



**A SOCIEDADE CONSUMOCENTRISTA E SEUS REFLEXOS
SOCIOAMBIENTAIS: A COOPERAÇÃO SOCIAL E A DEMOCRACIA
PARTICIPATIVA PARA A PRESERVAÇÃO AMBIENTAL**

**SOCIETY CENTRIST CONSUMPTION AND ITS CONSEQUENCES
ENVIRONMENTAL: SOCIAL COOPERATION AND PARTICIPATORY
DEMOCRACY FOR ENVIRONMENTAL PRESERVATION**

¹Cleide Calgaro

²Agostinho Oli Koppe Pereira

RESUMO

No presente trabalho analisa-se a sociedade consumocentrista e os impactos socioambientais advindo do descarte de produtos. Procura-se verificar se a cooperação social, a democracia participativa e as políticas públicas voltadas para o espaço local podem colaborar efetivamente para a preservação ambiental minimizando os problemas criados pelo consumocentrismo. O método utilizado é o analítico. Conclui-se que a cooperação social, a democracia participativa e as políticas públicas locais possam viabilizar a melhoria social e a preservação ambiental, vez que teriam força de minimizar os efeitos nefastos da sociedade hiperconsumista no âmbito socioambiental.

Palavras-chave: Preservação ambiental; consumocentrismo; Direito Socioambiental; Cooperação social; políticas públicas locais;

ABSTRACT

In this paper we analyze the consumocentrista society and the social and environmental impacts arising from the disposal of products. It seeks to determine whether social cooperation, participatory democracy and public policies for local space can effectively contribute to environmental preservation while minimizing the problems created by consumocentrismo. The method used is analytical. We conclude that social cooperation, participatory democracy and local public policies to facilitate the social improvement and environmental preservation, as they would have power to minimize the adverse effects of hiperconsumista society in the environmental context.

Keywords: Environmental Conservation; consumer centrism; Environmental Law; social cooperation; local public policies;

¹Doutor em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, Rio Grande do Sul. Pós-Doutorado em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Professora no Programa de Pós-Graduação Mestrado e na Graduação em Direito da Universidade de Caxias do Sul (UCS) Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa "Metamorfose Jurídica". Email: ccalgaro1@hotmail.com

²Pós-Doutorando em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) São Leopoldo, Rio Grande do Sul. Mestre em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) Recife, Pernambuco, Brasil. Professor e pesquisador no Mestrado e na Graduação em Direito pela Universidade de Caxias do Sul (UCS) Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil. . Coordenador do Grupo de Pesquisa "Metamorfose Jurídica" Email: Agostinho.koppe@gmail.com





INTRODUÇÃO

Os Autores do presente artigo se propõem pesquisar sobre a sociedade consumocentrista e seus impactos socioambientais, principalmente no que se refere a disciplina imposta ao sujeito dentro do mercado. Parte-se da ideia de que essa padronização leva a problemas sociais e ambientais advindos da produção e do descarte de produtos que abastecem uma sociedade consumocentrista alienada para tudo que vai além do consumir. O sujeito, nesse tipo de sociedade, se fixa no “aparentar” e isso faz com que ele esqueça dos impactos que esse consumocentrismo embalado pelo hiperconsumo exagerado e centralizador traz ao meio ambiente e à sociedade.

O método de pesquisa utilizado é o analítico, através de pesquisa bibliográfica.

Como considerações preliminares entende-se que os problemas socioambientais estão atrelados ao fato do sujeito não conseguir se subjetivar na sociedade consumocentrista, pautada no capital, no poder e no lucro. O sujeito se dessubjetivado, deixa de ser sujeito/cidadão, para tornar-se um autômato/consumidor, adestrado e docilizado por padrões de consumo longe das preocupações com os aspectos socioambientais, tendo em vista que, nessa sociedade consumocentrista, gerida pelo consumo exagerado, ele – autômato/consumidor - é adestrado para consumir sem pensar.

Entende-se, como possível solução aos problemas socioambientais criados com as práticas advindas do consumocentrismo, a adoção da cooperação social, onde os sujeitos sociais cooperam para o bem comum podendo, assim, ser esta um elemento dinamizador para o enfrentamento dos problemas sociais e ambientais. Nessa seara, através da cooperação podem-se criar políticas públicas de âmbito local que realmente possuam eficiência e eficácia na sociedade e minimizem os reflexos socioambientais do consumocentrismo. A partir da aplicação de políticas públicas no âmbito local o cidadão se sente pertencente ao espaço público em que vive, viabilizando, efetivamente, a ideia de uma democracia participativa.



