



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE**



NÍVEL MESTRADO

RAMON TORRES DE BRITO SILVA

**A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA NO FOMENTO DO CONSUMO
(IN)SUSTENTÁVEL**

**SÃO CRISTÓVÃO/SE
FEVEREIRO DE 2023**

RAMON TORRES DE BRITO SILVA

**A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA NO FOMENTO DO CONSUMO
(IN)SUSTENTÁVEL**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal de Sergipe.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria José Nascimento Soares

Linha de Pesquisa: Planejamento e Gestão Ambiental

**SÃO CRISTÓVÃO/SE
FEVEREIRO 2023**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

S586o Silva, Ramon Torres de Brito.
A obsolescência planejada no fomento do consumo
(in)sustentável / Ramon Torres de Brito Silva; orientadora Maria
José Nascimento Soares. – São Cristóvão, SE, 2023.
101 f. : il.

Dissertação (mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente)
– Universidade Federal de Sergipe, 2023.

1. Meio Ambiente. 2. Consumo (Economia). 3. Educação ambiental.
4. Degradação ambiental. 5. Sustentabilidade. I. Soares, Maria José
Nascimento, orient. II. Título.

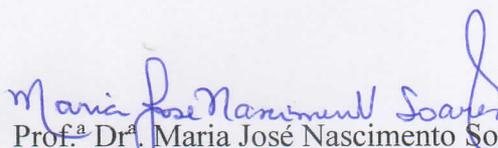
CDU 504:37

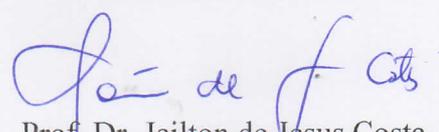
RAMON TORRES DE BRITO SILVA

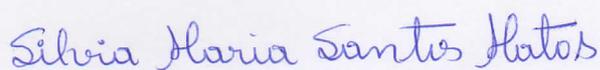
**A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA NO FOMENTO DO CONSUMO
(IN)SUSTENTÁVEL**

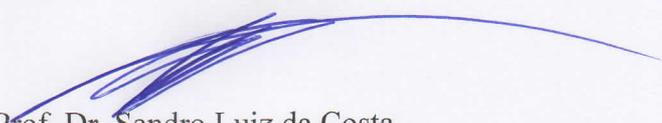
Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, da Universidade Federal de Sergipe.

A presente banca examinadora avaliou o aluno em 27 de fevereiro de 2023, às 9 horas, decidindo pela aprovação.


Prof.^a Dr.^a Maria José Nascimento Soares
Presidente-orientadora


Prof. Dr. Jailton de Jesus Costa
Examinador Interno (PRODEMA/UFS)


Prof.^a Dr.^a Silvia Maria Santos Matos
Examinadora Externa (UFS)


Prof. Dr. Sandro Luiz da Costa
Examinador Externo (FANESE)

AGRADECIMENTOS

Aqui não cheguei sozinho. Por isso necessito agradecer. Mãe e pai, obrigado por me aguentar. Voinho e Voinha, obrigado por entenderem minha ausência e não diminuírem o amor que sentem por mim. Vovó, sei que sempre está orando por mim. Kel, obrigado por ser, inelutavelmente, um exemplo de competência acadêmica. PRODEMA, obrigado por ter me dado a chance de conhecer Alice. Alice, obrigado por existir.

Prof. Dra. Maria José, minha orientadora, obrigado por ser um exemplo do profissional que quero me tornar, assim como do ser humano que almejo ser.

Ademais, agradeço à CAPES pelo aporte necessário para confecção deste trabalho, sem ela, com certeza o processo de pesquisa seria muito mais árduo.

Já findando, rendo agradecimentos a minha banca de qualificação, e de igual forma a minha banca de defesa, pois, uma dissertação não é trabalho tão somente do mestrando. Em verdade, é trabalho coletivo que nasce do diálogo e da dialética daqueles que já trilharam o caminho que faço agora.

RESUMO

Vivemos na cultura do consumo, no qual o próprio ser humano tornou-se uma mercadoria. Nela, o paradigma antropocêntrico é presente e majoritário. Fato este que ocasionou a visão epistêmica da separação entre o ser humano e os demais seres bióticos e elementos abióticos. Isso fez com que a biosfera fosse enxergada como um grande conjunto infinito de recursos que podem ser utilizados ao bel prazer do *homo sapiens*. Por isso, os limites do nosso planeta não são respeitados, o que terminou por ocasionar diversos malefícios socioambientais – basta ver o consumo exacerbado (consumismo), a atual pandemia do *coronavírus* (COVID-19), bem como o aquecimento global. Tudo isso se maximiza com a crescente inovação, e estímulo de desejos a serem satisfeitos, ocasionada pela técnica da obsolescência planejada. Esta, por sua vez, comporta o gênero das espécies de obsolescência programada de qualidade, utilidade e perceptibilidade. Ela é a base da economia de produção linear. Nesse quadro, o arcabouço jurídico pátrio ofereceu resposta para limitar tal *status quo*. Ilustrativamente, no âmbito constitucional encontramos, a promoção do consumo sustentável mediante a interpretação sistemática dos artigos 5º, inciso XXXII; 170, incisos V e VI; 225, *caput*, §1º, incisos V e VI, todos da Constituição Federal de 1988. Sendo que, na seara infraconstitucional temos a lei nº 8.078 de 1990, denominada de Código de Defesa do Consumidor, o qual envida endosso ao escopo constitucional adrede pontuado. Nesta ambiência, objetiva-se analisar a cultura do consumo como promotora da obsolescência planejada/programada, aclarando, dessa forma, os elementos que podem ser modificados em favor da existência de um ambiente ecologicamente equilibrado. Esse objetivo é guiado e abalizado pela abordagem metodológica hermenêutica, a qual fornece paradigmas para o exercício interpretativo de caráter textual, nisso depreendendo e limitando conceitos e definições. Sendo assim, a pesquisa mostra-se como descritiva, de natureza qualitativa, com seu levantamento bibliográfico baseado em livros, revistas e trabalhos especializados. Nesta linha de intelecção, em consonância com a abordagem hermenêutica, aqui se utiliza o método procedimental teórico-conceitual, o qual possibilita o conhecimento, trabalho, aperfeiçoamento e acompanhamento do estado da arte da temática em tela. Diante dessa conjuntura, espera-se contribuir com a sensibilização dos consumidores sobre suas práticas de consumo, reduzindo os efeitos deletérios causados ao ambiente pelo consumismo motivado pela obsolescência planejada.

Palavras-Chave: Consumismo; Consumo sustentável; Educação ambiental; Epistemologia ambiental.

ABSTRACT

We live in a culture of consumption, whose very human being has become a commodity. In it, the anthropocentric paradigm is present and the majority. This fact gave rise to the epistemic view of the separation between human beings and other biotic beings and abiotic elements. This made the biosphere to be seen as a great infinite amalgamation of resources that can be used at the pleasure of homo sapiens. Therefore, the limits of our planet are not respected, which ended up causing several socio-environmental harm - just look at exacerbated consumption (consumerism), the current coronavirus pandemic (COVID-19), as well as global warming. All this is maximized with the growing innovation, and stimulation of desires to be satisfied, caused by the technique of planned obsolescence (genre of species of programmed obsolescence of quality, utility and perceptibility). It is the basis of the linear production economy. In this context, the national legal framework offered an answer to limit this status quo. For example, in the constitutional scope we find the promotion of sustainable consumption through the systematic interpretation of articles: 5th, item XXXII; 170, items V and VI, 225, caput, §1, items V and VI, all of the Federal Constitution of 1988. Considering that, in the infra-constitutional field, we have Law 8.078 of 1990, called the Consumer Defense Code, which endorsement of the constitutional scope adrede punctuated. In this context, the aim is to describe the culture of consumption as a promoter of planned/programmed obsolescence, thus clarifying the elements that can be modified in favor of the existence of an ecologically balanced environment. This objective is guided and supported by the hermeneutic methodological approach, which provides paradigms for the interpretative exercise of a textual character, inferring and limiting concepts and definitions. Therefore, the research shows itself as descriptive, qualitative in nature, with its bibliographic survey based on books, journal and specialized article. In this line of intellection, in harmony with the hermeneutic approach, here it uses the theoretical-conceptual procedural method, which enables the knowledge, work, improvement and monitoring of the state of the art of the fematics in question. Faced with such a conjuncture, it is expected to contribute to the awareness of consumers about their consumption practices, reducing the deleterious effects caused to the environment by consumerism motivated by planned obsolescence.

Keywords: Consumerism. Sustainable consumption. Environmental education. Environmental epistemology.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Consumo hídrico para a fabricação de mercadorias.	21
Figura 02 - Tipos de consumo.	30
Figura 03 - Relação oferta/demanda.	32
Figura 04 - Expansão rápida da “classe de consumidores”	33
Figura 05 - Contextualização da Obsolescência.	37
Figura 06 - Evolução dos indicadores relacionados ao ODS 12.....	50
Figura 07 - Extração da norma constitucional.	57
Figura 08 - Resumo gráfico do deslocamento discursivo apresentado por Fátima Portilho.	72

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Mudança de paradigma conforme Capra.....	16
Quadro 02 - Fases da sociedade de Hiperconsumo.	38
Quadro 03 - Diferentes tipos de Obsolescência Planejada.	42
Quadro 04 - Argumentos contrários à aplicação da obsolescência.....	49
Quadro 05 - Estado da arte até a obra de Vance Packard.	49
Quadro 06 - Publicações da obsolescência nas fases do Hiperconsumo.	51
Quadro 07 - Âmbito da problemática da presente pesquisa.	73
Quadro 08 - Pressupostos da educação ambiental freiriana.....	74

LISTA DE SIGLAS

CF	Constituição Federal de 1988
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CS	Consumo Sustentável
EUA	Estados Unidos da América
ODS	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
ONGS	Organizações Não Governamentais
TOP	Técnica da Obsolescência Planejada/Programada
TOPF	Técnica da Obsolescência Planejada/Programada de Funcionalidade
TOPP	Técnica da Obsolescência Planejada/Programada de Perceptibilidade
TOPQ	Técnica da Obsolescência Planejada/Programada de Qualidade

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1: PARADIGMA, SOCIEDADE E CULTURA DO CONSUMO.....	14
1.1 Paradigma Antropocêntrico	14
1.2 Primórdios da Cultura do Consumo.....	19
1.3 Cultura do Consumo	24
1.3.1 Fase do Consumo: Sedução e Consumo-Distração	24
1.3.2 Fase do Consumo: Sociedade da Abundância	26
1.3.3 Fase do Consumo: Hiperconsumo	29
CAPÍTULO 2: A TÉCNICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E SEUS EFEITOS NO AMBIENTE.....	38
CAPÍTULO 3: O CONSUMO SUSTENTÁVEL COMO MITIGADOR DA DEGRADAÇÃO AMBIENTAL.....	53
CAPÍTULO 4: A EDUCAÇÃO AMBIENTAL FREIRIANA COMO DIFUSORA DO CONSUMO SUSTENTÁVEL	66
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	78
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	85
ANEXOS	94
ANEXO A - Anúncio Publicitário da Frigidaire	95
ANEXO B - Campanha Publicitária para Crianças	96
ANEXO C - pronunciamento do chefe indígena seattle proferido em 1854.....	97
ANEXO D - Discurso do Chefe Indígena Sioux Proferido numa Tradicional Festa Conhecida por Pow Wow, nos Estados Unidos da América, em 1875.....	99
ANEXO E - Parte mais Relevante do Acordão para os Propósitos Exemplificativos da Presente Dissertação.....	100

INTRODUÇÃO

Vivemos na cultura do consumo marcada pelo modelo linear de economia, mediante a extração, transformação, distribuição, consumo e descarte. Esse modelo explora a nossa biodiversidade, além dos limites de sua resiliência. Decerto, o ser humano acabou alterando o equilíbrio ecológico planetário ao longo dos tempos.

Esse contexto é fruto da ilusão humana que vislumbra a biodiversidade como um rico e infinito catálogo de insumos. Isso tem causa no paradigma antropocêntrico que, com sua visão mecanicista, veio separar o ser humano da natureza, realocando-o em posição de superposição em relação ao ambiente e aos seres não humanos.

Para a manutenção e crescimento da cultura do consumo, é mister que tudo quanto seja produzido acabe, velozmente, consumido e substituído o mais rápido possível. O fluxo de produção e consumo não pode parar, pois nenhum produto é feito para durar - como se fitava na outrora sociedade de produtores.

Tudo é provisório, toda mercadoria é efêmera, o desejo nunca deve ser saciado, mas, em verdade, ser sempre estimulado. Por estarmos em uma cultura caracterizada pelo consumo, ninguém nunca tem o melhor artigo/mercadoria, uma vez que o escol produto ou serviço sempre estará por vir.

Nessa sina, quando uma mercadoria acaba de ser lançada, já se torna velha, pois nasceu defasada, totalmente ultrapassada, mostrando que tudo é passageiro, nada fica, tudo haverá de se passar. Assim sendo, para o mercado, até a própria pessoa humana nunca se encontra em sua “melhor” versão. Ela sempre pode e deve se aperfeiçoar.

O conformismo é malquisto, execrado. Adiar o prazer se consubstancia hediondo. Em nossa cultura do consumo, toda satisfação deve ser atendida imediatamente. Nesta senda, o próprio ser humano acabou se tornando produto. Por ser produto, o ser humano é consumido ao mesmo tempo que vem a consumir o planeta.

Perante essa arquitetura, a obsolescência programada se consubstancia em nevrálgica e pulsante matéria de estudo, haja vista que ela é a suma técnica, a força motriz, do consumismo hodierno. Seja pela qualidade, funcionalidade ou perceptibilidade, a obsolescência planejada garante a efetiva continuação do modelo linear de economia.

Contudo, por mais que se pense em um consumo infinito, sempre almejando o aperfeiçoamento da novidade, mister se faz ressaltar que os elementos que compõem os ecossistemas de nossa biosfera, entendidos como recursos no paradigma antropocêntrico, são finitos.

Logo, por criar e estimular desejos humanos insaciáveis e crescentes, a técnica da obsolescência planejada (TOP) acaba por fomentar o consumo, o qual acelera e agrava a degradação ecológica. Contudo, oficialmente, o consumo só foi entendido como um catalisador da crise ecológica global, nos anos 1990, mormente com os documentos – como a Agenda 21; Declaração do Rio; Tratado das ONGs - oriundos da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, também denominada de ECO-92.

Nesta linha intelectual, com uma plêiade de reivindicações nos idos das décadas de 1990 até o aqui e o agora, o clamor social, científico, filosófico, nacional e internacional, daqueles que vislumbraram (e ainda visualizam) a problemática ambiental global, causada pela degradação advinda do consumo exacerbado e progressivo, reverbera no presente trabalho. Assim sendo, a temática em lume relaciona-se aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), especificamente ao ODS nº 12, o qual colima garantir padrões de produção e de consumo sustentáveis.

Ora, é nesse prisma que podemos encontrar a justificativa e relevo desta pesquisa, por isso locupletando o ambiente acadêmico, social e profissional com o estudo aqui teorizado. Posto isto, inelutável se faz superarmos o seguinte problema: Quais são os efeitos da obsolescência planejada ao ambiente?

Por conseguinte, o objetivo principal do estudo em *lume*, consiste em **analisar a cultura do consumo como promotora da obsolescência planejada/programada, na perspectiva de aclarar os elementos que podem ser modificados em favor da existência de um ambiente ecologicamente equilibrado.**

Especificamente fita-se: a) **examinar** a técnica da obsolescência programada, angariando informações que possam ser utilizadas na sensibilização dos consumidores quanto aos efeitos deletérios causados ao ambiente; b) **demonstrar** como o consumo sustentável pode mitigar a degradação ambiental oriunda da obsolescência planejada; c) **descrever** como a educação ambiental freiriana pode fomentar o consumo sustentável, de modo a reduzir os impactos negativos decorrentes da obsolescência planejada ao ambiente.

Por essas objetivações dentro de uma temática tão complexa, uma ótica científica unidisciplinar não proporcionaria uma investigação, análise e proposição condizentes com o pensamento de um mundo sistêmico e não linear que aqui se adota. Por isso, inarredável se faz uma abordagem conjuntural dos saberes científicos e filosóficos.

Nesta ambiência, os estudos até o momento realizados, e fundamentados nos capítulos que se seguem, resultaram da aplicação da metodologia hermenêutica, a qual possibilita estabelecer o sentido, alcance e objetivo dos dados que foram angariados mediante o levantamento bibliográfico e o escrutínio de documentos.

Especificamente, para obtermos o desiderato do consumo sustentável, assim mitigando os efeitos deletérios ambientais oriundos da TOP, o método hermenêutico normativo-estruturante, lapidado por Friedrich Müller, fora utilizado. Consiste tal metodologia em pressupor que não há identidade entre norma e texto constitucional, havendo exceções dentro de alguns contextos. Assim, a norma que se aplica ao caso concreto (tal método também pressupõe que o momento da interpretação se confunde com o momento da aplicação), deve ser obtida da conjugação do programa normativo (texto constitucional) que será demonstrado no capítulo 3 e 4, com o âmbito normativo (elementos da realidade que ostentem relevância jurídica) formado pelos capítulos 1 e 2.

Ademais, essa metodologia oferece uma interpretação que valoriza a especialidade das temáticas que orbitam em torno da mudança de paradigmas, pensamento sistêmico/ecológico, sociedade e cultura do consumo, consumo sustentável, educação ambiental e relações entre o ser humano com a natureza.

No que atine ao Código de Defesa do consumidor (CDC) e demais normativas infraconstitucionais, aqui se utilizou da hermenêutica jurídica clássica, bem como da hermenêutica geral/filosófica. Neste sentido, também fora utilizado o método teórico-conceitual, o qual consiste em conhecer, comparar, aperfeiçoar e acompanhar o estado da arte da temática em questão, por isso possibilitando um constante processo de construção e desconstrução da ciência ambiental.

Isto posto, nas linhas que se seguem, se trouxe a paleta de cores híidas em matizar a opacidade do pensar consumerista, antropocêntrico e capitalista que perfaz a obsolescência programada, os quais foram abordados e aprofundados em quatro capítulos, considerações finais, referências consultadas para elaboração desta dissertação e os anexos respectivos.

CAPÍTULO 1: PARADIGMA, SOCIEDADE E CULTURA DO CONSUMO

1.1 Paradigma Antropocêntrico

Atualmente, tanto no quadro nacional, quanto na seara internacional, temos normas que visam proteger a natureza - como será demonstrado no capítulo 3 -, assim guiando as práticas de consumo sustentável (MOREIRA; SILVA; SILVA; 2023; MACHADO; ARAGÃO, 2022; AMADO, 2021; MILARÉ, 2021; SARLET; FENSTERSSEIFER, 2021; GUDYNAS, 2019; MÉO, 2019; CRIVELARI, 2018; GARCIA, 2016). Sobremais, é constatado que, vislumbrar a natureza como intocada, representa um neomito (DICKMANN; CARNEIRO, 2021; MIRANDA, 2003; DIEGUES, 2001).

Por assim ser, a princípio, a normativa nacional e internacional fita a propiciação do equilíbrio ecológico, sem prejudicar o uso sustentável da natureza para o atendimento da geração presente e das gerações do porvir (MOREIRA; SILVA; SILVA; 2023; MACHADO, ARAGÃO, 2022; AMADO, 2021; MILARÉ, 2021; SARLET; FENSTERSSEIFER, 2021; GUDYNAS, 2019; MÉO, 2019; CRIVELARI, 2018).

Malgrado o importante aspecto normativo, devemos entender que a continuação da degradação socioambiental, mormente a ocasionada pela TOP, não ocorre pela ausência de normativas, mas sim por um incoeso aspecto paradigmático (CAPRA; MATTEI, 2018). Sendo que, por muito tempo, se perpetuou e se perpetua na consciência coletiva científica e não científica, o qual é denominado de paradigma antropocêntrico (CAPRA, 2022; SARLET; FENSTERSSEIFER, 2021; MORIN, 2021; SANTOS, 2021; KRENAK, 2020c; LOURENÇO, 2019).

Nesse aspecto, antes de nos debruçarmos sobre o paradigma antropocêntrico, coeso se faz apontarmos como podemos entender o que vem a ser paradigma. Isso feito, com maior limpidez se entenderá como o paradigma legitimou (e ainda legitima) a economia linear capitalista. Esta, sendo promotora da sociedade de consumo, que acabou por engendrar a cultura do consumo, criadora e buriladora da TOP, a qual deságua na aceleração da degradação socioambiental. (CORNETTA, 2017; FONTENELLE, 2017; GARCIA, 2015; MORAES, 2015; BENHOSSI; FACHIN, 2013; LEONARD, 2011).

Decerto, podemos compreender o termo paradigma como um conjunto de práticas científicas, que atende problemas científicos de uma certa comunidade científica, inserida em um determinado tempo histórico (KUHN, 2013). Apesar dessa coesa definição de paradigma,

ao cotejá-la com os objetivos deste trabalho, acabamos por considerar insuficiente por seu aspecto limitador, manifestando uma visão puramente cientificista. Esta, por vezes, acaba por excluir os modos de compreender o mundo de forma empírica e sistêmica/ecológica, mas não menos importante do que o viés científico (SANTOS, 2021; ALBERTO; TONIETO; CONSALTÉR, 2018; KREPSKY, 2017; CAPRA; LUISI, 2014).

Assim, o paradigma pode ser compreendido pela perspectiva sistêmica/ecológica que Fritjof Capra (2006, p. 25) define como um conjunto de “[...] concepções, de valores, de percepções e de práticas compartilhados por uma comunidade, que dá forma a uma visão particular da realidade, a qual constitui a base da maneira como a comunidade é organizada”.

Nesses termos, endossamos o entendimento sobre paradigma de Capra, haja vista sua extensão e valorização de toda a comunidade, seja científica ou não científica, que participa da criação e estruturação de concepções, pensamentos, valores, percepções e práticas de uma realidade, comungadas em sociedade.

Robustecendo o exposto, Morin (2021, p. 22) afirma que: “[...] a noção de paradigma significa princípio de organização do pensamento, da ação, da sociedade, em suma, de todos os domínios daquilo que é humano”. Porquanto, com a adoção do escopo de paradigma em tela, possibilita-se um conhecimento prudente para uma vida descente (SANTOS, 2006).

Nessa ambiência, a perspectiva paradigmática em voga perfaz um conhecimento prudente, por ser fincado em gradientes científicos, como métodos, princípios e elementos cognoscíveis. Outrossim, esse conhecimento é descente, pois respeita e utiliza os saberes oriundos da comunidade não científica (SANTOS, 2008), permitindo “[...] sentir que o rio, a floresta, o vento, as nuvens são nosso espelho na vida” (KRENAK, 2020c, n.p.).

Com efeito, o sentimento não eiva a seriedade da concatenação do raciocínio sobre paradigma. Certamente, o sentir, assim como o arcabouço científico, se coaduna em reconectar o animal humano com a natureza. Ilustrando e verticalizando esse pensar, Gudynas (2019, p. 258) salienta que:

A reconexão com o mundo natural é também assunto dos sentimentos. É importante promover mudanças de atitude no sentido de abandonar toda a vergonha de exigir a proteção da Natureza a partir de perspectivas afetivas ou estéticas. Não faz muito sentido adotar sempre uma neutralidade cartesiana, em que o amor à Natureza somente pode estar situado no âmbito da vida privada, sem se infiltrar na profissionalidade científica (GUDYNAS, 2019, p. 258).

Logo, o paradigma sistêmico/ecológico reconhece a interconexão das inúmeras formas de conhecer o mundo (método científico, razão, sentir, arte, fé) a teia da vida (CAPRA, 2022; MARCONI; LAKATOS, 2022; KREPSKY, 2017; NASCIMENTO; SOUSA, 2015), sem hierarquizá-las, daí sendo adequado para o alcance dos objetivos desta dissertação.

Nesse diapasão, com base em Fritjof Capra (2006, p. 27) - mas não se limitando a ele, como se verá nas linhas que se seguem - apresenta-se o quadro 01, que sintetiza as perspectivas paradigmáticas, organizadoras do pensamento e dos valores que necessitam ser equilibrados entre si e que são imprescindíveis na totalidade dos sistemas vivos. Nisso, temos o polo da concepção auto afirmativa e o polo da concepção integrativa, sem que haja a total anexação de um polo pelo outro:

Quadro 01 - Mudança de paradigma conforme Capra.

PENSAMENTO		VALORES	
<i>Auto-afirmativo</i>	<i>Integrativo</i>	<i>Auto-afirmativo</i>	<i>Integrativo</i>
Racional	Intuitivo	Expansão	Conservação
Análise	Síntese	Competição	Cooperação
Reducionista	Holístico	Quantidade	Qualidade
Linear	Não-linear	Dominação	Parceria

Fonte: Adaptado de Capra (2006, p. 27).

Por assim ser, entender o conceito de paradigma é essencial para a compreensão da exegese que originou a cultura do consumo, marcada pelo paradigma antropocêntrico, a qual ainda guia diversas práticas científicas e não científicas, bem como filosóficas, artísticas e religiosas, que acabam degradando o ambiente, como se verá adiante.

Em minúscula síntese, a teleologia de se aclarar “o que é paradigma” se constitui nodal para a inteligência dos elementos que ensinam e fazem parte da relação ser humano e natureza ao longo da breve história da humanidade (HARARI, 2015) - aqui recortada em respeito aos objetivos e limites do trabalho. Nisso, aquilatando o raciocínio em exposição, Leonard (2011, n. p.), pedagogicamente explica que:

Dá-se o nome de paradigma ao conjunto de suposições, valores e ideias dominantes de um indivíduo ou de uma dada sociedade. Em outras palavras, trata-se de sua visão de mundo. Os paradigmas ficam tão impregnados na mente das pessoas que acabam sendo tomados como verdade (LEONARD, 2011, n. p.).

Logo, o paradigma antropocêntrico tem o afã de entender que há uma divisão entre o ser humano e a natureza, sendo esta destituída de valores ontológicos, decorrendo disso sua utilização como insumos para o logro da satisfação dos supremos interesses humanos (CAPRA, 2022; GUDYNAS, 2019).

Essa noção paradigmática se origina em priscas eras, as quais não serão analisadas em todos seus pormenores, tendo em vista os limites do presente estudo, e continua majoritariamente presente em nosso cotidiano (HARARI, 2015; GALIMBERTI, 2006), mormente no mundo-cultura, uma categoria da educação ambiental freiriana (DICKMANN; CARNEIRO, 2021) que será trabalhada no último capítulo.

Foi em razão do pensamento grego que o antropocentrismo teve seu germen. Para eles, a natureza era compreendida como uma imutável constante, cuja ordem nunca poderia ser alterada por qualquer ação humana. Nisso, Umberto Galimberti (2006, p. 32), com fuste na Antígona de Sófocles, prevê que:

[...] a imutabilidade da natureza é representada [...], pela calma do mar, que se recompõe depois da passagem da embarcação que ousa desafiá-lo; pela fecundidade da terra, que cicatriza os sulcos nela abertos pelo arado; pelo céu, que, não ferido pelas armas dos caçadores, continua a hospedar os pássaros despreocupados (GALIMBERTI, 2006, p. 32).

Por assim ser, a natureza não estava sob a responsabilidade da pessoa humana, pois qualquer conduta antropológica não ostentaria hiedade para modificá-la. Excluída pela ética grega, por não ser passível de alteração, a natureza - na visão judaico-cristã - é entendida como um objeto de dominação fornecido ao ser humano, seu administrador, pela benevolência divina. Nessa sina, a pessoa humana deveria destrinchar a natureza, usando-a ao seu bel prazer (CAPRA; MATTEI, 2018; GALIMBERTI, 2006).

Neste íterim, também se salienta o caráter histórico da cultura humana, a qual influência, veementemente, pelo processo da educação a humanização, a socialização e a subjetivação do homem/mulher de determinada geração (CHARLOT, 2020). Por consequência, no presente trabalho, desde já pontuamos que adotamos “[...] a concepção de ser humano, enquanto projeto histórico e inconcluso, mas consciente e atuante” (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 20).

Decerto, o animal humano, por não gozar do instinto qualificado, característico do animal não humano, e que torna o mundo estabilizado para ele, precisa recorrer a técnica que,

por sua vez, tenta recortar da realidade um mundo consolidado para o ser humano. Por esse pensar, a técnica é para o homem/mulher o que o instinto é para o animal não humano. Bem por isso, a técnica possibilitou ao ser humano produzir e consumir objetos e serviços, dando estabilidade à sua vida (CARVALHO, 2020; GALIMBERTI, 2006).

Contudo, a mesma técnica fincada no paradigma antropocêntrico, acabou por não respeitar os limites finitos do planeta (CAPRA, 2022; SARLET; FENSTERSSEIFER, 2021; DICKMANN; CARNEIRO, 2021; HARARI, 2015; GUTIÉRREZ; PRADO, 2013; MEADOWS, *et al.*, 1978). Por isso, ocasionando diversos efeitos deletérios socioambientais, maiormente maximizados pela TOP (MOORE, 2022; LATOUCHE, 2018; CORNETTA, 2017; MORAES, 2015; TISCHLEDER; WASSERMAN, 2015; LEONARD, 2011). Perante a conjuntura exposta, Carnelutti (2015, p. 32) sintetiza que:

[...] as necessidades dos homens são ilimitadas, e os bens são limitados. Contraditoriamente, enquanto satisfazem certas necessidades, os bens estimulam outras. Para distinguir o homem dos demais animais, a fórmula mais satisfatória é dizer que o homem nunca está contente. Quanto mais tem, mais quer ter (CARNELUTTI, 2015, p. 32).

