presente, que entrega a felicidade em vida. Assim, a felicidade, a vida e mesmo a alma das pessoas está atrelada ao consumo que cada vez fica mais forte e potente nessa sociedade.

Tendo em vista os aspectos apresentados até o presente momento, é preciso questionar os impactos desse consumo desenfreado sobre a

sociedade contemporânea, haja vista que esses impactos podem causar a sérios problemas tanto sociais como ambientais. Nesse sentido, é que se pretende, no próximo item deste artigo, analisar a interferência dos parâmetros do consumocentrismo na sociedade e no meio ambiente.

### **Os reflexos socioambientais do consumocentrismo**

Indiscutivelmente, o consumocentrismo produz reflexos socioambientais na sociedade contemporânea; muitas vezes, produz danos irreparáveis e, por isso, deve receber atenção especial por parte do Estado.

No que se refere aos impactos ambientais, o consumo exacerbado de bens e serviços causa danos que já vêm preocupando cientistas, devido à sua irreversibilidade dentro de uma projeção catastrófica tanto para a natureza, em geral, como para o ser humano, em particular.

Nessa seara, em termos globais, pode-se referir: a fabricação dos bens de consumo, a destruição dos recursos naturais; a utilização dos bens, a poluição provocada por essa atividade; no pós-consumo: a produção de resíduos sólidos e líquidos, que são descartados na natureza. Todos esses elementos leva a configurações severas amplamente conhecidas: aquecimento global com o conseqüente degelo das calotas polares, causado pelo efeito estufa; buraco na camada de ozônio, provocado, principalmente, pelos gases lançados pelo homem na atmosfera; mudanças climáticas advindas da poluição e destruição das florestas; utilização de agrotóxicos que destroem a flora e a fauna; enfim muitos outros exemplos poderiam ser citados.

Por outro lado, ainda abordando os impactos ambientais, se quiséssemos olhar apenas seus aspectos locais, poder-se-ia dizer: a poluição causada ao meio ambiente por pequenas empresas; e o descarte inadequado de lixo doméstico – resultado, também do hiperconsumo. Enfim, resumindo, a poluição das áreas urbanas e circunvizinhas.

No que se refere aos impactos sociais, observa-se que o consumo estratifica a sociedade em classes, dividindo-a em segmentos conforme a possibilidade de consumo de cada uma. Assim, aquele que pode consumir um produto da marca “X” ostenta um *status* maior do que aquele que não pode. Através dessa estratificação ascendem a classes superiores somente os que têm maior poder aquisitivo.

Dentro dessa visão social, verifica-se que, ao mesmo tempo que é criada na sociedade uma classe de abastados, cria-se uma legião de endividados que procuram ascensão social através do consumo – observa-se que as pessoas gastam seu salário com bens de que não necessitam. Assim, cresce a massa de endividados do País – e, também, a legião de excluídos que, não conseguindo consumir, são deixados à margem da sociedade.

Pelo disposto, percebe-se que o consumocentrismo acarreta uma série de problemas sociais e ambientais na sociedade hodierna. As grandes corporações indicam os rumos a serem seguidos pela população, fazendo com que haja, como já se aventou, o adestramento do cidadão, que pensa que é livre para escolher consumir ou não consumir. Porém, dependente e vulnerabilizado pelas necessidades criadas pelo mercado, consome o que lhe é imposto, sob pena de ser excluído da sociedade. Nesse contexto, esse indivíduo deixa de ser cidadão, pois não lhe importam os rumos sociais, mas apenas os rumos individuais. A certeza de participação na sociedade como cidadão de direitos e obrigações é afastada definitivamente. Isso se dá, em grande parte, pelo fato de o mesmo não se sentir pertencente ao local em que vive. Como consumidor, abandona suas raízes, pois ser consumidor significa pertencer ao mundo.

Navegando por esses mares turbulentos, onde o consumocentrismo torna-se o causador de tantos impactos nefastos ao âmbito socioambiental, muito se tem culpado o consumidor pelos problemas ambientais e sociais que se afetam a sociedade contemporânea. Porém, essa não é toda a verdade: as grandes corporações que atuam no mercado consumidor são as maiores causadoras dos problemas, sejam eles sociais, sejam eles ambientais. No reverso da medalha, estão os governos dos estados, que não podem ser esquecidos, porque são responsáveis pelos problemas aqui levantados.

As grandes corporações, que possuem como único escopo o lucro para os seus acionistas, são as reais incentivadoras do consumo e, nesse diapasão, as criadoras e disseminadoras desse mal. Para essas o aspecto econômico é o que interessa: se o produto der lucro, não importa que ele polua; se algum espécime der lucro, ganha-se com ele até a sua extinção; se o indivíduo não consumir, será excluída da sociedade; entre a natureza e o lucro, fica-se, sempre, com o lucro.