1 O CONSUMOCENTRISMO E OS REFLEXOS SOCIOAMBIENTAIS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: O ADESTRAMENTO E A DESSUBJETIVAÇÃO DO CIDADÃO

O hiperconsumo se caracteriza pelo consumo desregrado onde o sujeito consome desordenadamente, produtos e serviços que não precisa. O consumocentrismo ocorre quando o esse sujeito acaba sendo adestrado na sociedade hiperconsumista que possui como um dos seus objetivos o consumo do supérfluo e do desnecessário. A publicidade vem a influenciar o consumidor nesse consumo desregrado, adestrando-o a uma vida de trabalho voltada para o consumo. Nesse contexto em cada dia de trabalhado o sujeito dá sua vida ao mercado hiperconsumista. Verifica-se que o pagamento não será em dinheiro e sim em vida desperdiçada no âmbito laboral em trabalho do consumocentrismo, onde este passa a ser a nova religião, o novo motivo da vida.

O hiperconsumo 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, como corrobora Pereira:

Iniciou-se uma busca incessante para os prazeres imediatos acarretando drogadição, impulsividade e consumo de coisas e pessoas a partir da sociedade de consumo, os quais irão constituir pilares de sustentação do sujeito individual e refletir diretamente na sociedade e na normatização de conduta (2011, p. 105).

Percebe-se que os valores foram alterados, e as pessoas passarem a ter menos valor que os produtos, sendo que, na atualidade, “as pessoas passam a tem preço e os produtos possuem valor”. Assim, surge o hábito de esconder a interação humana por trás das mercadorias, onde o ser humano se torna individual e supérfluo e esquece do sentido de cooperação e da convivência em sociedade.

As grandes corporações utilizam-se do consumo para adestrar o ser humano e dessubjetivá-lo, fazendo com que o sujeito seja objetificado pelo mercado. Desta forma, a lógica hiperconsumista faz com que a sociedade venha a diferir das formas anteriores de



ordem social quanto ao impacto global, na inversão de valores, no dinamismo e na alteração do próprio indivíduo. (GIDDENS, 2002, p.09). Lipovetsky demonstra que “neste momento de hiperconsumismo o durável cede lugar ao descartável e tudo deve entreter com o mínimo de esforço. O capitalismo e o espírito de fruição estão acabando com a autoridade pública e a dignidade da cultura”. (2007, p.57).

Assim sendo, a sociedade se consolida num sistema onde as pessoas aparentam ser e ter - o que não são e o que não tem -. A vida gira em torno do adquirir bens e continuar adquirindo. Atualmente as pessoas compram marcas e não mais os produtos que precisam. Esses produtos são feitos para terem durabilidade baixa, obrigando o consumidor a comprar cada vez mais e com maior rapidez. Isso gera impactos socioambientais, onde a sociedade cria nichos de exclusão social, onde aquele sujeito que não tem o poder de compra de determinada marca não faz parte do grupo social estabelecido pela sociedade hiperconsumista.

Em um outro lado dessa mesma moeda encontram-se os impactos ambientais advindos do descarte de produtos que rapidamente são substituídos por outros, seja porque se deterioram rapidamente ou perdem sua utilidade frente a sempre novos produtos lançados no mercado consumido.

Criou-se, nessa sociedade hiperconsumista/consumocentrista a ideia de que a felicidade pode ser comprada através dos produtos – objetos de consumo -. Atraiu-se a esses objetos a felicidade e, nesse diapasão o consumidor adquire objetos de consumo crente de que junto a eles virá a felicidade. Em verdade, o que adquirem são somente objetos, que trazem efêmero lusco-fusco de felicidade.

Buscando a felicidade individual, as pessoas não se preocupam com a cooperação social e muito menos com seu semelhante, o individualismo toma conta da sociedade. Esse individualismo gera impactos perversos, como a desigualdade social e a pobreza – é inadmissível uma sociedade com uma evolução tecnológica tão grande, aceitar que seus cidadãos passam fome e não tenham o mínimo vital para a sobrevivência – e os impactos ambientais graves – onde se observa que o descarte de lixo nas grandes cidades geram problemas sérios como: a contaminação dos rios e lençóis freáticos; a poluição de terras e ar; enchentes outros desastres ambientais-.



O hiperconsumo faz com que o consumidor afogue seu tédio na aquisição de mais e mais bens, o que demonstra que nenhum bem consegue trazer a felicidade que ela, cidadão/consumidor almeja, ou o que necessita para ser feliz.

Por esses caminhos, o sujeito – ou “ex-sujeito” - compra por prazer, sem racionalidade, tentando colher uma forma de compensação para o seu tédio social, conseguindo, assim de forma momentânea, deixá-lo para traz. Logo, esse “ex-sujeito”, agora consumidor, está sempre na busca de algo novo, que ele mesmo não sabe o que é. O consumidor é condicionado, por excelência, a intensificar o presente através de compras, não interessando o passado, ou o futuro. O tempo se cristaliza no presente, no aqui e agora, vez que o consumidor, na sociedade consumocentrista é docilizado e vê, no consumo, a possibilidade de “ser”.