Com esse entendimento, nas linhas que se seguem, veremos como o ser humano foi condicionado em nunca estar satisfeito, sempre buscando mais, se tornando um consumidor tão voraz que, na Sales Management *apud* Packard (1965, p. 10, grifo nosso), em 6 de maio de 1960, relatou-se:

Para que os americanos comprem e consumam tudo quanto a manufatura automatizada, a venda sob pressão e a publicidade total lançam sobre nós, cada um de nossos crescentes milhões precisaria ter ouvidos, olhos e outros sentidos adicionais – assim como renda adicional. Com efeito, o único meio seguro de satisfazer todas as exigências talvez seja criar uma raça inteiramente nova de **superconsumidores** (PACKARD, 1965, p. 10, grifo nosso).

Desse modo, sem se preocupar com a biocapacidade planetária - a qual possui natureza finita, como fora sinalizado nas linhas anteriores -, os hiperconsumidores da contemporaneidade são, portanto, filhos motivados que sistematizam as suas vidas por uma cultura do consumo, pelo consumo e para o consumo (MOORE, 2022; SILVA; SILVA; COSTA; 2018; FONTENELLE, 2017; SOLOMON, 2016; LIPOVETSKY, 2007).

1.2 Primórdios da Cultura do Consumo

Estabelecidas às premissas expostas no subcapítulo *alhures*, o resultado da evolução técnica (CAPRA, 2022; GALIBERTI, 2006) possibilitou a revolução industrial, bem como a revolução do consumo, causadoras do advento da sociedade do consumo (PINTO; BATINGA, 2018; LIMA, 2017; SOLOMON, 2016; BAUMAN, 2008; BARBOSA, 2004; MACCRACKEN, 2003), ensejando o nascer da hodierna cultura do consumo (FONTENELLE, 2017; SLATER, 2002).

É inelutável que a revolução industrial foi responsável por significativas transformações na cultura e no ambiente do ocidente. Por conseguinte, houve o aumento da oferta, assim ocorrendo, por outro lado, o aumento da demanda (FONTENELLE, 2017; GARCIA, 2016; LIPOVETSKY, 2007).

Entretantes, de bom tom se faz esclarecer que a dinâmica econômica, entre o aumento da oferta e o aumento da demanda, é um dos ciclos da economia capitalista, e não uma constante inexorável. Isso ocorre devido à dinamicidade das relações policontextuais econômicas e financeiras, as quais sofrem o influxo das variantes determinações políticas, jurídicas, naturais e sociais que orbitam na aquisição de insumos, fabricação de mercadorias, logística e venda delas. Isso, conjuntamente com o mercado de capitais, são representativos abstratos de riqueza monetária (MOORE, 2022; NEVES, 2022; SCHUMPETER, 2020; AZEVEDO, 2014; DUPAS, 2012, NOVAIS; MELLO, 2007).

Logo, dentro do escopo capitalista hegemônico, para que se mantenha um maior período de crescimento econômico, assim gerando mais acúmulo do capital para os *stakeholders* interessados, mister se faz inovar no mercado, fato que depende, significativamente, da atividade empreendedora. Nessa arquitetura, Schumpeter (2020, p. 10) sintetiza:

[...] quando uma empresa introduz uma inovação no mercado, a economia atravessa um período de crescimento. O lucro cresce, gera-se mais empregos, a renda dos consumidores aumenta. Porém, conforme a inovação começa a se disseminar – adotada por concorrentes e com seu consumo generalizado –, deixa de ser um fator de crescimento. Desta forma, a economia entra em uma recessão. Então, quando uma outra inovação é introduzida, o crescimento é retomado (SCHUMPETER, 2020, p. 10).

Essa perspectiva, como destrincharemos ao longo deste estudo, em regra é reducionista e escamoteia os efeitos deletérios que o empreendedorismo tradicional opera em desfavor da

natureza (CAPRA, 2022; NEVES, 2022; LOURENÇO, 2019; AZEVEDO, 2014; SANTOS; CHAUI, 2013; DUPAS, 2012).

Decerto, o empreendedorismo capitalista, por conduto do modelo linear de produção (LIMA, 2017; LEONARD, 2011) ou quando, falsamente, propagandeia produtos ou serviços harmoniosos com as exigências do equilíbrio ecológico (NEVES, 2022; MÉO, 2019; AZEVEDO, 2014), permanece extraindo, insustentavelmente, insumos da natureza (TUPY *et al*, 2023; MOORE, 2022; MORIN, 2021; SARLET; FENSTERSSEIFER, 2021).

Os elementos extraídos, dentro do contexto em questão, são transformados em mercadorias por tecnologias poluidoras (MOORE, 2022; AZEVEDO, 2014; CAPRA, 2014; LEONARD, 2011; PORTILHO, 2005). Nisso, as mercadorias são vendidas e descartadas, velozmente, por intermédio da TOP (MUCELIN, 2020; LATOUCHE, 2018; CORNETTA, 2017; MORAES, 2015; TISCHLEDER; WASSERMAN, 2015; SLADE, 2006; PACKARD, 1965).

Assim sendo, seja pelo descarte ordinário ou pela antecipação do tempo de vida útil do produto realizada pela TOP, habitualmente, os resíduos são jogados sem o devido tratamento ecológico na natureza, a qual, francamente, já se encontra vilipendiada (TRENNEPOHL; TENNEPOHL; TENNEPOHL, 2022; ALMEIDA, 2021; POZZO, 2021; GUDYNAS, 2019; SILVA, 2019; BARBOSA, 2018; SILVA; SILVA; COSTA, 2018; MORAES, 2015).

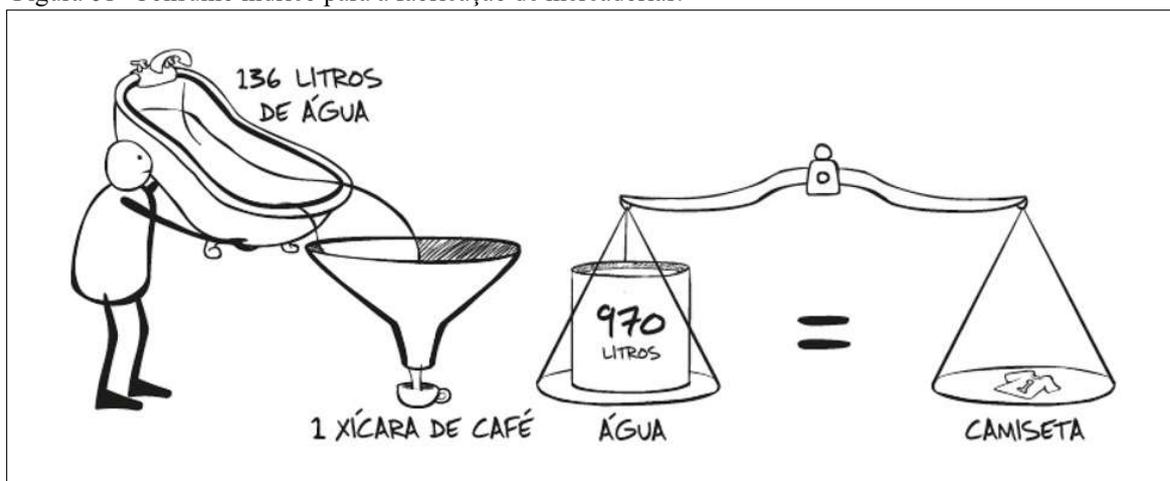
Ademais, a toda essa linearidade produtiva, deve-se acrescer a presença do transporte dos insumos, produtos e resíduos (WEETMAN, 2019; LEONARD, 2011). Bem por isso, majoritariamente, o traslado desses elementos são realizados por modais que vindicam grande dispêndio de combustíveis fósseis, emitindo gases que contribuem para o aumento do efeito estufa. O qual por sua vez, contribui ricamente, para a ocorrência das mudanças climáticas (MOORE, 2022; GUDYNAS, 2019; LOURENÇO, 2019; SETZER; CUNHA; FABBRI, 2019).

Como consequência das mudanças climáticas, acelera-se o degelo das calotas polares. Outrossim, há desertificação dos solos, outrora próprios para agricultura, bem como surgem inundações, deslizamentos de terra, incêndios e outros fenômenos do mesmo adereço. Os quais, terminam por atingir negativamente tanto animais humanos quanto não humanos. Nisso, é necessário sinalizar que as populações humanas que se encontram, maiormente, socioeconomicamente vulneráveis, são as que mais sofrem pelo empreendedorismo capitalista (AMORIN, 2022; MOORE, 2022; CARVALHO, 2020; CAPRA; LUISI, 2014; LEONARD, 2011).

Diante desse habitual panorama, a degradação ambiental não é efeito colateral do sistema de produção linear capitalista, mas sim esperado e calculado no equacionamento necessário ao acúmulo de capital, por poucos seres humanos, em detrimento de outros humanos, não humanos e elementos abióticos (TUPY *et al*, 2023; CAPRA, 2022; KRENAK, 2022; MOORE, 2022; SANTOS, 2021; REIS; VIEIRA, 2017; PORTILHO, 2005).

É certo que a inovação presente da revolução industrial, e o conseqüente aumento da demanda, contribuiu para o nascimento do consumidor contemporâneo. Esse consumidor, em sua maioria, no ano de 2011 não se sentia sensibilizado pela utilização de 136 litros de água, no processo de produção, o qual resultava em apenas uma xícara de café; nem mesmo é sensível em sentir-se responsável pelo gasto de 970 litros de água ao longo do processo de produção de uma camiseta de algodão (LEONARD, 2011), como demonstrado na figura 01.

Figura 01- Consumo hídrico para a fabricação de mercadorias.



Fonte: Extraído de Leonard, 2011.

Seja na obtenção de uma xícara de café quanto no processo de produção de uma camiseta de algodão, é certo que “[...] se, por um lado, é inegável que a revolução industrial marcou um momento importante e histórico de mudanças sociais, não menos importantes são as conseqüências trazidas pelo consumo [...]” (GARCIA, 2016, p. 25). Chandra Mukerji (1983) aponta que a revolução do consumo se deu com o relevo do caráter simbólico e comunicacional oriundo da imprensa, o qual ocorreu na Inglaterra ao longo do interregno dos séculos XV e XVI.

Neil Mckendrick (1982) vaticina que, inicialmente, a revolução do consumo foi notada no século XVIII na Inglaterra, uma vez que os ingleses estavam ávidos em importar tecidos

indianos. Nisso, percebe-se que a moda foi o primeiro indicativo do surgimento da revolução do consumo, bem como responsável pelo início da TOP e pelo desenhar do *marketing*.

Malgrado tais perspectivas, Rosalind Williams (1982) constata que o nascimento da revolução do consumo é engendrado no século XIX, na França. Fato este que ocorreu pela significativa pujança do comércio de variedades e pela apelativa publicidade dos produtos e serviços. Por sua vez, ocasionou-se a gênese das lojas de departamento e das feiras de negócios, sendo Paris um grande referencial desse *éthos*.

Com efeito, os primórdios da revolução do consumo iniciam-se nos últimos 25 anos do século XVI e no começo do século XVII, durante o reinado de Elisabeth I. Isso ocorreu, principalmente, pela destreza da rainha em fazer com que os nobres ficassem dependentes dos favores reais e competissem entre si (MCCRACKEN, 2003). Bem por isso:

A corte elisabetana utilizou-se da moda para efetuar um controle social e político. A nobreza britânica se enfraqueceu economicamente e se tornou dependente da Rainha. Como estratégia política, Elisabeth I transferiu para ela a concessão de recursos para os nobres, o que antes era feito por intermediários. Com isso, os nobres foram obrigados a se deslocarem pessoalmente até a corte, com toda a cerimônia que isso exigia, para serem contemplados pela generosidade real. Os custos dos nobres aumentaram de maneira avassaladora [...] (GARCIA, 2016, p. 29).

Neste sentido, houve significativas transformações no modo de consumo da nobreza inglesa. Em vez de gastarem com sua região e familiares, houve um aumento do consumo individual. Alguns nobres, mais abastados, começaram a ter propriedades na capital Londres, tendo em vista a frequência de visitas que deveriam ser realizadas à Rainha (MCCRACKEN, 2003). Assim, “[...] um clima de competição foi instaurado, uma vez que agora os nobres precisavam estar frequentemente na corte disputando a atenção e os recursos da realeza” (GARCIA, 2016, p. 29).

Além do individualismo no consumo e o desiderato da competição dentro da nobreza, deve-se acrescentar o surgimento do consumo da novidade, por isso abandonando o “aspecto pátina”. O qual consistia em valorizar bens que tivessem cronologia antiga. Noutros termos, esses bens deveriam pertencer à família por gerações, uma vez que:

[...] este processo ajudou a transformar as propriedades simbólicas dos bens de consumo da “pátina” para a “moda”. A preocupação não era mais com a longevidade dos bens consumidos, mas, de forma imediata, adquirir produtos em busca de status e diferenciação social (GARCIA, 2016, p. 31).

Assim sendo, com a desvalorização da pátina, e com o crescimento da procura por produtos novos, bem como inusitados e nababescos, pelos nobres ingleses, houve uma ruptura da relação entre superiores e subalternos. Em consequência disso, os de hierarquia maior passaram a não se preocupar com o desenvolvimento social de sua localidade, nem com o bem-estar de seus familiares. O individualismo no consumo passou a ser a regra (GARCIA, 2016). Nessa sina:

Enquanto os nobres londrinos se atentavam para um novo padrão de consumo, com vestuários luxuosos e gastos exuberantes em mobílias e artefatos, os subordinados viam atônitos este processo de novas demandas em excesso. Com o tempo, os novos padrões de consumo iriam ser desejados pelas classes subordinadas, preparando o caminho para explosões de consumo posteriores, com a participação de grupos que até então estavam excluídos desta nova realidade (GARCIA, 2016, p. 31).

Por conseguinte, assentada a valorização do consumo individual, e da competição para adquirir o artigo mais novo do mercado, com as classes de hierarquia subalterna ciosas em embarcar nesse neófito padrão, o século XVIII foi profícuo no avanço do consumo. Porquanto, temos o começo do assentamento da sociedade do consumo e o esboçar de uma cultura do consumo (MCKENDRICK, 1982).

Foi no século XVIII que se deu a revolução industrial, fato que, conjugado com o individualismo, à competição e o almejo pelos produtos novos motivados anteriormente na sociedade inglesa no reinado de Elisabeth I, se originou então o primeiro consumo em massa, ocorrido no âmbito ocidental (MCCRACKEN, 2003). Desse modo,

Por causa da revolução industrial, há um crescimento substancial de mercados no tempo e no espaço, assim como uma explosão de escolhas de consumo. As classes subordinadas, que antes somente contemplavam os novos gostos de consumo dos nobres, agora podiam participar ativamente deste processo (GARCIA, 2016, p. 32).

Com efeito, o contexto da revolução industrial, no século XVIII, provocou a revolução do consumo. Assim sendo, houve o crescimento da importância da publicidade, no intuito de instigar os consumidores a comprarem mais e com maior habitualidade. Nessa senda, o gosto pessoal não era mais o fator determinante da escolha do consumidor, nem mesmo a utilidade do produto era o grande requisito para uma compra ser realizada. Austeramente, o ambiente se

constituía o estimulante da adesão à moda, ao estilo, e ao padrão que eram divulgados. O que estivesse em “alta” na mídia, deveria ser comprado (MCCRACKEN, 2003).

Perante isso, “[...] o fator decisivo agora é o estar na moda, pouco importando se o bem tenha se exaurido ou não em sua utilidade. O uso dos bens para expressar status não está mais ligado ao aspecto ‘*pátina*’, mais sim ao novo” (GARCIA, 2016, p. 33). Logo, esse contexto difundia que o consumo fazia parte da construção do *self* do indivíduo, bem como representava a identidade do mesmo (CAMPBELL, 2001). Dessa forma, a busca insaciável pelo produto novo, e a superação da valorização de produtos que durassem por longas datas, contribuiu para o surgimento da TOP (GARCIA, 2016).

A substituição do aspecto da pátina, pela lógica da moda, criou um movimento que se retroalimentava, pois os consumidores sempre estavam almejando formar, endossar ou reformatar o seu *self* por via das compras e aprovações sociais (CAMPBELL, 2001). Além disso, uma nova obrigação fora imposta e aceita pelo consumidor moderno, o qual deveria estar sempre informado sobre a moda do momento. Após isso, deveria ir em busca de consumi-la. Bem por isso, tal escopo pode ser denominado como o “império do efêmero” (LIPOVETSKY, 2008).

1.3 Cultura do Consumo

Foi no século XIX que o consumo se firmou no âmago da sociedade. Ademais, é nessa sociedade de consumo que há a gênese da cultura do consumo, a qual se desenvolveu pelo século XX e se consubstanciou em majoritária no século XXI. Ela é presente em diversas sociedades e perpetra influência, veemente, nas esferas científicas e artísticas de nossa época (FONTENELLE, 2017).

1.3.1 Fase do Consumo: Sedução e Consumo-Distração

Nesta trilha, seguindo a classificação de Gilles Lipovetsky (2007), do ano de 1880 até o término da Segunda Guerra Mundial, temos a fase do consumo-sedução e consumo-distração. Essa realidade também pode ser entendida como a primeira era do capitalismo de consumo. Nesse período, observou-se um avanço exponencial da comunicação e do transporte. Assim

sendo, houve uma melhor infraestrutura de produção, fornecimento e compra nacional e internacional (FONTENELLE, 2017; LIPOVETSKY, 2007).

Nesse escopo, o consumo individualista, a competição e a corrida pela aquisição do produto mais novo, motivados no período isabelino, já estavam fixos na cultura da sociedade ocidental (GARCIA, 2016). Nessa inteligência, a tática mercadológica centrou-se em ratificar o

[...] investimento do desejo pelo novo objeto, visando à construção do próprio consumidor, ou seja, objetivando formatar uma subjetividade consumidora de mercadorias. E isso foi feito atrelando-se o consumo dessas mercadorias a uma construção imaginária, à possibilidade de ser outra pessoa (FONTENELLE, 2017, p. 58).

Bem por isso, é necessário se assinalar que o consumo motivado, e exercido na cultura do consumo capitalista, não guarda relação com o consumo desempenhado em culturas não capitalistas (BARBOSA, 2004), “[...] pois no capitalismo o que temos é o consumo de mercadorias. [...] Consumir mercadorias não é o mesmo que consumir um objeto que não tenha por finalidade um valor de troca econômico” (FONTENELLE, 2017, p. 13).

A mercadoria não possui um valor intrínseco, pois ela é propositalmente elaborada para não possuir valor próprio. O valor de determinada mercadoria nasce com o seu anúncio comercial (JHALLY, 1989), bem por isso se formatando a importância do *advertising* (FONTENELLE, 2017).

Em consequência, a cultura do consumo, da fase do consumo-sedução e do consumo-distração, é “[...] uma cultura impregnada da forma-mercadoria e que, por isso, tornou-se um modo de vida que foi ressignificando os usos dos objetos, assim como os hábitos, valores, desejos, paixões e ilusões de uma época” (FONTENELLE, 2017, p. 13-14).

Nesse afã, o que importa é o prazer, o bem-estar que virtualmente o consumo da mercadoria pode proporcionar. Bem por isso, “[...] as pessoas são estimuladas a viverem, no limite, a felicidade presente. E o consumo é o veículo desta satisfação hedonistas” (GARCIA, 2016, p. 18). Por assim ser, a utilidade real que a mercadoria ostenta é escanteada, colocada em segundo plano. Porquanto, encontramos a gestão da determinação simbólica ou cultural da mercadoria (LEE, 1993).

A evolução tecnológica nas indústrias, e a configuração científica do trabalho, aumentaram a produtividade dos bens de consumo. Desse modo, diminuindo-se os custos de

produção, houve a propiciação de produtos para o consumo em massa (LIPOVESTSKY, 2007; SLADE, 2006).

Em tal sentido: “[...] o lucro era obtido por meio do volume das vendas. Para isso, de modo a alcançar o máximo de consumidores possíveis, propiciava não o aumento, mas sim a baixa nos preços dos produtos” (GARCIA, 2016, p. 36). Nessa trilha, houve o surgimento da marca, do acondicionamento dos produtos e da publicidade global. Assim sendo, pelo advento das marcas que representavam um certo padrão de qualidade (uma ideologia ou o fornecimento de *status* social), a publicidade de massa foi amplamente utilizada, focando no incentivo à adesão da marca pelo maior número de consumidores (LIPOVESTSKY, 2007). Nessa sina, “[...] os produtos, anteriormente vendidos a granel (anônimos), passaram a ser distinguidos pela marca e vendidos em embalagens dos fabricantes, dando início às relações diretas entre o fabricante do produto e seu cliente através da fidelização às marcas” (GARCIA, 2016, p. 37).

Outrossim, faz parte da primeira era do capitalismo de consumo, o nascimento das magazines estadunidenses. Estas alternaram profundamente a existência dos estabelecimentos locais, pois passariam a concorrer com mercados de relevo nacional, detentores de uma enorme variedade de bens e serviços (FONTENELLE, 2017). Dessa forma, ocorrendo a democratização do desejo (LIPOVESTSKY, 2007).

Certamente, todo êxito da primeira era capitalista de consumo não teria existido e se desenvolvido nas fases posteriores, assim se moldando na cultura do consumo, sem a invenção social do crédito ao consumidor (FONTENELLE, 2017; LIPOVESTSKY, 2007; CALDER, 1999). Destarte, o ponto nevrálgico do crédito possibilitou a antecipação da aquisição da mercadoria ou do serviço (RIFKIN, 1995). Assim sendo, houve o grande êxito de “[...] um sistema ideológico que propunha um estilo de vida fundamentalmente moldado pelo consumo” (FONTENELLE, 2017, p. 53).

Ademais, de bom tom se faz pontuar que todo esse desenvolvimento científico e tecnológico, possibilitado pela evolução da técnica, teve como supedâneo acordos entre os *stakeholders* (mercado, governo, comunidade científica e outros) que se beneficiavam do modelo de produção linear capitalista (CAPRA; MATTEI, 2018; FONTENELLE, 2017; LEONARD, 2011; GALIMBERTI, 2006; HOBBSAWN, 2003).

1.3.2 Fase do Consumo: Sociedade da Abundância

Passando para a fase da sociedade da abundância, o Eldorado consumista, cujo início vai de 1950 até os últimos anos da década de 1970 (LIPOVETKY, 2007), ocorre a época mais faustosa da oferta e da demanda, momento que fora nomeado como a “era de ouro do capitalismo” (HOBSBAWN, 2003). Nesse sentido,

[...] a difusão do modelo tayloriano-fordista de organização da produção contribuiu efetivamente para o crescimento da sociedade de consumo, por ter sido a chave para a excepcional alta da produtividade e o aumento dos salários. Por meio deste modelo, os produtos passaram a ser produzidos de maneira padronizada, instalando-se, a ‘lógica-moda’, ou seja, a criação de meios para reduzir a vida útil das mercadorias a fim de manter a produção e o consumo sempre em níveis elevados (GARCIA, 2016, p. 38).

Com efeito, aqui já se percebe o grande importe da TOP para o aumento do consumo e constante produção de novas mercadorias, com razão Lipovetsky (2007, p. 34, grifo nosso) assevera que,

Ao longo de toda a fase II, as próteses mercantis invadem a vida cotidiana, ao mesmo tempo que começam a vir à luz políticas de diversificação dos produtos bem como **processos visando reduzir o tempo de vida das mercadorias**, tirá-las de moda pela renovação rápida dos modelos e dos estilos (LIPOVETSKY, 2007, p. 34).

Em verdade, na fase em voga, temos a cultura do consumo assaz arraigada no cotidiano dos consumidores (FONTENELLE, 2017). O desiderato da individualidade, competição e culto ao novo, esboçado no reinado de Elisabete I (MCCRACKEN, 2003), se torna global. Porquanto, Lipovetsky acresce que: “[...] multiplicando por três ou quatro o poder de compra dos salários, democratizando os sonhos do Eldorado consumista, a fase II apresenta-se como o modelo puro da ‘sociedade do consumo de massa’” (LIPOVETSKY, 2007, p. 32).

Neste raciocinar, o consumo de coisas não essenciais ao bem-estar físico ou psíquico contribuiu, maiormente, para a situação de vilipêndio da Natureza. Esses bens são entendidos como artigos opcionais ou de luxo (LEONARD, 2011; PACKARD, 1965). Logo, os bens prescindíveis acabaram por se acumular irresponsavelmente e sem destinação. Ilustrando tal situação, tendo em vista a prodigalidade do consumo norte-americano, Packard observou que: “[...] visitantes estrangeiros comentam que a abundância dos Estados Unidos parece transbordar pelos corredores das lojas, espalhar-se pelas rodovias e arquear para fora as portas, janelas e sótãos das moradias” (PACKARD, 1965, p. 9).

Nesse ínterim, imprescindível se faz ponderar que os bens profusos em voga, passam, ordinariamente, por um processo de depreciação, o qual é acelerado pela TOP, como melhor se examinará no capítulo 2. Nessa ordem, Leonard (2011, n. p.) explica o processo de depreciação não planejado das coisas: “[...] primeiro, o objeto é exibido como se fosse um troféu; depois, vai para uma estante, gaveta ou prateleira; e, por fim, fica jogado em algum canto, até ser transformado em lixo”.

Ademais, é coerente salientar que, malgrado a riqueza material desta fase, o modelo capitalista de produção e consumo permaneceu por envidar desigualdades socioambientais, nas quais poucos detém grande parte da “faustosa” materialidade capitalista, sendo que outros muitos são relegados a viver os martírios da extrema pobreza do sistema. Bem por isso, Packard (1965, p. 9-10) explica que:

Há essa evidência geral de profusão de riqueza material embora exista um substancial remanescente, formado por milhões de famílias, que permanece indiscutivelmente mal alimentado, mal vestindo e mal alojado. E o aparelho de televisão talvez esteja substituindo a alimentação adequada no orçamento familiar (PACKARD, 1965, p. 9-10).

Ademais, a riqueza material não necessariamente, se concilia com outros aspectos importantes da existência. Bem assim, Amartya Sen (2008, p. 20) aponta que:

[...] os cidadãos do Gabão, África do Sul, Namíbia ou Brasil podem ser muito mais ricos [...] do que os de Sri Lanka, China ou do Estado de Kerala, na Índia, mas neste grupo de países as pessoas têm expectativas de vida substancialmente mais elevadas do que no primeiro (SEN, 2008, p. 20).

Apesar dessa intelecção acertada, de bom alvitre se faz pontuar que, mesmo sendo regra o acúmulo de bens voluptuários, descartáveis e não essenciais, algumas marcas promoviam suas campanhas de venda ressaltando a durabilidade, a longevidade e a resistência de seus produtos. Bem por isso, colimando distinguir sua mercadoria das outras oferecidas no mercado, o qual representa essa reflexão, como exposto no anexo A, que ilustra esta perspectiva (FONTENELLE, 2017; GARCIA, 2016; LIPOVESTSKY, 2007).

Robustecendo este raciocínio, Packard (1965, p. 54) envidando ponderações ao excesso de consumo e sobre a utilização da TOP, versa: “[...] devo acentuar que tudo quanto aqui se

segue não invalida o fato de muitas centenas de companhias [...] ainda estarem fazendo o máximo possível para dar a seus compradores um produto de longa duração [...].”

Ademais, cai a lanço realçar que no período em análise (fase da sociedade da abundância), ocorreu o uso da televisão (BRIGGS; BURKE, 2004). Por essa razão “[...] os meios de comunicação certamente foram importantes ferramentas para propagação dos novos valores e produtos [...], exercendo forte influência na sociedade da época” (GARCIA, 2016, p. 39). Porquanto, arregimentando diversos grupos de consumidores.

1.3.3 Fase do Consumo: Hiperconsumo

Com o fim dos derradeiros anos da década de 1970, inicia-se a fase da sociedade do hiperconsumo, marcada pela onipresença do consumo e desenvolvimento tecnocientífico. Tal fase, diferentemente da primeira e segunda (consumo ostentatório ou demonstrativo), tem como característica a explicitude da manifestação hedonista de um consumo individualista, pois consume-se almejando à emoção do prazer pessoal, privado, ontológico. Conquanto, esse consumo permanece o mesmo em relação da primeira e segunda fase no que atine a buscar achar a felicidade no consumo de mercadorias e serviços (LIPOVETSKY, 2007).

Devido ao crescimento exponencial dos meios de comunicação, a propaganda concentrou-se em atrelar a mercadoria, ou serviço em oferta, a um estilo de vida aventureiro, que admira o se colocar em risco em práticas esportivas, do ser audacioso, em ter muitos amigos e obter êxito na busca do romance (BARBOSA, 2004). Nessa análise, todo esse escopo, constantemente estimulado, se consubstancia em cada vez menos valorizar o produto em si, “[...] o que importa são as sensações e a imaginação despertada no consumidor” (GARCIA, 2016, p. 40).

