

AS INFERÊNCIAS DO CONSUMO NAS RELAÇÕES COM DIREITO HUMANO: PREOCUPAÇÕES SOCIOAMBIENTAIS NA SOCIEDADE CONSUMOCENTRISTA

Cleide Calgaro¹

Thiago dos Santos da Silva²

Agostinho Oli Koppe Pereira³

Resumo: No presente trabalho analisa-se, no problema central, a sociedade consumocentrista e sua relação com os direitos humanos, como forma de minimizar os problemas socioambientais. Para tal se utiliza o método analítico dedutivo. Conclui-se que não se deve confundir o “humano”, dos direitos humanos, com o ente consumidor, visto que isso mercantiliza os referidos direitos humanos e não traz soluções os problemas socioambientais criados pela sociedade consumocentrista.

Palavras-Chave: consumo; consumocentrismo; direito humano; meio ambiente; socioambientalismo;

THE INFERENCES OF CONSUMPTION IN

¹ Pós-Doutora em Filosofia e em Direito ambos pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS. Doutora em Ciências Sociais na Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. Doutora em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS. Doutora em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC.

² Doutor em Direito, com ênfase em Direito Ambiental, pela Universidade de Caxias do Sul.

³ Doutor em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2002). Pós-doutor em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. Mestre em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (1986).

RELATIONSHIPS WITH HUMAN LAW: SOCIO-ENVIRONMENTAL CONCERNS IN THE CONSUMOCENTRIST SOCIETY

Abstract: This work analyzes, as central problem, the consumer-centric society and its relation with human rights, as a way of minimizing socio-environmental problems. The deductive analytic method is used. It is concluded that the "human", of human rights, should not be confused with the consumer entity, since this commodifies the aforementioned human rights and does not provide solutions to the socio-environmental problems created by consumer-centric society.

Keywords: consumption; consumocentrismo; human rights; environment; socioambientalismo;

1 INTRODUÇÃO



o presente trabalho analisa-se a sociedade consumocentrista e suas faces na vida do sujeito e os reflexos socioambientais gerados pelo consumo como centro da sociedade. Também se verifica sua interface com o direito humano, estudando se o cidadão no papel de consumidor possui relações com esse direito ou não e quais as possíveis implicações para os aspectos socioambientais em uma situação, ou em outra. O problema a ser pesquisado é: Quais as inferências do consumo e as suas relações com direito humano, tendo como uma perspectiva a minimização dos problemas socioambientais?

O método utilizado é o analítico dedutivo, apresentando como base o estudo de referências bibliográficas sobre o tema. Entende-se que o consumocentrismo, como centro da sociedade, acaba sendo nefasto, tanto à sociedade quanto ao meio ambiente, vez que, causa uma série de problemas danosos a esses campos.

Além disso, tentar inferir, aos direitos humanos, as ideias consumocentrista é deslocar esses Direitos para o plano unicamente econômico, não condizendo com a ideia central de proteção do indivíduo enquanto ser detentor de Direitos inalienáveis. Nesse contexto não se vislumbrariam as possibilidades de minimização dos problemas socioambientais criados na sociedade contemporânea.

2 O CONSUMO NA SOCIEDADE CONSUMOCENTRISTA

A sociedade de consumo, em tempos contemporâneos se pauta pelo consumo como base central de sua estrutura dorsal, onde as grandes corporações e as grandes empresas ditam a moda e os meios de consumo que predominam, tornando as pessoas padronizadas pelos meios de compras e pela manipulação social. Deste modo, Pereira e Calgaro entendem que “na atualidade, as pessoas não consomem mais por necessidade, mas sim pelo prazer de comprar, seja para satisfazer suas futilidades, ou simplesmente, por consumir” (PEREIRA; CALGARO, 2015, p. 16). As pessoas voltam sua felicidade e sua vida à arte do consumo, onde tudo acaba girando em torno do mesmo. Para Rocha, o consumo é uma realidade simbólica de significados tão densos que merece uma reflexão livre do viés aplicado que impera no mundo dos negócios. O estudo sistemático do consumo permitiria desvendar um dos mais importantes códigos através do qual a cultura contemporânea elabora a experiência da diferença, constrói um sistema de classificações sociais e interpreta as relações entre as coisas e as pessoas. (2002, p.05).

Na ótica de Hervé Juvin e Gilles Lipovetsky essa cultura do consumismo impõe cultura de marcas, onde tudo acaba aparecendo em meios de comunicação e em vários locais, fazendo com que as pessoas venham a consumir de forma exacerbada. Conforme os autores, o consumo, hoje: “É uma cultura de consumismo hiperbólico que se impõe igualmente como uma cultura de marcas. Os logotipos são expostos em toda parte e em todos os suportes. Aparecem, por exemplo, por meio do

marketing indireto em filmes e séries de TV”. (2012, p.22). Os autores adiantem que: “Os nomes dos produtos brilham em todas as grandes vias públicas, nos museus patrocinados, nas lojas *duty-free* de todos os aeroportos do mundo, em todos os *sites* e endereços da internet”. (2012, p.22).