Desse modo se subjetiva o consumo, onde se concretiza o hiperconsumo e se dessubjetiva o sujeito/cidadão, transformando-o em consumidor, que se torna dependente do mercado. Quando se analisa o hiperconsumo, pode-se perceber que o mesmo é uma construção das relações sociais no decorrer de nossa história, onde as relações de compra e venda foram se aperfeiçoando e criando novas simbologias na sociedade. Com a modernidade essas relações foram construindo representações simbólicas de uma cultura de consumo, onde se criou a dependência das pessoas a esse modo de vida que se perpetua com o modelo capitalista. O capitalismo potencializa o hiperconsumo, fazendo com que essa construção simbólica da cultura de consumo, imbrique nas relações sociais, ganhando forma a sociedade consumocentrista que se torna cada vez mais forte e massificadora na sociedade moderna, com auxílio, inclusive da globalização, que tenta padronizar as culturas e os desejos humanos.

Diferente do que se pode pensar, o hiperconsumo não é uma construção cultural das relações sociais, mas sim um condicionante de relações sociais, fabricado pelo mercado que cria o desejo de interações entre o consumidor e os objetos dinamizando aspectos simbólicos de cultura. Esses aspectos, difundidos de forma globalizada interferem sobre as culturas locais, desnaturalizando-as. Nesse contexto, quer se demonstrar que as culturas podem ser modificadas, ou mesmo destruídas, pelo mercado globalizado, devido as novas interações que se pautam num sistema onde o cidadão não consegue perceber que o seu modo de vida está sendo massificado para atender aos novos sistemas mercadológicos.



É óbvio que o consumo é necessário à vida, mas o uso desregrado do mesmo cria impactos socioambientais muitas vezes irreversíveis, onde a sociedade e o meio ambiente passam a ser meros objetos a serem manipulados pelas grandes corporações.

A esgotabilidade dos recursos naturais é uma realidade que não pode mais ser escondida. Esses recursos se perdem devido ao hiperconsumo que atinge o meio ambiente desde a produção dos bens até o final da vida desses bens, transformados em lixos poluentes.

No que se refere à sociedade, o direcionamento para o consumo cria um legião de excluídos que não conseguem se inserir no novo contexto mercadológico, o que acaba por cristalizar pobreza e desigualdades. Nessa sociedade consumocentrista mercadológica é plausível de aceitação: que seres humanos não tenham o mínimo para sobrevivência; que pessoas morram de doenças que já possuem cura; que uma série de impactos e desastres ambientais aconteçam pela uso e reúso inadequado dos resíduos advindos do hiperconsumo, que são jogados na natureza sem os cuidados necessários à preservação ambiental.

O hiperconsumo pode ser caracterizado como uma experiência exagerada de mercantilização de pseudas necessidades, onde sua implantação se dá pela secundarização de elementos socioambientais que são fundamentais ao ser humano. Isso faz com que o hiperconsumo crie verdadeiras classes de consumo que cabem dentro do círculo dos incluídos. Os desejos são fabricados dentro de verdadeiras ditaduras da moda e de modismos, onde poucos conseguem atingir seus objetivos de hiperconsumo. A democratização dos desejos só acontece no desejo e não na sua concretização.

O consumocentrismo não se reflete somente na existência pessoal, mas também na existência profissional das pessoas, onde esta se torna o palco do escambo da vida pelo objeto de desejo a ser consumido. Na atualidade, acumulam-se atividades, acumulam-se funções, cuida-se para não desperdiçar tempo e busca-se afastar das frustrações e dos fracassos. Almeja-se sempre a superação e o melhor e se atua na sociedade a partir de máscaras, onde a vida se teatraliza através de um roteiro que é criado pelo hiperconsumo, onde a competitividade por vezes é desleal e aterradora entre vencedores e vencidos num mundo em que não existe vencedores e vencidos, mas perdedores e manipuladores.

O ser humano pensa que sabe e que conhece a verdade, esquecendo-se que a verdade não passa de uma construção simbólica do próprio ser humano. Nessa sociedade maximaliza-se a individualidade e as feições humanas pautam-se na fragilidade e na culpa. Sempre se está



buscando algo, pois cria-se um sentimento de insatisfação que nunca se aplaca e sempre se aperfeiçoa.

Nessa guerra capitalista autofágica e social não existem vencedores e sim supostos vencedores, pois na prática todos perdem e de alguma forma submetem suas vidas aos fracassos na senda social. O universo de movimentação de eventos sociais e ambientais demonstra um quadro de severa gravidade na sociedade hiperconsumista, onde os riscos ambientais e sociais se desenvolvem cada vez mais e se tornam incompreensíveis ao consumidor, mas não ao mercado que apenas possui interesse no lucro e não em aspectos sociais ou ambientais.