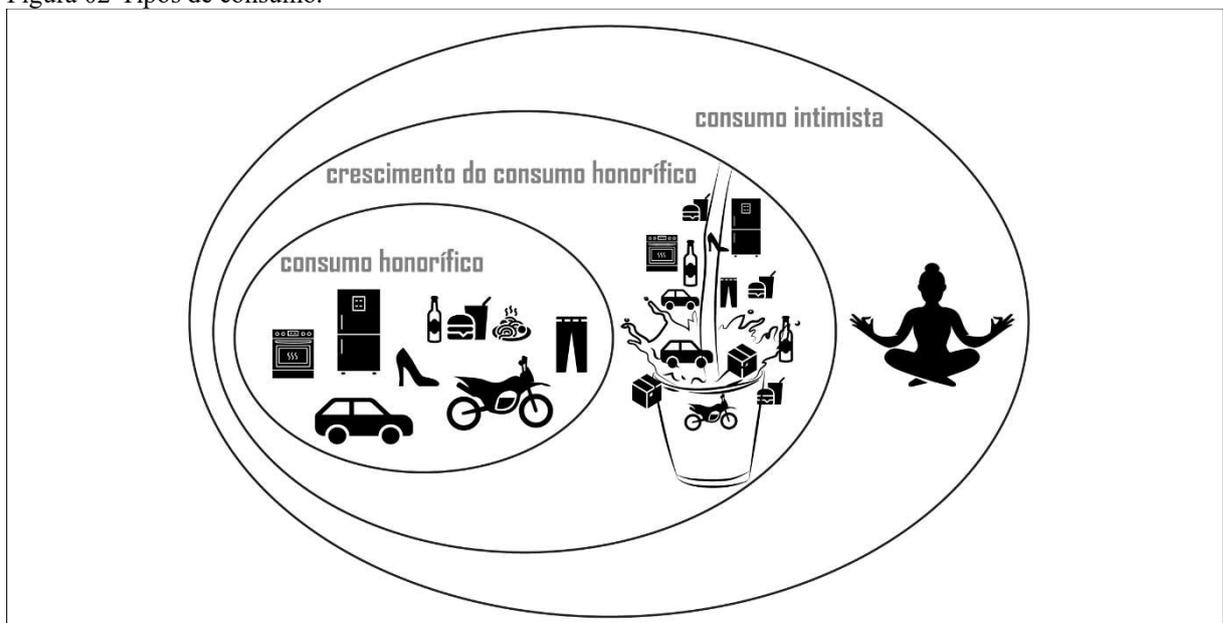
Com efeito, esse despertar imagético e sensitivo se realiza por conduto das narrativas envoltas no *advertising* (anúncio comercial) da mercadoria ou serviço. Nessa arquitetura, William Gibson versa que as “[...] narrativas. Consumidores não compram produtos, mas narrativas” (2014, p. 33). Pois, o imaginário criado no anúncio do produto, e como ele age no consumidor, passa a ser o principal tema de estudo e investimento do mercado capitalista. Doravante, explorar os órgãos do sentido do consumidor acabou sendo a força motriz para o robustecimento da cultura do consumo (FONTENELLE, 2017; GARCIA, 2016; LIPOVETSKY, 2007; PACKARD, 1965).

Sobremais, em nossa sociedade hiperconsumista, o esnobismo (ainda existente), outrora principal motivo para se efetuar uma compra, não é o atual fomentador fulcral do consumo. Por assim ser, o distinguir-se dos outros não mais visa, maiormente, impressionar um público específico, pertencer a um nicho “especial”, ou ainda receber aprovação. Em verdade, na fase em voga, o consumidor, ao exercer o seu papel, pretende a ratificação do *self*, da realização pessoal, fortalecendo o valor próprio (LIPOVETSKY, 2007; CAMPBELL, 2001). Nesse raciocínio, Lipovetsky aduz:

O que é que seduz nos novos objetos de consumo-comunicação (computador, vídeo-gravador, fax, internet, telefone celular, forno de micro-ondas) a não ser sua capacidade de abrir novos espaços de independência pessoal, de aliviar os pesos do espaço-tempo? Por intermédio das coisas, buscamos menos a aprovação dos outros que uma maior soberania individual, um maior controle dos elementos de nosso universo costumeiro (LIPOVETSKY, 2007, p. 52).

Logo, depreende-se o sucesso do robustecimento do individualismo no consumo, bem como do êxito da publicidade em associar o consumo ao *self* do consumidor, possibilitando este ser construído, modificado ou reafirmado constantemente (CAMPBELL, 2001), como ilustrado na figura 02.

Figura 02-Tipos de consumo.



Organização: Ramon Torres de Brito Silva, 2023.

Ademais, um nicho em franco crescimento da cultura do consumo, na fase do hiperconsumo, diz respeito à obsessão pela saúde (GARCIA, 2016). Tanto produtos quanto serviços relacionados à saúde intentam promover profilaxia, curar ou minorar patologias. Igualmente, os fármacos e suplementos alimentares prometem desempenhos físicos e psíquicos, além do ordinário. Nesses termos, Lipovetsky (2007, p. 53) assevera que:

A sociedade de hiperconsumo é aquela na qual as despesas de saúde se desenvolvem por todos os meios, progredindo mais que o conjunto do consumo. O *Homo consumericus* está cada vez mais voltado para o *Homo sanitas*: consultas, medicamentos, análises, tratamentos, todos esses consumos [...] (LIPOVETSKY, 2017, p. 53).

Nesse contexto, o consumidor confia que a indústria farmacêutica possui a higidéz de ser uma panaceia para todos os males. Por isso, buscam encontrar nas substâncias a cura de todos seus problemas. Isso ocorre, muitas das vezes, sem a acurada reflexão que muitos de seus problemas, como o estresse, a ansiedade e a depressão (frequentes no hiperconsumismo), devem ser primeiramente resolvidos no interior, em uma análise introspectiva (FONTENELLE, 2017; GARCIA, 2016; LIPOVETSKY, 2007).

Além do nicho do consumo da saúde, outra seara em pleno progresso, na cultura do consumo na fase em *lume*, diz respeito ao crescimento dos setores de lazer, turismo e comunicação. Estes devem ser apresentados e entendidos de modo a ultrapassarem o fornecimento de um serviço qualquer. Na cultura do consumo contemporânea, o lazer, o turismo e a comunicação, devem oferecer o maior número de emoções, sensações e experiências possíveis (FONTENELLE, 2017; GARCIA, 2016; LIPOVETSKY, 2007).

Certamente, no contexto em baila, ocorreu o crescimento do autosserviço. Nessa senda, há o contato do consumidor com a mercadoria ou serviço, sem intermediários. (FONTENELLE, 2017; GARCIA, 2016; LIPOVETSKY, 2007). Outrossim, a customização de mercadorias acabou progredindo (LIPOVETSKY, 2007).

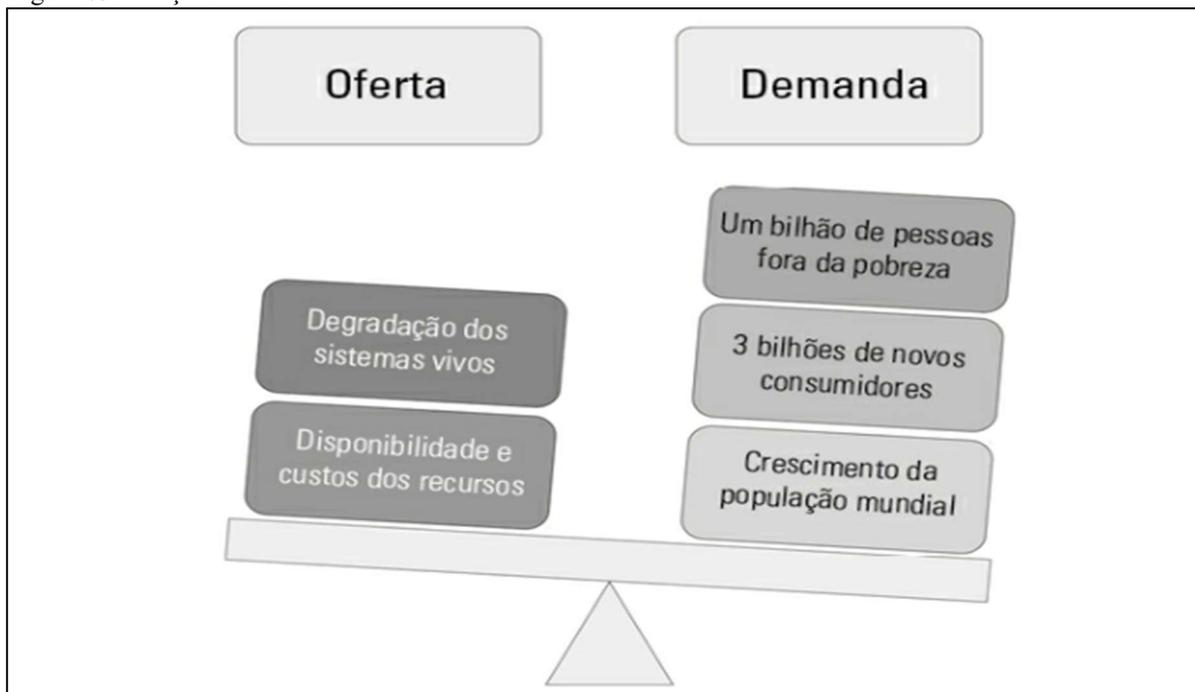
Nesse escopo, a TOP alçou proporções indelévels, fato que veio engendrar políticas de padrão de qualidade (como no caso da segurança, longevidade, confiabilidade e outros). Decerto, como inovação da fase em análise, iniciou-se o conceito de “compra esperta” ou “boa compra” em lojas com descontos maiores, também conhecidas como *outlets* (GARCIA, 2016; LIPOVETSKY, 2007).

Ademais, na fase do hiperconsumo, há o incentivo de que cada componente de uma família venha a ter uma mercadoria/equipamento para o seu próprio uso. Assim, se observa o “[...] ‘pluri’ equipamentos das famílias (passagem da lógica do consumo semi-coletivo para o consumo individualizado – um equipamento por indivíduo na família)” (GARCIA, 2016, p. 43).

Distinguindo-se das fases anteriores, não é mais a oferta que influencia a demanda. Decerto, passou-se ao inverso dessa lógica. Logo, o consumidor é quem determina quando a produção da mercadoria ou serviço devem ser realizados (WEETMAN, 2019; GARCIA, 2016; LIPOVETSKY, 2007). Nesse aspecto, a figura 03, infra, é representativa desse contexto. Com amparo em Lipovetsky: “[...] enquanto se desenvolve uma abordagem mais qualitativa do mercado levando em conta as necessidades e a satisfação do cliente, passamos de uma economia centrada na oferta a uma economia centrada na procura” (LIPOVETSKY, 2007, p. 12).

Assim sendo, a demanda acabou por determinar a oferta. Por isso, com a previsão que em 2030 tenhamos um bilhão de pessoas fora da pobreza, 3 bilhões de novos consumidores e o franco crescimento da população mundial, a degradação dos sistemas vivos, bem como a disponibilidade dos recursos naturais, dentro de um paradigma antropocêntrico, demonstram o acentuar de uma sobrecarga ecológica (WEETMAN, 2019), que já se encontra existente no contexto contemporâneo (CAPRA; MATTEI, 2018), como demonstrado na figura 03.

Figura 03-Relação oferta/demanda.

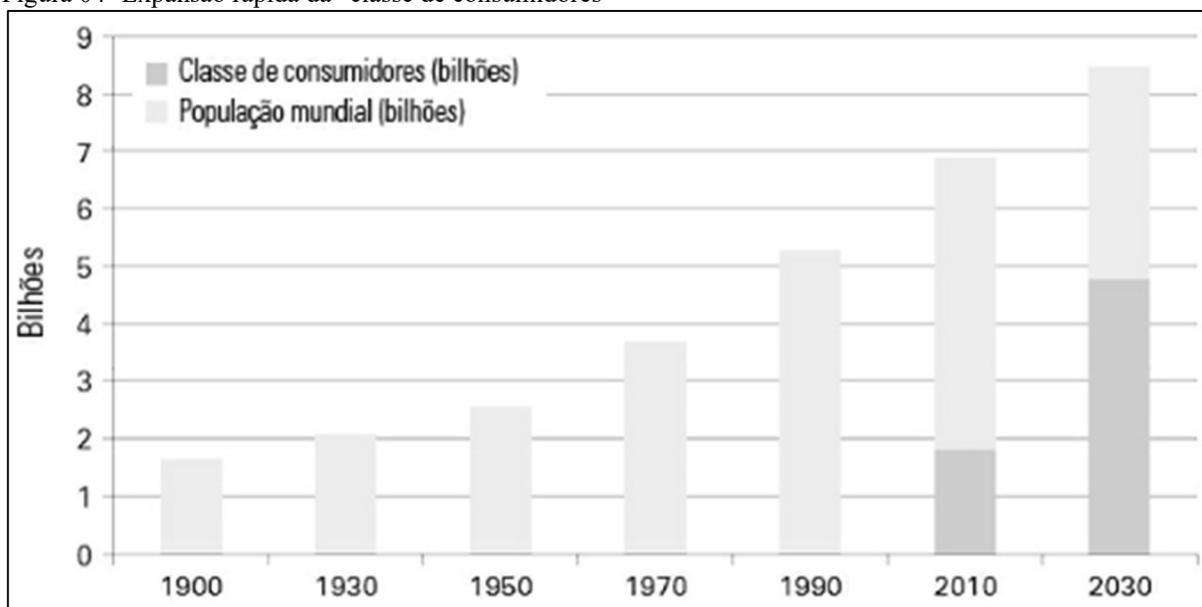


Fonte: Extraído de Weetman, 2019.

Ora, como se depreende da figurar acima, se a demanda está determinando à oferta, uma oportunidade para minimização dos efeitos deletérios ao equilíbrio biosférico é saliente. Diante disso, havendo o fomento do consumo sustentável e o difundindo através da educação ambiental freiriana, os novos 3 bilhões de consumidores, poderão impelir a oferta de produtos e serviços para que se possa estar atrelada ao paradigma sistêmico/ecológico. O qual vem respeitar os princípios generativos da vida (capítulo 3 e 4).

Entrementes, o conteúdo apresentado na figura 04, há uma perspectiva de participação no consumo de novos três bilhões de clientes em 2030 (WEETMAN, 2019). Contudo, caso não seja deflagrada uma sensibilização, estes comprarão e irão se desenvolver dentro da cultura do consumo, fincada no paradigma antropocêntrico, na qual a “[...] tirania do momento líquido-moderna, com seu preceito *carpe diem*, substitui a tirania da pré-moderna eternidade com seu lema *memento mori*” (BAUMAN, 2008, p. 134).

Figura 04- Expansão rápida da “classe de consumidores”



Fonte: United Nations, 2019.

Ao crescimento veloz dos novos consumidores representado na figura *supra*, deve-se acrescer que, na vanguarda da fase do hiperconsumo, a venda ocorre antes que o produto esteja feito. Além disso, há uma nova conduta do mercado. Nessa, o consumidor não precisa se

deslocar até o estabelecimento comercial, pois, com o avanço da comunicação, o consumidor pode comprar e receber em casa (GARCIA, 2016; LIPOVETSKY, 2007), fato que ocorreu no período da pandemia e que ficou entre os consumidores. Inclusive, havendo uma massiva publicidade deste tipo de serviço nas mídias sociais.

Com efeito, a idade para entrar no mundo do consumo passou a ser mais plural. Nessa lógica, todas as faixas etárias são bem-vindas e devem consumir. Nesse afã, há uma redescoberta do cliente (LIPOVETSKY, 2007). Logo, crianças são conclamadas ao consumo. Comungando com essa ótica, Bauman (2008, p. 73) realça que:

Tão logo aprendem a ler, ou talvez bem antes, a ‘dependência das compras’ se estabelece nas crianças. Não há estratégias de treinamento distintas para meninos e meninas – o papel de consumidor, diferentemente do de produtor, não tem especificidade de gênero. Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação (ou seja, ver e tratar o consumo como vocação) (BAUMAN, 2008, p. 73).

Certamente, passam os petizes a serem alvos dos anúncios comerciais, os quais são, especificamente, preparados para avocar o interesse deles e que exemplificativamente, isto se constata ao consultar o anúncio publicitário exposto no Anexo B. Esse fato é abusivo e aliena a oportunidade de uma formação ecológica das crianças. Bem por isso, mantêm a continuidade do colapso ecológico, amparado pelo paradigma antropocêntrico.

Garcia destaca que “[...] se nas fases anteriores a decisão de compra era do responsável pela família, baseada na autoridade soberana dos pais e na obediência incondicional dos filhos; nesta fase atual, a criança tem poder de escolha” (GARCIA, 2016, p. 44). Perante essa linha intelectual, de incentivo ao consumo em todas as idades, os idosos são tidos como *prospects* pelos *stakeholders* do mercado. Nessa esteira, continua Garcia “[...] os idosos, antes excluídos e negligenciados, também são inseridos neste mercado consumidor. Os produtos e os serviços se tornam cada vez mais segmentados para eles, promovendo prazeres e emoções [...]” (GARCIA, 2016, p. 44).

Destarte, ao longo das linhas passadas, foram descritos os fundamentos ensejadores da sociedade do hiperconsumo, a qual originou a hodierna cultura do consumo. Outrossim, fora esboçado como a cultura em voga, acabou por promover e desenvolver a TOP. Nisso, o individualismo, o espírito de competição e a busca pela mercadoria nova, acabam se aclarando

como elementos que podem ser modificados em favor da existência de um ambiente ecologicamente equilibrado.

Nesse raciocinar, mister se faz assinalar que, além dos elementos supracitados, igualmente visando um equilíbrio biosférico, podemos modificar o paradigma antropocêntrico. Esse, sendo base de todo o pensamento e os valores do capitalismo extrativista contemporâneo, se constituindo no escólio de Fritjof Capra e Ugo Mattei como sendo “[...] o responsável pela orientação materialista e a mentalidade extrativista da Era Industrial, que se encontra na raiz da crise ecológica, social e econômica que hoje atinge globalmente [...]” (CAPRA; MATTEI, 2018, p. 10).

Por consequência, a identificação dos elementos, que podem ser modificados em favor do advento de uma biosfera saudável, acaba se revestindo em condições indispensáveis para que evitemos um austero “ecocídio” global (MOREIRA, 2021; PAÚL; MUNDO, 2021; SAIRAIVA, 2020, HIGGINS, 2015).

Certamente, retomando o exemplo das mudanças climáticas, percebe-se que o aquecimento do planeta se encontra em patamares teratológicos. Todavia, ainda é possível uma reversão. Para que isso ocorra, é imprescindível atingir o zero em emissões de gases estufas da forma mais célere possível (MOORE, 2022; CHIARETTI, 2021). Pois, o consumo sustentável propiciará a inteligência das informações necessárias para se poder analisar quais produtos e, serviços oportunizam o equilíbrio ecológico ao potencializar ações que intencionem reduzir os patamares de emissões dos gases de efeito estufa.

Com essa perspectiva, mister se faz promover a substituição do modelo de produção linear (WEETMAN, 2019; LEONARD, 2011) e minorar o escopo da TOP (CORNETTA, 2017; MORAES, 2015). Para isso, deve-se sensibilizar os consumidores, sobre o afã do consumo sustentável, por conduto da ação embasada pela educação ambiental freiriana, possibilitando uma criticidade das concausas que desaguaram no colapso ambiental hodierno (DICKMANN; CARNEIRO, 2021; GARCIA, 2016; PORTILHO, 2005).

Nessa seara, a educação ambiental do ser humano, propalando o consumo sustentável, possui a hignidade de mitigar a degradação ecológica, nisso reprochando a condescendência com o individualismo, assim como com a conduta de competição e perseguição do consumo da novidade, a qual a TOP sabe muito bem provocar, assim degradando todo um ecossistema, *verbi gratia*, como está ocorrendo no deserto do Atacama no Chile (PROFISSÃO REPÓRTER, 2022).

Perante essa ambiência, depreende-se que a cultura do consumo, em perspectiva, é fruto de um desenvolvimento histórico, no qual criou-se um “[...] modo de vida guiado pelo consumo, bem como a produção do próprio consumidor” (FONTENELLE, 2017, p. 17). Essa criação histórica foi realizada pela atuação da economia, bem como por parte da sociedade e do *éthos* fomentado pelo capitalismo. Por assim ser, a cultura do consumo, além de se derivar do aperfeiçoamento do consumo, também acaba o organizando (FONTENELLE, 2017; SLATER, 2002). Porquanto, temos a “[...] forma predominante do consumo na formatação das práticas e identidades sociais, nos ideais e valores, enfim, na estruturação da cultura contemporânea” (FONTENELLE, 2017, p. 18).

Entretanto, por ser criação humana, a cultura do consumo, pode ser modificada, recriando-se e, até mesmo retornando-se ao futuro ancestral (KRENAK, 2022), no qual homem/mulher e natureza, não estarão seccionados pelo paradigma antropocêntrico. Com efeito,

[...] não precisamos inventar comunidades humanas sustentáveis a partir do zero, mas podemos modelá-las de acordo com os ecossistemas da natureza, que são comunidades sustentáveis de plantas, animais e microrganismos. Uma vez que a característica proeminente do ‘Lar Terrestre’ é sua capacidade inerente para sustentar a vida [...] (CAPRA; LUISI, 2014, p. 435).

Logo, no intuito de operacionalizar uma modificação do paradigma antropocêntrico para um paradigma sistêmico/ecológico, intento difícil, porém viável, entendemos o escopo da sociedade do hiperconsumo. Na qual, é consistente a promoção da cultura do consumo, essa responsável por engendrar e aperfeiçoa a TOP. Bem por isso, Gilles Lipovetsky (2007, p. 102) destaca que:

[...] espalha-se toda uma cultura que convida a apreciar os prazeres do instante, a gozar a felicidade aqui e agora, a viver para si mesmo; ela não prescreve mais a renúncia, faz cintilar com letras de neon o novo Evangelho: ‘*Comprem, gozem, essa é a verdade sem tirar nem pôr*’ (LIPOVETSKY, 2007, p. 102).

Portanto, neste capítulo atingimos a análise da cultura do consumo como promotora da obsolescência planejada/programada, aclarando, dessa forma, os elementos que podem ser modificados em favor da existência de um meio ambiente ecologicamente equilibrado, como demonstrado na figura 05.

Figura 05 - Contextualização da Obsolescência.



Organização: Ramon Torres de Brito Silva, 2023.

Com base no exposto, no capítulo que se principiará se fitou sondar a técnica da obsolescência programada, angariando informações que possam ser utilizadas na sensibilização dos consumidores quanto aos efeitos deletérios causados ao ambiente. Nesse intento, fomentando um consumo sustentável que seja difundido pela educação ambiental freiriana.

CAPÍTULO 2: A TÉCNICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E SEUS EFEITOS NO AMBIENTE

O *homo sapiens* é natureza. Seres bióticos e abióticos estão interligados e são interdependentes em nossa biosfera viva (LEFF, 2016). Nessa percepção, o todo tem características que as partes de *per si* não ostentam (CAPRA, 2006). Logo, o ser humano, componente da biosfera, e em sua interação com os demais participantes do ecossistema, perpetra atos que acabam por gerar efeitos em relação a todos os pertencentes do planeta (CAPRA, 2022; HARARI, 2015).

Nesse diapasão, o ser humano, por meio de suas condutas positivas e negativas, acabou por alterar o equilíbrio ecossistêmico (CAPRA; LUISI, 2014), como foi descrito no capítulo 1, representado pelo quadro 02 que se segue:

Quadro 02- Fases da sociedade de Hiperconsumo.

Fase	Período	Características
1ª Fase: Consumo-sedução e Consumo-distração	1880 até 1945	Consumo em massa; consumo honorífico; surgimento das marcas, da publicidade global, do acondicionamento de mercadorias, dos magazines e do crédito; avanço da comunicação, transporte e infraestrutura.
2ª Fase: Sociedade da Abundância	1950 até 1970	Era de ouro do capitalismo; aumento da produção (modelo taylorista-fordista), do poder de compra, da demanda e da oferta de produtos afluentes (automóvel, televisão, aparelhos eletrodomésticos); distribuição em massa; políticas de obsolescência planejada explícitas.
3ª Fase: Sociedade do Hiperconsumo	1980 até 2023	Distribuição em massa; políticas de obsolescência planejada explícitas; consumo honorífico; consumo como estilo de vida nichado; consumo otimizado; consumo experiencial; aumento substancial do estresse, da ansiedade e da depressão; hiperconsumo médico; demanda que determinada oferta.

Organização: Ramon Torres de Brito, 2023.

Tanto na 1ª fase como nas que se sucederam, características do consumismo foram reforçadas, essas desaguaram no aqui e no agora. Bem por isso, devido a relação incoesa de consumo de um não humano por um humano, estamos vivendo uma pandemia universal, ocasionada pelo novo *coronavírus*, o qual tem sua origem em animais como o morcego (HARARI, 2020). Devido a isso, imprescindível é acrescer que o *status quo* hodierno deve ser,

mais uma vez, revisto, pois “[...] o vírus não mata pássaros, ursos, nenhum outro ser, apenas humanos. Quem está em pânico são os povos humanos e seu mundo artificial, seu modo de funcionamento que entrou em crise” (KRENAK, 2020a, p. 4-5).

Perante tal contexto, amparado na historicidade de nossa civilização, enquanto não se tinham vacinas, Boaventura Santos advertiu que: “[...] mesmo depois da vacina, e se não se alterar o modelo de **desenvolvimento**, de **consumo** e de **civilização** em que vivemos, é altamente previsível que outras pandemias emerjam” (SANTOS, 2021, p. 35, grifo nosso).

Com efeito, o isolamento social, os protocolos sanitários e todos os outros elementos que formam o contexto pandêmico atual, nos levam a uma reflexão se o nosso paradigma de percepção do mundo se encontra coerente com a sobrevivência do ecossistema planetário (MORIN, 2021).

Ora, conjuntamente com a pandemia, estamos inseridos, realmente, no escopo do que os cientistas do sistema terra denominam como “mudança de estado”, um contexto não favorável para sobrevivência do planeta terra, sem o qual animais humanos e não humanos, bem como alguns elementos abióticos, não poderão existir. Isso se dá, mais uma vez, em razão dos efeitos provocados pelas mudanças climáticas (MOORE, 2022).

É fato que, em 09 de setembro de 2021, o painel sobre Mudanças Climáticas da ONU lançou “[...] o mais importante relatório dos últimos sete anos e o retrato é alarmante. Pesquisadores temem que o impacto do aquecimento global possa ser irreversível e inviabilizar atividades econômicas” (CHIARETTI, 2021, n. p.).

Neste sentido, vislumbramos que o paradigma que rege o *homo sapiens*, em geral, não se coaduna com o ecossistema do nosso planeta. Bem por isso, imprescindível é ratificar que a visão paradigmática presente é antropocêntrica (como exposto no subcapítulo 1.1). Assim, de bom tom se faz lembrar que esse paradigma vem entender que existe uma divisão entre o ser humano e a natureza, em que essa seria, tão somente, um recurso a ser consumido (MORAN, 2008; CAPRA, 2006; PORTILHO, 2005; OST, 1995).

Rememorando as premissas descritas no capítulo 1, o consumo é o ponto nefrágico do capitalismo hodierno. Porquanto, quando o consumo não respeita a resiliência do ecossistema, acaba por gerar grande degradação socioambiental (WEETMAN, 2019). Assim sendo, Dickmann e Carneiro descrevem que “[...] o mundo-natureza é limitado, seus bens vêm tornando-se crescentemente escassos. O uso irracional desses bens e a relação do ser humano com eles precisam ser repensados criticamente e problematizados” (2021, p. 17).

Com efeito, percebe-se o “consumo” se transformando velozmente em “consumismo”, e transmutando o animal humano em mercadoria (BAUMAN, 2008). Bem por isso, problematizando a questão em voga, o *zeitgeist* norte-americano do século XX, - o qual fora introduzido no Brasil sem a criticidade, paulatina, que ocorreu na Europa e nos Estados Unidos da América (FONTENELLE, 2017; GARCIA, 2016) -, consistiu em promover a permanente e urgente necessidade do crescimento da economia através do consumo de bens e serviços. Isso para se evitar o colapso do sistema capitalista. Por isso representando o *mainstream* de sua época, na nossa *mutatis mutandis* também presente, Packard (1965, p. 10) expõe que:

O consumo precisa crescer e continuar crescendo. Alguns especialistas em vendas estiveram anunciando que o cidadão médio terá de aumentar suas compras em quase 50 por cento nos próximos doze anos ou a economia adoecerá. Em apenas uma década, afirmam os homens de publicidade, o cidadão dos Estados Unidos terá de melhorar seu nível de consumo na mesma escala que seus antepassados conseguiram melhorá-lo em duzentos anos, desde o período colonial até 1939 (PACKARD, 1965, p. 10).

Logo, temos um consumismo oriundo de um sistema capitalista, baseado no paradigma antropocêntrico que entende e propala, erroneamente, uma divisão entre o ser humano e a natureza (CAPRA; MATTEI, 2018). Com base em tal díade, os elementos da natureza, que juntos formam a biosfera (fauna, flora, elementos abióticos), apenas seriam insumos para a criação de produtos (GALIMBERTI, 2006), daí maximizando a degradação socioambiental de nossos tempos (MORIN, 2021; SANTOS, 2021).

Nesse panorama, enriquecendo o percurso aqui rememorado, Benhossi e Fachin (2013), sobre a prática consumista, afirmam que: “[...] ela influencia diretamente o processo de degradação ambiental como meio de atender aos anseios tecnológicos desta era pós-moderna” (BENHOSSI; FACHIN, 2013, p. 250). Ora, diante dessa arquitetura, cuja evidência de ser insustentável é solar, em que os males socioambientais se fazem presentes, surge a supina importância do exame da TOP - constituída em gênero de muitas espécies que se desenvolveram de forma não linear ao longo do tempo (LATOUCHE, 2018; SLADER, 2006), como exposto no quadro 03.