Gilles Lipovetsky entende que “neste momento de hiper-consumismo o durável cede lugar ao descartável e tudo deve entreter com o mínimo de esforço. O capitalismo e o espírito de fruição estão acabando com a autoridade pública e a dignidade da cultura”. (LIPOVETSKY, 2007, p. 57). Nesse sentido Pereira e Calgaro apontam em uma de suas análises que:

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

Portanto, o consumo criado na atualidade se tornou um consumismo onde as pessoas compram e adquirem sem a devida necessidade, sendo objetificadas dentro dessa sociedade consumocentrista. Valoriza-se mais a cultura do aparentar ser e ter do que efetivamente o valor que as pessoas possuem. A felicidade se atrela, no mercado de consumo, ao fato da saciabilidade dos desejos que são impostos por um modelo de sociedade forjada no fato de que o progresso, o mercado e a cultura do consumo devem predominar. Na ótica de Pereira e Calgaro “essa felicidade é incognoscível, pois, no fundamento do mercado moderno, ela deve ser sempre procurada e nunca é saciada. Na atualidade a fórmula do consumo é: buscar uma felicidade que, ao ser tocada, evanesce e esmorece para que ela seja buscada novamente e continuamente todos os dias”. (PEREIRA; CALGARO, 2014, p. 13). Assim, “o consumismo é global, não no sentido de

que todos podem consumir, mas no de que todos são afetados por ele” (LYON, 1998, p.104). Com o exposto observa-se que na atualidade a sociedade deixa de ser somente sociedade de consumo perpassando do consumismo ao hiperconsumismo até chegar ao consumo como centro da mesma. Na visão de Pereira et. al.:

A sociedade vivenciou uma série de teorias ao longo do tempo, o que faz com que as condutas humanas fossem dirigidas por certas teorias/ doutrinas/ideias/ideologias, que levavam a mudanças sociais e individuais. Pode-se destacar, de modo exemplificativo, dentro do contexto que se está abordando, o cosmo-centrismo (o cosmos é o centro de tudo); o teocentrismo (Deus se torna o centro); o antropocentrismo (tudo gira em torno do homem). Na sociedade moderna contemporânea que já está sendo denominada de pós-moderna, conforme se pretende demonstrar aqui, se insere o consumocentrismo, como elemento dominante para onde se dirigem o pensamento e as atividades do cidadão moderno, fazendo com que o mesmo seja levado a consumir, pois, através desse ato, ele se realiza como ser individual e social, pois que ele somente é se consumir. (PEREIRA; CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 267).

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

Nesse diapasão, o consumocentrismo se torna o centro da sociedade onde se torna o “Deus” da modernidade. Deste modo, a vida das pessoas passa a ser adestrada e objetificada, de modo que, o ser humano entenda que o consumo faz parte integrante de sua vida e de seus hábitos, onde se molda aos padrões e culturas criadas por determinados grupos que vão ditar o que é certo e errado e o que deve ser feito ou não. Dentro dessa lógica “se o sujeito não participa desse “jogo já jogado” da sociedade consumocentrista, será excluído e dessubjetivado, o que para o sujeito é a “morte social”. A dessubjetivação do sujeito, ou seja, é o apagamento da subjetividade. Na questão referente ao consumo a dessubjetivação é a objetificação do sujeito”. (CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 66). Portanto, “a vida do sujeito, conforme já se vem explicando, acaba girando em torno do consumo tornando-se, este, parte fundamental do sujeito, fazendo com que a degradação ambiental seja mais frequente e o desinteresse pela sociedade e suas questões sociais seja mais frequente”. (CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 66). Assim sendo, o “sujeito acaba esquecendo-se de quem é e acaba se confundindo com o objeto de consumo. (CALGARO; PEREIRA, 2016, p. 66). O sujeito acaba se confundindo e se imiscuindo com o consumo, fazendo com seus hábitos, alegrias, anseios e desejos sejam perpetuados por uma forma produzida pelo mercado como correta.

Esse ser humano/sujeito dessubjetificado, em seus valores sejam morais, éticos e mesmo jurídicos, acaba sendo atrelado ao modo de como a moda do consumo é imposta naquele momento. Dentro desse contexto padrão, que ao mesmo tempo que enquadra o indivíduo em uma “cama de Procusto”, paradoxalmente sentenciona-o a um individualismo para a busca da felicidade. O ser individual que busca na padronização, que ele não consegue ver, a sua felicidade individual. Desse modo, para existir e ser feliz é preciso consumir, sem isso se é um outsider, um desconhecido no mundo que não aderiu ao padrão imposto

pela sociedade consumocentrista.