Toda a incompreensão do consumidor e o descaso das grandes corporações geram a possibilidade de perda de controle, tanto na ótica jurídica, quanto social e ambiental. Por outro lado, a compreensão de que a sociedade e de que o direito necessitam se ressignificarem, em face da sociedade hiperconsumista/consumocentrista, deflagra a possibilidade de mudança no corpo social e cultural e isso permite que os efeitos dessa sociedade possam ser repensados e racionalizados, permitindo uma reflexão na tomada de novos valores e conceitos. Isso permite que possa pensar em uma efetiva cooperação social que possa desenvolver a eficácia e a eficiência de medidas de proteção socioambiental.

2 A COOPERAÇÃO SOCIAL E A EFICIÊNCIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A MINIMIZAÇÃO OS IMPACTOS NEFASTOS DA SOCIEDADE CONSUMOCENTRISTA SOBRE A SOCIEDADE E O MEIO AMBIENTE.

A sociedade hiperconsumista moderna é espectadora e participa da disseminação de riscos sociais e ambientais em seu corpo social. Com o avanço da tecnologia, a expansão do consumo exagerado e o individualismo essa sociedade precisa introjetar a reflexividade e a cooperação para a redução dos riscos socioambientais. Nesse viés de cooperação e reflexão, a sociedade passa a ser concebida como um modelo que busca encontrar as raízes para sair da crise que se instala.

É importante o ser humano perceber que se vive num palco, como atores, manipulados e docilizados por uma construção simbólica de hiperconsumo que não agrega e não permite que se interaja dentro da sociedade. O cidadão adestrado e docilizado por um



modelo capitalista de mercado faz com que ele haja como ator num palco que se transmuta em causas e efeitos, em questionamentos e respostas, que apenas traz a esse cidadão/consumidor insatisfação e individualidade. A cada geração social verifica-se que a individualidade aumenta e as pessoas perdem a capacidade de interação entre os indivíduos e, conseqüentemente, o respeito consigo mesmas, com os outros e com o meio ambiente.

Olvida-se que há necessidade de uma evolução, mesmo que lenta, mas que leve a uma releitura das imbricações entre a sociedade hiperconsumista com a sociedade de risco e com o meio ambiente. É preciso entender que é impossível consumir e descartar produtos desregradamente sem que isso gere impacto social e ambiental. É preciso que o ser humano se dê conta dos efeitos de seus atos, segundo Pereira et. al.: “o ser humano moderno começa a se dar conta de que o resultado de suas ações coloca em risco a sua condição de sobrevivência, e a sociedade se dá conta dos seus próprios limites e de sua condição vulnerável frente à realidade complexa e sistêmica que envolve o ser humano e o meio ambiente” (2014, p.16). Nessa perspectiva

esta proposta vai além das anteriores, uma vez que propõe mudanças também nas escolhas individuais de consumo, enfatizando ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais com o objetivo de tornar os padrões de consumo mais sustentáveis, representando uma meta a ser atendida, e não somente uma estratégia de ação do consumidor. Os grandes diferenciais aqui são, portanto, o caráter coletivo e fato de representar uma meta a ser buscada por meio de estratégias do governo e sociedade civil organizada. O consumo sustentável visa, portanto, modificar os padrões de produção, consumo e estilo de vida. (GUIMARÃES, 2011, p.54-5).

Desse modo, percebe-se que o Estado e o Direito também devem buscar ressignificação em seus papéis, onde o Estado seja um ente que possua uma reponsabilidade como controlador das ações nefastas ao meio ambiente e a sociedade. E, no outro lado dessa mesma medalha, o Direito como regulador desse controle para uma melhor conjuntura social.

É preciso dinamizar o Direito e fazer com que o mesmo regule as situações que levam a desproporção social. Entende-se que políticas públicas podem ser capazes de minimizar os choques causados ao meio ambiente pelo hiperconsumo, mas as vezes devem ser eficientes e eficazes, pois não basta ter inúmeras políticas públicas se as mesmas não contemplam o que é o necessário. É preciso que se eduque para o consumo. Nesse sentido Pereira e Calgaro apontam em uma de suas análises que:



Essa cultura consumista se desenvolve, também, a partir de uma educação que cria o desejo pelo consumo, pelo descarte, pela valorização do novo. O velho se torna ultrapassado e sem sentido. Porém, as consequências dessas atitudes não têm qualquer proeminência para o “ser consumidor”. Consumir se torna a palavra mágica, capaz de transformar a vida do indivíduo, alçando-o ao patamar de detentor de *status* e de poder no mundo, fazendo com que este se sinta grandioso, o “deus” de possibilidades e de oportunidades. (2014, p. 14).