A TOP foi criada por diversos motivos, especialmente para viabilizar o consumo do grande conjunto de bens e serviços que os Estados Unidos da América tinham, e ainda tem, a hígidez de engendrar. Acerca da pujança de bens e serviços que os EUA ofertam e necessitam que sejam consumidos energeticamente, Packard explica que:

As recentes exortações ao aumento de consumo foram inspiradas por enormes estoques de mercadorias, que por sua vez são causados principalmente por **dois fatores**. Um deles é a crescente eficiência da força produtiva dos Estados Unidos, graças em grande parte à introdução de equipamento automatizado nos escritórios e fábricas [...]. [...] a quantidade de mercadorias e serviços que um homem pode produzir em uma hora aumentou em cerca de 3 por cento cada ano. Essa produção aumentada só pode ser absorvida se cada cidadão consumir mais ou se houver, cada ano, maior número de cidadãos (PACKARD, 1965, p. 10, grifos nossos).

Decerto, o fomento da ação consumista, no sentido de ser necessária para manter o crescimento econômico, com isso fitando evitar a saturação do mercado, acaba por tornar a inovação de bens e serviços, oriundos do empreendedorismo, como algo imprescindível (SCHUMPETER, 2020).

Além disso, o segundo fator dos grandes estoques de mercadorias, produzidas nos EUA, diz respeito ao credo dos *stakeholders* “[...] de que o público pode ser induzido a consumir mais cada ano que passa” (PACKARD, 1965, p. 10). Esse fato decorre da introjeção da lei de Say no *mainstream* econômico (ENUDO; O’KEAN, 2019). Nesses termos, Say (1983, p. 364) afirma que:

Tudo o que é produzido é cedo ou tarde consumido. Os produtos, aliás, só foram produzidos para serem consumidos. Quando um produto atingiu o ponto onde poderá sofrer seu destino, retardar seu consumo equivale a deixar um valor sem emprego. Ora, visto que todo valor pode ser empregado na reprodução, rendendo lucro para seu possuidor, todo produto não consumido ocasiona uma perda idêntica ao lucro ou, se se preferir, ao juro que seu valor renderia quando empregado de forma útil (SAY, 1938, p. 364).

Nessa ambiência, marcada pelo relevo atribuído ao consumo de novidades de bens e serviços engendradas pelo empreendedorismo, é imprescindível agora diferenciar a TOP da obsolescência tecnológica. Nesse intento, a TOP consiste, de forma sintética, em estrategicamente reduzir o tempo da vida útil de um bem ou serviço, desse modo estabelecendo a sua morte prematura (LATOUCHE, 2018; CORNETTA, 2017; MORAES, 2015; SLADE, 2006; PACKARD, 1965).

Por sua vez, consiste a obsolescência tecnológica na substituição, não planejada, de um bem ou serviço por uma inovação devida ao avanço da técnica do estado da arte anterior. Noutros termos, Leonard explica que: “[...] a obsolescência planejada é diferente da obsolescência tecnológica, que ocorre quando alguns avanços da tecnologia tornam a versão anterior de fato ultrapassada. [...] E isso é mais raro do que imaginamos” (2011, n. p.), a exemplo no exposto no quadro 03:

Quadro 03-Diferentes tipos de Obsolescência Planejada.

OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA	QUALIDADE	FUNÇÃO	DESEJABILIDADE
CONCEITO	É a estratégia utilizada pelo produtor, que deliberadamente projeta o tempo de vida útil do produto	É a estratégia que torna um produto obsoleto com o lançamento, ou do mesmo produto com melhoramentos, capaz de executar a mesma função do antigo de forma mais eficaz.	É a estratégia para tonar um produto defasado em decorrência da sua aparência, seu <i>design</i> , deixando-o menos desejável.
SURGIMENTO	Surgiu no final do século XIX na produção de lâmpadas, mas ganhou força após a Segunda Guerra Mundial	Surgiu a partir de 1913, quando o lançamento dos automóveis de partida elétrica tornou todos os carros fabricados com a tecnologia anteriores obsoletos.	Surgiu em 1923, com a “invenção” da GM de mudar o design do Chevrolet 1923, inaugurando a prática do lançamento anual de novos modelos de carros.
DERIVAÇÃO	–	Obsolescência funcional adiada – quando se lança um produto com qualidade tecnológica inferior ao patamar já alcançado nas pesquisas, tornando-o posteriormente obsoleto pela introdução das melhorias tecnológicas já desenvolvidas antes mesmo do seu lançamento.	–
OUTROS NOMES	Obsolescência programada	–	Obsolescência perceptível, de estilo, psicológica.

Fonte: Extraído de Moraes, 2015.

Tendo em vista essa intelecção, como mais adiante se sucede, a TOP não gera inovação tecnológica substancial, capaz de elevar a outro patamar o estado da arte de um bem ou serviço. Em verdade, ela antecipa a data de morte da coisa ou serviço por diversas técnicas (LATOUCHE, 2018; CORNETTA, 2017; MORAES, 2015; SLADE, 2006; PACKARD, 1965).

Nesta ordem de ideias, vale acrescer que a obsolescência tecnológica, ao contrário da TOP, guarda fina sintonia com a “destruição criativa”. Esta, esculpida por Schumpeter (2020), ocorre quando uma inovação ocasiona uma destruição dos produtos ou serviços anteriores a ela. Rememoradas e estabelecidas as premissas importantes ao desenvolvimento da presente dissertação, malgrado não tenha sido nomeada, a TOP já se manifestava no século XIX. Assim, Dannoritze *apud* Moraes (2015, p. 52) descreve que:

[...] o primeiro cartel do mundo de que se tem notícia, conhecido como *Phoebus*, formado por fabricantes de lâmpadas de todo mundo, decidiu que a vida útil de seus produtos deveria ser deliberadamente reduzida por meio de novas tecnologias, obrigando os consumidores a adquirirem novas lâmpadas e aumentando assim o índice de vendas (MORAES, 2015, p. 52).

Esse artifício utilizado corresponde a técnica da obsolescência programada de qualidade (TOPQ), pois o produtor diminui deliberadamente o tempo de vida útil da mercadoria. Igualmente pode ser enquadrada na TOPQ, em análise, a estratégia de se utilizar para confecção da mercadoria uma matéria prima de qualidade inferior, a qual venha ocasionar significativa diminuição da duração real do produto (PACKARD, 1965).

Enriquecendo esse raciocínio, o surgimento dos materiais de qualidade inferior iniciou-se no século XIX. Nisso, ilustrativamente, temos a adoção do papel substituindo o tecido para confecção de golas e punhos de camisas descartáveis. Sendo que, em 1872, os EUA produziram 150 milhões desses adornos. O intuito dessa inovação, originalmente, almejava facilitar a rotina do consumidor, permitindo que ele não precisasse recorrer aos serviços de lavanderia, caros e ofertados de modo limitado (LATOUCHE, 2018; CORNETTA, 2017; SLADE, 2006).

Apesar dessa finalidade originária, mister se faz sinalizar que, percebendo os *stakeholders*, o menor custo de matérias primas descartáveis, bem como a possibilidade de compor com elas alguns produtos com morte predeterminada, oportunizou-se que tais matérias se tornassem a força motriz da TOPQ (PACKARD, 1965; SLADE, 2006).

Escudando esse intelecto, William Cornetta com razão, manifesta seu escólio ao afirmar que: “[...] neste tipo de obsolescência, o fornecedor deliberadamente manipula o produto para que venha a falhar após determinado período de tempo [*sic*]. [...] O fornecedor passa a dispor de sua engenharia para adulterar a composição do produto [...]” (CORNETTA, 2017, p. 55-56).

Sobremais, conquanto assentado o escopo da TOPQ, mister se faz acentuar uma remasterização ecológica da mesma, a qual consiste na obsolescência ecológica. Por seu meio, intenciona-se criar um produto ou serviço que tenha um impacto ambiental mais positivo do que os existentes (CORNETTA, 2017). Ora, apesar de um impacto positivo ao ambiente seja querido e aqui defendido, indiretamente a obsolescência ecológica acaba por descartar um produto ou serviço que ainda poderia ser utilizado. Ademais, mister se faz sempre atentar para um bem que se diga ecológico, todavia, austeramente, não passe de uma maquiagem ambiental em um produto ordinário, prática também denominada *greenwashig* (MÉO, 2019; CORNETTA, 2017).

Entretanto, a técnica da obsolescência programada de funcionalidade (TOPF) ocorre com o acréscimo de determinada função, em um produto que o anterior não possuía, como aconteceu, em 1913, no caso dos automóveis de partida manual sendo substituídos por carros de partida elétrica (SLADER, 2007).

Com efeito, necessário rememorar o que fora trabalhado nas linhas anteriores. Nisso, havendo uma real novidade que supere a tecnologia anterior, por meio de uma verdadeira “destruição criativa”, haverá então a obsolescência tecnológica. Todavia, não ocorrendo isso, assim colocando um produto com tecnologia similar, porém sem um substancial avanço científico, a TOPF ocorrerá.

Ademais, quando existe uma tecnologia pronta e acabada, plena para ser utilizada, e os *stakeholders* retardam o seu lançamento, mirando permanecer saturando os consumidores com tecnologia, sabidamente, antiquada, aqui defendemos a ocorrência da obsolescência postergada, outrossim denominada de adiada (KEEBLE, 2013; SCHEWE; SMITH, 1982). Divergindo desse entendimento, Kamila Moraes (2015, p. 53) explana que:

É certo que a obsolescência adiada pode ser enquadrada como um tipo de obsolescência planejada funcional, já que lança no mercado um produto com qualidade tecnológica inferior ao patamar já alcançado nas pesquisas, tornando-o posteriormente obsoleto pela introdução de melhorias tecnológicas já desenvolvidas antes mesmo de seu lançamento no mercado (MORAES, 2015, p. 53).

Entretanto, para a ocorrência da TOPF, mister se faz que haja o lançamento no mercado de um produto com tecnologia similar ao já existente, não representando um avanço tecnológico substancial, deflagrando a substituição do primeiro pelo segundo. Bem por isso, sendo disponibilizado um produto com tecnologia superior ao que já existe, presente estará a ocorrência da obsolescência tecnológica, sendo uma verdadeira destruição criativa (SCHUMPETER, 2020; LEONARD, 2011; SLADE, 2006; PACKARD, 1965).

Destarte, havendo a inserção de um produto com tecnologia superior ao bem que já existe no mercado, mesmo que o novo produto já tenha sido inventado em priscas eras e, só depois, tenha sido disponibilizado aos consumidores, consubstanciada estará a obsolescência postergada (KEEBLE, 2013; SLADE, 2006; SCHEWE; SMITH, 1982; PACKARD, 1965).

Com efeito, originalmente o estéreo teve sua patente registrada, em 1931, por um britânico. Decorre que, companhias americanas compraram o direito à neófito tecnologia, mas só colocaram à disposição dos consumidores em 1950, quando a demanda por fonógrafos estava

saturada (SLADE, 2006; PACKARD, 1965). Nisso, temos a ocorrência da obsolescência adiada em sua plenitude. Decerto, enriquecendo a linha intelectual sobre a temática em desenvolvimento, Packard (1965, p. 52), explicando a dinamicidade entre os tipos de obsolescência e sua múltipla possibilidade de combinações, acrescenta que,

[...] deve-se notar, que o estéreo oferecia a possibilidade de continuar a criar obsolescência por muito tempo futuro. Depois de estar saturado o mercado de estéreo de dois canais, os produtores podem voltar-se para o estéreo de três canais. Nesses níveis mais altos, porém, a obsolescência criada tende a ser mais de desejabilidade que de função (PACKARD, 1965, p. 52).

Com base nesse raciocínio, é de bom alvitre sinalizar que não há óbice que a TOP venha utilizar as suas diversas espécies (TOPQ, TOPF, TOPP) de modo isolado ou dinâmico, desde que respeitadas as suas idiossincrasias técnicas (SLADE, 2006; PACKARD, 1965). Porquanto, ao se defender que a TOPF possibilita uma mudança de tecnologia que forneça um bem ou serviço mais coeso com os limites da biosfera do que os já existentes (MORAES, 2015; CORNETTA, 2017), e se prezada for a coerência, em verdade se referirá a manifestação da obsolescência tecnológica. Sendo essa uma real possibilitadora de mudança de paradigma.

Além da TOPQ e TOPF, existente também é a técnica da obsolescência programada de perceptibilidade (TOPP), outrossim denominada de obsolescência psicológica (PACKARD, 1965), ou perceptiva, progressiva, dinâmica (SLADE, 2006), ou ainda de desejabilidade, ou percebida (LEONARD, 2011). Esta marcou fortemente a fase da sociedade de abundância trabalhada *alhures*.

Nasce então a TOPP mediante a constatação, pelos vendedores, que tanto a TOPQ quanto a TOPF tinham ação limitada e lenta. Ambas necessitavam que se passasse determinado lapso temporal para produzir os seus efeitos (CORNETTA, 2017; MORAES, 2015; LEONARD, 2011; SLADE, 2006; PACKARD, 1965).

Logo, no afã de obsolescer com maior eficiência os produtos, Packard (1965, p. 63) expõe: “[...] concluíram que o processo mais seguro e mais geralmente aplicável consistia em gastar o produto na mente do proprietário. Tirar-lhe a desejabilidade ainda que continuasse a funcionar perfeitamente”. Nesse intelecto, a lógica da moda, por conduto dos princípios da sedução e do efêmero, é vastamente utilizada e propalada (LIPOVETSKY, 2007). Representando esse escopo, Leonard (2011, n. p.) exemplifica:

O comprimento sempre em mutação na barra das saias e nos vestidos; os saltos largos que estão em voga e logo são substituídos por escarpins finíssimos na temporada seguinte; a largura das gravatas masculinas; a cor da moda para celulares, iPods, torradeiras, bateadeiras, sofás e até armários de cozinha: todos esses produtos funcionam com obsolescência percebida em ação (LEONARD, 2011, n. p.).

Certamente, é fato que a TOPP se consubstanciou na mudança de aparência da mercadoria, sem o acréscimo de função ou qualidade (PACKARD, 1965). Esse desiderato fora deflagado inicialmente pela General Motors, em 1923, ainda na fase do consumo-sedução e do consumo-distração (item 1.3.1 do capítulo 1), fazendo o lançamento de um modelo novo de automóvel (na aparência) a cada ano (LIPOVETSKY, 2007; SLADER, 2006). Com base nisso, o desenhista George Nelson *apud* Packard (1965, p. 64) explana em *Industrial Design*:

O desenho... é uma tentativa de prestar uma contribuição através da mudança. Quando nenhuma contribuição é ou pode ser prestada, o único processo existente para dar a ilusão de mudança é o *estilo*. Numa sociedade tão completamente dedicada à mudança quanto a nossa, é preciso oferecer aos consumidores a ilusão quando não se dispõe da realidade (PACKARD, 1965, p. 64).

Nestes termos, se assenta que uma parte das mudanças de *design*, efetuadas no produto, não visa propiciar uma qualidade maior ou uma função nova a ele. Contudo, em verdade, colima perfazer o mesmo obsoleto (LEONARD, 2011). Conquanto, defendendo o uso da TOPP, o pesquisador de mercado, do Instituto de pesquisa da Cor, Louis Cheskin *apud* Packard verberou que: “[...] a obsolescência psicológica – era socialmente justificável porque redistribui a riqueza” (1965, p. 64).

Com efeito, a preocupação, tão somente com o estilo de um bem, inquina o senso crítico e criativo dos desenhistas, bem como dos consumidores. Aceitar a substituição prematura de uma coisa, só porque ela teve o seu *design* redesenhado, sem adição de função ou qualidade novas, é o ápice da cultura do consumo (FONTENELLE, 2017; LEONARD, 2011). Logo, Packard (1965, p. 65) observou:

Toda a importância atribuída ao estilo tende a fazer com que os desenhistas de produtos e o público se preocupem com as aparências de modificação e não com os valores reais envolvidos. Tende também a introduzir cada vez maior extravagância no desenho à medida que o desenhista procura novidade (PACKARD, 1965, p. 65).

Por conseguinte, a extravagância é uma fonte deletéria da natureza que, como foi visto no capítulo 1, fora utilizada como fonte de controle político no reinado elizabetano, e se

espraiou por nossa biosfera, acelerando a dilapidação dos elementos componentes do planeta terra (GARCIA, 2016). Nesse contexto, a TOPP opera velozmente e vorazmente, sendo mais habitualizada que a TOPQ e a TOPF, impeli o consumismo eficientemente. Ilustrando esse raciocínio, no ano de 2023, a Pantone, uma empresa de padronização de sistemas de cores renomada, “[...] escolheu a cor ‘Viva Magenta’, um tom vinho, como aposta de tendência [...]” (PEREIRA, 2023).

Porquanto, fortemente, muitos bens devem seguir a tendência de tom e seus matizes, obsolescendo produtos que não mais se coadunam com a cor do ano, propiciando a compra de novas mercadorias. Nessa ordem intelectual, coeso se faz assinalar que nem toda mudança no *design* consiste em promover a TOPP. Packard (1965, p. 65) já afirmava que:

O produtor pode modificar o grau de ornamentação, desde austeramente simples até rebuscado e enfeitado. Um protótipo dessa espécie de modificação foi oferecido pelas colunas gregas clássicas, que evoluíram do simples dórico, através do delgado e ornamentado iônico, até o excessivamente ornamentado coríntio. [...] Essas modificações levaram séculos e desenvolveram-se normalmente (PACKARD, 1965, p. 65).

Todavia, os designers contemporâneos forçam, no intuito de impressionar os consumidores, mudanças repentinas e violentas do *design*. Compelindo, muitas das vezes, a natureza a se inserir na dinâmica comercial. Daí as constantes introduções de flora e fauna estranhas ao ambiente que foram inseridas, promovendo estados desarmoniosos de inteiração.

Pois, em nome da estética, forçam o nascer de flores e frutos fora do tempo inato às espécies. Assim, mudando e vilipendiando muitos aspectos da dinâmica presente na teia da vida. Nesses termos, quanto a utilização da TOP, seja em quaisquer de suas espécies (TAPQ, TAPF, TAPP), há um duplo vilipêndio ao ecossistema, uma vez que se extrai materiais para construção de novos produtos e se descarta, apesar de ainda úteis e funcionais os produtos substituídos (SILVA; SILVA; COSTA, 2018; MORAES, 2015; LEONARD, 2011). Neste contexto, deveras se aplica o escólio de Galimberti (2006, p. 704):

É sabido que “produção” e “consumo” são dois aspectos de um mesmo processo, em que decisivo é o caráter circular do processo, no sentido de que não só se produzem mercadorias para satisfazer a necessidade, mas se produzem também necessidades para garantir a continuidade da produção das mercadorias (GALIMBERTI, 2006, p. 704).

Fica evidente o papel nevrálgico da TOP na manutenção e crescimento do capitalismo antropocêntrico. Razão pela qual, “[...] na sociedade de consumo em que vivemos, o consumidor é bombardeado com a oferta e a publicidade de produtos e serviços, induzindo ao consumo desnecessário e supérfluo” (GARCIA, 2016, p. 9).

Neste ínterim, por mais que seja evidente o “sucesso” do desenvolvimento da técnica de obsolescer bens e serviços de modo artificial, nem todos os profissionais das mais diversas áreas apoiavam esse intento, tendo em vista a notável ausência do caráter ético, bem como da credibilidade profissional (LEONARD, 2011). Assim sendo, Packard explica que:

Diversos engenheiros de desenho, incumbidos de modelar os produtos [...], estavam, [...] apresentando agudos sintomas de consciência de culpa com relações algumas coisas que deles se esperavam. Afinal de contas, em seus dias de idealismo no colégio, não haviam sido ensinados a construir produtos que caíssem aos pedaços depois de adequado período de serviço (PACKARD, 1965, p. 57).

Seguindo igual raciocínio, na década de 1950, George F. Doriot, docente de Havard, advertiu aos participantes da Sociedade Americana de Desenhistas Industriais. Nisso,

[...] ao censurá-los pela qualidade de seus produtos. Falou-lhes sobre suas próprias e tristes experiências como proprietário de um fogão elétrico que exigia conserto de seis em seis meses, de um aquecedor elétrico de água que inundava seu porão e de uma máquina de lavar roupa que saltava e corria de um lado para outro (PACKARD, 1965, p. 57).

Acresça-se, representando a insurgência contra a TOP, a manifestação de um consumidor de meados das décadas de 1950, o qual também representa a massiva presença da TOP na consciência coletiva norte-americana:

Vamos parar por algum tempo com essa pesquisa e de desenvolvimento! Estamos agora até o pescoço de progresso... Estamo-nos inundando com lixo. A ciência inventa lixo; a indústria produz em massa; o comércio vende-o; a publicidade condiciona nossos reflexos para procurarmos a grande caixa cheia dele. Não há dúvida, somos todos lixeiros especializados - mas que vai ser de nós? Até onde avançamos? Somos homens da caverna orientados para o lixo! (PACKARD, 1965, p. 58).

Neste sentido, o quadro 04 expõe os argumentos contrários a TOP, com base na obra de Vance Packard (1965). Ademais, percebe-se que nenhum deles tem o cunho ecológico, demonstrando-se o forte contexto antropocêntrico presente.

Quadro 04 - Argumentos contrários à aplicação da obsolescência.

Autor	Empresa	Síntese da manifestação	Síntese argumentativa
Jack Waldheim	Milwaukee	“[...] nós nos estaríamos colocando na posição de vigaristas altamente especializados”.	Assumida a fixação da data de morte de uma coisa, poderia haver uma má fama aos engenheiros em geral.
Arnold Johnson	Loewy Hydropress	A TOP transformou: “[...] seus engenheiros em destruidores; destruidores de sua própria capacidade criadora para satisfazer o mercado. Isso certamente levará à destruição da capacidade de criação dos engenheiros”.	Com o estabelecimento da data de morte prematura, a capacidade criativa dos engenheiros ficaria entorpecida, desfavorecendo a inovação real.
Harold L. Chambers	Remington Rand	“[...] duvido muito que qualquer de nós (desenhistas) desejasse aplicar esse princípio de falha planejada a curto prazo em nossas próprias compras de casa, automóvel, piano e outros artigos duráveis que envolvam considerável despesa”.	Fixar a data de morte de uma mercadoria, se constituía em obter o lucro por via fraudulenta.

Fonte: PACKARD, Vance, 1965. Organização: Ramon Torres de Brito Silva, 2023.

Vistos tais argumentos percebe-se que não há uma ética ambiental, contudo, uma ética profissional, bem por isso tais argumentos, por mais que critiquem o desiderato da TOP, não possuem um condão de promover uma reflexão que desemboque em uma mudança de paradigma. Em verdade, para uma mudança de paradigma, imprescindível se faz entender o afã do consumo sustentável, que será demonstrado no próximo capítulo.

Entrementes, os estudos até o momento realizados, tiveram como germen as publicações sobre a temática, representados no quadro 05:

Quadro 05- Estado da arte até a obra de Vance Packard.

ANO	PUBLICAÇÃO	AUTORE(S)	DENOMINAÇÃO	TIPO ABORDADO
1928	Revista Advertising and Seling	Justus George Frederick	“Obsolescência progressiva”	Obsolescência pela desejabilidade.
1932	Revista Consumer Engineering	Sheldon e Arens	Obsoletismo	Obsolescência pela desejabilidade.
1932	Ending the Depression Through Planned Obslscence	Bernard London	“Obsolescência planejada”	Determinação do período de vida útil do produto por normas legais (fator extremo ao produto).
1936	Revista Printers’Ink	Leon Kelly	Sem nome específico	Obsolescência planejada em geral.

1952	XXX	Brook Stevens	“Obsolescência planejada”	Obsolescência pela desejabilidade.
1959	Dun’s Review and Modern Industry	Martin Mayer	“Obsolescência planejada”	Obsolescência pelo material, função ou estilo.
1963	The Waste Makers	Vance Packard	“Obsolescência planejada”	Obsolescência pela qualidade, função e/ou desejabilidade.

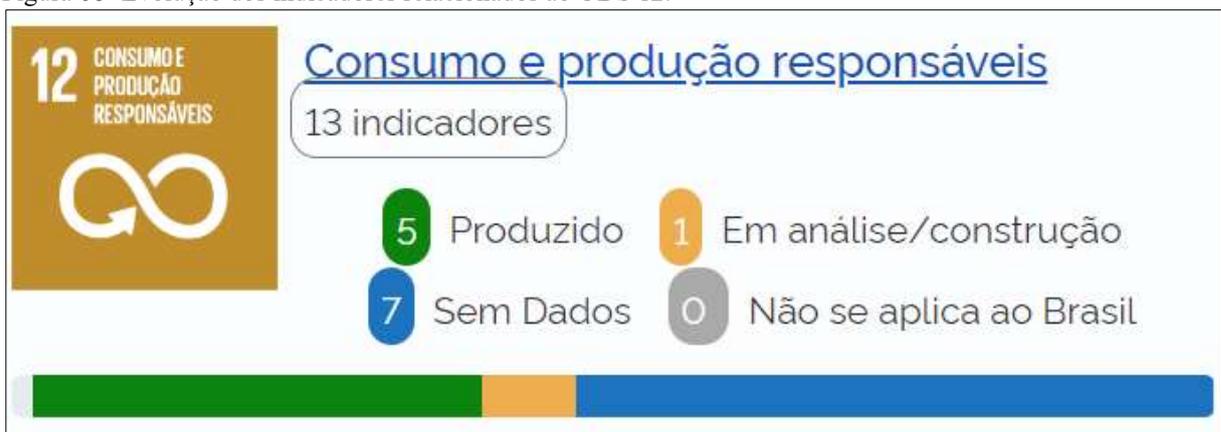
Fonte: Adaptado de Moraes, 2015.

Nessa ordem de intelecção, percebe-se que mesmo a TOP influenciando positivamente o acúmulo de capital e por isso, possibilitando o aumento do consumo dos detentores dos meios de produção, há nos estudos elencados no quadro adrede, críticas que problematizam a utilização e difusão da TOP.

Nesses termos realçamos que mesmo pelo paradigma antropocêntrico, presente se encontra a reprovação da utilização desenfreada da TOP. Austeramente, se isso ocorre dentro do escopo antropocêntrico, maior será o reproche ao escopo da TOP dentro do paradigma sistêmico/ecológico.

Vale sinalizar que a temática desenvolvida exterioriza e compactua com o Objetivo do Desenvolvimento Sustentável de número 12. Esse ODS apresenta 13 indicadores, dos quais apenas cinco foram produzidos, e nove permanece sem dados, como representado na figura 06.

Figura 06- Evolução dos indicadores relacionados ao ODS 12.



Retirado do quadro geral dos indicadores. Fonte: ODS BRASIL, 2023.

Nesta linha intelectual, é imprescindível o acompanhamento da concretização do escopo do ODS de número 12, pois, sem sua adoção o quadro de vilipêndio ao ambiente permanecerá

se aperfeiçoando e por isso provocando diversos efeitos deletérios ao equilíbrio ecológico de nossa biosfera.

Destarte, o quadro 06 demonstra a correlação entre a TOP e as fases da sociedade de consumo, criadoras e buriladoras da cultura do consumo e amparadas no paradigma antropocêntrico, analisadas no capítulo anterior:

Quadro 06- Publicações da obsolescência nas fases do Hiperconsumo.

Fase	Período	Autores
1ª Consumo-sedução e consumo-distração	1880 até 1945	Justus George Frederick (1928); Sheldon e Arens (1932); Bernard London (1932); Leon Kelly (1936).
2ª Sociedade da abundância	1950 até 1970	Brook Stevens (1952); Martin Mayer (1959); Vance Peckard (1963).
3ª Sociedade do hiperconsumo	1980 até 2023	Giles Slade (2007); Kamila Moraes (2015); William Cornetta (2017).

Fonte: Organização: SILVA, Ramon Torres de Brito, 2023.

Com efeito, como se infere do quadro acima, a TOP e o desenvolvimento da cultura do consumo guardam fina relação. Isso se deve, uma vez que sem a TOP, a vazão de mercadorias a serem substituídas não seria tão célere como o é atualmente. Isso se dá por a TOP promover, velozmente, o descarte de produtos e serviços, assim possibilitando o aumento do consumo, bem como o crescimento da economia capitalista.

Certamente, mister se faz realçar que a TOP acaba agredindo o ambiente por duas vezes. A primeira, é quando os produtores retiram elementos da natureza para fabricação das novas mercadorias obsoletas, substituidoras dos produtos já presentes à disposição e/ou em posse dos consumidores. Fato que com base na lógica da TOP sempre deverá ocorrer em um planeta que possui limites ecológicos já desregulados pelas condutas antropocêntricas.

Devendo se acrescer também, o consumo de energia fóssil e a emissão de gases de efeito estufa, atrelados a tal etapa. Nisso, os efeitos deletérios engendrados pelo transporte dos insumos e mercadorias, bem como o decorrente da transformação dos elementos naturais em mercadorias industriais, desaguam, no primeiro vilipêndio em detrimento da natureza, a qual, como demonstrado nas linhas acima, já se encontra desequilibrada.

Por sua vez, a segunda etapa, se estabelece pelo descarte, muitas vezes inadequado do resíduo oriundo das mercadorias obsoletas, sendo sempre necessário se acrescer o gasto

energético e emissão de gases de efeito estufa egressos dessa etapa, os quais acabam influenciando nas mudanças climáticas, provocadoras, de desertificações, inundações, extinção de espécies de fauna e flora, dentre outros fenômenos que promovem e indicam o desrespeito aos limites do nosso planeta terra.