Os estados que deveriam criar e fiscalizar políticas públicas que minimizassem os cancores sociais e ambientais, também estão reféns de grandes indústrias, o que dificulta, sobremaneira, a implantação dessas políticas.

Nessa perspectiva, o Legislativo e o Judiciário têm um papel fundamental: o Legislativo, de criar leis que sejam eficazes tanto na proteção do meio ambiente quanto em não permitir que direitos fundamentais e humanos sejam deturpados através do mercado. Os representantes do povo devem legislar em prol do povo e para o povo e não em benefício dos grandes mercados; o Judiciário deve aplicar as leis, penalizando, no que se refere a danos ambientais, de forma equânime e justa, não permitindo que o descaso se instaure em favor do consumismo e, no que se refere aos direitos sociais, garantir, através de aplicação normativa, todos os direitos fundamentais constitucionalmente previstos.

Se, por um lado, o estado tem o dever de proteção socioambiental, por outro, a população tem a obrigação de fiscalizar tanto o próprio Estado quanto a atuação das grandes empresas no mercado. Assim, a ideia de cooperação social e de uma mudança de racionalidade pode permitir que problemas sociais e ambientais sejam minimizados e até mesmo resolvidos. Nesse viés, pode-se falar em democracia participativa, a partir da qual todos participam dos rumos do seu bairro, de sua cidade e do seu estado. Através da democracia participativa, pode-se atingir a cooperação social e o sentimento de pertencimento, que é crucial para o desenvolvimento socioambiental.

Como se pode notar, pelo que até o presente momento se dispôs, é preciso, urgentemente, minimizar os efeitos nefastos que são produzidos pelo consumocentrismo, na seara socioambiental da sociedade moderna e consumocentrista. Esse fato é relevante, posto que a crise ambiental e social ameaça o equilíbrio dos ecossistemas e das sociedades. Grande parte dos seres humanos demorou para se dar conta de que a natureza dispõe de recursos finitos, e que a extinção desses causará impactos não somente ambientais, mas também sociais, como já se observa no contexto mundial. No que se refere às grandes corporações, influenciadas pelo capitalismo lucrativo, estimulam o consumo exacerbado e não se preocupam nem com o ser humano, nem com a natureza, pois sua busca é pelo lucro momentâneo, não se sensibilizando com as crises sociais e ambientais que possam advir de sua conduta.

Nesse giro, é importante que se volte a abordar o tema *democracia* participativa. Nela aparece o indivíduo como cidadão e não apenas como consumidor. Como cidadão ele se destaca, por um lado, buscando seus direitos e, por outro, desenvolvendo suas obrigações em prol da comunidade. Nessa seara, a criação de políticas públicas no âmbito local que possibilitem mudanças na forma como o cidadão entende o seu espaço na comunidade, induz, seguramente, ao sentimento de pertencimento. Como parte de seu entorno, o cidadão poderá afastar o consumocentrismo e atuar – tomando decisões – com vistas a uma cooperação social efetiva, de modo que a coletividade possa desenvolver-se sustentavelmente. Através desse pertencimento, haverá maior facilidade para a criação de uma nova racionalidade ambiental.

Como se pode notar, existem atitudes que podem realmente proteger o meio ambiente e a sociedade de forma total e permanente. O que falta são decisões políticas claras, para se alcançar uma mudança de mentalidade, que se estabeleça nos cidadãos, nos governantes e nas grandes corporações. As próprias políticas públicas voltadas à educação para um consumo consciente, que levem ao desenvolvimento sustentável é outra medida possível à busca da racionalidade aqui proposta. O importante é igualar o desenvolvimento econômico aos desenvolvimentos humano e social, pois o Planeta não suportará muito tempo o desgaste causado pela atuação humana.

O sistema capitalista precisa entender que quanto mais explora menos tempo de exploração terá; assim, a construção de um modelo sustentável é importante para que todos possam ser beneficiados. Nesse sentido, complementa Leff:

Dessa forma, a racionalidade econômica desterroou a natureza da esfera da produção, gerando processos de destruição ecológica e degradação ambiental que foram aparecendo como externalidades do sistema econômico. A noção de sustentabilidade emerge, assim, do reconhecimento da função que a natureza cumpre como suporte, condição e potencial do processo de produção. (2006).