Denis Lerrer Rosenfield afirma que o “regime político democrático tem como objetivo alçar o indivíduo na informe vida cotidiana moderna, deste isolamento no qual vive, ao lugar da comunidade, ao lugar da solidariedade, onde o que é político pode ser visto e vivido por todos”. (1994, p. 48). E continua reiterando que:

A democracia baseia-se num imaginário formado na possibilidade histórica de uma nova comunidade política, aberta à pluralidade dos discursos e ações políticas e fazendo com que cada indivíduo possa igualmente participar da condução dos negócios públicos. Embora alguns teóricos da democracia defendam uma concepção passiva da cidadania, logo, da não participação política de todos, este regime político indica, ao contrário, uma maior participação e consciência dos assuntos públicos, pois, se o cidadão se vê reduzido a dizer sim ou não a algo que lhe é imposto como escolha, ele termina por perder o sentido da comunidade. (1994, p.46-47).

Dessa maneira, observa-se que a democracia que permite a participação das pessoas, de uma forma mais direta, garante o sentido de concretizar a cidadania e isso leva ao sentimento de pertencimento. O sentimento de pertencimento leva a ideia de cooperação social. A cooperação social acaba sendo aceita, pois as pessoas sabem que os demais vão cooperar na tomada de decisões.

É preciso que a sociedade se fixe em padrões de sustentabilidade. Na ótica de Araújo, o uso da sustentabilidade como paradigma necessita da observância de alguns requisitos que são essenciais à manutenção da mesma. Esses requisitos seriam: “a) alteração dos padrões de produção; b) redução ou substituição do uso de recursos não renováveis; c) incentivo e garantia do uso sustentável de recursos renováveis; d) respeito à capacidade de suporte dos ecossistemas; e) mudança dos padrões individuais de consumo; f) delinear ferramentas locais disponíveis” (2008, p. 24).

Portanto, existe a necessidade de se pautar a vida, em sociedade, num novo paradigma voltado para a construção e a ressignificação de conceitos da atual sociedade hiperconsumista. As políticas públicas, juntamente com a participação popular, podem levar a



um modelo de cooperação, onde se possa efetivar um Estado pautado na democracia participativa.

As políticas públicas segundo Bucci são um

programa de ação governamental que resulta de um processo ou conjunto de processos juridicamente regulados – processo eleitoral, processo de planejamento, processo de governo, processo orçamentário, processo legislativo, processo administrativo, processo judicial – visando coordenar os meios à disposição do Estado e as atividades privadas, para a realização de objetivos socialmente relevantes e politicamente determinados. Como tipo ideal, política pública deve visar a realização de objetivos definidos, expressando a seleção de prioridades, a reserva de meios consecução e o intervalo de tempo em que se espera o atingimento dos resultados (BUCCI, 2006, p. 39).

Desse modo, quando o cidadão coopera na tomada de decisões e na criação de políticas, como já se dispôs, o mesmo se sente pertencente ao espaço em que vive. Esse sentimento de pertencimento gera a tomada de um novo paradigma social numa sociedade que, na atualidade, é tão desacreditada. Mas, para que isso aconteça, as pessoas/cidadãs precisam compreender o verdadeiro significado da participação na tomada de decisões e, também, precisam ter a certeza que as políticas públicas criadas no espaço local sejam eficientes e eficazes. Nesse contexto, se faz necessária a atuação do Estado no intuito de que essas políticas públicas sejam eficientes e eficazes, onde o mesmo fiscalize e implemente os objetivos e propostas da mesma.

Pretende-se a busca de um consumo sustentável, onde a quebra de uma cultura formada através da construção simbólica das relações sociais e do capitalismo possa se aprimorar e ser menos perversa no futuro. É preciso um desenvolvimento social pautado em novos modelos desenvolvimentistas, onde os riscos socioambientais desse modelo sejam minimizados. O ser humano, a natureza e a sociedade não devem estar em rota de colisão, mas precisam estar em uma harmonia sistêmica, onde se interliguem e visem o bem comum.

A reflexão acerca dos problemas socioambientais, advindos do hiperconsumo, necessitam ampliar seu enfoque e transbordado dos meios acadêmicos, para os meios da sociedade civil, onde todas as pessoas, de todas as categorias sociais, tenham acesso. Isso permitirá a retomada de uma nova racionalidade de cooperação. Quando se retoma a ideia de cooperação se pode trabalhar a noção de democracia participativa e a mesma sair das teorias acadêmicas e ser posta na prática.



A discussão a partir de uma visão ampla que saia do mero aspecto econômico, e que se paute efetivamente num consumo sustentável, configuraria uma das possibilidades de enfrentamento das questões dos riscos e impactos socioambientais gerados pela sociedade hiperconsumista. As mudanças de atitudes, aliada a ideia de transformação de um sistema de valores morais e de mudança de racionalidade das pessoas, permitem que haja uma nova configuração na vida em sociedade.

É preciso um novo modelo civilizatório, que observe a capacidade de superar os dramas causados pela sociedade hiperconsumista e que busque alternativas para com que essa sociedade se torne propiciamente mais sustentável. Sustentabilidade essa, não somente ambiental, mas também social, dentro da construção de articulações nos diferentes setores da sociedade civil e da implantação de ações governamentais que permitam atender as demandas da população e adotar novos padrões de consumo menos aterradores e nefastos, levando, assim, a um consumo sustentável que vai oferecer a possibilidade de ações políticas efetivas e eficientes além de trazer o verdadeiro exercício da cidadania.

