

**SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS
IMPACTOS AMBIENTAIS**
*RISK SOCIETY: THE RAMPANT CONSUMERISM AND ENVIRONMENTAL
IMPACTS*

Gabriella Castro Vieira

Mestranda em Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável na Escola Superior Dom Helder Câmara - ESDHC. Professora do Curso de Direito da Faculdade Pitágoras. Membro da Comissão de Defesa do Consumidor da OAB/MG, Minas Gerais (Brasil).

E-mail: gabivieirabh@hotmail.com.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8836113202430568>.

Émilien Vilas Boas Reis

Pós-doutor em Filosofia pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto (Portugal). Doutor e Mestre em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. Graduado em Filosofia pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Professor de Filosofia e Filosofia do Direito da Graduação e do Mestrado em Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável da Escola Superior Dom Helder Câmara – ESDHC, Minas Gerais (Brasil).

E-mail: mboasr@yahoo.com.br.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9370336030652254>.

Submissão: 30.04.2016.

Aprovação: 10.09.2016.

RESUMO

Este artigo pretende demonstrar mediante uma pesquisa documental, bibliográfica e jurisprudencial, o comportamento do consumidor moderno. O propósito do trabalho é ressaltar que o novo hábito do indivíduo de consumir para atender seus desejos, em busca de uma suposta felicidade, tem sido praticado de forma imoderada, e uma das consequências é a nova configuração da sociedade: Sociedade de Risco. Propõe-se analisar algumas características da atual sociedade, gerada pela intervenção descomedida do homem na natureza, e os respectivos impactos ambientais. Para tanto, serão citados exemplos de desastres ambientais, em especial a tragédia ocorrida no município mineiro de Mariana, em 2015, que provocou danos imensuráveis a toda biodiversidade. Intenciona o estudo instigar a reflexão sobre a interferência colossal do homem no meio ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Consumismo; Sociedade de Risco; Impacto Ambiental; Desastre ambiental.

ABSTRACT

This paper aims to demonstrate by documentary, bibliographic and jurisprudential research, the modern consumer behavior. The purpose of the paper is to highlight the new habit of the individual to consume to meet their desires, in search of a supposed happiness, it has been practiced in immoderate way, and one of the consequences is the new configuration of society: Risk Society. It is proposed to analyze some characteristics of contemporary society, generated by the inordinate intervention of man in nature, and their environmental impacts. Therefore, examples of environmental disasters will be cited in particular the tragedy in the mining town of Mariana in 2015, which caused immeasurable damage to all biodiversity. The study intends to instigate reflection on the colossal human interference in environmental.

KEYWORDS: *Consumerism; Risk society; Environmental impact; Environmental disaster.*

INTRODUÇÃO

A origem do consumo remonta ao surgimento da vida, já que consumir é um ato biológico, antes de qualquer outro, vez que é essencial para a própria sobrevivência, como decorrente da ingestão de água e alimentos.

Com o desenvolvimento da civilização humana e o progresso científico-tecnológico, impulsionado especialmente a partir da idade moderna e aprimorado na idade contemporânea, um novo formato de consumo se enraizou na sociedade, denominado como consumismo, representado pela compra desnecessária, e muitas vezes compulsiva, de produtos e serviços, em geral, supérfluos.

Em face do crescimento do mercado consumidor, motivado e incitado pelas publicidades voltadas ao encantamento do indivíduo em consumir cada vez mais, intensificou-se a intervenção na natureza no sentido de extrair o máximo de matéria-prima para a produção dos bens de consumo.

Tal mudança no comportamento do homem, especialmente com relação ao meio ambiente, implica em consideráveis mudanças para a sociedade, que passa a sofrer as consequências dos atos praticados de forma exacerbada pelo indivíduo.

Nesse contexto, o presente trabalho aborda a nova configuração da sociedade pós-moderna no que tange à conduta de consumo. Para tanto, discorrer-se-á sobre a conexão entre consumismo, sociedade de risco e os impactos ambientais.