Portanto, tais condutas maximizam a situação do colapso ambiental já presente em nosso contexto atual, legitimadas pelo paradigma antropocêntrico. Nisso, mister se faz demonstrar como o consumo sustentável pode mitigar a degradação ambiental oriunda da obsolescência planejada. Afã esse exteriorizado no capítulo posterior.

CAPÍTULO 3: O CONSUMO SUSTENTÁVEL COMO MITIGADOR DA DEGRADAÇÃO AMBIENTAL

O consumismo, típico de nossa cultura do consumo - como analisado no capítulo 1 -, é incentivado pela TOP que acelera o descarte de produtos que ainda são plenamente utilizáveis, como se infere do exame realizada no capítulo 2. Com efeito, aqui e agora, se colima demonstrar como o consumo sustentável pode mitigar a degradação ambiental oriunda da TOP. Perante esse intento, adotaremos o viés jurídico sempre atrelado ao paradigma sistêmico/ecológico. Por consequência, compactuando com intelecto no qual:

Nenhum organismo individual pode existir isoladamente. Os animais dependem da fotossíntese das plantas para suas necessidades energéticas; as plantas dependem do dióxido de carbono produzido pelos animais, bem como do nitrogênio fixado por bactérias em suas raízes; e, em atuação conjunta, plantas, animais e micro-organismos regulam toda a biosfera e mantêm as condições necessárias à vida (CAPRA; MATTEI, 2018, p. 250).

Por assim ser, o consumo sustentável deve se atentar a todos os tipos de interações presentes em nosso ecossistema planetário, entendendo que tudo que consumimos vem de um planeta de limites finitos, no qual não só as necessidades do animal humano devem ser atendidas e priorizadas. Aliado a essa premissa, deve o homem/mulher se atentar, que o planeta terra já se encontra em real colapso ecológico, haja vista, o abuso deletério aos seus ciclos de regeneração, cometidos pelo consumismo motivado pela TOP.

Ademais, levando-se a sério nossa Constituição Federal, “[...] como *sistema normativo aberto de princípios e regras*” (CANOTILHO, 2012, p. 1199), mister se faz ressaltar que o consumo sustentável em nosso país deve promover uma sociedade livre, mas não pródiga na gestão dos elementos componentes da biosfera, e solidária tanto entre nossa espécie quanto com os demais seres bióticos.

Não obstante o reconhecimento e endosso ao pensamento exposto, não vislumbramos ser necessário a ocorrência inédita de uma revolução ecojurídica (CAPRA, MATTEI, 2018) em nosso ordenamento pátrio, pois, ela já aconteceu e continua se aperfeiçoando, não de modo linear, mas com avanços, ora com retrocessos, contudo, sempre colimando a promoção de um ambiente sadio e, propício para as presentes e futuras gerações humanas e, não humanas.

Afinal, como se demonstrará neste capítulo, o arcabouço jurídico nacional já comporta o paradigma sistêmico/ecológico por via de uma interpretação ecocêntrica da nossa constituição federal (MOREIRA; SILVA; SILVA 2023; LEITE, 2022; SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021), a qual propala seus efeitos, de modo vinculativo, a todos os ramos do direito brasileiro, uma vez que, não há conselho em normas constitucionais, mas sim, comandos (BARROSO, 2022; MENDES; BRANCO, 2022; MORAES, 2022; ABOUD, 2021; CANOTILHO, 2012).

Conquanto, nosso avançado sistema constitucional ecocêntrico seja existente (SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021), infelizmente, é vitimado pela ausência de introjeção da educação ambiental no amago de parte da sociedade. Fato que vem eivar sua escorreita aplicação e concretização de valores ecológicos. Bem por isso,

[...] precisamos ensinar aos nosso filhos, nossos alunos e nossos líderes empresariais e políticos fatos fundamentais da vida – por exemplo, o de que o resíduo de uma espécie é alimento de outra espécie; o de que a matéria circula continuamente ao longo da teia da vida; o de que a energia que põe em movimento os ciclos ecológicos provém do Sol; o de que a diversidade assegura a flexibilidade; o de que a vida, desde o seu início, há mais de 3 bilhões de anos, não toma conta do planeta pelo combate, mas pelo trabalho em rede (CAPRA; LUISI, 2014, p. 440).

Pelo exposto, para que o consumo sustentável, mesmo amparado e ordenado por nossa constituição ecológica, seja efetivamente concretizado, necessário se faz a promoção do processo entendido como educação (CHARLOT, 2020). Aqui compreendida, para os fins deste estudo, como educação ambiental freiriana, pois temperada e atenta se encontra com as peculiaridades do povo brasileiro (DICKMANN; CARNEIRO, 2021).

Deve se acrescer que, no intuito de enriquecer o intelecto acima posto, não devemos olvidar naquilo que houver pertinência e coerência epistemológica, os contributos da alfabetização ecológica ou ecoalfabetização (CAPRA; LUISI, 2014). Nisso, franqueando um conhecimento balizado pela prudência e decência (SANTOS, 2006), como descrito no capítulo 1.

Por conseguinte, ciente nos encontramos que o conhecimento aqui lapidado é uma forma de comunicação das bases referenciais estudadas e cognoscíveis (LOURENÇO, 2019; KREPSKY, 2017). Contudo, desde já apontamos a não pretensão da feitura e promoção de uma monocultura do saber e do rigor, consistindo:

[...] na transformação da ciência moderna e da alta cultura em critérios únicos de verdade e de qualidade estética. A cumplicidade que une as “duas culturas” reside no fato de ambas se arrogarem ser, cada uma no seu campo, cânones exclusivos de produção de conhecimento ou de criação artística. Tudo que o cânone não legitima ou reconhece é declarado inexistente ou irrelevante (SANTOS, 2021, p. 287).

Ora, a necessidade de analisar a cultura do consumo como promotora da TOP, perspectivando aclarar os elementos que podem ser modificados, tais como: a competição, a busca pela novidade, o individualismo, a cisão entre o ser humano e natureza, se faz em favor da existência de um ambiente ecologicamente equilibrado, comportando a superação do paradigma antropocêntrico, legitimador e promotor do colapso ambiental presente. Bem por isso, sendo ele majoritário e poderoso no *éthos* hodierno, o intelecto que contrarie sua epistemologia é declarado como inexistente ou trivial. Assim sendo:

“[...] a não existência tem assumido ao longo dos dois últimos séculos diferentes designações, consoante os contextos, tais como, ignorância, incultura, artesanato, superstição, tradição, local, obscurantismo, incompreensibilidade, brutalidade, ingenuidade, opinião subjetiva (SANTOS, 2021, p. 288).

Ademais, a perspectiva de inexistência - atribuída aos intelectos que vislumbram se contrapor ao paradigma antropocêntrico, enquanto fundamento do capitalismo hodierno, promotor da sociedade de consumo, no qual engendrou-se a cultura do consumo utilizadora da TOP -, tenciona manter sua presença. Daí, especializa-se em diversas áreas do saber que, comumente, não se comunicam entre si, ficando isoladas em suas respectivas temáticas hiper especializadas. Assim sendo, perdem a visão do todo, pois dele, só conseguem visualizar e entender suas pequenas insuladas partes (CAPRA, 2022; MORIN, 2015; CHAUI, 2019). Porquanto, o paradigma antropocêntrico, atualmente hegemônico, deflagra:

[...] empenho consciente de tornar cada indivíduo dependente da produção em grande escala. Essa produção, por sua vez, requer uma tremenda concentração de capital que, então, requer mais apropriação dos *commons*, num ciclo cada vez mais destrutivo (CAPRA; MATTEI, 2018, p. 244).

Nesta arquitetura, o código de verdade/falsidade, ou verdadeiro/não verdadeiro, deve ser aferido dentro das ecologias de saberes (CAPRA, 2022; MOORE, 2022; SANTOS, 2021; MOREIRA, 2021; MORIN, 2021; LOURENÇO, 2019; KREPSKY, 2017). Escudando esse raciocínio, Dupas afirma que “[...] ideias são aceitas ou rejeitadas não por serem verdadeiras ou falsas, mas por serem consideradas adequadas ou não para descrever algo em que temporariamente se acredita” (DUPAS, 2012, 31-32).

Em consequência disso, em uma ecologia de saberes, as ideias podem se intercomunicar por conduto do confronto e diálogo entre seus proponentes, destinatários e interessados. Para isso, mister se faz cientificar-se que:

Toda a ignorância é ignorante de um certo saber e todo o saber é a superação de uma ignorância particular. A aprendizagem de determinados saberes pode implicar o esquecimento de outros e, em última instância, a ignorância destes. A ignorância não é necessariamente um estágio inicial ou ponto de partida. Poderá ser o resultado do esquecimento ou desaprendizagem implícitos num processo de aprendizagem recíproca, por meio do qual se atinge a interdependência (SANTOS, 2021, p. 292).

Logo, uma ecologia de saberes não vislumbra operar uma homogeneização do saber, nem mesmo fomentar uma atitude negacionista, verdadeiramente anticientífica. Daí, nela se reconhece que tanto nas inteirações entre humanos, quanto desses com os não humano, há uma pluralidade de modos de se conhecer o mundo (CAPRA, 2022; MORIN, 2021; SANTOS, 2021). Nisso “[...] o papel da ciência é tanto mais relevante quanto melhor a ciência conhecer os seus limites e se dispuser a dialogar com outros conhecimentos” (SANTOS, 2021, p. 294).

Decerto, é nesta concepção epistemológica que passaremos a demonstrar como o consumo sustentável pode minimizar a degradação ambiental oriunda da TOP. Com efeito, nossa Constituição Federal (CF), de 1988, fixa diversos dispositivos que dizem respeito ao ambiente, bem como a proteção do consumidor (LEITE, 2022; SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021).

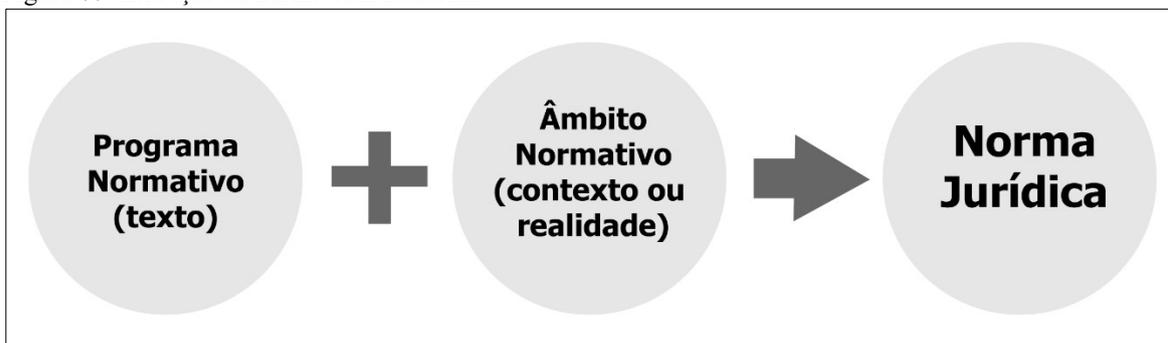
Entrementes, fitando uma interpretação dos dispositivos constitucionais concretizadora, o método normativo-estruturante se faz hígido para tal intento. Nele, mister se faz acentuar que a norma constitucional não se confunde com o texto constitucional. Daí: “[...] o ‘texto’ da constituição não é ainda norma, de não construir já o direito, é apenas direito *virtual*” (CANOTILHO, 2012, p. 1217).

Nesta ordem intelectual, na metódica normativo-estruturante, a norma constitucional é resultado do cotejo entre o programa normativo e o âmbito normativo. O programa normativo é o texto do enunciado constitucional. Nele que estabelecido estará os limites semânticos, bem como se aplicará o método jurídico clássico, com suas possíveis interpretações sistemáticas, teleológicas, históricas e genéticas (FONTELES, 2022; GRAU; 2021; ABOUD, 2021; SILVA, 2016).

Acerca do âmbito normativo, esse consiste nos aspectos da realidade que serão relevantes na formação da norma jurídica concretizadora. Em outros termos “[...] é a realidade,

vale dizer, o contexto. É a área ou espaço sobre o qual incide a norma” (FONTELES, 2022, p. 201). Representando o caminho metodológico de extração da norma constitucional adrede demonstrado, segue a figura 07.

Figura 07- Extração da norma constitucional.



Fonte: FONTELES, 2022.

Destarte, da conjugação do programa normativo com o âmbito normativo, resulta a norma constitucional que deverá incidir na realidade fática. Bem por isso, mister se faz realçar, que o texto de nossa constituição não é norma constitucional, pois essa só haverá após o cotejo entre o programa normativo e o âmbito normativo por conduto da intelecção científica do intérprete da constituição. Nesses termos:

Normas jurídicas não são idênticas aos seus textos de normas. O teor literal não é a lei. Ele é a forma da lei. Em princípio a normatividade praticamente atuante de prescrições jurídicas é co-constituída também pelo teor material do âmbito da norma. Na perspectiva vinculante do programa normativo (formulado no texto da norma), o âmbito da norma é destacado a partir dos teores materiais genéricos da esfera de regulamentação da prescrição (MÜLLER, 2005, p. 104).

Com efeito, por conduto do método normativo-estruturante, iremos extrair a norma constitucional autorizadora do consumo sustentável, assim demonstrando como ele pode mitigar a degradação ambiental oriunda da TOP. Nisso, se aquilatará a descrição de como a educação ambiental freiriana pode fomentar e propalar o consumo sustentável, daí reduzindo os impactos negativos decorrentes da TOP (capítulo 4).

Tal metodologia aqui presente se encontra, contudo, mister se faz diferenciá-la de outros métodos de interpretação constitucional, potencialmente, instigadores de insegurança jurídica. Por assim ser, o método normativo-estruturante, diferentemente do método tópico-problemático, do Theodor Viehweg, igualmente, do método científico-espiritual, do Rudolf

Smend, não fornece primazia dos elementos fáticos colhidos da realidade, sobre o conteúdo normativo constitucional. Em consequência disso, preservada estará a força normativa de nossa constituição, não sendo seu desiderato adulterado por escusas vias hermenêuticas (FONTELES, 2022; GRAU, 2021; SILVA, 2016; CANOTILHO, 2012).

Entrementes, preservar a força normativa de nossa constituição é manter todo desiderato que legitima e fornece os parâmetros de aplicação e justiça de todo ordenamento jurídico brasileiro. Isso se deve, por estar nossa república inserida em um estado democrático de direito. Nesse o Estado e todo seu povo, se submetem aos valores e regras que alocados estão em nossa constituição de 1988 (BARROSO, 2022, CANOTILHO, 2012).

Em outro prisma, ao se interpretar os enunciados constitucionais, também não se deve adotar qualquer postura associada, isoladamente, ao texto constitucional, como é:

[...] o interpretativismo extremo (= literalismo, textualismo, originalismo) vinculado a premissas teóricas insustentáveis: interpretação como revelação da <<vontade de um poder>> constituinte histórico, identificação do texto com a norma, limitação da interpretação aos preceitos constitucionais transportadores de regras jurídicas precisas e concretas (CANOTILHO; 2012, p. 1199).

Assentes tais premissas, com vista na metodologia aqui adotada, incoerente, também se faz a adoção de posturas desconstrucionistas, outrossim, conhecidas como pós-estruturalismo interpretativo. Isso se deve, pois, tais vias elidem ou escanteiam a axiologia constitucional para forçar a adoção de valores políticos que a constituição não abarca, nem mesmo implicitamente (ABBOUD, 2021; SILVA, 2016; CANOTILHO, 2012).

Vale salientar que nossa CF tem força normativa e não é mera orientação, bem assim, “[...] a interpretação da constituição é interpretação-concretização de uma *hard law* e não de uma *soft law*: as regras e princípios constitucionais são padrões de conduta juridicamente vinculantes e não simples <<directivas práticas>>” (CANOTILHO, 2012, p. 1199).

Logo, é por conduto do método normativo-estruturante que será interpretado os artigos constitucionais 5º, inciso XXXII; 170, incisos III, V e VI e 225, §1º, inciso VI, (programa normativo), e cotejando-os com o âmbito normativo, caracterizado: pelos efeitos ambientais deletérios da TOP e seu funcionamento (capítulo 2), utilizada pela cultura do consumo, a qual foi egressa da sociedade de consumo, essa amparada no paradigma antropocêntrico (capítulo 1), que verificamos o comando da promoção do consumo sustentável e da imprescindível educação ambiental. A qual deve ser conduzida pelo desiderato da educação ambiental

freiriana, de modo a reduzir os impactos negativos decorrentes da TOP ao ambiente, como será descrito no capítulo 4.

Ora, o consumo sustentável terá como uma de suas premissas, a proteção dirigida ao consumidor, a qual ostenta status constitucional. Assim, como se depreende do inciso XXXII do artigo 5º da CF: “[...] XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988).

Nesta perspectiva, a lei 8.078 de 11 de setembro do ano de 1990, dispendo sobre a proteção dos consumidores ingressou em nosso ordenamento jurídico, mesmo atrasada, haja vista não ter sido observado o prazo estabelecido no artigo 48 do ato das disposições constitucionais transitórias: “[...] o Congresso Nacional, dentro de **cento e vinte dias** da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor” (BRASIL, 1988, grifamos).

Nesta ambiência, fornecendo mais robustecimento metodológico, com base no princípio de interpretação da unidade da constituição, o qual orienta que não se deve analisar, tão somente, um dispositivo constitucional isoladamente, contudo, deve conjugá-lo com outros dispositivos constitucionais (BARROSO, 2022; SILVA, 2016; CANOTILHO, 2012), por essa via, passamos a descrever alguns princípios constitucionais gerais da atividade econômica, que aliados com as disposições constitucionais adrede elencadas, formatam o programa normativo para a obtenção do consumo sustentável.

Isso posto, se somando à proteção estatal do consumidor, nisso vindicando um consumo sustentável, o artigo 170, incisos, III, V e VI, expressam desaprovação a existência de uma ordem econômica puramente capitalista, bem como, que não promova a defesa do ambiente. Segue o teor do artigo 170, incisos III, V e VI:

[...] a ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] III - função social da propriedade; V - defesa do consumidor; VI - **defesa do meio ambiente**, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação (BRASIL, 1988, grifamos).

Nesses termos, desde já, se infere o escopo autorizador de um consumo sustentável, respeitador dos limites biofísicos do planeta, nessa via promovendo o equilíbrio ecológico da terra (BENJAMIN; MARQUES; BESSA; 2022; SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021; MIRAGEM, 2020).

Ora, imprescindível se faz acentuar que, o inciso III do artigo 170 da CF (um dos princípios da ordem econômica), impele que a propriedade dos meios de produção obedeça a sua função social. Pois, no nosso arcabouço constitucional, a propriedade privada não é um direito absoluto, que pode ser exercido ao imoderado talante do proprietário. Em verdade, toda propriedade econômica tem o dever constitucional de respeitar os limites de nossa natureza (BARROSO, 2022; MENDES; BRANCO, 2022; MORAES, 2022; ABBOUD, 2021; CAPRA; MATTEI, 2018; CANOTILHO, 2012).

Entretantes, malgrado existente o consumo sustentável em nossa CF, é pelo conteúdo do artigo 225, §1º, inciso VI dela, que encontramos maior força para rechaçar os efeitos deletérios perpetrados ao ambiente pelo uso da TOP.

Apesar de descritos os dispositivos constitucionais que, dentro do programa normativo, fornecem fundamento ao consumo sustentável, em nosso ordenamento constitucional, o paradigma antropocêntrico presente se encontra, em razão disso, há posições interpretativas que igualam a importância do consumo e da proteção à natureza.

Ilustrando tal posicionamento, Garcia (2016, p. 86-87) aponta que “[...] os princípios gerais da atividade econômica relacionados no art. 170 da Constituição Federal [...] devem coexistir em plena harmonia, já que nenhum pode ser considerado de maior relevância em relação ao outro”.

Ora, sem o equilíbrio ecológico promovido pela proteção do ambiente, tanto a vida humana quanto a vida não humana, não se encontram seguras, quiçá, viáveis na biosfera (CAPRA, 2022; ALMEIDA, 2021; AZEVEDO, 2014). Nisso, sem vida humana ou não humana, bem como sem elementos abióticos em condições harmônicas, não há que se falar em necessidade e até mesmo existência do sistema jurídico (CAPRA; MATTEI, 2018). Isso ocorre, uma vez que se não houver seres humanos presentes na biosfera, não haverá sociedade, em consequência, não existirá Direito.

Nesses termos, assegurar o equilíbrio do ambiente de nossa biosfera concretamente, se torna condição sem a qual outros direitos não podem sequer existir, assim sendo, defendemos a supranormalidade da proteção ecológica, com base no paradigma sistêmico/ecológico, mesmo reconhecendo a difícil assimilação desse intelecto, por boa parte da comunidade acadêmica e não acadêmica.

Com efeito, ilustrativamente, antes mesmo da CF de 1988, outrossim do CDC, a consonância entre proteção ambiental e defesa ao consumidor, já estava presente na Comissão

de Direitos Humanos da ONU, em sua 29ª Sessão, ocorrida em Genebra, no ano de 1973, elencando o direito ao ambiente saudável como direito fundamental do consumidor (GARCIA, 2016).

Complementando a concatenação ensejadora do consumo sustentável, ele constitui um direito fundamental, pois, como sinalizado acima, elencado se encontra no artigo 5º, inciso XXXII da CF, por assim ser, não pode ser retirado de nossa ordem constitucional, daí ser denominado de cláusula pétrea (*entrenchment clause*) (BARROSO, 2022; MENDES; BRANCO, 2022; MORAES, 2022; ABOUD, 2021). Para tanto, segue o teor do artigo 60, §4ª, inciso IV: “[...] não será objeto de deliberação a proposta de emenda tendente a abolir: [...] IV - os direitos e garantias individuais” (BRASIL, 1988).

Nestes termos, com base no princípio interpretativo da máxima efetividade (eficiência ou de interpretação efetiva), deve-se acrescentar, que a proteção ao consumidor, mesmo recebendo a classificação de direito difuso, se constitui uma cláusula pétrea (BARROSO, 2022; MENDES; BRANCO, 2022). Logo, o direito do consumidor se consubstancia em difuso, uma vez que seus destinatários são indetermináveis, podendo ser qualquer pessoa humana ou jurídica que se encontre em situação de vulnerabilidade em uma relação de consumo (BENJAMIN; MARQUES; BESSA; 2022; MIRAGEM, 2020).

Outrossim, visando proporcionar maior compressão do caráter difuso que o direito de defesa do consumidor detém, Marques, Benjamin e Miragem (2022, n. p.) explicam que:

[...] direitos difusos constituem categoria unitária própria no universo conflituoso dos interesses supraindividuais. [...], são os que têm como titulares grandes parcelas de pessoas não representadas adequadamente por porta-vozes unívocos e individualizados. Possuem como traço característico a dificuldade de organização de seus titulares para carrear recursos ou influência proporcionais e compatíveis com o número e fragilidade dos sujeitos que, em tese, seriam beneficiados pela atividade organizada e pela regulamentação que, pela superação da dispersão, busca-se alcançar (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2022, n. p.).

Em tal ordem intelectual, o direito difuso de proteção ao consumidor, ensejador do consumo sustentável, vem atingir uma plêiade significativa de pessoas, uma vez que todos os consumidores devem ter acesso ao escopo do consumo sustentável. Isso pois, por se tratar de comando constitucional, o qual viabiliza a promoção de um ambiente ecologicamente equilibrado, bem como, a defesa do consumidor ao minimizar os efeitos deletérios ambientais

oriundos da TOP (POZZO, 2021; SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021; CARVALHO, 2020; CORNETTA, 2017; GARCIA, 2016; MORAES, 2015).

Daí se constata, mais uma vez, a necessidade de superar-se o paradigma antropocêntrico, legitimador do capitalismo hodierno, o qual formatou a cultura do consumo, utilizadora da TOP, que acelera o colapso biosférico que vivenciamos (CAPRA, 2022; FONTENELLE, 2017; CORNETTA, 2017; GARCIA, 2016; MORAES, 2015)

Neste ínterim, o artigo 4º do CDC é interpretado de acordo com a CF, assim corroborando ao entendimento e promoção do consumo sustentável. Ele enumera os princípios e objetivos da Política Nacional das relações do Consumo. Nisso Garcia (2016, p. 95) explica que o referido artigo:

[...] enumera objetivos a serem perseguidos, seja por meio de políticas públicas, seja por meio da atuação do fornecedor e do próprio consumidor, e também princípios a serem aplicados, as demais normas devem ser interpretadas finalisticamente, visando à busca desses objetivos (resultados) (GARCIA, 2016, p. 95).

O artigo 4º do CDC, expressamente objetiva a melhoria da qualidade de vida dos consumidores. Bem por isso, toda interpretação das normas consumeristas que não guardem relação com o equilíbrio ambiental deve ser rechaçada, pois, não é possível se aperfeiçoar a qualidade de vida do animal humano na biosfera, sem um real equilíbrio ecológico (CAPRA; MATTEI, 2018). Por assim ser, Garcia (2016, p. 96) explica que:

[...] o CDC prioriza um consumo de forma racionalizada, consciente, responsável e, principalmente, que agrida o menos possível o meio ambiente. Se ao constatar uma relação que promova um consumo desenfreado, supérfluo, que esgote os recursos naturais de forma desequilibrada, tal relação não encontrará amparo no CDC [...] (GARCIA, 2016, p. 96).

Logo, o consumismo da cultura do consumo hodierna, não recebe guarida no CDC. Sendo assim, a situação de colapso ambiental analisada nos capítulos anteriores, provocada e acelerada pela TOP, francamente, constitui estados que o escopo do consumo sustentável fita combater (RIBEIRO, 2018; CAPRA; MATTEI, 2018; CORNETTA, 2017; GARCIA, 2016; MORAES, 2015). Garcia exemplifica que “[...] afinal de contas, é inconcebível pensar em qualidade de vida quando as nascentes dos rios estão secando; a poluição do ar está aumentando; recursos minerais estão se esgotando [...]” (GARCIA, 2016, p. 97).

Mister se faz assinalar, que todo raciocínio hermenêutico que aqui se manifesta, tem como premissa a existência da vulnerabilidade ambiental do consumidor, fincada no artigo 4º, inciso I do CDC. Isso decorre da ausência do conhecimento técnico pelos consumidores, do modo de produção linear capitalista, bem como das deletérias consequências oriundas do consumismo (BENJAMIN; MARQUES; BESSA; 2022; SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021; RIBEIRO, 2018; CORNETTA, 2017; GARCIA, 2016; MORAES, 2015).

Sobre a vulnerabilidade ambiental do consumidor, Garcia explica que “[...] como não conhecem o modo como foram produzidos os produtos e como são prestados os serviços, bem como são feitos os descartes dos produtos, o consumidor não tem como avaliar quais fornecedores apresentam responsabilidade socioambiental” (GARCIA, 2016, p. 100).

Bem por isso, o CDC vem equacionar a desigualdade do consumidor vulnerável, tanto no aspecto ambiental quanto de outra estirpe, e dos fornecedores e prestadores de bens e serviços, superespecializados em suas práticas. Milaré e Machado (2015, n. p.) explicam que:

[...] a vulnerabilidade ambiental está intimamente relacionada com a promoção da justiça social. A globalização acentua tais vulnerabilidades, criando maiores desigualdades sociais, porque a informação, a tecnologia e o capital são restritos a poucos e utilizados em detrimento de muitos. Com efeito, os mais pobres e, conseqüentemente, mais vulneráveis participam do processo universalizador mundial como meros expectadores, tomando-se os maiores suportadores de riscos. Portanto, os riscos ambientais aumentam conforme o grau de vulnerabilidade da sociedade-grupo (MILARÉ; MACHADO, 2015, n. p.).

Vale salientar, que o consumidor tutelado pelo CDC, não fica limitado à vulnerabilidade ambiental. A título de exemplo, Ferreira (2022, n. p.) de forma sucinta aponta a existência da: “[...] vulnerabilidade política ou legislativa, vulnerabilidade participativa, vulnerabilidade neuropsicológica, vulnerabilidade psíquica, cognitiva, comportamental, [...] e vulnerabilidade tributária”.

Nesta ambiência, se constata que o CDC por comando constitucional, perfaz austero instrumento de combate às diversas vulnerabilidades presentes nas relações de consumo, as quais inseridas se encontram na cultura do consumo capitalista, analisada no capítulo I. Devido a isso, mister se faz salientar, que o consumo sustentável é aquele exercido respeitando os limites da biosfera. Levando em consideração os princípios da ecologia planetária, em razão de possibilitar o atendimento das necessidades do presente, sem inutilizar o atendimento das necessidades do porvir (MOREIRA; SILVA; SILVA, 2023; BENJAMIN; MARQUES;

BESSA; 2022; SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021; CAPRA; MATTEI, 2018; RIBEIRO, 2018; CORNETTA, 2017; GARCIA, 2016; MORAES, 2015).

Com efeito, é necessário salientar, que da interpretação de nossa constituição, haure-se que a defesa do consumidor é dependente do equilíbrio ecológico. Garcia (2016, p. 84-85) instruir que:

[...] há um mandamento constitucional para que o Estado assuma, [...] por meio de prestações positivas que o consumidor consiga, diante da caracterização de sua vulnerabilidade, ter uma atuação equilibrada nas relações de consumo, de modo a prover a satisfação de suas necessidades essenciais de alimentação, saúde, educação, segurança, lazer [...] (GARCIA, 2016, p. 84-85).