Portanto, os efeitos da destruição ambiental e social não podem ser tratados sem que se observa e se combatam as causas. Não basta sanar os efeitos, é necessário que se combata a causa. O modelo de desenvolvimento na atualidade impulsiona o hiperconsumo, que se imiscui nas relações sociais e pessoais destruindo inter-relacionamento. Quando o consumidor exerce sua atividade de consumo, desenvolve uma identidade social e um sentimento que o permite imaginar-se pertencente a certo grupo estabelecido ou a certa rede social posta. Isso faz com que ele sempre tente se inserir em classes cada vez mais elitizadas, imaginando-se detentor de poderes que, na maioria das vezes estão longe de seu alcance.

O hiperconsumo faz com que se crie visões/ilusões sobre condutas humanas, sobre a natureza, sobre as escolhas políticas e sociais e, principalmente, sobre padrões morais. Isso leva a sacralização do hiperconsumo e o desenvolvimento do consumocentrismo e a dessacralização da natureza e do ser humano. O sagrado passa ser o hiperconsumo, enquanto a natureza e o ser humano passam a serem tratados como acessórios necessários para atender as necessidades de consumo.

Não se critica o consumo, pois o mesmo satisfaz as necessidades humanas, mas o que se crítica é o exagero na utilização desse consumo na sociedade. Também, salienta-se que a culpa não é somente do consumidor, que muitas vezes é adestrado e docilizado a consumir, mas também – em sua maior parte - do mercado dirigido pelos conglomerados econômicos, ou seja, todos possuem sua parcela de culpa na insustentabilidade socioambiental. A vida que



se faz e se perfaz na sociedade necessita ser analisada num contexto de cooperação e solidariedade, onde todos se coloquem no lugar do outro.

É preciso repensar as bases conceituais do modelo social e se criar novas bases, implementadas sob a ótica da sustentabilidade e da cooperação. Também é preciso implementar novas concepções de política de desenvolvimento, pressupondo a reconstrução integral da sociedade contemporânea e ressignificando o conceito de democracia, onde se permita que a participação do povo se efetive de forma plena e clara, e onde todos saibam que suas decisões serão respeitadas.

Sachs (1986) pressupõem um novo modelo quando considera o ecodesenvolvimento como forma de conciliar os sistemas econômicos com a proteção ambiental, garantindo que as populações tenham uma melhor qualidade de vida. Esse autor abre sua ideia de sustentabilidade em cinco pilares que são fundamentais: o social, o econômico, o ecológico, o espacial e o cultural. Nesse sentido, pressupõe como uma das alternativas que englobariam a democracia participativa, juntamente com o desenvolvimento endógeno e a equidade social, como forma de se obter uma sociedade melhor.

Na atualidade, as pessoas precisam compreender o que vem a ser a democracia, que está tão desacreditada, e precisam saber que sua participação é fundamental para a mudança de paradigmas. Na visão de Guimarães, a crise ambiental da atualidade coloca à prova o modelo de desenvolvimento que gerou o dano ecológico e a desigualdade social, caracterizando-o como “politicamente injusto, culturalmente alienado e eticamente repulsivo” (2001, p.51). O autor demonstra que, para acontecer o desenvolvimento, seria necessário muito mais do que acumular riquezas, levantando que as mudanças na qualidade de vida das pessoas, englobaria uma série de aspectos, como os sociais, os culturais e os espirituais.

3 CONCLUSÃO

Através do presente artigo, pode-se verificar que existe um forte impasse entre o desenvolvimento econômico, o meio ambiente e a sociedade, ao não se observar os patamares de sustentabilidade na produção e consumo e ao não se observarem os impactos causados por esses padrões insustentáveis.

Pelos apontamentos efetuados é inegável a necessidade de que haja uma nova forma de pensar as bases conceituais de do modelo desenvolvimentista moderno. Assim, múltiplos



conceitos e análises devem emergir na tentativa de se buscar e implementar soluções para as questões voltadas à sociedade hiperconsumista/consumocentrista e seus impactos e reflexos socioambientais. Diante das várias opções colocadas – como consumo consciente, cooperação social, democracia participativa e políticas públicas voltadas para o espaço local – o que se detecta é uma desordem conceitual e de implementação que leva as pessoas a desacreditarem nos modelos e pensarem que são somente conceitos semânticos, que estão esvaziados e que não produzem resultados.