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Por fim, o objetivo desse trabalho é apresentar um estudo e uma reflexão sobre os efeitos das ações do homem ao praticar um consumo irresponsável, com a demonstração de alguns resultados de seus atos, que comprometem toda a vida terrena, já que todos os seres vivos são diretamente atingidos.

1. A SOCIEDADE DE CONSUMO

O ato de consumir é inerente a todo ser vivo, especialmente à espécie humana. O consumo é essencial, tanto para uma simples planta, que necessita de água para continuar viva, quanto para o homem, que precisa ingerir e absorver alimentos e líquidos para que possa sobreviver.

O estudo da evolução cultural relata que a vida dos indivíduos nos tempos remotos, no que tange ao consumo, limitava-se ao que era produzido pela própria natureza, e o acesso se dava mediante acaça, pesca e coleta de frutos; tratava-se de uma prática saudável e efetivada de forma natural pelo homem.

Sobre a existência do consumo e sua identificação temporal, discorre Zygmund Bauman:

Se reduzido à forma arquetípica do ciclo metabólico de ingestão, digestão e excreção, o consumo é uma condição, e um aspecto permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. Visto dessa maneira, o fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos – e com toda certeza é parte permanente integral de todas as formas de vida conhecidas a partir de narrativas históricas e relatos etnográficos. (BAUMAN, 2008, p. 37).

Com o desenvolvimento da civilização humana, o consumo passou a sofrer consideráveis modificações, não mais se limitando à subsistência do indivíduo. Uma das mudanças relevantes refere-se à passagem de um consumo familiar, direcionado ao grupo doméstico, para o individual. O indivíduo deixa de ser subordinado às escolhas feitas pelo seu grupo e passa a ter autonomia nas suas decisões, dentre elas o que consumir.

Com o passar dos anos, décadas e, até mesmo séculos, o consumo vai ganhando novos conceitos e valores, até que surge uma nova sociedade, baseada no mercado: sociedade contemporânea individualista.

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

O início da idade contemporânea consolidou o Estado Liberal que tinha como traço o controle do poder político e o reconhecimento de liberdades negativas ao cidadão, como o direito de locomoção, de expressão, livre iniciativa e de propriedade, o que caracterizava o absentismo estatal, que implica no reconhecimento do indivíduo como o núcleo central da sociedade.

A ruptura com o Estado Absolutista elevou a burguesia ao poder, o que resultou no fortalecimento da ideologia capitalista, especialmente a partir do Século XVIII, quando o Ocidente viveu uma profunda transformação nos processos de produção de mercadorias. Foi um período de grandes rupturas, decorrentes do Iluminismo, da Revolução Francesa e da Revolução Industrial.

A mudança, especialmente no que tange às atividades de comércio ocasionadas pela Revolução Industrial, ensejou a substituição do processo artesanal pela mecanização do sistema, com a consequente majoração da linha de produção de mercadorias, o que viabilizou uma grande expansão do mercado de consumo.

Com a economia sendo regulada pelo próprio mercado, decorrente da mínima intervenção estatal caracterizadora do liberalismo, destacou-se um crescimento expressivo a partir do Século XVIII, com a formação de grandes empresas e instituições financeiras. E, assim, o século seguinte iniciou-se em pleno desenvolvimento, com a conquista de novos mercados consumeristas.

A respeito do surgimento de um novo modo de consumir, nascido na contemporaneidade, exprime Diana Nogueira de Oliveira Lima:

A literatura e os registros históricos mostram a Campbell que o aquecimento do consumo no século XVIII se desenvolveu, pelo menos em parte, à criação de objetos de desejo totalmente novos, como o entretenimento. O comportamento de compra que surge naquele momento obedece a padrões próprios, burgueses, que não podem ser entendidos por meio de argumento da emulação social tão simplesmente porque os hábitos de consumo surgidos neste contexto histórico não atraíram a aristocracia. Não foi a vontade de prestígio – velho argumento nas tentativas de explicar o consumo – o que atraiu os burgueses ao consumo de entretenimento. É preciso entender que o consumo moderno, esse que se desenha no momento em que se estabelece o próprio capitalismo, tem uma lógica e um conjunto de motivações próprias, ou seja, não é espelhado e não quer imitar os hábitos materiais da aristocracia. Ao contrário, ele vem fundar os seus próprios hábitos. (LIMA, p. 33/34).