Surgem, com isso, problemas sociais, onde as pessoas que não tem acesso a determinados bens de consumo acabam sendo excluídas da sociedade, e quem os possui devido, a individualidade criada pelo padrão consumocentrista, não se preocupa com questões de exclusão e desigualdade social, problemas que assolam a maioria dos países na contemporaneidade. Nesse contexto nefasto, para esse sujeito criado a moda “Frankenstein” – formado de retalhos da modernidade - importante é que ele tenha o que pensa necessitar; quanto aos demais, não existe a necessidade de sua preocupação, visto que não estão na sua esfera de individualidade. A solidariedade e a alteridade são elementos pouco prováveis na sociedade consumocentrista, visto que acabam descaracterizadas pelo padrão de consumo imposto, fazendo com que as pessoas não reflitam seu lugar no mundo. O consumocentrismo não quer que o sujeito dessubjetificado faça a reflexão de seu lugar no mundo, pois se fizer esse padrão de consumo perde a forma de centro da sociedade.

Outro aspecto, a ser salientado, é a questão ambiental, que deve ser analisada tanto dentro da área da produção quanto no consumo e rejeitos. Sobre essa temática pode-se perguntar: como se irá descartar os rejeitos do consumo? A utilização de recursos naturais se dará por quanto tempo, visto que a natureza é um ente finito? Com essas questões é preciso que o ser humano repense também o seu vínculo com a natureza lembrando que a mesma possui recursos que são finitos e que existe a necessidade de uma interligação sistêmica entre os vários subsistemas que se firmam na sociedade moderna. A natureza, o consumo, o ser humano, a economia, a política, o direito e a sociedade são subsistemas que necessitam se acoplarem e se interligarem para que haja harmonia do todo. É preciso repensar os papéis que estão impostos na sociedade como padrões certos e acabados. Mas a pergunta que se busca responder é: o ato de consumir, na sociedade atual, é um direito humano ou é simplesmente a

dessubjetificação do sujeito? A resposta para essa possível pergunta se tentará elucidar na seção abaixo.

3 COMPRO LOGO EXISTO! CONSUMIR É UM DIREITO HUMANO?

A Modernidade foi o momento da ascensão do indivíduo ao centro da sociedade. Seja na época da *polis* Grega ou Senado Romano, bem como no Medievo, o indivíduo nunca havia estado no centro das emissões de sentido, havia uma referência metafísica, um apego ao divino, como justificativa para os acontecimentos da sociedade.

Com o advento da Modernidade e a substituição da Igreja pelo Estado-nação, especialmente após a Paz de Westfália, há um assentamento do sujeito individual, dotado de racionalidade, como núcleo da sociedade, daí falar-se em antropocentrismo.

Os fatos deixaram de ser concebidos como determinações metafísicas e passaram a ser percebidos pela razão. A modernidade se importou em estabelecer o método como importante às observações. Dessa observação analítica da sociedade que se fala em cartesianismo, em positivismo, ou seja, a ideia de que há uma ordenação da sociedade, mas que a explicação dessa ordenação não provém de um ser imaterial, mas, sim, da ciência.

O homem como centro da sociedade permitiu os avanços na técnica que a Modernidade ofereceu. Em decorrência do “império da razão”, foram operadas revoluções na Modernidade, sejam elas industriais ou de cunho político, como a Revolução Francesa, sobrelevando a individualidade ao patamar antes ocupado por Deus, agora morto⁴.

A ascensão do indivíduo, a centralização do homem, foi observada e teorizada pela filosofia, com o Contrato Social, mito fundador do Estado enquanto instituição responsável por guiar e zelar pelos indivíduos. O interesse dos homens em restringir a si

⁴ *Deus está morto* (NIETZSCHE, 2012, p. 129).

mesmos, vivendo sob o Estado, é o cuidado com sua própria conservação (HOBBS, 2004, p. 59).

O modelo Estado foi a forma encontrada pelos homens, criando uma associação que os defenda e a seus bens, já que é uma instituição onde seu poder proveniente da própria liberdade dos indivíduos, que obedecendo a essa comunhão de todos, obedeceriam a si mesmo, permanecendo tão livre quanto no estado de natureza (ROUSSEAU, 2011, p. 30). O mito do contrato social pressupõe que todas as sociedades políticas têm sua gênese na união voluntária e acordo mútuo de homens que escolhiam livremente seus governantes e formas de governo (LOCKE, 2002, p. 06).

O Estado, fruto do contato social, existe para resguardar os direitos de seus cidadãos, direitos que são inerentes ao sujeito pela sua condição de humano. Essa noção de direito intrínseco ao homem, pelo simples fato de ser homem, foi encorpada a partir da Modernidade. Primeiro, com teóricos sobre os Direitos Naturais e, posteriormente, com teóricos sobre o Direito Positivo.