Existem os que acreditam no capitalismo e na evolução da tecnologia de forma ecoeficiente, como há aqueles que não conseguem compreender que esse modelo seja o adequado e que talvez um modelo de cunho comunitarista poderia levar a uma evolução verde e uma mudança social eficiente e eficaz. Essa discussão deve suscitar uma inserção de questões socioambientais, onde o modelo de sociedade e de desenvolvimento que se adotou até o presente seja repensado e as novas configurações levem a sociedade em direção a padrões de desenvolvimento ecologicamente sustentáveis, não somente se tendo uma preocupação social, mas também ambiental.

Precisa-se pautar a sociedade num consumo que seja ético, solidário, de cooperação, sustentável, consciente e moral, onde as pessoas não sejam adestradas e docilizadas a consumirem desregradamente. Quando as pessoas se tornam consciente de suas ações individuais, são informadas de forma correta e estão preocupadas com as questões tanto sociais quanto ambientais surgem novas estratégias para a solução da problemática propostas.

O teatro cotidiano, onde o cidadão é ator, que apenas compra desregradamente deve ser percebido sob uma nova ótica, onde o sujeito não seja apenas ator, mas também diretor, capaz de dirigir sua própria existência em prol de um contexto social, vez que nessa condição será capaz de entender que seus atos possuem uma série de reflexos, tanto no âmbito social como ambiental. Assim uma atitude impensada gerará uma série de riscos socioambientais e uma atitude consciente pode levar à sustentabilidade socioambiental.

Ainda, é importante salientar que a culpa dos danos socioambientais gerados pelo hiperconsumo não é somente dos consumidores, vez que os maiores impactos estão na produção dos produtos e na heteronomia consumocentrista desenvolvida pelo mercado sobre o cidadão. Nessa seara, as grandes corporações devem repensar o modelo de crescimento econômico pautado na busca de um lucro sem responsabilidade socioambiental, transmutando-o para um desenvolvimento econômico ordenado, consciente e sustentável tanto social, quanto ambientalmente. Além disso, os Estados, através de seus órgãos



governamentais devem se empenhar em desenvolver ideias de governabilidade e sustentabilidade eficiente e eficazes.

Neste último aspecto, os Estados devem ser entes controladores do mercado, capazes de impedir o desenvolvimento de atitudes mercadológicas que não possuam em suas bases visões socioambientais, ou seja, não devem ser Estados mínimos – fracos sem força necessária para o controle desejado - e, também não podem ser Estados totalitários - que impeçam a livre iniciativa -. Devem, portanto, serem Estados socioambientais capazes de reverterem o consumocentrismo, que se configura para a pós-modernidade. É, na realidade, a busca da harmonização, do meio termo, capaz de, sistemicamente, solidificar a sociedade sem exclusões e buscar a sustentabilidade ambiental.

Ainda, na prática, as políticas públicas eficientes e eficazes, no âmbito local, junto com a democracia participativa e a noção de cooperação social são aspectos a serem considerados quando se pensa em desenvolvimento socioambiental. Nesse aspecto, as pessoas empoderadas sob o manto da Democracia Participativa poderão compreender o verdadeiro sentido da democracia e de sua participação na tomada de decisões, pois o individualismo dá lugar a cooperação social, tendo em vista um bem maior e coletivo, capaz de perfectibilizar a sustentabilidade socioambiental.

Para que tudo isso possa ser desenvolvido, se fazem necessárias – como se vem explanando - mudanças comportamentais não somente do consumidor, mas das corporações e dos governantes. O investimento em políticas públicas locais, as quais o cidadão participe e se sinta pertencente, é fundamental, pois as mesmas devem visar a melhoria da sociedade, dos processos econômicos, sociais e ambientais.

Quando se repensa padrões de hiperconsumo entre os mais favorecidos e os menos favorecidos, se põem em debate na esfera pública a participação da sociedade, onde se concretiza a democracia e se criam atores sociais cooperativos, responsáveis e participativos, o que leva a mudanças no modelo desenvolvimentista atual.

No presente trabalho não se pretende trazer uma solução definitiva para o embate criado, mas se pretende dar um suporte teórico para se repensar os padrões hiperconsumista, que estão instaurados na nossa moderna contemporânea. Assim, se traz essas possíveis soluções como formas de se pensar e criar uma nova racionalidade.

Entende-se que a construção de uma sociedade e de uma cidadania socioambiental é uma escolha que protagoniza a própria existência. O agir em coletividade permite que os



sistemas estruturantes da sociedade possam ser repensados, reconcebidos e isso levará a um agir diferente na sociedade consumocentrista. O reforço aos contornos da democracia participativa, com o incentivo à participação na definição de políticas públicas e a possibilidade de deliberação pública são marcos fundamentais para o crescimento da sociedade atual. Entende-se que a participação popular indica o fortalecimento e a democratização do Estado, fazendo com seus cidadãos se sintam pertencentes ao espaço em que vivem.