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

A consolidação do sistema capitalista injetou na sociedade um comportamento diferente no que tange às aquisições de produtos e serviços, denominados bens de consumo. Tal transformação comportamental decorreu principalmente da implementação do novo modelo de produção, proporcionado pelo desenvolvimento científico-tecnológico, resultado dos expressivos investimentos financeiros da política liberal.

As inovações lançaram no mercado o acesso à informação e a produtos culturais, o que não mais se encontrava restrito à nobreza e ao clero, característica que prevalecia na época, antes da chegada da burguesia ao poder. Com o desenvolvimento pleno do mercado, resultado dos investimentos aplicados em larga escala e em diversas áreas, especialmente no setor industrial, surge a produção em massa para atender a nova configuração da sociedade, ávida pelo consumo: a sociedade de massa.

A respeito da produção em massa Karl Marx assevera:

(...) Quando domina a produção capitalista, a mercadoria se torna a figura geral do produto; é de mercadorias a maior parte da produção; cresce, portanto, a massa de mercadorias, a parte da riqueza social que funciona como mercadoria. Por isso, tendo a mercadoria de assumir a forma de dinheiro, também cresce a quantidade de ouro e prata que serve de meio de circulação, de meio de pagamento, de reserva etc. (MARX, 2000, p.153).

O novo formato da produtividade trouxe um dinamismo para o mercado, uma vez que as produções eram realizadas em série e em grandes variedades e quantidades, o que despertou no indivíduo um enorme desejo pelo consumo. Com a industrialização em acelerado desenvolvimento e produção a sociedade passou a ter acesso de forma facilitada aos bens de consumo.

O consumo não mais se limita às necessidades básicas de alimentação e moradia, mas atinge um patamar subjetivo do homem, isto porque a vontade e o apetite por novos produtos, trazidos pelo progresso científico-tecnológico, passam a instigar a sociedade, que se torna uma voraz consumista, cada vez mais sedenta em consumir. Tal constatação é vislumbrada por Livia Barbosa: “(...) a insaciabilidade, que constituiu uma das características da sociedade moderna, é o resultado de um processo histórico, no interior do qual podemos observar transformações que começam a se delinear nos dois séculos anteriores ao XVIII, quando atingem o apogeu e se consolidam”. (BARBOSA, 2014, p. 17).

A insaciabilidade, que fomenta e impulsiona o apetite pelo consumo cada vez maior por produtos e bens, é instigada, em grande parte, pela publicidade agressiva, decorrente de aprimoradas técnicas de *marketing*. Tais técnicas são elaboradas para criar no consumidor o

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

desejo pelo consumo constante, já que se constrói a ilusão de que a aquisição contínua de novos produtos trará a felicidade.

O consumo, na sociedade contemporânea, torna-se uma grande mola propulsora da sociedade; transforma-se num grande fenômeno cultural. Nas palavras de Sônia Bessa:

De fato, o estudo do consumo é uma exigência para a compreensão da cultura contemporânea; não há como ignorar a moda, objetos, publicidade, bens, televisão, produtos e serviços, os shoppings de hoje são as praças de 30 anos atrás, todos esses elementos formam um sistema de consumo intrinsecamente relacionado com a vida cotidiana da população mundial; agregando-se ao contexto a comunicação de massa (mídia, marketing. Publicidade) socializa o consumo, com tecnologia sofisticada e oferece um sistema classificatório que permite ligar um produto a outro e todos juntos à nossas “experiências de vida”. (BESSA, 2011, p. 62).

Um dos fortes protagonistas da sociedade de consumo é a comunicação de massa, responsável pelas publicidades que bombardeiam diariamente a vida do indivíduo, mediante anúncios sedutores e agressivos, efetivados em todas as mídias possíveis, como jornais impressos, televisão, *outdoor*, redes sociais, dentre outros. A criatividade, decorrente das idealizações das técnicas de *marketing*, fabrica sonhos, o que provoca inúmeros desejos e desperta vontades no consumidor.