Endossando o raciocínio em perspectiva, o artigo 4º inciso III do CDC, reafirma a necessidade de proteção ao consumidor estar sempre atrelada ao intento de se equilibrar o ambiente de nossa biosfera. Igualmente, o inciso em questão, quando remete a observância dos princípios fundantes da ordem econômica, acaba propiciando de modo evidente, a força constitucional do consumo sustentável (CORNETTA, 2017; GARCIA, 2016; MORAES, 2015).

O CDC por mais que expressamente não elenque a promoção do consumo sustentável, se não bastasse o dever de ser interpretado de acordo com a CF, também comporta em sua estrutura normativa o intelecto de coadunar o consumo ao equilíbrio biosférico. Pois, de forma expressa, são encontradas no CDC tanto normas do tipo regra quanto normas do tipo princípio, que envidam a proteção ambiental (BENJAMIN; MARQUES; BESSA; 2022; SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021; MIRAGEM, 2020).

Ademais, o CDC, conjuntamente com as normas de tipo regra e/ou princípio, possui cláusulas gerais (*generalklausel*), oportunizando aos seus intérpretes uma maior possibilidade de conciliação da proteção do consumo com a sustentabilidade da natureza. Nesse raciocinar, Garcia aponta: “[...] além dos princípios, o CDC é estruturado por meio das cláusulas gerais (técnica legislativa na qual são utilizados conceitos jurídicos a serem preenchidos pelos magistrados quando da análise de um caso concreto [...])” (GARCIA, 2016, p. 91-92).

Decerto, se faz advertir que, as cláusulas gerais encontradas no CDC não só se destinam aos juízes na hipótese de judicialização de conflitos, outrossim, cabe a todos cidadãos interpretá-las e aplicá-las no deslinde de questões que impliquem a sua disposição. Bem por isso, entendida a conexão entre o consumo e o ambiente equilibrado, o CDC, possibilita um

aparato normativo que pode promover o consumo sustentável, minimizando os efeitos deletérios do consumismo presente na cultura do consumo hodierna (BENJAMIN; MARQUES; BESSA; 2022; SALERT; FENSTERSSEIFER, 2021; MIRAGEM, 2020; CORNETTA, 2017; GARCIA, 2016; MORAES, 2015).

Entretantes, robustecendo o escopo do consumo sustentável, além dele encontrar base no CDC, igualmente encontra guarida na lei nº 12.305 de 02 de agosto de 2010 (política nacional de resíduos sólidos), regulamentada pelo decreto nº 10.936 de 12 de janeiro de 2022. Nessa linha de intelecção, o inciso XV do artigo 7º da 12.305/2010 suscita: “[...] são objetivos da Política Nacional de Resíduos Sólidos: [...] XV - estímulo à rotulagem ambiental e ao **consumo sustentável**” (BRASIL, 2010, grifos nossos).

Logo, percebe-se que o ordenamento jurídico brasileiro, tanto no âmbito constitucional quanto na esfera infraconstitucional (leis, decretos e outros) visam promover o consumo sustentável, assim sendo idôneo para mitigar a degradação ambiental oriunda da TOP. Destarte, o contexto de colapso ambiental em que estamos inseridos é inconstitucional e ilegal. Desse modo, o relevo da necessidade de operar uma mudança paradigmática, como aqui se colima, realçado se encontra.

Nestes termos, o desiderato do consumo sustentável coaduna os atos humanos de consumo com os limites do nosso ecossistema planetário. Assim sendo, a competição, o consumo individual e a procura constante por uma mercadoria nova, são desestimulados. Bem por isso, o consumo sustentável deve ser propalado por intermédio de uma hígida educação ambiental.

Destarte, nada adianta o escopo do consumo sustentável sem a devida preparação para desempenhá-lo. A educação ambiental freiriana, deve dar o mote para difusão do desiderato do consumo sustentável. Bem assim, doravante, descreveremos como a educação ambiental freiriana pode fomentar o consumo sustentável, de modo a reduzir os impactos negativos decorrentes da TOP ao ambiente.

CAPÍTULO 4: A EDUCAÇÃO AMBIENTAL FREIRIANA COMO DIFUSORA DO CONSUMO SUSTENTÁVEL

A educação ambiental freiriana é crítica, criativa e libertadora, assim fita a formação de pessoas críticas, criativas e emancipadas. Daí motivadas para transformar os aspectos da realidade em que inseridas se encontram. Isso desacorda da educação conservadora, alienante e desconexa da complexidade do real, a qual é denominada educação bancária, fomentada no paradigma antropocêntrico. Assim,

[...] por meio da Educação Ambiental, quer-se que os sujeitos individualmente e em sociedade libertem-se, mas sempre reconhecendo o ambiente de vida como um outro que precisa ser cuidado, para que haja as condições para essa libertação. Logo, esse cuidado com o outro, tanto o outro humano como o não-humano, exige uma Ética da Responsabilidade (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 116).

Nessa linha de raciocínio, a ética da responsabilidade é ponto nevrálgico da educação ambiental freiriana. Isso, pois, se perfaz com o entendimento que sendo o homem/mulher a parte consciente da natureza, deve cuidar dela, desempenhando condutas sustentáveis. Assim sendo, se deflagra mudanças nos padrões de produção e de consumo não sustentáveis, promovendo o equilíbrio ecológico da biosfera (DICKMANN; CARNEIRO, 2021).

Por tratar de temáticas complexas, a educação ambiental não comporta uma investigação unidisciplinar, haja vista o seu caráter transversal e interdisciplinar. Nisso, ela é transversal em seu processo didático, tendo em vista o plexo de técnicas necessárias ao desempenho do processo educativo (CAPRA, 2022; SANTOS, 2021). Outrossim, se faz interdisciplinar, uma vez que envolve articulação de diversas matérias, sendo uma “postura epistêmico-didático-pedagógica, que redimensiona o modo como se constrói o conhecimento [...]” (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 74).

Sobremais, a educação ambiental freiriana não só vislumbra um conjunto de ações defensivas ao ambiente, contudo, uma verdadeira mudança de paradigma, superando a cisão entre o ser humano e natureza, realizada pelo paradigma antropocêntrico e mantida pela educação bancária. Por assim ser, ela é fomentadora de uma práxis socioambiental (DICKMANN; CARNEIRO, 2021) que possibilita a promoção do paradigma sistêmico/ecológico (CAPRA, 2022).

Para cumprir seu intuito crítico, criativo e libertador, a educação ambiental em voga, não dispensa a permanente formação de educadores preparados e capacitados para condução do processo educativo pelo diálogo, fato que exige dos educadores ambientais, na perspectiva freiriana, serem:

[...] atores críticos e criadores, instigadores e inquietos, rigorosamente curiosos, honestos, persistentes e leais, dialógicos, políticos e competentes. Estas características, unidas à humildade, amorosidade, coragem de lutar, tolerância, segurança e competência científica, à clareza política e integridade ética, paciência e à alegria de viver, são qualidades fundamentais do profissional da educação (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 176).

Logo tais características se devem, pelo indelével relevo que os educadores ambientais representam através de suas práticas educativas e testemunho pessoal (coerência teórico-prática). Por causa disso, na relação dialógica educador e educando, deve o primeiro problematizar a realidade presente para compreensão do segundo. Por essa via possibilitando ao educando o reconhecimento de seu estado de inacabamento e inconclusão, bem como, notabilizar que tais características igualmente se encontram no mundo presente (DICKMANN; CARNEIRO, 2021; FREIRE, 2011).

Por conseguinte, é a característica de inacabamento e inconclusão, que possibilita o ser humano ser educado. Além disso, ciente deste contexto, pode o ser humano, ser mais humano, havendo também a possibilidade do ser humano ser menos humano. Isso se faz, no intelecto freiriano, quanto maior ou menor for a aproximação do homem/mulher da ética da responsabilidade adrede descrita (DICKMANN; CARNEIRO, 2021; FREIRE, 2011).

Deve-se acrescer, que todos os envoltos no processo educativo são artífices do conhecimento. Por isso, o educador ambiental freiriano, ao contrário do educador bancário, não transferi seu conhecimento ao educando, como se esse fosse desprovido de qualquer criticidade. Austeramente:

[...] o educador deve ir além de ser um transmissor de conhecimentos, passando a atuar como um conhecedor (autoridade referenciada cientificamente) e, ao mesmo tempo, como alguém que se vê em permanente processo de aprendizagem no diálogo com seus educandos, quanto à realidade-mundo e, nesse contexto, em relação às problemáticas socioambientais em suas múltiplas e complexas dimensões (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 202).

Destarte, os educadores abalizados nesta postura buscam a formação de educandos civilmente ativos, consciente e críticos da realidade, atores políticos que se importam e promovem o equilíbrio do nosso ecossistema planetário (CAPRA, 2022, SANTOS, 2021; DICKMANN; CARNEIRO, 2021; FREIRE, 2013).

Assentadas tais premissas, evidente se faz o supino importe de uma educação ambiental freiriana, pelo condão que detém na superação do paradigma antropocêntrico, assim propalando o consumo sustentável. Nisso, Dickmann e Carneiro (2021, p. 17) instruem que “[...] ela é, por isso, uma práxis educativa entendida como ação humana pensada e responsável, credenciada como ação-reflexão-ação crítica – como queria Paulo Freire dos educadores, diante de problemas concretos das realidades local e global dos educandos”.

Nesta ordem de raciocínio, o colapso ambiental que estamos vivendo é um problema concreto. Como fora analisado no capítulo 1 e 2. Isso ocorre, devido ao fato de estarmos em uma sociedade do consumo, com sua cultura do consumo, utilizadora da TOP, baseada no paradigma antropocêntrico. Daí:

O ser humano é um ser relacional e tem, no diálogo, uma de suas principais peculiaridades. É pelo diálogo que se estabelece o processo de humanização e, dependendo dos contextos de vida, vir a **ser mais** humano ou **ser menos** humano. Humanização e desumanização são possibilidades de ser, enquanto prática de liberdade ou de opressão (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p.12-13).

Portanto, é mediante o diálogo que podemos entender o ser humano como ser datado, situado em determinado tempo e espaço, possibilitando um aumento ou uma diminuição de sua humanização. Em consequência, “[...] nessa visão de homem e mulher como sujeitos de sua história, afirma-se uma concepção sociopolítica e pedagógica – fruto de uma práxis dialógico-libertadora” (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 13).

Com efeito, a pessoa humana não pode se constituir fora do ambiente em que está inserida, sendo este um todo indivisível formado por heterogeneidades ricamente variadas (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, CAPRA; MATTEI, 2018). Isso não importa inferir uma visão determinista, na qual haverá uma inevitável repetição de características e hábitos de um ser que nasce e se forma em um determinado contexto, uma vez que, o ser humano é um animal de infinitas possibilidades por conduto de sua cognição, a qual propicia a criação e uso da técnica (GALIMBERTI, 2016; HARARI, 2015). Daí, Dickmann e Carneiro ensinam:

E como não há homens sem mundo, então, o ponto de partida é sempre situado, sempre o **aqui** e o **agora** dos homens, ou seja, sempre sua situação concreta. Esta situação jamais é inexorável, mas apenas limita as ações humanas, é o desafio que se põe e impõe à práxis para transformar o mundo (DICKMANN; CARNEIRO 2021, p. 13).

Essa capacidade de transformar o mundo, por meio da técnica, já fora analisada nos capítulos 1 e 2. Além disso, é por ela, a qual foge do total controle do homem/mulher, que estamos a deteriorar o ambiente que compomos (KRENAK, 2022; MOORE, 2022; MORIN, 2021; GALIMBERTI, 2016). Ilustrando isso, Eugênio Bucci (2021, n. p.) descreve:

[...] inovações disruptivas se sucedem, afrontando o sujeito atônito. O meio ambiente se deteriora em consequência de ações humanas que os humanos não controlam. [...] A próxima grande revolução tecnológica, que se avizinha, será uma combinação de tecnologia com genética para fabricar novos bichos e aprofundar as diferenças entre as novas gerações de ricos e de pobres. [...] A nova revolução tecnológica terá a ver com o disciplinamento da mutação: o câncer adestrado (BUCCI, 2021, n. p.).

Não obstante, este malfadado contexto e possibilidades de futuro (MOORE, 2002; MORIN, 2021; BAUMAN, 2008) no qual já é possível se conjecturar sobre um trans-humanismo (KFOURI NETO; NOGAROLI, 2023; SARDAS, 2022; CHARLOT, 2020), o ser humano possui a capacidade de conhecer, e muitas das vezes pormenorizar, todas as suas dimensões físicas e psíquicas, igualmente, de se cientificar das questões culturais (KRENAK, 2022; GUDYNAS, 2019).

Destarte, necessário se faz ratificar, que o homem/mulher é capaz de estar ciente de todas as suas dimensões, tanto de suas idiossincrasias quanto da cultura que se insere. Daí, consciente de seu inacabamento, bem como de sua inconclusão, o homem/mulher, através da práxis pode influir nas mais diversas áreas da vida em nossa biosfera (CAPRA, 2022; DICKMANN; CARNEIRO, 2021, SANTOS, 2021).

Com efeito, saliente está o processo histórico de humanização ou desumanização que a pessoa humana sempre se encontra sujeita, desaguando na geração ou degeneração de paradigmas e, com isso, mantendo ou modificando as condições de equilíbrio do planeta (BUCCI, 2021; DICKMANN; CARNEIRO, 2021; CAPRA; LUISI, 2014).

Nesta arquitetura, baseada em uma pseudo-ética bancária do capital e do lucro, o homem/mulher, por não se vislumbrar sendo natureza, faz uso da técnica para transformá-la de modo deletério (KRENAK, 2022; MOORE, 2022; DICKMANN; CARNEIRO, 2021; BUCCI,

2021). Por isso, por conduto da educação ambiental freiriana, pode a poderosa força motriz humana, dentro de uma ética da responsabilidade, atuar de modo sustentável no planeta. Assim, promovendo o consumo sustentável demonstrado no capítulo anterior.

No mais, o animal humano em suas ações exerce a práxis, aqui entendida como uma ação transformadora, a qual visa humanizar o mundo. Logo, a práxis se faz possível pela consciência que tem a humanidade da sua condição de incompletude e inacabamento, outrossim características atribuíveis à realidade bioesférica como acima evidenciado. Daí, o animal humano, além de engendrar conjecturas de modificações, também se torna apto a educar-se ou ser educado (DICKMANN; CARNEIRO, 2021; CHARLOT, 2020).

Com efeito, a educação humana é exercida e estimulada na e pela biosfera. Esse mundo no qual o animal humano, através da práxis, visa humanizar para melhor habitar. Nisso, pela ausência do paradigma sistêmico/ecológico em sua educação, bem como pelo consumismo baseado e estimulado pelo paradigma antropocêntrico, o homem/mulher permanece degradando o planeta terra (CAPRA; LUISI, 2014). Porquanto, Dickmann e Carneiro (2021, p. 14) afirmam que:

Como lugar da existência humana o mundo é resultado das ações dos homens e mulheres no meio natural e fruto da história de como atuam e se relacionam com ele, construindo contextos socioculturais – desde o imediatismo do dia a dia a perspectivas de médio e longo prazo (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 14).

Logo, no intuito de difundir o escopo do consumo sustentável, devemos, por via da educação ambiental freiriana, valorizar o estado atual da nossa biosfera. Assimilado esse contexto, através da reflexão, podemos almejar um estado ambiental harmônico, no qual o consumo consciente esteja presente na práxis desempenhada (DICKMANN; CARNEIRO, 2021; CORNETTA, 2017; GARCIA, 2016; MORAES, 2015; CAPRA; LUISI, 2014).

Em consequência disso, transformando paradigmas (CAPRA, 2022). Bem por isso, compondo a epistemologia da educação ambiental freiriana, a qual guarda coerência com o paradigma sistêmico/ecológico e proporcionando uma visão da teia da vida (CAPRA, 2006), mister se faz entender sobre o mundo-natureza e o mundo-cultura (DICKMANN; CARNEIRO, 2021).

O mundo-natureza é o nosso mundo mais tangível, no qual somos partes integrantes, conjuntamente com os demais seres bióticos e abióticos. Já o mundo-cultura é o resultado da

práxis, do processo de humanização do mundo pelo animal humano. Assim sendo, o mundo-cultura é marcadamente histórico. Daí, Dickmann e Carneiro ensinam que “[...] na natureza somos mais um – ressalvadas as devidas distinções pessoais – enquanto a cultura é o resultado do que se faz no mundo e a ele acrescenta” (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 15).

Acresça-se que o mundo-natureza e o mundo-cultura se comunicam e não se excluem. Por conseguinte, o animal humano não vive isoladamente em um dos dois mundos. Decerto, vive o ser humano tanto no mundo-natureza quanto no mundo-cultura (DICKMANN; CARNEIRO, 2021). Assim, é no mundo-cultura - formado pela axiologia, pela deontologia, pelos hábitos, credos e crenças -, que a educação pode operar a mudança paradigmática antropocêntrica para a sistêmica/ecológica (CAPRA; LUISI, 2014). Desse modo, Dickmann e Carneiro (2021, p. 16) ensinam que:

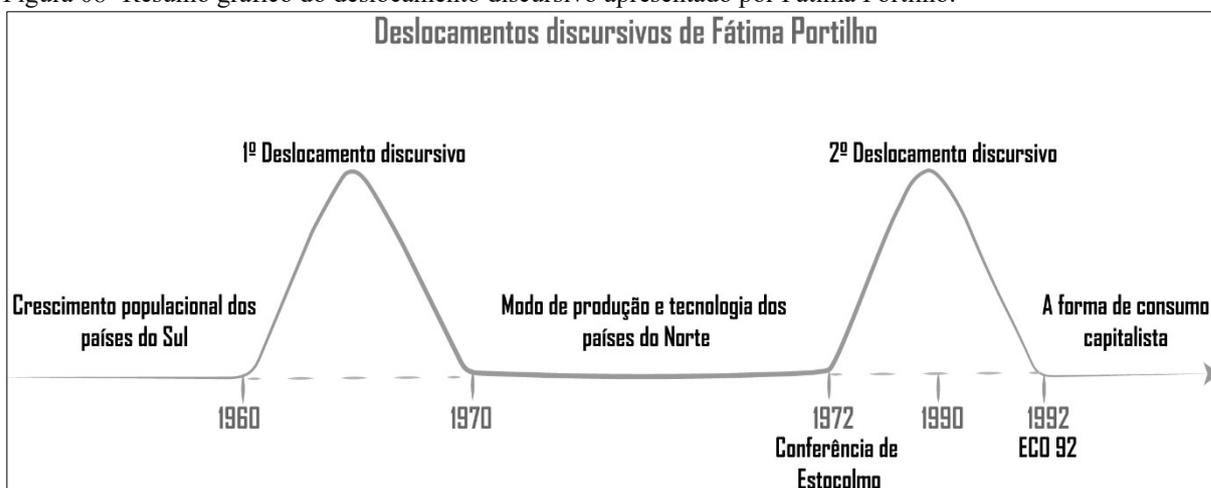
Na cultura, nos relacionamos a valores, crenças, regras e costumes, vivemos em sociedade e precisamos fazer concessões; na natureza, precisamos nos referenciar a valores que orientem ações não-predatórias e de não-violação à sustentabilidade da vida, nas sociedades de hoje (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 16).

Reconhecida a dinâmica entre o mundo-natureza e o mundo-cultura, bem como entendido o conceito de práxis, assentados na educação ambiental freiriana, se constata, a higidez que ela detém para a superação da dicotomia sociedade e natureza. Porquanto, retirando a hegemonia do paradigma antropocêntrico, propalador da separação entre o ser humano e a natureza. Bem assim, autorizando, para a compreensão dela, sua divisão em partes de menor complexidade, ausente estando qualquer ética da responsabilidade (CAPRA, 2022; DICKMANN; CARNEIRO, 2021).

Em razão disto, Dickmann e Carneiro explicam que: “[...] toda ação social é também ambiental, visto que toda ação humana está sempre conectada com o mundo. Precisamos compreender o ser humano conectado, interdependente e relacional” (DICKMAN; CARNEIRO, 2021, p. 16). Assim sendo, a biosfera é o local onde a teia da vida é existente (CAPRA, 2006). Nisso, a educação ambiental freiriana, aliada ao paradigma sistêmico/ecológico, acaba por rechaçar a díade entre o ser humano e a natureza, esse pensamento pautado no antropocentrismo, com isso promovendo o consumo sustentável (MOORE, 2022; MORIN, 2021; SANTOS 2021; CAPRA; LUISI, 2014).

Com efeito, como visto no capítulo 1, o paradigma antropocêntrico é o responsável pela destruição da capacidade biofísica do planeta terra, sendo o consumismo o ponto nodal da destruição dos elementos componentes da biosfera. Contudo, o consumo, nem sempre foi elevado ao patamar de ser deletério ao ambiente. Para isso ocorrer, houve deslocamentos discursivos, que alçaram o consumo como principal fator de degradação ambiental hodierno, substituindo a primazia do crescimento populacional dos países do sul e, do modo de produção e tecnologia dos países do norte, outrora postos como supinas causas originadoras do desequilíbrio ecológico planetário (PORTILHO, 2005), como se apresenta na figura 08 *infra*:

Figura 08- Resumo gráfico do deslocamento discursivo apresentado por Fátima Portilho.



Organização: Ramon Torres de Brito Silva, 2023.

Nisso, antes de 1960, o crescimento populacional dos países do sul, era acusado na esfera internacional, de ser a principal causa do desequilíbrio ecológico. Após 1960, conjuntamente com o crescimento demográfico, o meio de produção capitalista passou a ter relevo na responsabilidade deletéria da natureza. Mitigando tal perspectiva, é no início da década de 90 que o consumo passa a ser a causa notória e institucionalizada de vilipêndio da Natureza (PORTILHO, 2015).

Nesta ambiência, para combatê-lo e fomentar o consumo sustentável, mister se faz promover a educação ambiental, pela metodologia freiriana, por assim ser, importante é a compreensão do que são a situação-limite, o ato-limite e o inédito-viável.

Logo, toda ação humana que deteriora o ambiente, tirando a harmonia mantenedora da vida, pode ser enquadrada, na educação ambiental freiriana, como uma situação-limite. Nesses termos: “[...] as situações-limites caracterizam-se por estarem a serviço do opressor como uma

ferramenta disfarçada, pois o oprimido não a enxerga, aparece-lhe como uma determinação histórica imutável”(DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 63).

Para o enfrentamento e superação da situação limite, imprescindível se faz, por via da práxis, a deflagração de um ato-limite, o qual vem ser a ação que possui força para superar os problemas ambientais. Nisso:

[...] toda situação-limite é uma forma de degradação da realidade-ambiente e do contexto socioambiental, exigindo atos-limites críticos na busca do inédito viável, ao qual se dirigirá a ação dos sujeitos pela superação da situação de violação dos direitos e da qualidade de vida (DICKMANN; CARNEIRO, 2021, p. 63).

Nesta linha de intelecção, surge o inédito-viável, que se perfaz como sendo o estado de coisas que se quer obter e manter pela superação da situação-limite através do ato-limite. Nesta ordem de ideias:

Cabe ao ser humano a responsabilidade ética de cuidar da vida do Planeta como um todo, pensar um novo modo de vida, com produção e **consumo sustentáveis**, identificando os problemas ambientais como sendo de ordem complexa, ética e sócio-política, enfim, repensando a vida em sociedade a partir de um novo padrão civilizatório (DICKMANN; CARNEIRO, 2021; 195-196, grifos nossos).

Destarte, salientamos que, por conduto da educação ambiental freiriana, temos o escopo prático necessário para promoção do consumo sustentável. Nisso, Dickmann e Carneiro (2021, p. 19) versam “[...] a Educação desenvolve-se como ações concretas no mundo, feita por sujeitos concretos e a partir da reflexão sobre fatos e fenômenos de uma realidade para transformá-la”. Decerto, a situação-limite do trabalho em voga, como analisado no capítulo 1 e 2 é o contexto do consumismo utilizador da TOP, amparado pelo paradigma antropocêntrico, que vem deteriorando sobremaneira o ambiente biosférico.

O ato-limite, o qual, promovido pela práxis, deflagrará a mudança paradigmática aqui objetivada, diz respeito ao consumo sustentável - como trabalhado no capítulo anterior. Pois, tem ele o condão de perseguir e promover o inédito-viável, qual seja a adoção do paradigma sistêmico/ecológico em todas as relações dos componentes da biosfera. Representativo, de tal raciocínio, o quadro 07 expõe:

Quadro 07- Âmago da problemática do referente pesquisa.

Âmago da problemática	
Situação-limite	TOP, Desequilíbrio ecológico, consumismo, modo de produção linear, paradigma antropocêntrico.
Ato-limite	Consumo sustentável, educação ambiental freiriana
Inédito Viável	Paradigma sistêmico/ecológico.

Organização: Ramon Torres de Brito Silva, 2023.

Entretanto, se faz preciso ratificar que todo o processo descrito nas linhas acima, deve valorizar o aqui e o agora, partindo do concreto, do momento histórico presente, para se alcançar um futuro no qual o ambiente seja sadio e saudável, mantenedor e propiciador de uma salutar qualidade de vida aos seres humanos e não humanos (CAPRA, 2022; KRENAK, 2022).

Assim, Dickmann e Carneiro (2021, p. 18) destacam que “[...] é urgente que a reflexão pedagógica hodierna avance nesse rumo, ou seja, em torno de temas emergentes como as temáticas socioambientais, trazendo-as para os processos das práticas educativas escolares”. Nessa linha de raciocínio, os pressupostos da Educação Ambiental Freiriana são, portanto, expressos no quadro 08.

Quadro 08- Pressupostos da educação ambiental freiriana.

Pressupostos
O animal humano é um ser em formação, ele é consciente disso. Assim, o processo de contínua formação da pessoa humana ocorre pelo diálogo dela com a biosfera e com outros seres;
O mundo se encontra em constante formação. Ele é a condição sem a qual o animal humano e não humano, e elementos abióticos, não poderiam permanecer. Existindo no mundo o ser humano, por sua ação histórico-cultural, pode ele humanizá-lo ou desumanizá-lo, causando equilíbrio ou desequilíbrio biosférico;
Por ser cognoscível, o mundo é conduto do processo educativo formal e informal. Nisso, é através do diálogo de educadores e educandos sobre a realidade bioesférica, que se engendra o conhecimento do mundo e das subjetividades que o compõe. Por conseguinte, compreendido o importe nodal para a existência da vida e de elementos abióticos, mister se consubstancia que a práxis humana seja desempenhada em prol do equilíbrio da biosfera;
Estando o ser humano e o mundo em constante transformação, necessário é o permanente aperfeiçoamento dos educadores, maiormente, para assim possibilitar uma práxis que fite o equilíbrio do planeta terra;
O cidadão ambientalmente educado, versado na visão sistêmica/ecológica do mundo, deve participar ativamente da política. Logo, contribuindo, através da problematização da realidade histórica, para superação do paradigma antropocêntrico, supedâneo do capitalismo consumista. O qual vem destruindo a teia da vida planetária;
As instituições produtoras e difusoras do conhecimento, outrossim as esferas informais de produção e promoção da episteme, devem dialogar sobre a problematização da realidade local e global, vivenciadas pelos seres cognoscíveis. Isso, almejando a deflagração de uma práxis sistêmico/ecológica.

Organização: Ramon Torres de Brito, 2023. Adaptado de Dickmann; Carneiro, 2021.

Além desses pressupostos, mantida a coerência epistemológica, devemos acrescer os princípios básicos da ecologia, os quais norteiam as ações da ecoalfabetização proposta por

Capra (2022), assim possibilitando uma verticalização na compreensão e superação dos problemas socioambientais, mormente, nesta pesquisa, os oriundos da TOP.

Nessa linha intelectual, o princípio da interdependência, reconhece que todos os componentes da biosfera estão conectados e, cada um deles influencia na vida do outro, por ser assim, um ato deletério ao meio irá reverberar em seus membros (MORIN, 2021, SANTOS, 2021). Diante disso:

[...] todos os membros de uma comunidade ecológica estão interconectados em uma imensa e intrincada rede de relações, a teia da vida. Eles derivam suas propriedades essenciais e, de fato, sua própria existência de suas relações com outras coisas. A interdependência – a dependência mútua de todos os processos de vida uns em relação aos outros – é a natureza de todas as relações ecológicas (CAPRA; LUISI, 2014, p. 436).

Logo, uma ação sustentável também reflete em favor de todos os componentes da teia da vida, nisso com mais pessoas ambientalmente educadas, maiores serão as ações sustentáveis em favor do equilíbrio planetário. Nessa intelecção, propalado o consumo sustentável através da educação ambiental freiriana, maior possibilidade haverá de se combater os efeitos deletérios da TOP.

O princípio da natureza cíclica dos processos ecológicos diz respeito ao fluxo contínuo de matéria e energia no ecossistema planetário. Nele os processos são cíclicos onde o resíduo produzido por um ser é energia para outras formas de vida diferentes. Nessa ordem, não há desperdício de matéria nem de energia (WEETMAN, 2019; FONTENELLE, 2017; LEONARD, 2011).