Pode ser dito que o processo contínuo de exploração extrativista dos recursos naturais, força propulsora do desenvolvimento econômico e elemento indispensável à manutenção da cadeia de consumo, vai levar à

insustentabilidade essa apropriação indiscriminada do Planeta e da sociedade. Para Penna (1999, p. 151) “não pode haver progresso onde o meio ambiente é negligenciado, poluído, superexplorado e degradado; torna-se óbvio que as atividades do homem não são sustentáveis em condições ambientais declinantes”. Percebe-se que o atual modelo civilizatório deve ser mudado sob pena de se padecer em um inferno dantesco.

Na ótica de Leff, é necessária uma *outra razão* que “parta da crítica à racionalidade tecnológica e do cálculo econômico que conformam o instrumental da civilização moderna orientada pelos princípios da lucratividade, da eficiência e da produtividade imediatas”. (2006, p. 263). A “outra razão” torna racionais as tomadas de decisão, fazendo com que a racionalidade ambiental surja do “questionamento da hipereconomização do mundo, do transbordamento da racionalidade coisificadora da modernidade, dos excessos do pensamento objetivo e utilitarista”. (LEFF, 2006, p. 16). Portanto, conforme Antunes, a participação é fundamental, visto que:

a participação em audiências públicas, o exame dos relatórios de impacto ambiental e todos os outros atos que decorrem do princípio democrático somente podem ser considerados de acordo com sua finalidade se as populações interessadas tiverem a necessária informação ambiental, que é produto final do processo de educação ambiental. (2001).

Assim, quando houver sentimento de pertença por parte da população, e a mesma participar dos rumos de sua localidade, o futuro da Terra e da sociedade pode ser promissor. A democracia se pauta pela participação; com democracia se tem a garantia de um Estado Democrático de Direito.

Outro aspecto é fundamental: a necessidade de os governantes atuarem em favor do povo que os elegeu. Assim, segundo Sequinel, o que se espera de uma democracia e de seus governos é que esses

tanto no nível nacional quanto sub-nacional, devem priorizar um conjunto de ações que na sua complexidade e interdependência avancem em direção à estruturação de um repertório de políticas públicas que adotem tecnologias limpas, promovam campanhas de conscientização sobre os fatores que provocam a

insustentabilidade ambiental, estimulem atividades não poluidoras e efetivem a implementação de políticas socioambientais urbanas, com ênfase no transporte público, coleta seletiva, estímulo à reciclagem e redução do desperdício nas atividades públicas e privadas. (2002, p. 8).

A partir disso, é importante redefinir o papel da sociedade civil nos processos de participação de discussões deliberativas que se orientam pela garantia de cidadania e pertencimento, além de permitir que a elaboração de políticas públicas possa se tornar mais efetiva e focada nos verdadeiros problemas que afligem os municípios e os cidadãos. Para Santos, o modo de produção é uma “forma particular de organização do processo de produção destinada a agir sobre a natureza e obter os elementos necessários à satisfação das necessidades da sociedade”. (1982, p. 15). A participação local, sem obstar a intervenção do Estado, possibilita que se avance nas decisões e que se chegue realmente a um Estado Democrático, no sentido de que os ditames constitucionais sejam observados. A partir disso, a possibilidade de serem minimizados os reflexos socioambientais se torna muito mais concreta.

## Conclusão

Ao final deste trabalho, algumas conclusões podem ser observadas. Conclui-se que o consumocentrismo se desenvolve na educação e no incentivo ao consumo, a partir da criação do desejo pelo consumo; na cultura do descarte; na valorização do novo; na busca de uma felicidade inalcançável; no endereçamento para o vazio e ao descarte. Assim, *consumir* é a palavra mágica e plena, capaz de transformar a vida do indivíduo, alçando-o ao patamar de detentor de *status* e de poder no mundo, onde o mesmo aparenta ser o que não é e o que não tem, para se enquadrar nos padrões consumocentristas.

Por outro lado, é importante, neste momento do artigo, que se estabeleçam, também, algumas propostas que possam viabilizar o plano teórico aqui dissertado, dentro do entendimento de que devem ser tomadas medidas para minimizar problemas socioambientais, criados pelo consumocentrismo, na sociedade moderna contemporânea. Dessa forma, adiante, expõem-se algumas ideias que podem modificar o quadro exposto no desenvolvimento deste artigo.

É importante o desenvolvimento de mudanças na racionalidade que se dá a partir de políticas públicas voltadas a uma educação ambiental direcionada a um consumo consciente. Nesse aspecto, o Estado não pode ser mínimo, mas forte o suficiente para conseguir implantar essas políticas.