Aí nasce a noção de direito humano que, contemporaneamente, se transformou na ideia de Direitos Humanos, ou seja, um conjunto de garantias e necessidades inatas a todos os seres humanos, simplesmente pelo fato de existirem. Foram diversos os documentos “humanistas” oferecidos pela Modernidade, tratados, inclusive, como germen da Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948.

Cabe destacar, entre esses documentos, o *Bill of Rights*, de 1689, a Declaração de Direitos de Virgínia (Independência Americana), de 1776, e a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão (Revolução Francesa), de 1789. Todos esses textos, oriundos do pensamento moderno, foram diferenciais no estabelecimento de uma doutrina universal dos Direitos Humanos.

Todavia, a Modernidade está esfacelada, liquefeita, suas estruturas são reorganizadas ou superadas, a cada momento, na

contemporaneidade. Daí fala-se em pós-modernidade, que significa, exatamente, a superação, o caminho à frente. Nessa ideia de pós-modernidade, o humano, e os direitos humanos, também são afetados. O indivíduo moderno já não consegue manter todas as facetas que o sujeito pós-moderno possui. O cidadão virou consumidor.

A lógica cartesiana do “penso, logo existo” é reestruturada para o “compro, logo existo”. (DESCARTES, 1996). Essa redução do cidadão para a categoria de consumidor apresenta riscos para o discurso dos Direitos Humanos, já que a própria noção de “humano” é ressignificada. Nesse sentido, é preciso observar quais as tensões oriundas dessa relação entre consumo e direitos humanos, com o fito de analisar possíveis afrontas às garantias básicas dos indivíduos, decorrentes do consumocentrismo. Chega-se ao ponto de questionar sobre o consumo como um novo direito humano.

Para se falar sobre novos direitos, especialmente novos Direitos Humanos, é fulcral que se tenha em mente toda a caminhada política e filosófica que originou essa *realidade imaginada*⁵ que são os Direitos Humanos. Uma observação histórica dos direitos humanos proporciona uma visão contemporânea do estresse entre uma sociedade consumocentrista e a busca por garantias básicas e inatas aos cidadãos.

Há teorizações sobre as gerações ou dimensões dos direitos humanos (Paulo Bonavides, Ingo Sarlet), suficientes para compreensão do percurso histórico das discussões sobre esses direitos e os processos de implementação e garantia dos mesmos. Todavia, uma observação compartimentada em gerações (mesmo em dimensões) pode oferecer uma visão desses direitos

⁵ Realidades imaginadas são ficções ou construções sociais criadas através de uma rede de histórias compartilhadas por sociedades ou por toda a sociedade. A realidade imaginada não é uma mentira, é algo em que todos acreditam e, por isso, exerce força sobre o mundo. Yoval Noah Harari, indica como exemplos de realidades imaginadas o Estado, o dinheiro, as pessoas jurídicas e, obviamente, os Direitos Humanos (HARARI, 2015, p. 49-51).

como decorrência lógica entre si, ou seja, como se os direitos de segunda geração fossem decorrência dos direitos da primeira geração, o que seria falacioso, visto que, em muitos espaços, a garantia de direitos de civis e políticos, colocados na primeira geração, se deu em concomitância com os direitos sociais e econômicos, teorizados como de segunda geração.

Assim, a ideia é traçar um olhar sobre os direitos humanos em forma de linha de tempo sobre o seu surgimento e assentamento como direitos inerentes à categoria humana, ainda que os processos de suas garantias sejam dispersados ao longo de séculos.

A concepção de direito humano remete aos Séculos XV e XVI, com a noção de direito subjetivo, a ideia dos *jura et libertatis* (caracterização inicial sobre os direitos de liberdade). Esses direitos de liberdade são concebidos como naturais do homem, tidos como “princípios com uma validade superior ao direito vigente” (FACCHI, 2011, p. 29). Essa noção de direitos como liberdades provém das teorias contratualistas, já mencionadas, onde o Estado é formado por parte da liberdade intrínseca ao homem, cedida a esse construto, como forma de garantir sua segurança (liberdade *strictu sensu*). O principal direito oriundo dessas garantias libertárias é a propriedade individual, seja essa propriedade sobre seus bens materiais, bem como sobre si mesmo (FACCHI, 2011, p. 39).

As teorias jusnaturalistas e o contrato social inundaram a Europa de teorias sobre os direitos inatos ao homem, enquanto categoria. Esse ideal de liberdade trouxe à tona a discussão sobre a igualdade como valor da sociedade, desencadeando documentos como a Declaração da Virgínia e a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, principais documentos versando sobre os direitos civis e políticos, ou seja, estabelecendo a liberdade e igualdade como naturais ao homem.

Os referidos documentos são importantes em razão da cristalização que dão aos direitos, considerados humanos. Esses

direitos deixam uma noção “natural” (moral) e partem para o um campo de concretudes. “Nos oitocentos, o crescimento do direito subjetivo se desloca do plano moral e filosófico-político para o plano das políticas-públicas e do direito vigente (FACCHI, 2011, p. 71). Inicia-se a fase em que os direitos humanos são positivados nos ordenamentos jurídicos dos Estados.