Na atualidade, a mídia exerce um papel fundamental no que diz respeito ao contínuo crescimento do mercado consumerista, bem como para mantê-lo constantemente aquecido.

1.1. A força dos canais de comunicação na sociedade de consumo

A consolidação da sociedade de consumo na idade contemporânea, especialmente após a segunda guerra mundial, proporcionou um enorme crescimento empresarial e, por conseguinte, o surgimento da competição, com vistas à disputa do mercado consumidor.

A garantia do princípio da livre concorrência é uma característica da maioria dos países que adota o regime de governo democrático, como o Brasil, segundo preceitua a Constituição da República Federativa:

Art. 170. 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:

IV - livre concorrência; (BRASIL, 1988).

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Em decorrência de tantas ofertas, viabilizadas pela livre concorrência, os canais de comunicação não poderiam mais se limitar à informação ao público sobre a existência de determinado produto ou serviço, o ideal era proporcionar o encantamento e instigar o desejo, pois, assim, o consumidor seria conquistado.

Com o objetivo de atrair o consumidor, os canais de comunicação adquirem um papel fundamental para os empresários e comerciantes: intermediar a captação do indivíduo, com o propósito de obter o maior número possível e, construir uma ampla e, se possível fiel, carteira de clientes.

Nesse cenário surge uma nova configuração de publicidade, o que Flávio da Costa Higa caracteriza como: “A publicidade de massa, voltada a um sem-número de pessoas, acabou criando uma nova função para essa atividade, mesclando, dessa forma, o caráter essencialmente informativo com os mecanismos próprios para persuadir.” (HIGA, 2013, p. 602).

Para que a persuasão produzisse efeitos eficazes, o que implicava em consumidores ativos e, por consequência, retorno financeiro para os fornecedores, a publicidade se aperfeiçoou e até mesmo se reinventou em alguns segmentos. Tal mudança decorreu de grandes investimentos, tanto financeiro quanto em capacitação técnica, o que resultou no aprimoramento do *marketing*, mediante a utilização de inúmeros artifícios para conquistar o público alvo: o consumidor.

Além do novo formato, merece destacar que as inovações tecnológicas permitem que a comunicação seja cada vez mais dinâmica, vez que a publicidade adquiriu um campo ilimitado de abrangência, o que faz com que alcance o indivíduo onde quer que ele esteja. Diante de tal situação, pode-se afirmar que os canais de comunicação são os maiores aliados do mercado produtor, já que o mundo dos sonhos e do encantamento criado pela publicidade é que alimenta o desejo insaciável do consumidor pela aquisição constante por bens e serviços.

No tocante a publicidade e consumo Everardo Rocha considera:

Publicidade e consumo são parte de um mesmo processo. Em certo sentido, podemos dizer que a publicidade é a narrativa que dá sentido ao consumo. Ela inscreve os bens de consumo em nossas vidas. A publicidade batiza produtos e serviços, tornando-os conhecidos e próximos, atribuindo os significados essenciais que eles vão possuir em nossas vidas. Assim, a publicidade só fala de consumo como uma experiência prazerosa, no limite, hedonista. É uma ideologia pela qual possuir bens de consumo é ser feliz, pois através dessa narrativa publicitária, as coisas que compramos só fazem conspirar, alegremente, para fazer perene a nossa felicidade. Consumir qualquer coisa é uma espécie de passaporte para a eternidade, consumir

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

freneticamente é ter a certeza de ser um peregrino em viagem ao paraíso. Assim, o consumo, quando exibido numa narrativa publicitária, é puro paraíso, uma espécie de garantia da felicidade.(ROCHA, 2012, p, 11).

A relação entre consumo e a mídia é muito intensa, já que essa consegue seduzir os indivíduos de uma forma eficiente, visto que desperta desejos para aquisição de bens e serviços, mediante a criação de um mundo de magia, que incute a ideia de quetanto a felicidade, quanto a aprovação social, originam-se do consumo constante e desenfreado. O poder da mídia é tão forte que cria supostas necessidades para o consumidor, que se sente deslumbrado e atraído por produtos e serviços que muitas vezes não precisa ou sequer terão utilidade na sua vida, mas induzido e seduzido pelas promessas fantasiosas cede ao apelo publicitário.