O progresso econômico sustentável socioambientalmente se dá quando o cidadão entende seu papel na cogestão local de seu Estado, esses canais permitem a institucionalização da participação e dos debates na criação e explicitação de políticas públicas, capazes de entabularem a negociação e a deliberação sobre a redução do hiperconsumo, vez que, somente assim será possível a redução dos impactos socioambientais criados pela sociedade hiperconsumista/consumocentrista.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Gisele Ferreira. **Estratégias de sustentabilidade**. São Paulo: Editora Letras Jurídicas, 2008.
- BARACHO, José Alfredo de Oliveira. **O princípio de subsidiariedade: conceito e evolução**. Rio de Janeiro: Forense, 1996.
- BARBER, Benjamin. **Consumidor: como o mercado corrompe crianças, infantiliza adultos e engole cidadãos**. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido: sobre a fragilidade das relações humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vidas para o Consumo: A transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- BECK, Ulrich. **Sociedade de Risco**. São Paulo: Editora 34, 2010.
- BITTAR, Carlos Alberto. **A nova interpretação do código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- BLÁZQUEZ, Niceto. **Ética e meios de comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1999



BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa/Rio de Janeiro: Difel, 1989

BUCCI, Maria Paula Dallari. **O conceito de política pública em direito**. In Políticas Públicas: reflexões sobre o conceito jurídico. Maria Paula Dallari Bucci (organizadora). São Paulo: Saraiva, 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade espetáculo**. Trad. Estela dos santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p.30.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 38. ed. Trad. Raquel Ramallete. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

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

GUIMARÃES, Gabriella Casimiro. **Consumo sustentável para minimização de resíduos sólidos urbanos**. 2011. 119 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável. Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2011. p. 54-5. Disponível em: < <http://repositorio.unb.br/handle/10482/10567>>. Acesso em: 06 abr. 2016.

GUIMARÃES, Roberto P. **A ética da sustentabilidade e a formulação de políticas de desenvolvimento**. In: VIANA, Gilney; SILVA, Marina; DINIZ, Nilo. O desafio da sustentabilidade: Umdebate socioambiental noBrasil. SãoPaulo: Editora FundaçãoPerseuAbramo, 2001. p. 43- 71.

GOFFMANN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petropolis: Vozes, 1999.

GORZ, André. **O Imaterial**. São Paulo: Annablume, 2005.

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

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade da decepção**. Barueri, SP: Manole, 2007. Disponível em: <https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>. Acesso em: 05 abr. 2016.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2008.

MILARÉ, Édís. **Direito Ambiental**. 4ª ed. São Paulo: RT, 2005.

MISKOLCI, Richard. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. **Revista de Estudos Femininos**, vol.14, n. 3, 2006, p.681-693.



NALINI, José Renato. **Ética ambiental**. Campinas: Millennium, 2001.

OST, François. **A natureza à margem da lei: a ecologia à prova do Direito**. Lisboa: Portugal: Instituto Piaget, 1995.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. A modernidade e a questão da vida. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. **Direito Ambiental e Biodireito: da modernidade à pós-modernidade**. Caxias do Sul: EDUCS, 2008.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. Os riscos ambientais advindos dos resíduos sólidos e o hiperconsumo: a minimização dos impactos ambientais através das políticas públicas. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Orgs.). **Resíduos sólidos: consumo, sustentabilidade e riscos ambientais**. Caxias do Sul, RS: Plenum, 2014.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; LUNDGREN, Ana Paula; TONIASSO, Rachel Cassini. O hiperconsumo e os riscos ambientais provocados por resíduos sólidos: uma análise da política nacional dos resíduos sólidos, tendo Caxias do Sul como referência. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Orgs.). **Hiperconsumo, riscos ambientais: provocados pelos resíduos sólidos e políticas públicas nos municípios de Caxias do Sul e Passo Fundo**. Caxias do Sul, RS: Plenum, 2014.

ROSENFELD, Denis Lerrer. **O que é democracia**. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994

ROCHA, Leonel Severo. **A publicidade como meio de comunicação e sua regulação jurídica**. In Relações de Consumo: Meio Ambiente. org. PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. Caxias do Sul, RS: Educs, 2009.

SACHS, I. **Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SACHS, I. **Ecodesenvolvimento: crescer sem destruir**. São Paulo, Vértice, 1986.

SANTOS, Milton. **O Mundo Global visto do lado de cá**. ANCINE Agência Nacional de Cinema. Vídeo São Paulo: 2001.

SCHOR, Juliet B. **Nascidos para comprar: uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo**. São Paulo: Editora Gente, 2009.

SIMIONI, Rafael Lazzarotto. **Direito Ambiental e Sustentabilidade**. Juruá Editora, Curitiba, 2006.

SOARES, Ricardo Maurício Alberto. **Direitos do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

THERBORN, G. **Dimensões da globalização e a dinâmica das (des)igualdades**. In: GENTILI, P. **Globalização Excludente: desigualdade, exclusão e democracia na nova ordem mundial**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.