Com a codificação do direito há a suplantação do jusnaturalismo e afirmação do juspositivismo, ou seja, “o conjunto de doutrinas que sustentam a independência do direito positivo do direito natural e limitam o objeto da ciência jurídica ao primeiro” (FACCHI, 2011, p. 76). O direito positivo é o direito vigente, válido em dado lugar e momento, “os direitos são considerados válidos enquanto colocados pelo ordenamento jurídico do Estado, isto é, somente dentro dos seus limites e para as pessoas sujeitas à ordenação” (FACCHI, 2011, p. 77).

Ao final do Século XVIII e início do Século XIX surgem doutrinas sobre os direitos sociais como direitos inatos aos seres humanos, contrapondo a noção exclusiva sobre a liberdade e a igualdade. Os direitos sociais têm sua origem no âmbito das opções político-econômicas que se consolidaram como alternativas da liberal, que se mostrava carente e produtor de efeitos colaterais. Surgem doutrinas que sustentam a necessidade da intervenção do Estado para garantia do reequilíbrio das desigualdades sociais e apoio às categorias mais despreparadas, como a doutrina do socialismo reformista. (FACCHI, 2011, p. 107).

Durante todo o Século XIX as manifestações sobre uma noção menos individualista e mais social dos direitos humanos tomaram conta das classes trabalhadoras. Porém, somente ao final do Século XIX e início do Século XX esses direitos passaram a representar uma preocupação do Estado, que “não é mais apenas guardião noturno, já não se pede a ele somente segurança e liberdade, mas um envolvimento direto na vida social e econômica dos cidadãos” (FACCHI, 2011, p. 112). Os direitos sociais, de direitos de uma parte da população se tornam direitos de

todos.

Enquanto os direitos civis e políticos são compreendidos como direitos de matriz negativa em relação ao Estado, ou seja, impera um “não-agir” do Estado sobre esses direitos, a ideia é que não sejam relativizados; os direitos sociais e econômicos (garantia de emprego, previdência, saúde), têm matriz positiva, demandam a atuação do Estado, como seu garantidor, através de políticas-públicas.

Chega-se, assim, ao Século XX, responsável por grandes alterações na noção de direitos humanos. Na primeira metade do Século XX, o mundo foi assolado por duas grandes guerras, de caráter global, sendo que os Estados, responsáveis pela garantia de direitos aos cidadãos, foram os responsáveis direitos pelas maiores afrontas a esses direitos.

Especialmente os acontecimentos da Segunda Guerra Mundial, marcaram um divisor de águas na história da humanidade, não poderia ser diferente quanto aos direitos humanos. O nazismo demonstrou, da pior forma possível, a facilidade para se suprimir direitos, tanto individuais quanto a própria ideia de humanidade foi negada.

As críticas à teoria juspositivista se deram no sentido de que fosse considerada válida e legítima qualquer norma, independentemente de seu conteúdo, ou seja, o direito positivo e a obra dos governos deve se pautar não apenas pela forma, também pelo seu conteúdo, foi a chamada crise do juspositivismo, que fez reemergir debates sobre os direitos naturais. (FACCHI, 2011, p. 127).

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, marca o processo de internacionalização dos direitos humanos, em uma tentativa de criar uma noção total de direitos para todos os humanos, independentemente de sua cultura ou nacionalidade. Surge a ideia de Direito Internacional dos Direitos Humanos.

Há um *boom* de teorizações sobre os direitos humanos,

bem como uma nova noção sobre o humano dos direitos humanos. Ambiente ecologicamente equilibrado, patrimônio comum à humanidade, direito de paz, são visualizados como direitos humanos transindividuais. Além dos mencionados, o direito à informação, mais recentemente, foi alçado ao patamar de direito humano, considerando que a informação se perfaz em uma forma de poder na sociedade contemporânea.

Dito isso, fica cristalino que os direitos humanos possuem um caminho semelhante à ideia de identidade, mostrado no primeiro capítulo, já que sua gênese é bastante individualizada, como direito subjetivo, mas, com a globalização (e a universalização, no caso do Direito Internacional dos Direitos Humanos), há uma destruição dos compartimentos, e, assim, como a identidade pós-moderna, os direitos humanos são realinhados para uma realidade menos estruturalista e mais liquefeita.

O que se questiona, no presente trabalho, é o possível tensionamento que essa superação das estruturas pode causar, especialmente quanto aos direitos humanos. A noção de identidade, o sentimento pessoal de pertencimento, foi deslocada pelo mercado, ressignificando o cidadão, pelo consumo. Esse mesmo mercado alterou o sentido do humano dos direitos humanos.