No que se refere ao Estado, esse tem a obrigação de atuar conforme a responsabilidade socioambiental, pois é o ente que possui, também, deveres para com a coletividade e não com o capital transnacional. Como se observa na Constituição Federal de 1988, o Estado representa o interesse da sociedade e de seu povo e não interesses de grandes corporações.

Como inegável possibilidade de modificação socioambiental, pode-se citar a participação de todos com base na verdadeira esfera da democracia participativa. Esse elemento retoma a cidadania como pressuposto fundamental da sociedade. Através da participação popular nas decisões que envolvem problemas socioambientais, pode-se reverter a alienação do indivíduo, fazendo com que o mesmo, como foi dito, possa se sentir pertencente ao meio social.

As grandes empresas, às quais se reputa grande parcela de culpa, não só pela criação do consumocentrismo, mas fundamentalmente, pela transformação do cidadão em simples consumidor, necessitam ser controladas pelo Estado, para que sejam obrigadas a racionalizar seus lucros, entendendo que esses não são mais importantes que o meio ambiente e que o ser humano.

O Direito pode ser utilizado como ferramenta que possibilite brejar o avanço do consumocentrismo, pois, através dele, podem ser estabelecidas normas que impeçam práticas desmedidas de publicidade e marketing. Nesse mesmo viés, é possível fazer com que as corporações minimizem a busca pelo lucro através da exigência de introdução, em seus fins, de uma real função socioambiental. Somente através de um Direito – constitucional, ambiental, consumerista, tributário, empresarial, – poder-se-á opor uma racionalidade socioambiental à racionalidade econômica de apossamento e destruição ambiental e, por que não dizer, social.

Longe se está de apresentar fórmulas pré-fabricadas. As idéias expostas neste trabalhos carecem de maior desenvolvimento. Precisam ser pensadas e repensadas, partindo-se, sempre, do pressuposto de que a atual sociedade consumocentrista está imersa numa crise acerca do modo de vida do ser humano. Essa o conduzirá ao apocalipse social e ambiental,

tendo em vista que, diariamente, se tem confirmado um avanço na destruição tanto ambiental como social, sob o império do poder, do lucro, do descarte, do consumo. Nesse norte, a sustentabilidade social e ambiental é deixada de lado, em favor do *status* social individual e do lucro exacerbado almejado pelas grandes corporações.

## Referências

---

- ANTUNES, Paulo de Bessa. *Direito ambiental*. 5. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e holocausto*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1998.
- BECKER, H. *Oustsairdes*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008.
- CAMPBELL, Colin; BARBOSA, Livia (Org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 1996.
- DEBORD, Guy. *A sociedade espetáculo*. Trad. de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura do consumo*. Trad. de Julio Assis Simões. São Paulo, 1990.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 38. ed. Trad. de Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 2010.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Edunesp, 1991.
- GOFFMANN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1999.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. Trad. de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stella Gonçalves. 11. ed. São Paulo: Loyola, 2002.

LEFF, Enrique. *Racionalidade ambiental: a reapropriação social da natureza*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Bacarolla, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles; JUVIN, Hervé. *A globalização ocidental: controvérsia sobre a cultura planetária*. Barueri, São Paulo: Manole, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. Sedução, publicidade e pós-modernidade. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, n. 12, jun. 2000.

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

LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Barueri – São Paulo: Manole, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2008.

LYON, David. *Pós-modernidade*. São Paulo: Paulus, 1998.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. A modernidade e a questão da vida. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide (Org.). *Direito ambiental e biodireito: da modernidade à pós-modernidade*. Caxias do Sul: Educs, 2008.

PENNA, Carlos Gabaglia. *O estado do Planeta: sociedade de consumo e degradação ambiental*. Rio de Janeiro: Record, 1999.

SANTOS, Milton. *Ensaio sobre a urbanização latino-americana*. São Paulo: Hucitec, 1982.

SANTOS, Milton. *Espaço e sociedade*. Petrópolis: Vozes, 1982.

SEQUINEL, M. C. M. *O modelo de sustentabilidade urbana de Curitiba: um estudo de caso*. 2002. Dissertação (Mestrado) – UFSC, Florianópolis, 2002.

SCHNEIDER, Peter. O fetichismo do consumo. In: PIETROCOLA, L. G. (Org.). *O que todo cidadão precisa saber sobre sociedade de consumo*. São Paulo: Global, 1986. (Caderno de Educação Política, Série: Sociedade e Estado, n. 18).

SIMMEL, Georg. *A filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.

TEIXEIRA, Sérgio Alves. Produção e consumo social da beleza. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 7, n. 16, dez. 2001.