Contrariamente, no modelo linear de produção capitalista hodierno, como analisado no capítulo 1, temos a produção de bens e seu descarte final, esse acelerado pela TOP, com seu duplo vilipêndio (capítulo 2), nisso produzindo desperdício de energia e matéria, bem como degradação ambiental pelo não tratamento adequado dos refugos. Assim,

[...] a lição para comunidades humanas é óbvia. Um dos grandes impactos entre a economia e a ecologia deriva do fato de que a natureza é cíclica, enquanto nossos sistemas industriais são lineares. Nossos negócios coletam recursos, transformam esses recursos em produtos mais resíduos, e vendem os produtos para os consumidores, que descartam ainda mais resíduos depois de terem consumido os produtos (CAPRA; LUISI, 2014, p. 437).

Ademais, a cultura do consumo hodierna é marcada pelo individualismo, pela competição e avidez de consumo da novidade, como percebido no capítulo 1. Nessa via, o princípio da parceria não é, maiormente, empregado, pois, há a exclusão de muitos seres humanos por poucos detentores do capital, de uma cooperação para o bem comum, inexoravelmente, incluindo o equilíbrio da biosfera. Dentro do paradigma antropocêntrico, base do capitalismo de mercado, a perseguição do lucro é o fator axiomático, independentemente, dos impactos ambientais negativos ao ambiente. Decerto, com a promoção do consumo sustentável por conduto da educação ambiental freiriana, presente estará o princípio da parceria, o qual constata que:

[...] os intercâmbios cíclicos de energia e de recursos em um ecossistema são sustentados por uma cooperação generalizada. De fato, desde a criação das primeiras células nucleadas há mais de 2 bilhões de anos, a vida na Terra tem se processado por meio de arranjos progressivamente mais intrincados de cooperação e coevolução. (CAPRA; LUISI, 2014, p. 437).

Logo, com atenção a não linearidade dos acontecimentos no planeta, além disso, levando-se em consideração o estado de colapso ambiental presente, o peso de atitudes profiláticas deve ser compensado por ações contingenciais. Essas devem estar aptas a responder a dinamicidade dos efeitos deletérios causado pelo estado atual de desequilíbrio ecoesférico. Certamente, adotando o princípio da flexibilidade nas práticas educativas ambientais, poder-se-á restaurar os ciclos de regeneração do planeta.

Daí: “[...] um ecossistema é consequência de seus múltiplos ciclos de *feedback*, que tendem a trazer o sistema de volta ao equilíbrio sempre que houver um desvio da norma produzido por mudanças nas condições ambientais”. (CAPRA; LUISI, 2014, p. 438). Com efeito, o princípio da diversidade é coloraria do princípio da flexibilidade, pois quanto mais houver biodiversidade, maior será a flexibilidade do ecossistema. Nessa intelecção:

[...] a diversidade de um ecossistema está estreitamente ligada à estrutura de rede do sistema. Um ecossistema diversificado é flexível, pois contém muitas espécies com funções ecológicas que se sobrepõem e, por isso, uma delas é capaz de substituir parcialmente outra (CAPRA; LUISI, 2014, p. 439).

Nessa linha de raciocínio, a interdisciplinaridade, assim como a transversalidade inatas à educação ambiental freiriana, possibilitam a resolução de questão socioambientais estratégicas para o equilíbrio ecológico. Nisso, estando presente o consumo consciente na

educação, pode o ser humano através da práxis superar o consumismo deletério artificialmente criado e maximizado pela TOP.

Decerto, a educação bancária, a qual tem base no paradigma antropocêntrico não é apta em promover um consumo sustentável que desincentive o individualismo, a competição e o consumo da novidade fomentadores da cultura do consumo hodierna analisada no capítulo 1. Nesses moldes, a TOP criada nessa cultura, vem causando um duplo vilipêndio ao ambiente, uma vez que na extração de insumos para fabricação de novas mercadorias e no descarte das velhas mercadorias, sem o devido acondicionamento, o equilíbrio ecológico planetário não é respeitando, como examinado no capítulo 2.

Nessa linha de intelecção, o consumo sustentável possuidor do afã de mitigar a degradação do ambiente originada pela TOP, deve ser propalado pelo escopo aqui descrito da educação ambiental freiriana. Destarte, fomentando-se um consumo sustentável por conduto da educação ambiental freiriana o ser humano vem a ser mais humano, dentro da ética da responsabilidade, outrossim cumpridor dos comandos constitucionais e infraconstitucionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Temos normas que dizem respeito ao ambiente, nacional e internacionalmente. Essas protegem a natureza sem inviabilizar a utilização de seus elementos pelos animais humanos. É por isso que, dentro de nossa sociedade hodierna, caracterizada pela cultura do consumo, mister se faz promover a proteção ao consumidor contra os efeitos ambientais deletérios da TOP.

Os efeitos de degradação socioambiental originados pela TOP, são legitimados pela adoção do paradigma antropocêntrico, responsável por promover, epistemologicamente, a cisão entre animais humanos e natureza. Fato ocorrido e motivado para possibilitar a utilização da natureza, como um grande e infinito celeiro de insumos utilizados no modelo de produção linear capitalista.

Ora, o paradigma antropocêntrico hegemônico atual, é o responsável pelo colapso ambiental que nos inserimos. Logo, é imprescindível a modificação de tal paradigma por um outro. Um que promova o respeito aos limites biofísicos do planeta, bem como entenda o ser humano como sendo natureza. Nisso, o paradigma sistêmico/ecológico abrange todas as características consoantes e fomentadoras de um ambiente sadio e adequado para o surgimento, aperfeiçoamento e manutenção da vida humana e não humana.

A técnica é o que possibilita um recorte do ambiente, o adequando ao viver humano, contudo, quando estruturada no paradigma antropocêntrico, acaba por não respeitar os limites da natureza. Nessa linha intelectual, a sociedade de consumo, originadora da cultura do consumo, lapidou a TOP para promover o crescimento econômico, sem se importar com os processos regenerativos da natureza e nem com os efeitos antrópicos causados em seu desfavor. Em razão disso perfez-se o consumismo, as mudanças climáticas e a covid-19, exemplos do colapso ambiental contemporâneo.

O consumismo é criação cultural. Ele só foi possível pela evolução da técnica que possibilitou e se perpetuou na revolução industrial. Em verdade a revolução do consumo, essa causa do consumismo hodierno, tem seu surgimento no reinado de Elisabeth I, compreendido entre os últimos 25 anos do século XVI e início do século XVII. Nele, a rainha se utilizou da moda para provocar um controle político. Concentrando a gestão dos recursos econômicos ao seu talante, a rainha compeliu a nobreza a solicitar os favores financeiros reais. Para que os nobres tivessem acesso as riquezas do reino elizabetano, mister se fazia demonstrar seu

interesse por formas nababescas, sendo a moda extravagante um aspecto bastante utilizado para cumprir tal propósito.

No reinado elizabetano, o consumo individual, o espírito de competição e a procura pelo consumo da novidade foram iniciados e fortemente instigados. Nisso, essas características se propalam e maximizam-se em nosso tempo presente. Isso se deve pela revolução industrial, no ocidente, ocorrida no século XVIII, a qual promoveu o primeiro consumo em massa, tendo em vista o avanço tecnológico, que possibilitou o aumento da produção de bens e serviços ofertados ao público cioso em consumir nos mesmos moldes dos nobres ingleses do reino de Elisabeth I.

Nesta conjuntura, houve a utilização da publicidade, para robustecer o desiderato do consumo individual de novidades, dentro de um contexto de competitividade e habitualidade. O consumo nessa fase, não era, maiormente desempenhado para o atendimento do gosto pessoal do consumidor, nem mesmo pela utilidade do bem ou serviço disponibilizado. Mas, austeramente o ponto nevrálgico do consumo no século XVIII, foi a moda, o estilo que o ambiente publicitário publicizava.

Com efeito, é trabalhando com a lógica da moda, direcionada a consumidores individualistas, competitivos e ávidos pela novidade, que a TOP surge no intuito de maximizar o consumo, assim perpetrando aumento de acumulação do capital aos empreendedores capitalistas. Tudo isso, sem se importar com a biocapacidade planetária.

No século XIX, o consumo se firmou no âmago da sociedade de consumo. Nela, a cultura do consumo teve sua gênese. Assim sendo, de 1880 até o fim da Segunda grande Guerra, há a fase do consumo-sedução e consumo-distração. Nisso, temos a primeira era do capitalismo de consumo. Nela, há o implemento da infraestrutura adequada para circulação de mercadorias e serviços, tanto no âmbito nacional quanto no internacional.

Na primeira era do capitalismo de consumo, o individualismo, a competitividade e a procura de bens e serviços novos já estavam arraigados na sociedade de consumo, em consequência, a cultura do consumo introjetada se encontrava no âmago social. Assim, a mercadoria, por intermédio da publicidade e avanço dos meios de comunicação, sugestionava uma ressignificação dos valores, desejos e pensamentos do consumidor. Tal ressignificação, acabou por associar que pelo consumo, o ser humano poderia ser quem quisesse ser, quando desejasse. Portanto, para se alcançar prazer e bem-estar, mister se faz tão somente consumir.

Ademais, na fase do consumo-sedução e consumo-distração, o lucro do capitalista era angariado não pelo aumento de preços, mas sim, pelo aumento das vendas. Para isso, ofertava-se mercadorias e serviços por preços diminutos, assim promovendo rápidas vendas e gerando o acúmulo do capital. Robustecendo o desiderato exposto, houve o surgimento das marcas, do acondicionamento de insumos e mercadorias, outrossim nasceu a publicidade global, as grandes magazines e o indelével sistema de crédito ao consumidor. Esse, foi a suma invenção da cultura do consumo, pois, possibilitava a antecipação do prazer das compras.

Na fase da sociedade da abundância do capitalismo de mercado, iniciada em 1950 até 1979, ocorreu o melhor desempenho da acumulação de riquezas pelos *stakeholders* capitalistas. Com a difusão do modelo tayloriano-fordista maximizou-se a produção, assim desaguando no aumento de compras, bem como no crescimento do salário dos trabalhadores, que deveriam continuar gastando todos os seus recursos. Isso, por ser o hedonismo constantemente estimulado pelos meios publicitários.

Além disso, como deveras se produzia, muito deveria se consumir, possibilitando dessa forma o aumento do acúmulo do capital pelo empresariado empreendedor. Com base nisso, para se acelerar a atividade consumista, maximizou-se a utilização da TOP, como meio hígido em catalisar o crescimento das compras pelo descarte prematuro de mercadorias em pleno estado de uso.

Não obstante a grande profusão do capital em favor de poucos, tanto na primeira fase quanto na fase em tela, a natureza foi fortemente vilipendiada, seja na extração e circulação de insumos, quanto na venda de mercadorias e descarte de resíduos. Devendo se acrescer o especial menoscabo aos animais humanos que não pudessem ou quisessem participar do estilo capitalista de vida, como dos animais não humanos, vistos sendo insumos para produção de mercadorias ou impedimento ao crescimento econômico.

Iniciando em 1980 até os nossos dias, estamos na fase da sociedade do hiperconsumo. Nela o desenvolvimento da técnica pela ciência, amparada no paradigma antropocêntrico, massificou a onipresença do afã consumista. Nela, diferentemente das outras fases, há o individualismo latente, haja vista que a maior motivação para consumo é a própria satisfação pessoal, sem a necessidade de ser aprovado por outros indivíduos, sendo por isso um consumismo intimista.

Diante deste matiz, a publicidade passa a atrelar a mercadoria ao um modo de vida nichado (aventureiro, minimalista, *hipster*, dentre outros). Bem por isso, a mercadoria não tem

valor ontológico, uma vez que é a publicidade que lhe atribui valor para ser consumida (*advertising*) em um mercado específico. Sobremais, nesta fase, os capitalistas produzem e fomentam: à obsessão pela saúde por diversos produtos e serviços; o espetáculo no turismo e no lazer; o autosserviço na customização de mercadorias, dispensando colaboradores, assim aumentando o lucro dos *stakeholders*; a compra esperta que nada mais é que o consumismo de mercadorias em *outlets*; a presença de “pluri” equipamentos nas famílias, em que cada membro deve ter seu computador, televisão, celular, dentre outras mercadorias.

Destarte, nesta fase, não é mais a oferta que determina a demanda, mas o que os consumidores querem, influenciados pela publicidade, é que deve ser ofertado pelo empreendedor capitalista. Nisso a centralidade do mercado capitalista passa a ser da demanda determinando a oferta. Entrementes, tal demanda, na fase em voga é qualificadamente plural, uma vez que todas as faixas etárias são estimuladas a consumir.

Certamente, da análise da cultura do consumo como promotora da TOP, se aclarou os elementos que podem ser modificados em favor da existência de um ambiente ecologicamente equilibrado. Nisso, a superação do individualismo, da competição e da busca pelo consumo da novidade, são elementos que devem ser superados, assim contribuindo na mudança do paradigma antropocêntrico para o paradigma sistêmico/ecológico.

Logo, a TOP surgiu para aumentar a prática consumista. Isso decorre, uma vez que o poder de produção do modelo linear capitalista de bens e serviços é profícuo e veloz na oferta. Daí, a demanda deve consumir toda a oferta. Assim resultando na obtenção e acúmulo do capital pelos capitalistas. A TOP, consiste em artificialmente antecipar o descarte de determinada mercadoria ou serviço. Ela se difere da obsolescência tecnológica, haja vista que essa produz o descarte, sem artificios, de um bem ou serviço, por ser ele incompatível com o avanço tecnológico ou com o estado aperfeiçoado da arte doravante praticada.

A TOP, é um gênero que comporta várias espécies. Nisso, a TOPQ atua no fazimento, de modo intencional pelo fabricante, de um bem com um material de qualidade inferior. Como consequência disto, a mercadoria produzida nesses termos, acaba por quebrar de forma mais rápida, se comparada com um bem construído com um material de melhor qualidade. Isso ocorrido, possibilita-se a compra repetitiva do mesmo produto.

No que atine a TOPF, essa consiste em atribuir uma determinada função, não substancial, em um novo produto. Isso feito, o produto anterior, não detendo a nova funcionalidade, acaba por ser descartado, malgrado, esteja ele em pleno funcionamento,

cumprindo com sua finalidade. Sobremais, com o aperfeiçoamento da TOPF, pelos capitalistas, engendrou-se a obsolescência postergada ou adiada.

Ela se perfaz na ação de retardar a alocação de uma determinada funcionalidade no mercado. Assim, espera-se que os consumidores continuem consumindo um produto que não goza da funcionalidade já à disposição dos produtores. Nisso, após os consumidores estarem saturados do produto, os fornecedores lançam o mesmo produto com o acréscimo da funcionalidade outrora, propositalmente, atrasada. Em decorrência disso, os produtos que já estavam no mercado saturado, se tornam obsoletos por uma funcionalidade dita nova, mas que austeramente, já existia e reservada se encontrava.

Dizendo respeito a TOPP, essa se consubstancia em tornar um bem ou serviço obsoleto por uma modificação de *design*, trazida pela nova mercadoria ou serviço, posto no mercado de consumo. Isso feito, por conduto das campanhas publicitárias menospreza-se um estilo estético anterior e exalta-se o escopo da “nova” moda. Nesta espécie de obsolescência, não há acréscimo de material de melhor ou pior qualidade, nem função nova, ao produto ou serviço oferecidos. O que há é um menoscabo propagandeado de um estilo velho por um novo, dito melhor.

Seja a TOPQ, a TOPF ou a TOPP, utilizadas pelos produtores de bens e serviços, há um duplo vilipêndio da natureza. Isto ocorre, tendo em vista o modelo linear de produção capitalista. Para fabricação de qualquer mercadoria se retira elementos de nossa biosfera. Ela já se encontra em colapso, e apesar disso, continuam retirando mais elementos para produção de novos bens. Nisso, quando a TOP logra êxito em antecipar o descarte de determinada mercadoria, o resíduo dessa é descartado, muitas e na maioria das vezes, sem o devido tratamento.

Portanto, seja pela retirada de novos elementos naturais para confecção de mercadorias, quanto pelo descarte dos resíduos das velhas mercadorias obsoletas, a TOP perpetra efeitos socioambientais deletérios. Decerto, a sondagem da TOP, realizada no capítulo 2, angariou informações que podem ser utilizadas na sensibilização dos consumidores quanto aos efeitos deletérios causados ao ambiente.

Com tais efeitos aclarados, o viés jurídico atrelado ao paradigma sistêmico/ecológico traz o consumo sustentável como mitigador da degradação ambiental oriunda da TOP. Nisso, o consumo que reconheça os limites do nosso planeta, propiciando o uso necessário para manutenção da vida humana e não humana, é depreendido, por via do método de interpretação constitucional normativo-estruturante.

Das disposições constitucionais lapidadas no artigo 5º, inciso XXXII, 170, incisos II, V e VI, bem como do §1º, inciso VI do artigo 225, temos o programa normativo que conjugado com o âmbito normativo (aspectos da realidade encontrados no capítulo 1 e 2), formam a norma constitucional autorizadora do consumo sustentável.

Obedecendo tal comando constitucional, a lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, ingressou em nosso ordenamento jurídico protegendo a parte vulnerável da relação de consumo, esse o consumidor. Destarte, é na lei nº 8.078/1990, em seu artigo 4º, principalmente, em seus incisos I e III que o consumo sustentável pode ser vindicado para reduzir os efeitos ambientais negativos originados pela TOP.

Isto ocorre, por nosso arcabouço jurídico não permitir um consumo desenfreado. Bem por isso, agravando a situação de desequilíbrio ecológico instaurada em nosso planeta. Certamente, haver a promoção do consumo sustentável juridicamente não basta. Com efeito, o paradigma antropocêntrico presente se encontra na cultura do consumo, reduzindo a capacidade dos seres humanos de tornar efetivo o comando constitucional que perfaz o consumo sustentável.

Nesta linha intelectual, por mais que o consumo sustentável venha mitigar os efeitos ambientais deletérios decorridos da TOP, necessário se faz propalar o desiderato do consumo sustentável por intermédio da educação ambiental freiriana. Ela é crítica, criativa e libertadora. Igualmente, colima que o ser humano seja crítico, criativo e emancipado. Bem por isso, por ter em sua epistemologia que o ser humano faz parte da natureza, assim como, ser o humano quanto a natureza inacabados e incompletos, abra-se a oportunidade pela práxis de tornar tanto o mundo quanto o homem/mulher, mais humanos.

Ser mais humano conforme o intelecto da educação ambiental freiriana é estar mais perto da ética da responsabilidade. É essa formada pelo respeito aos limites biofísicos da terra, outrossim, pelo dever que tem o homem/mulher de assegurar o equilíbrio planetário. Para o perfazimento da educação ambiental freiriana a relação dialógica entre educador e educando é nodal. Isso pois se constitui, haja vista o rompimento com a educação bancária, a qual é amparada pelo paradigma antropocêntrico.

Logo, na educação ambiental freiriana, o educador não age transferindo o seu conhecimento ao educando. Nisso, educador e educando, através do diálogo e rigor metodológico, educam e são educados criando novas possibilidades de saber. Sendo que é por

meio da problematização dos acontecimentos da realidade, que se envida o processo educativo dialógico libertador.

Nesta ordem de pensar, problematizando os efeitos deletérios ambientais originados pela top, temos uma situação-limite. A qual deve ser superada por um ato-limite, que aqui se consubstancia no consumo sustentável. Por essa razão, engendra-se a possibilidade de um inédito-viável concretizado pela mudança de paradigma antropocêntrico para um paradigma sistêmico/ecológico.

Destarte, presente se encontra a linha intelectual propiciadora de uma mudança paradigmática. Com isso, através da educação ambiental freiriana pode-se propalar o consumo sustentável que tem a hignidez de sensibilizar os seres humanos de suas práticas consumistas agressoras da natureza, a qual compreende o ser humano inserido.

Desestimulando o espírito do individualismo, da competição e do consumo de novas mercadorias, combate-se a TOP, pois, mesmo ela fomentando a antecipação do descarte de determinada mercadoria prematuramente, malfadada estará pela presença do paradigma sistêmico/ecológico no psiquê humano, assim nos tornando mais humanos ao entendermos e praticarmos a ética da responsabilidade no consumo consciente.

Portanto, é preciso difundir o consumo sustentável por meio da educação ambiental freiriana, oportunizando dessa maneira uma mudança de paradigma, possibilitando uma mitigação do desequilíbrio ecológico hodierno.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABBOUD, G. **Direito constitucional pós-moderno**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.
- ABBOUD, G.; CARNIO, H. G.; OLIVEIRA, R. T. **Introdução ao direito: teoria, filosofia e sociologia do direito**. 5ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.
- ALBERTO, F. A.; TONIETO, C.; CONSALTÉR, E. **Interdisciplinaridade e formação docente**. Curitiba: Editora CRV, 2018.
- ALMEIDA, C. P. **A política nacional de resíduos sólidos no antropoceno: o papel dos tribunais de contas na Amazônia legal**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.
- ALVES, F. G. **Direito publicitário: proteção do consumidor**. São Paulo: Thomson Reuters, 2021.
- AMADO, F. **Direito ambiental esquematizado**. Salvador: JusPODIVM, 2021.
- AMORIN, J. A. A. **Direito dos estrangeiros no Brasil**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022.
- ANDRADE, R. C. **A superação do paradigma clássico da solução de conflito em direito ambiental**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.
- AZEVEDO, P. F. D. **Ecocivilização: ambiente e direito no limiar da vida**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.
- BARBOSA, H. C. **Dano ambiental: aspectos da tutela jurisdicional individual e coletiva, patrimonial e extrapatrimonial**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.
- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro, RJ, Brasil: FGV Editora, 2006.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BARROSO, L. R. **Curso de direito constitucional contemporâneo: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo**. 10 ed. São Paulo: SaraivaJur, 2022.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro (RJ); Lisboa: Elfos, 1995.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BENHOSSI, K. P.; FACHIN, Z. O meio ambiente e o embate entre preservação ambiental e o desenvolvimento tecnológico: uma discussão de direitos fundamentais. **Revista Jurídica Cesumar** – Mestrado, v. 13, n. 1, p. 237-262, jan./jun. 2013 – ISS 1677-64402. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/2893>. Acesso em jul. de 2021.
- BENJAMIN; A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de direito do consumidor**. 6 ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022.
- BOFF, L. **Ecologia: grito da terra, grito dos pobres**. São Paulo: Ática, 1995.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. STJ. **Recurso Especial** nº 984.106 - SC (2007/0207915-3). Processo REsp 984106 SC 2007/0207915-3. Órgão Julgador T4 - QUARTA TURMA. Publicação DJe 20/11/2012 RSTJ vol. 229 p. 462. Julgamento em 4 de Outubro de 2012. Relator Ministro Luis Felipe Salomão.

BRASIL. **Lei nº 8.078, dispõe sobre o código de defesa do consumidor**. Brasília: Senado Federal, 1990.

BRASIL. **Constituição da república federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia: de guntemberg à internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BUCCI, E. **A superindústria do imaginário: Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**. Belo Horizonte: Autentica, 2021.

CALDER, L. **Financing the American dream: a cultural history of consumer credit**. Princeton: Princeton University Press, 1999.

CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANOTILHO, J.; J.; G. **Direito constitucional e teoria da constituição**. 7ª ed. Coimbra: Almedina, 2012.

CAPRA, F. **Padrões de conexão: uma introdução concisa das ideias essenciais de um dos mais importantes pensadores sistêmicos do mundo contemporâneo**. São Paulo: Cultrix, 2022.

_____. **O tao da física: uma análise dos paralelos entre física moderna e o misticismo oriental**. 2ª ed. São Paulo: Cultrix, 2013.

_____. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. São Paulo: Cultrix, 2006.

CAPRA, F.; LUISI, P. L. **A visão sistêmica da vida: uma concepção unificada e suas aplicações filosóficas, políticas, sociais e econômicas**. São Paulo: Cultrix, 2014.

CAPRA, F.; MATTEI, U. **A revolução ecojurídica: o direito sistêmico em sintonia com a natureza e a comunidade**. São Paulo: Cultrix, 2018.

CARNELUTTI, F. **Como nasce o direito**. São Paulo: Pillares, 2015.

CARVALHO, D. W. **Desastres ambientais e sua regulação jurídica: deveres de prevenção, reposta e compensação ambiental**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

CHARLOT, B. **Educação ou barbárie? Uma escolha para sociedade contemporânea**. São Paulo: Cortez, 2020.

CHAUÍ, M. S. **Convite à filosofia**. 14ª ed. São Paulo: Ática didáticos, 2012.

CHAUÍ, M. S.; SANTOS, B. S. **Direitos humanos, democracia e desenvolvimento**. São Paulo: Cortez, 2013.

CHIARETTI, D. Aquecimento acelerou e o mundo tem de agir agora para evitar o pior, alertam cientistas do IPCC. Brasil. **Valor Econômico**. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2021/08/09/aquecimento-acelerou-e-o-mundo-tem-de-agir-agora-para-evitar-o-pior-alertam-cientistas-do-ipcc.ghtml>. Acesso em: 18 mar. 2022.

- CORNETTA, W. **A obsolescência como artifício usado pelo fornecedor para induzir o consumidor a realizar compras repetitivas de produtos e as formas de combater esta prática no CDC**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.
- CRIVELARI, A. **Antitruste e desenvolvimento sustentável: a questão ambiental**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.
- DICKMANN, I.; CARNEIRO, S. M. M. **Educação ambiental freiriana**. Santa Catarina: Livrologia, 2021.
- DIEGUES, A. C. S. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: Editora HUCITEC, 2001.
- DUPAS, G. **O mito do progresso, ou progresso como ideologia**. São Paulo: Editora Unesp, 2012.
- FERREIRA, V. H. D. A. **Tutela de efetividade no direito do consumidor brasileiro: a tríade prevenção-proteção-tratamento revelada nas relações de crédito e consumo digital**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.
- FONTELES, S. S. **Hermenêutica jurídica constitucional**. 5ª ed. São Paulo: JusPODIVM, 2022.
- FONTENELLE, I. A. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2017.
- FREIRE, P. **Política e educação**. 4 ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2018.
- _____. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.
- _____. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- GALIMBERTI, U. **Psique e techne: o homem na idade da técnica**. São Paulo: Paulus, 2006.
- GARCIA, L. M. **Consumo sustentável: a proteção do meio ambiente no código de defesa do consumidor**. Salvador: JusPODIVM, 2016.
- GIBSON, W. História zero. São Paulo: Aleph, 2014. GIESLER, M.; VERESIU, E. Creating the responsible consumer: moralistic governance regimes and consumer subjectivity. **Journal of Consumer Research**, v. 41, n. 3, p. 840-857, 2014.
- _____. **Reconhecimento de padrões**. São Paulo: Aleph, 2003.
- GILMORE, A.; PINE, J. **O espetáculo dos negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- GRAU, E. R. **Por que tenho medo dos juizes: a interpretação/aplicação do direito e os princípios**. 10 ed. São Paulo: Malheiros, 2021.
- GUDYNAS, E. **Direitos da natureza: ética biocêntrica e políticas ambientais**. São Paulo: Elefante, 2019.
- GUIMARÃES, Mauro. **A dimensão ambiental na educação**. Campinas: Papirus, 1995.
- GUTIÉRREZ, F.; PRADO, C. **Ecopedagogia e cidadania planetária**. São Paulo: Cortez, 2013.

HARARI, Y. N. **Notas sobre a pandemia e breves lições para o mundo pós-coronavírus**. São Paulo: Companhia das letras, 2020.

HARARI, Y. N. **Sapiens: uma breve história da humanidade**. Porto Alegre: L&PM, 2015.

HIGGINS, P. **Eradicating ecocide: laws and governance to prevent the destruction of our planet**. 2 ed. London: Shephard-Walwyn, 2015.

HOBSBAWN, E. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914 – 1991**. 2. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

IMPRESA DOREL. **Dorel compra 70% da Caloi**. 2013. Disponível em: <https://www.mobilize.org.br/noticias/4797/dorel-compra-70-da-caloi.html>. Acesso em: 17 mar. 2022.

JHALLY, S. Advertising as religion: the dialectic of technology and magic. In: ANGUS, I.; JHALLY, S. **Cultural politics in contemporary America**. Nova York: Routledge, 1989.

KEEBLE, D. **The culture of planned obsolescence in technology companies**. Oulu: University of Applied Sciences, 2013.

KOKKE, M. **Conflitos intergeracionais: uma matriz para análise dos confrontos socioambientais, culturais e jurídicas**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

KRENAK, A. **Futuro ancestral**. São Paulo: Companhia das letras, 2022.

_____. **O amanhã não está à venda**. São Paulo: Companhia das letras, 2020a.

_____. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia das letras, 2020b.

_____. **A vida não é útil**. São Paulo: Companhia das letras, 2020c.

KREPSKY, G. M. **O direito e a ciência: decisão judicial e produção científica sob uma observação sistêmica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2013.

LATOUCHE, S. **Hecho para tirar: la irracionalidad de la obsolescencia programada**. Barcelona: Octaedro, 2018.

LEE, M. **Consumer culture reborn: The cultural politics of consumption**. Nova York: Routledge, 1993.

LEFF, E. **A aposta pela vida: imaginação sociológica e imaginações sociais nos territórios ambientais do sul**. Rio de Janeiro: Vozes, 2016.

LEITE, G. S. **Curso de direitos fundamentais em homenagem ao ministro Luís Roberto Barros**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022.