Há uma clara afronta à noção de direitos humanos causada pela relativização do sujeito, reduzido ao patamar de consumidor. Essa relativização tem um viés moral, pois aqueles que não conseguem atingir o nível de consumo padronizado se sentem menos felizes; bem como um viés de políticas-públicas, visto que o excesso no consumo produz danos ambientais, além da questão da criminalidade oriunda da impossibilidade de se alcançar o consumo, que obriga parte da população a recorrer ao ato ilícito.

A noção de alteridade é suplantada, em detrimento do ideário da satisfação pessoal. O consumo é movido pelo prazer individual, satisfeito somente pela posse de bens ou alcance de serviços.

Enquanto na era moderna vivia-se em função de interesses de

classes e ideais, na pós-modernidade a massa foi atomizada, e todos passam a receber informações em separado. O gosto de cada um é motivado por meio de mensagens publicitárias, onde são excitados os desejos em favor de uma cultura hedonista. O isolamento causado pelos efeitos individuais e a descrença nas instituições aumentam cada vez mais o fenômeno da “flutuação” em massa. Delimitado conforme uma lógica flutuante, o homem pós-moderno vive sem sentido (CRUZ, 2013, p. 31).

A satisfação que a mercadoria fornecer não se dá pelo uso, mas no seu valor enquanto mercadoria: “com o uso *da mercadoria* bastando-se a si mesmo; e, para o consumidor, basta a efusão religiosa para com a liberdade soberana da mercadoria” (DEBORD, 1997, p. 49). O que se tem é um consumo vendido como felicidade.

Em uma sociedade onde a felicidade só é alcançada pelo consumo, o excesso a ser descartado é parte dessa felicidade, já que o descarte do obsoleto abre espaço para o consumo do novo. “Os mais capazes e sagazes adeptos da arte consumista sabem que se livrar de coisas que ultrapassaram sua data de vencimento é um evento a se *regozijar* (grifo do autor).” (BAUMAN, 2008, p. 112).

A sociedade do consumo (consumocentrismo) é uma sociedade de extravagâncias, e, por conseguinte, de excessos. O uso dos produtos é substituído pelo valor axiológico da marca, que traz consigo o alcance da felicidade em consumir. “Nos mercados de grande consumo, em que os produtos são fracamente diferenciados, é o ‘parecer’, a imagem criativa da marca que faz a diferença, seduz e faz vender” (LIPOVESTKY, 2007, p. 46).

As marcas se transformaram em signos, ícones, que trazem em si um bloco felicitante. “Marcas são muito mais do que produtos reconhecíveis embrulhados em um design vistoso” (LINDSTROM, 2017, p. 37). No momento que eu *consumo*, *logo existo*, se eu não consumo, por óbvio, eu deixo de existir, eu não compartilho aquele espaço no “Éden do Consumo”, eu não me reconheço como indivíduo. Aí reside a principal tensão entre consumo e direitos humanos.

O ato de consumir dispara gatilhos emocionais/hormonais, responsáveis pelo sentimento imediato de alegria. Esse sentimento é condicionado pelo mercado, que direciona as escolhas do consumidor através das marcas, pois “é por meio das emoções que o cérebro codifica as coisas que têm valor, e uma marca que nos cativas emocionalmente vencerá todos os testes” (LINDSTROM, 2017, p. 32).

É uma nova relação com o luxo e com a qualidade de vida que se traduz no culto contemporâneo das marcas. Nas épocas anteriores, as classes populares e médias viam nas marcas de luxo bens inacessíveis que, destinados apenas à elite social, não faziam parte de seu mundo real, nem sequer de seus sonhos. Em relação a essa forma de cultura, produziu-se uma ruptura: a aceitação do destino social deu lugar ao "direito" ao luxo, ao supérfluo, às marcas de qualidade (LIPOVESTKY, 2007, p. 48).

O que se vê é que o consumo, alardeado pela comunicação de massa, visto como modulador da existência dos indivíduos, “conversa” com todos os consumidores, enquanto categoria, ao mesmo tempo em que dialoga com cada um individualmente. O mercado, pela publicidade, preenche uma dupla função (econômica e política), apelando ao desejo de cada um, como pessoa privada, enquanto fala com todos os consumidores.

O mercado não promete aos compradores potenciais uma melhora de sua condição comum, enquanto comunidade de consumidores. Pelo contrário, promete a cada um escapar a condição comum tornando-o um "feliz privilegiado" que pôde oferecer a si mesmo um novo bem, mais raro, melhor, distinto (GORZ, 2005, p. 49).

O consumo serve como satisfação pessoal, auto-realização. O cidadão, agora consumidor, só possui um lugar para sua felicidade, que é o consumo. Nesse sentido, se somente o consumo oferece felicidade, o questionamento do título se apresenta: é possível compreender que consumir é um direito humano?

Essas poucas páginas servem como base para estabelecer

uma visão crítica do consumo, alçado ao centro das manifestações da sociedade, habitando o ideário filosófico-político do sujeito pós-moderno, reduzindo o cidadão ao patamar de consumidor. Todavia, parece claro que essa redução não é benéfica ao indivíduo, já que o condiciona a partir de sentidos produzidos heteronomamente.

Os Direitos Humanos são uma categoria de condições mínimas inatas ao ser humano, contudo, o consumo, enquanto desejo heterônomo, não é inato ao ser humano. O consumo, em seu viés excessivo, é um condicionante cultural e identitário produzido de forma desligada das necessidades básicas do sujeito.

O sujeito, reduzido a consumidor, se torna hedonista, um narcisista, esvaziado e sem direção determinada, que procura nos bens de consumo uma forma de satisfazer ao máximo seus desejos regulados pela apoteose das relações de sedução (CRUZ, 2013, p. 37). Porém, não se pode condicionar o humano dos direitos humanos no papel de consumidor, sob pena de reduzir o ser humano à “objeto”, manipulado e regido pelo mercado, onde os padrões de diferenciação são colonizados pelo consumo, retirando do indivíduo os referenciais que o trouxeram à categoria de centro das comunicações sociais. As comunicações econômicas – o mercado, enquanto entidade – desligadas das amarras territoriais dos Estados demandam que os agentes transnacionais estabeleçam uma juridificação que garanta o respeito aos direitos humanos, em que o consumidor como uma faceta do cidadão, e não reduzindo a cidadania ao simples consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os Direitos Humanos são categorias tidas como condições mínimas para o ser humano, sendo inatas a ele, por isso o consumo, enquanto desejo vinculado ao consumocentrismo, não deve ser elevado à categoria de Direito Humano, visto que o

mesmo condiciona, dociliza e dessubjetifica o ser humano condicionando sua cultura e mesma sua identidade às propostas mercadológicas.

O ser humano condicionado pela sociedade consumocentrista acabará por abrir mão dos direitos humanos, que são fundamentais, como, por exemplo, a liberdade e a igualdade, permitindo que a “mão invisível do consumo”, - ou, em outra expressão, “a mão invisível do mercado”⁶ - como elemento polarizador, domine e colonize ainda mais o sujeito, através de padrões estabelecidos pelo mercado. Dessa forma, os direitos humanos, em que o consumo é, apenas das suas facetas devem ser mantidos em relação às pessoas enquanto sujeitos ativos. O consumo é uma relação entre os sujeitos e as coisas, onde o sujeito se impõe enquanto ente e não enquanto coisa. Nesse diapasão, sugere-se o combate à sociedade consumocentrista, colocando como emergencial a busca de soluções aos problemas sociais e ambientais gerados pela mesma.

A vida do cidadão/sujeito não deve ser reduzida somente ao consumo como vetor principal, sob pena de correr-se o risco de confundir o próprio sujeito com a coisa. Coisificado e individualizado o sujeito, desaparecem as preocupações com os demais sujeitos que vivem a margem dos padrões implantados pelo mercado e, na mesma seara, as preocupações com o meio ambiente, que é violentamente prejudicado e espoliado. O ser humano através do direito, da economia, da política, enfim, da sociedade como um todo devem buscar uma nova racionalidade e uma nova ética preocupada com o todo, onde a solidariedade e alteridade sejam elementos fundantes da sociedade através da busca de um acoplamento sistêmico. O consumo como centro da sociedade, é um problema que precisa ser repensado e reestruturado, sob pena se obter a Vitória de Pirro, ou seja, o ser humano irá perder mais do que ganhar nessa luta onde se digladiam, no campo econômico, o mercado e o meio ambiente.

⁶ Termo introduzido por Adam Smith na obra *A Riqueza das Nações*.



REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, Giorgio. *A comunidade que vem*. Tradução de Antônio Guerreiro. Lisboa: Editorial Presença, 1990.
- BAUMAN, Zygmunt. *A ética é possível num mundo de consumidores?* Tradução de Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- _____. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- _____. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- CALGARO, Cleide. PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. *A sociedade consumocentrista e seus reflexos socioambientais: a cooperação social e a democracia participativa para a preservação ambiental*. 2016. Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável. Curitiba. v. 2. n. 2, p. 72 – 88. Jul/Dez. 2016.
- _____. *O impacto ambiental do hiperconsumo na sociedade moderna: as políticas públicas de sustentabilidade local*. Revista Jurídica, Curitiba, v. 3, n. 44, p. 232-256. 2016.
- _____; Henrique Mioranza Koppe Pereira. *Consumocentrismo e os seus reflexos socioambientais na sociedade contemporânea*. Revista Direito Ambiental e sociedade, v. 6, n. 2, p. 264-279. 2016.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- CRUZ, Daniel Nery da. *A sociedade do hiperconsumo: uma leitura sobre o individualismo contemporâneo na visão de Gilles Lipovestky*. Revista Filosofia Capital, Brasília,