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

LEONEL JÚNIOR, G. **O novo constitucionalismo latino-americano: um estudo sobre a Bolívia**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

LIMA; G. E. D. **O consumo colaborativo no contexto da sociedade líquida: uma análise sociológica, econômica e jurídica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

- LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. 11. Reimpressão São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- LOURENÇO, D. B. **Qual o valor da natureza?** Uma introdução à ética ambiental. São Paulo: Elefante, 2019.
- MACHADO, P. A. L.; ARAGÃO, M. A. D. SOUSA. **Princípios de direito ambiental**. São Paulo: Editora JusPodivm, 2022.
- MACHADO, C. A. A. **A fraternidade como categoria jurídica**: fundamentos e alcance (expressão do constitucionalismo fraternal). Curitiba: Appris, 2017.
- MAGALHÃES FILHO, G. B. **Curso de hermenêutica jurídica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- MARQUES, C. L.; BENJAMIN, A. H. V.; MIRAGEM, B. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2002.
- MARTINS, F. R. **Direito privado e policontextualidade**: fontes, fundamentos e emancipação. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.
- MAXIMILIANO, C.; **Hermenêutica e aplicação do direito**. 19 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008.
- MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MCKENDRICK, Neil; BREWER, John; PLUMB, J. H. **The birth of a consumer society**: the commercialization of eighteenth-century england. Bloomington: Indiana University Press, 1982.
- MEADOWS, D. H. *et al.* **Limites do crescimento**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1978.
- MENDES, G. F.; BRANCO, P. G. **Curso de direito constitucional**. 17 ed. São Paulo: SaraivaJur, 2022.
- MENDES, G. F. **Políticas públicas no Brasil**: uma abordagem institucional. São Paulo: Saraiva, 2017.
- MENUDO, J. M.; O'KEAN, J. M. Ediciones, reimpressiones y traducciones en español del *tratado de economía política* de jean baptiste say. **Revista de Historia Económica / Journal of Iberian and Latin American Economic History**, v. 37, n. 1, p. 169–192, mar. 2019.
- MÉO, L. C. **Greenwashing e direito do consumidor**: como prevenir (ou reprimir) o marketing ambiental ilícito. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.
- MILARÉ, É. **Direito do ambiente**. 5ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.
- MILARÉ, É.; MACHADO, P. A. L. **Direito ambiental**: coleções doutrinas essenciais. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.
- MIRAGEM, B. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.
- MIRANDA, R. B. **As relações sociedade/natureza sob a perspectiva de co-evolução**. Desenvolvimento e Meio Ambiente, n.8, p.77-96, 2003.

MOORE, J. W. **Antropoceno ou capitaloceno?** Natureza, história e a crise do capitalismo. São Paulo: Elefante, 2022.

MORAES, A. **Direito constitucional**. 38 ed. Barueri: Atlas, 2022.

MORAES, K. G. **Obsolescência planejada e direito:** (in)sustentabilidade do consumo à produção de resíduos. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015.

MORAN, E. F. **Nós e a natureza:** uma introdução às relações homem-ambiente. São Paulo: Senac, 2008.

MOREIRA, J. F.; SILVA, R. T. B.; SILVA, R. T. B. Cidadania ambiental intergeracional na formação de cidades sustentáveis. **Revista Jurídica**, [S.l.], v. 5, n. 72, p. 257 - 284, jan. 2023. ISSN 2316-753X. Disponível em: <<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/5752>>. Acesso em: 29 jan. 2023. doi:<http://dx.doi.org/10.26668/revistajur.2316-753X.v5i72.5752>.

MOREIRA, A. Parlamento Europeu aprova projeto que reconhece o ‘ecocídio’ | Agronegócios | **Valor Econômico**. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2021/05/20/parlamento-europeu-aprova-projeto-que-reconhece-o-ecocidio.ghtml>. Acesso em: 17 mar. 2022.

MORIN, E. **É hora de mudarmos de via:** as lições do coronavírus. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2021.

_____. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

_____. **Os setes saberes necessários à educação do futuro**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2011.

MORO, C. C. **Governança ambiental dos resíduos sólidos**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

MUCELIN, G. **Conexão online e hiperconfiança:** os players da economia do compartilhamento e o direito do consumidor. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

MUKERJI, Chandra. **From graven images:** patterns of modern materialism. Nova Iorque: Columbia University Press, 1983.

MÜLLER, F. **Teoria estruturante do direito**. 3ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

_____. **Métodos de trabalho no direito constitucional**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

_____. **Quem é o povo?** A questão fundamental da democracia. São Paulo: Max Limonad, 2003.

NEVES, F. C. R. **Organizações, empreendedorismo e impacto social**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022.

NOVAIS, F.; MELLO, J.; M.; C.; Capitalismo tardio e sociedade moderna. *In*: SHWARCZ, L.; (org.). **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

ODS BRASIL. Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. 2023. **Objetivos do Desenvolvimento Sustentável**. [Governamental]. Disponível em: <https://odsbrasil.gov.br/>. Acesso em: 20 jan. 2023.

OST, F. **A natureza a margem da lei:** a ecologia a prova do direito. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

- PACKARD, V. **Estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965.
- PAÚL, F.; MUNDO, B. N. O ecocídio vai ser o genocídio do século 21 - **BBC News Brasil**. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-59220791>. Acesso em: 17 mar. 2022.
- PINTO, E. D. L. **Gadamer e a constituição**: o diálogo hermenêutico entre o objetivismo e o subjetivo. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.
- PINTO, M. D. R.; BATINGA, G. L. **Cultura e consumo no Brasil**: estado atual e novas perspectivas. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2018.
- PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.
- POZZO, A. N. D. **O novo marco regulatório do saneamento básico**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.
- PROFISSÃO REPÓRTER. Maior lixão de roupas clandestino do mundo, no Atacama, não tem fiscalização. 2022. **G1**. Disponível em: <https://g1.globo.com/profissao-reporter/noticia/2022/02/23/maior-lixao-de-roupas-clandestino-do-mundo-no-atacama-tem- apenas-6-funcionarios-para-fiscalizacao.ghtml>. Acesso em: 17 mar. 2022.
- REIS JR, D. Refrigerador Frigidaire - 1963. 2017. **Propagandas Históricas** | Propagandas Antigas. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2021/11/refrigerador-frigidaire-1963.html>. Acesso em: 17 mar. 2022.
- REIS, É. V. B.; VIEIRA, R. M. F. **Degradação ambiental**: um diálogo entre direito e psicanálise. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.
- RIBEIRO, A. R. **Direito do consumo sustentável**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018.
- RIFKIN, J. **O fim dos empregos**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI**: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Studio Nobel, 1993.
- SAIRAIWA, L. **Ecocídio no Brasil?** - Geoblue. 2020. Disponível em: <https://geoblue.com.br/2020/09/14/ecocidio-no-brasil/>. Acesso em: 17 mar. 2022.
- SANTOS, B. de S. **O futuro começa agora**: da pandemia à utopia. São Paulo: Boitempo, 2021.
- _____. **O fim do império cognitivo**: a afirmação das epistemologias do sul. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.
- _____. **A crítica da razão indolente**: contra o desperdício da experiência. São Paulo: Cortez editora, 2018.
- _____. **Um discurso sobre as ciências**. São Paulo: Cortez, 2008.
- _____. **Conhecimento prudente para uma vida decente**: um discurso sobre as ciências revisitado. São Paulo: Cortez, 2006.
- SARLET, I. W.; FENSTERSSEIFER, T. **Direito constitucional ecológico**: constituição, direitos fundamentais e proteção da natureza. 7ª ed. São Paulo: RT, 2021.

- SARRETA, C.; R.; L. **Meio ambiente e consumo sustentável: direitos e deveres do consumidor**. Passo Fundo: UPF, 2007.
- SAY, J. B. **Tratado de economia política**. São Paulo: Abril Cultura, 1983.
- SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Brasil: Lebooks editora, 2020.
- SETZER, J.; CUNHA, K.; FABBRI, A. B. **Litigância climática: novas fronteiras para o direito ambiental no Brasil**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.
- SHEWE, C. D.; SMITH, R. M. **Marketing: conceitos, casos e aplicações**. São Paulo: Makron, 1982.
- SILVA, B. B. D. **A responsabilidade civil de consumo e os riscos do desenvolvimento: estudo comparativo entre Brasil e Itália**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019.
- SILVA, R. T. B.; SILVA, R. T. B.; COSTA, S. L. As consequências socioambientais provenientes da cultura do consumismo, como formas de um retrocesso ao preceito constitucional de um meio ambiente ecologicamente equilibrado. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, [S. 1.], v. 9, n. 3, p. 324–346, 2018. DOI: 10.7213/rev.dir.econ.soc.v9i3.23791. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/direitoeconomico/article/view/23791>. Acesso em: 25 jan. 2023.
- SILVA, R. T. B. A hermenêutica constitucional: uma perspectiva não interpretativista. **Trabalho de Conclusão do Curso de Direito**. Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe (FANESE), 2016.
- SIRVINKAS, L. P. **Manual de direito ambiental**. 16 ed. São Paulo: Saraiva, 2018.
- SLADE, G. **Made to break: technology and obsolescence in America**. Cambridge: Harvard University Press, 2006.
- SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.
- SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookaman, 2016.
- TAVARES, M. **A força da marca: como construir e manter marcas fortes**. São Paulo: Harbra, 1998.
- TISCHLEDER, B. B.; WASSERMAN, S. L. **Cultures of Obsolescence: History, Materiality, and the Digital Age**. [S. 1.]: Palgrave Macmillan Ltd., 2015.
- TOFLER, A. **O choque do futuro**. Rio de Janeiro: Artenova, 1973.
- TOFLER, A. **A terceira onda**. Rio de Janeiro: Record, 2014.
- TRENNEPOHL, C.; TRENNEPOHL, T.; TRENNEPOHL, N. **Infrações ambientais: comentários ao decreto 6.514/2008**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022.
- TUPY, G. S. *et al.* Governança policêntrica no combate ao uso do mercúrio na mineração ilegal em território yanomami. **Revista de Políticas Públicas**, [S. 1.], v. 26, n. 2, p. 760–781, 2023. DOI: 10.18764/2178-2865.v26n2p760-781. Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/20661>. Acesso em: 25 jan. 2023.

UNITED NATIONS. **World Population Prospects** - Population Division - United Nations. 2019. Disponível em: <https://population.un.org/wpp/DataQuery/>. Acesso em: 16 mar. 2022.

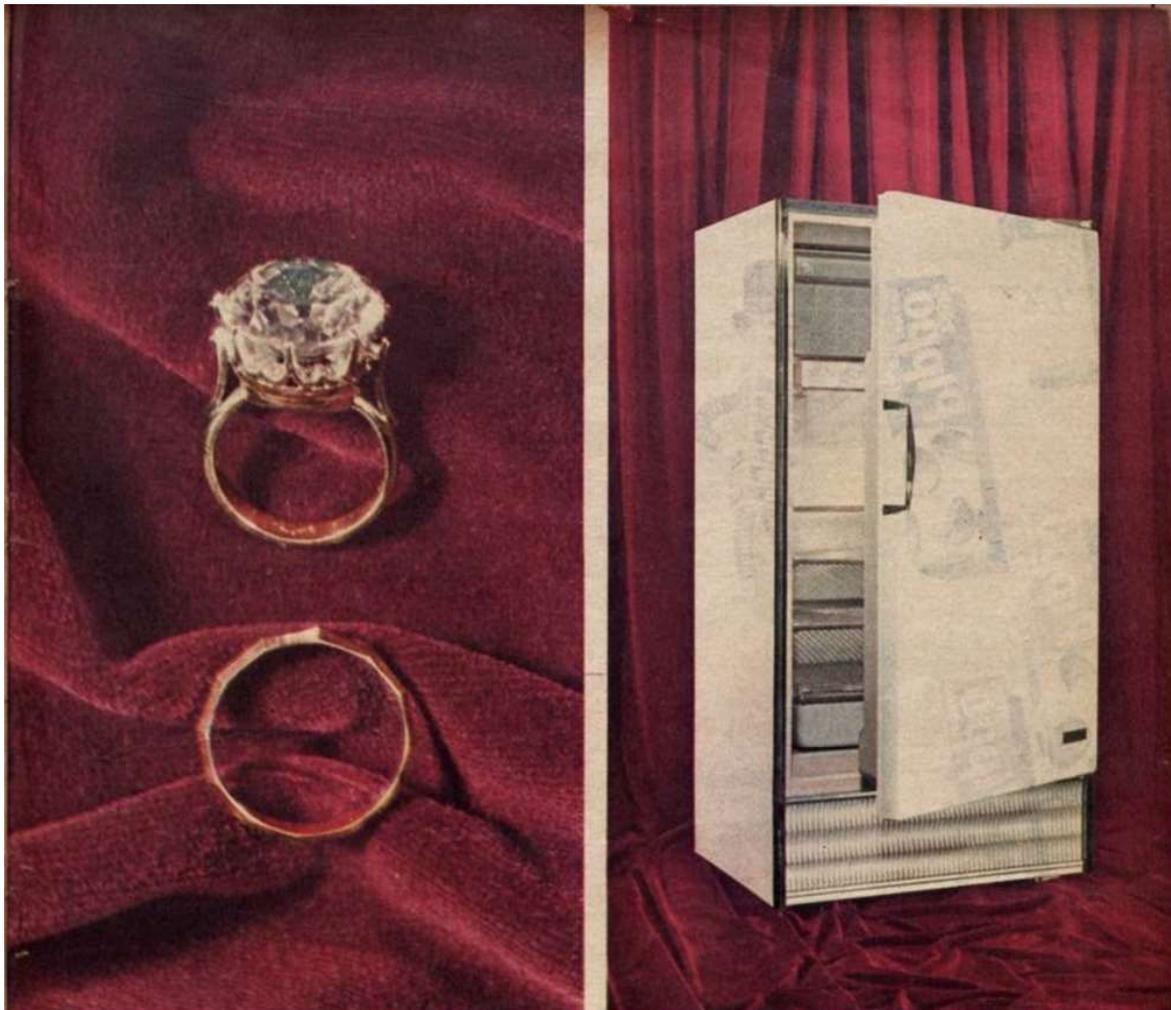
WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Biblioteca Pioneira de Ciências Sociais, 1994.

WEETMAN, C. **Economia circular**: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa. São Paulo: Autêntica Business, 2019.

WILLIAMS, Rosalind H. **Dream worlds**: mass consumption in late nineteenth century france. Berkeley: University Press, 1983.

ANEXOS

ANEXO A-ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA FRIGIDAIRE



**Frigidaire é como as jóias,
pode passar de mãe para filha...**

...é só V. querer. Mesmo daqui há muitos anos seu FRIGIDAIRE continuará tão bom como agora. É que FRIGIDAIRE é feito para gerações (tal como as jóias). Este objetivo está presente em cada fase de sua fabricação: treinamento de técnicos, seleção de matérias-primas, processos mundialmente consagrados e nos difíceis testes, realizados em laboratório — único na América Latina. Para ser aprovado, cada refrigerador deve passar em todos eles a fim de lhe oferecer a mais absoluta garantia, a perfeição de uma jóia, que é o quanto vale a qualidade FRIGIDAIRE!

 **FRIGIDAIRE**
PRODUTO DA GENERAL MOTORS DO BRASIL
— uma jóia de família!

Fonte: Reis Jr, 2017.

ANEXO B – CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA CRIANÇAS

**“QUEM QUER GANHAR
UMA CALOI
PÕE O NOME
AQUI.”**

Recorte este bilhete e entregue para o papai. Se ele disfarçar e fingir que não viu, passe num revendedor Caloi, pegue mais bilhetinhos e espalhe pela casa inteira. Alguém vai acabar encontrando um bilhete seu e aí você ganha a bicicleta Caloi que tanto quer.

**Não esqueça
a minha Caloi.**

CALOIZINHO
 CECIZINHA
 CROSS

Faça um na bicicleta Caloi que você quer ganhar.

CALOI

Anos 1980: campanha do publicitário J. Coco para marca.
Fonte: Imprensa Dorel, 2013.

ANEXO C - PRONUNCIAMENTO DO CHEFE INDÍGENA SEATTLE PROFERIDO EM 1854

“Como é que se pode comprar ou vender o céu, o calor da terra? Essa ideia nos parece estranha. Se não possuímos o frescor do ar e o brilho da água, como é possível comprá-los?

Cada pedaço desta terra é sagrado para meu povo. Cada ramo brilhante de um pinheiro, cada punhado de areia das praias, a penumbra na floresta densa, cada clareira e inseto a zumbir são sagrados na memória e experiência de meu povo. Seiva que percorre o corpo das árvores carrega consigo as lembranças do homem vermelho.

Os mortos do homem branco esquecem sua terra de origem quando vão caminhar entre as estrelas. Nossos mortos jamais esquecem esta bela terra, pois ela é a mãe do homem vermelho. Somos parte da terra e ela faz parte de nós. As flores perfumadas são nossas irmãs; o cervo, o cavalo, a grande águia são nossos irmãos. Os picos radiosos, os sulcos úmidos nas campinas, o calor do corpo do potro, e o homem — todos pertencem à mesma família.

Portanto, quando o Grande Chefe em Washington manda dizer que deseja comprar nossa terra, pede muito de nós. O Grande Chefe diz que nos reservará um lugar onde possamos viver satisfeitos. Ele será nosso pai e nós seremos seus filhos. Portanto, nós vamos considerar sua oferta de comprar nossa terra. Mas isso não será fácil. Esta terra é sagrada para nós.

Essa água brilhante que escorre nos riachos e rios não é apenas água, mas o sangue de nossos antepassados. Se lhes vendermos a terra, vocês devem lembrar-se de que ela é sagrada, e devem ensinar às suas crianças que ela é sagrada e que cada reflexo nas águas límpidas dos lagos fala de acontecimentos e lembranças da vida do meu povo. O murmúrio das águas é a voz de meus ancestrais.

Os rios são nossos, saciam nossa sede. Os rios carregam nossas canoas e alimentam nossas crianças. Se lhes vendermos nossa terra, vocês devem lembrar e ensinar a seus filhos que os rios são nossos irmãos, e seus também. E, portanto, vocês devem dar aos rios a bondade que dedicariam a qualquer irmão.

Sabemos que o homem branco não compreende nossos costumes. Uma porção de terra, para ele, tem o mesmo significado que qualquer outra, pois é um forasteiro que vem à noite e extrai da terra aquilo de que necessita. A terra não é sua irmã, mas sua inimiga, e, quando ele a conquista, prossegue seu caminho. Deixa para trás os túmulos de seus filhos e não se importa. A sepultura de seus antepassados e não se incomoda. Rapta da terra aquilo que seria de seus filhos e não se importa. A sepultura de seu pai e os direitos de seus filhos são esquecidos. Trata sua mãe, a terra, e seu irmão, o céu, como coisas que possam ser compradas, saqueadas, vendidas como carneiros ou enfeites coloridos. Seu apetite devorará a terra, deixando somente um deserto.

Eu não sei, nossos costumes são diferentes dos seus. A visão de suas cidades fere os olhos do homem vermelho. Talvez seja porque o homem vermelho é um selvagem e não compreenda.

Não há um lugar quieto nas cidades do homem branco. Nenhum lugar onde se possa ouvir o desabrochar de folhas na primavera ou o bater das asas de um inseto. Mas talvez seja porque eu sou um selvagem e não compreendo. O ruído parece somente insultar os ouvidos. E o que resta da vida se um homem não pode ouvir o choro solitário de uma ave ou o debate dos sapos ao redor de uma lagoa, à noite? Eu sou um homem vermelho e não compreendo. O índio prefere o suave murmúrio do vento encrespando a face do lago, e o próprio vento, limpo por uma chuva diurna ou perfumado pelos pinheiros.

O ar é precioso para o homem vermelho, pois todas as coisas compartilham o mesmo sopro — o animal, a árvore, o homem, todos compartilham o mesmo sopro. Parece que o homem branco não sente o ar que respira. Como um homem agonizante há vários dias, é

insensível ao mau cheiro. Mas se vendermos nossa terra ao homem branco, ele deve lembrar que o ar é precioso para nós, que o ar compartilha seu espírito com toda a vida que mantém. O vento que deu a nosso avô seu primeiro inspirar também recebe seu último suspiro. Se lhes vendermos nossa terra, vocês devem mantê-la intacta e sagrada, como um lugar onde até mesmo o homem branco possa ir saborear o vento açucarado pelas flores dos prados.

Portanto, vamos meditar sobre sua oferta de comprar nossa terra. Se decidirmos aceitar, imporei uma condição: o homem branco deve tratar os animais desta terra como seus irmãos.

Sou um selvagem e não compreendo qualquer outra forma de agir. Vi um milhar de búfalos apodrecendo na planície, abandonados pelo homem branco que os alvejou de um trem ao passar. Eu sou um selvagem e não compreendo como é que o fumegante cavalo de ferro pode ser mais importante que o búfalo, que sacrificamos somente para permanecer vivos.

O que é o homem sem os animais? Se todos os animais se fossem, o homem morreria de uma grande solidão de espírito. Pois o que ocorre com os animais, breve acontece com o homem. Há uma ligação em tudo.

Vocês devem ensinar às crianças que o solo a seus pés é a cinza de nossos avós. Para que respeitem a terra, digam a seus filhos que ela foi enriquecida com as vidas de nosso povo. Ensinem às suas crianças o que ensinamos às nossas, que a terra é nossa mãe. Tudo o que acontecer à terra, acontecerá aos filhos da terra. Se os homens cospem no solo, estão cuspiendo em si mesmos. Isto sabemos: a terra não pertence ao homem; o homem pertence à terra. Isto sabemos: todas as coisas estão ligadas como o sangue que une uma família. Há uma ligação em tudo. O que ocorrer com a terra recairá sobre os filhos da terra. O homem não tramou o tecido da vida: ele é simplesmente um de seus fios. Tudo o que fizer ao tecido, fará a si mesmo.

Mesmo o homem branco, cujo Deus caminha e fala com ele de amigo para amigo, não pode ser isento do destino comum. É possível que sejamos irmãos, apesar de tudo. Veremos. De uma coisa estamos certos — e o homem branco poderá vir a descobrir um dia: nosso Deus é o mesmo Deus. Vocês podem pensar que O possuem, como desejam possuir nossa terra: mas não é possível. Ele é o Deus do homem, e Sua compaixão é igual para o homem vermelho e para o homem branco. A terra lhe é preciosa, e feri-la é desprezar seu criador. Os brancos também passarão, talvez mais cedo que todas as outras tribos. Contaminem suas camas, e uma noite serão sufocados pelos próprios dejetos.

Mas, quando de sua desapareição, vocês brilharão intensamente, iluminados pela força do Deus que os trouxe a esta terra e por alguma razão especial lhes deu o domínio sobre a terra e sobre o homem vermelho. Esse destino é um mistério para nós, pois não compreendemos que todos os búfalos sejam exterminados, os cavalos bravios sejam todos domados, os recantos secretos da floresta densa impregnados de cheiro de muitos homens e a visão dos morros obstruída por fios que falam. Onde está o arvoredo? Desapareceu. Onde está a água? Desapareceu. É o final da vida e o início da sobrevivência”.

Tradução de Irina O. Bunning.

Fonte: SIRVINKAS, 2018.

**ANEXO D - DISCURSO DO CHEFE INDÍGENA SIOUX PROFERIDO NUMA
TRADICIONAL FESTA CONHECIDA POR POW WOW, NOS ESTADOS UNIDOS
DA AMÉRICA, EM 1875.**

Outro documento a que se deve fazer remissão é o discurso do chefe indígena Sioux proferido em uma tradicional festa conhecida por *Pow Wow*, nos Estados Unidos da América, em 1875. Diz o citado discurso:

“Olhai, irmãos: Chegou a primavera. A terra casou-se com o Sol, e em breve veremos os frutos desse amor. Todos os grãos estão despertos e os animais também. Esse grande poder é igualmente a fonte de nossa vida. Por isso é que os nossos companheiros — homens e animais — têm os mesmos direitos que nós sobre esta terra.

Escutai, irmãos: agora devemos contar com uma outra raça.

Eram poucos e fracos quando nossos antepassados os encontraram pela primeira vez; agora são numerosos e fortes.

É uma coisa estranha, mas eles querem lavrar a terra. Neles, a cupidez é uma doença muito espalhada. Fizeram muitas leis, os ricos podem fugir a elas, mas os pobres, não. Tomam o dinheiro do pobre e do fraco para ajudar o rico e o poderoso. Dizem que a nossa mãe terra pertence a eles, apenas. E repelem os vizinhos. Mutilam nossa mãe terra com suas casas e seu lixo. Forçam a terra a dar frutos fora da estação e, se ela recusa, dão a ela remédio, lá deles. Este povo é como um rio na cheia que na primavera sai do leito e destrói tudo em sua passagem. Não podemos viver lado a lado. Há sete anos fizemos um acordo com os homens brancos. Eles tinham prometido que a terra dos búfalos sempre seria nossa. Agora ameaçam tomá-la de nós.

Devemos ceder-lhes, irmãos, ou dizer-lhes: Tereis que nos matar antes de roubardes nossas terras?” (Sitting Bull — Touro Sentado — Líder Sioux)¹².

Fonte: SIRVINKAS, 2018.

ANEXO E - PARTE MAIS RELEVANTE DO ACORDÃO PARA OS PROPÓSITOS EXEMPLIFICATIVOS DA PRESENTE DISSERTAÇÃO

RECURSO ESPECIAL Nº 984.106 - SC (2007/0207915-3)

RELATOR: MINISTRO LUIS FELIPE SALOMÃO

RECORRENTE: SPERANDIO MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA

ADVOGADO: FERDINANDO DAMO E OUTRO(S)

RECORRIDO: FRANCISCO SCHLAGER

ADVOGADA: ANA PAULA FONTES DE ANDRADE

[...] uso, mas que, todavia, não decorrem diretamente da fruição do bem, e sim de uma característica oculta que esteve latente até então.

Um eletroeletrônico, por exemplo, mesmo depois do seu prazo contratual de garantia, não é feito para explodir, de modo que se tal acidente ocorrer por um erro de concepção nascido ainda na fabricação do produto - e não em razão do desgaste natural decorrente do uso -, é ele defeituoso, independentemente do término do prazo de garantia.

Relembro, ainda, um episódio que ficou nacionalmente conhecido: entre os anos de 2007 e 2008 foi noticiado na imprensa que determinado modelo de veículo popular apresentava um possível defeito que punha em risco a integridade física do usuário. Ao tentar rebater o banco traseiro para que o espaço do porta-malas fosse ampliado, era comum que o assento retornasse abruptamente contra a mão da pessoa, tendo sido noticiado diversos casos em que os proprietários tiveram dedos decepados, outros mutilados.

Confira-se:

http://quatorrodas.abril.com.br/autoservico/autodefesa/conteudo_182940.shtml e
<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG81441-6014-507,00.html>, acesso em 24.9.2012.

No caso ora mencionado, tivesse sido constatado que o defeito não era decorrente do desgaste causado pelo uso comum do produto, mas sim um vício de fabricação consistente em um erro de projeto, como poderia o fornecedor opor o término do prazo de garantia para afastar sua responsabilidade pelo defeito?

6.2. Ressalte-se, também, que desde a década de 20 - e hoje, mais do que nunca, em razão de uma sociedade massificada e consumista -, tem-se falado em **obsolescência programada**, consistente na redução artificial da durabilidade de produtos ou do ciclo de vida de seus componentes, para que seja forçada a recompra prematura. Como se faz evidente, em se tratando de bens duráveis, a demanda por determinado produto está viceralmente relacionada com a quantidade desse mesmo produto já presente no mercado, adquirida no passado. Com efeito, a maior durabilidade de um bem impõe ao produtor que aguarde mais tempo para que seja realizada nova venda ao consumidor, de modo que, a certo prazo, o número total de vendas deve cair na proporção inversa em que a durabilidade do produto aumenta.

Nessas circunstâncias, é até intuitivo imaginar que haverá grande estímulo para que o produtor eleja estratégias aptas a que os consumidores se antecipem na compra de um novo produto, sobretudo em um ambiente em que a eficiência mercadológica não é ideal, dada a imperfeita concorrência e o abuso do poder econômico, e é exatamente esse o cenário propício para a chamada **obsolescência programada** (a propósito, confira-se: CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. A obsolescência

programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor. in. Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor. vol. 1. Porto Alegre: Magister (fev./mar. 2005 e vol 42, dez./jan. 2012).

São exemplos desse fenômeno: a reduzida vida útil de componentes eletrônicos (como baterias de telefones celulares), com o posterior e estratégico inflacionamento do preço do mencionado componente, para que seja mais vantajoso a recompra do conjunto; a incompatibilidade entre componentes antigos e novos, de modo a obrigar o consumidor a atualizar por completo o produto (por exemplo, softwares); o produtor que lança uma linha nova de produtos, fazendo cessar aodadamente a fabricação de insumos ou peças necessárias à antiga.

Registro, por exemplo, da jurisprudência do TJRJ, caso em que um televisor apresentou defeito um ano e doze dias depois da venda (doze dias após o término da garantia), e tendo o consumidor procurado a assistência técnica, constatou ele que não existiam mais peças de reposição para solucionar o vício, de modo que, em boa verdade, o produto - bem durável - tornou-se imprestável em brevíssimo espaço de tempo (AC 0006196-91.2008.8.19.0004, 4a Câmara Cível do TJRJ, ReI. Des. Sérgio Jerônimo A. Silveira,j. 19.10.2011). Certamente, práticas abusivas como algumas das citadas devem ser combatidas pelo Judiciário, visto que contraria a Política Nacional das Relações de Consumo, de cujos princípios se extrai a "garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho" (art. 4º, inciso II, alínea "d", do CDC), além de gerar inegável impacto ambiental decorrente do descarte crescente de materiais (como lixo eletrônico) na natureza [...] (GRIFAMOS).

Fonte: BRASIL, 2012, grifos nossos.