- vol. 8, n. 15, p. 26-40, jan/2013.
- DEBORD, Guy. *A sociedade espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1997.
- DESCARTES, René. *Discurso do método*. Trad. Maria Ernestina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- FACCHI, Alessandra. *Breve História dos Direitos Humanos*. São Paulo: Edições Loyola, 2011.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- GORZ, André. *O Imaterial: conhecimento, valor e capital*. Tradução de Celso Azzan Jr. São Paulo: Annablume, 2005.
- GUERRA, Renata de Souza. *Dimensões de consumo na vida social*. 2010. 261 f. Tese (Doutorado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2011. Disponível em: < http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUOS-8G9NSW/dimensoes_do_consumo_na_vida_social.pdf?sequence=1 >. Acesso em: 03 mar. 2016.
- GUIMARÃES, Gabriella Casimiro. *Consumo sustentável para minimização de resíduos sólidos urbanos*. 2011. 119 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável. Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2011. Disponível em: < <http://repositorio.unb.br/handle/10482/10567> >. Acesso em: 06 abr. 2016.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural da pós-modernidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HARARI, Yuval Noah. *Sapiens: uma breve história da humanidade*. Tradução de Janaína Marcoantonio. Porto Alegre: L&PM Editores, 2015.
- HOBBS, Thomas. *Leviatã* ou matéria, forma e poder de um

- Estado eclesiástico e civil. Tradução de João Paulo Monteiro e Maria Beatriz Nizza da Silva. São Paulo: Nova Cultura, 2004.
- JUVIN, Hervé; LIPOVETSKY, Gilles. *A globalização ocidental: controvérsia sobre a cultura planetária*. Barueri, SP: Manole, 2012. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 05 abr. 2016.
- LEMONS, Patrícia Faga Iglecias. *Resíduos sólidos e responsabilidade civil pósconsumo*. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2014.
- LINDSTROM, Martin. *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos*. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2017.
- LIPOVESTY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- LIPOVESTY, Gilles. *O Império do Efêmero: A moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A sociedade da decepção*. Barueri, SP: Manole, 2007. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/PEA/>>. Acesso em: 05 abr. 2016.
- LYON, David. *Pós-modernidade*. São Paulo: Paulus, 1998.
- LOCKE, John. *Segundo tratado sobre o governo*. São Paulo: Martin Claret, 2002.
- MILLER, Toby. *Cidadania cultural*. Matrizes – Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. V. 4. n. 2. jan/jul. 2011. São Paulo. p. 57-74.
- MILLER, Toby. *Cultural Citizenship: cosmopolitanism, consumerism, and television in a neoliberal age*. Philadelphia/USA: Temple University Press, 2007.
- MISES, Ludwig von. *Intervencionismo: uma análise econômica*.

- São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010.
- NEVES, Marcelo. *Transconstitucionalismo*. 1. ed. São Paulo: WNF Martins Fontes, 2009.
- NIETZSCHE, Friedrich. *A Gaia ciência*. Trad. Paulo César de Souza. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. *A modernidade e o hiperconsumismo: políticas públicas para um consumo ambientalmente sustentável*. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Orgs.). *Relações de consumo: políticas públicas*. Caxias do Sul, RS: Plenum, 2015.
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. *Os riscos ambientais advindos dos resíduos sólidos e o hiperconsumo: a minimização dos impactos ambientais através das políticas públicas*. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Orgs.). *Resíduos sólidos: consumo, sustentabilidade e riscos ambientais*. Caxias do Sul, RS: Plenum, 2014.
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; LUNDGREN, Ana Paula; TONIASSO, Rachel Cassini. *O hiperconsumo e os riscos ambientais provocados por resíduos sólidos: uma análise da política nacional dos resíduos sólidos, tendo Caxias do Sul como referência*. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Orgs.). *Hiperconsumo, riscos ambientais: provocados pelos resíduos sólidos e políticas públicas nos municípios de Caxias do Sul e Passo Fundo*. Caxias do Sul, RS: Plenum, 2014.
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. *Consumocentrismo e os seus reflexos socioambientais na sociedade contemporânea*. *Revista Direito Ambiental e Sociedade*, v. 6, p. 264-279, 2016.
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; SIMIONI, Rafael Lazzarotto.

- Da maximização à eficiência: o sentido de consumo na semântica econômica moderna. PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando del Rio (Org.). *Relações de Consumo: Consumismo*. Caxias do Sul: Educs, 2010.
- ROCHA, Everardo P. Guimarães. *Cenas do Consumo: Notas, Idéias, Reflexões*. Revista Semear, n. 06, Rio de Janeiro: PUC – Rio, 2002.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Do contrato social*. Rio de Janeiro: Saraiva, 2011.
- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- ZOONEN, Liesbet Van. *Entertaining the citizen: when politics and popular culture converge*. Oxford/USA: Rowman and Littlefield, 2004.