Tal comportamento do consumidor implica num consumo desenfreado, vez que a insaciabilidade se torna uma constante, ocasionada por uma insatisfação generalizada incutida pela mídia, que instiga ao consumismo, com a promessa de que quanto mais se consumir mais feliz será o indivíduo. Nas palavras de Alexandre Volpi: “A felicidade, o bem-estar, o conforto e o sucesso couberam dentro de objetos e projetos de consumo. É feliz quem conquista mercadoria ou realiza sonhos. Ou – o inverso tem de ser verdadeiro – sente um vazio existencial aquele que não tem esperança de alcança-los.” (VOLPI, 2007, p. 91).

O consumismo, consequência do consumo voraz,além de característica marcante da atual sociedade pós-moderna, torna-se também uma preocupação, já que majora o impacto ambiental causado há séculos pelo homem, pois quanto mais se consume mais se exige da natureza, isto porque os insumos para a produção são dela extraídos e os resíduos decorrentes do uso e do posterior descarte nela depositados. É o homem produzindo os riscos que comprometem não só a sua sobrevivência, como também a da biodiversidade.

2. O SURGIMENTO DA SOCIEDADE DE RISCO EM DECORRÊNCIA DO CONSUMO DESREGRADO

O consumo desregrado é aquele realizado de forma irresponsável, impulsionado pela emoção, a ânsia e o apetite por produtos e serviços que correspondam à indústria ilusória da “plena felicidade”, propagada pelos canais de comunicação, que utilizam de diversos artificios, como a imagem de celebridades do cinema, da música e da televisão, com vistas a produzir encantamento e efetivar a sedução por consumir sempre.

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Relativamente ao consumismo, Zygmunt Bauman afirma:

Pode-se dizer que o “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de autoidentificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. O “consumismo” chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho. Como insiste Mary Douglas, “a menos que saibamos porque as pessoas precisam de bens de luxo [ou seja, bens que excedem as necessidades de sobrevivência] e como os utilizam, não estaremos nem perto de considerar com seriedade os problemas da desigualdade. (BAUMAN, 2008, p. 41).

No Brasil a mudança de comportamento do consumidor, no sentido da prática de um consumo desenfreado, se efetivou a partir da década de 1990, quando o país sofreu uma ruptura no modelo econômico ao implementar uma moeda estável, Real, bem como controlar a inflação. Como consequência do novo cenário econômico, caracterizado pela estabilidade monetária, o mercado financeiro se encontrava confiante para realizar operações de crédito de forma massificada. A disponibilidade de crédito, proporcionada pelo cenário econômico favorável, atrelada às publicidades agressivas, foram os grandes impulsionadores e incentivadores do consumo descomedido, implementando-se no país o consumismo.

A respeito da compra pela modalidade de crediário Alexandre Volpi discorre sobre seu início no país:

Introduzida no Brasil pela rede popular Casas Bahia, a forma de pagamento que predominou na segunda metade do século 20 foi o crediário, que faz surgir dentro da cadeia varejista uma espécie de banco que financia a venda de produtos. Esse sistema de pagamento ficou conhecido como crediário popular, porque, por “suavizar” o pagamento em inúmeras prestações de valores módicos, passou a financiar o consumo das classes C, D e E no Brasil. O crediário também se tornou um ótimo instrumento de estímulo à compra por impulso, pois o consumidor, além de perder a noção do todo, tinha de pagar as partes (prestações) dentro da própria loja, ambiente preparado para seduzi-lo. O carnê evoluiu para o *privatelabel*, cartão de uso restrito nas lojas, e para o cartão de crédito *co-branded*, de múltiplas bandeiras, resultado de parcerias entre as lojas e as administradoras. (VOLPI, 20017, p. 81).

O crediário viabilizou a possibilidade de adquirir os bens de consumo de forma imediata e com pagamento posterior, o que foi uma das maiores criações do sistema capitalista. Com tal modalidade de compra o consumidor poderia satisfazer o seu desejo e

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

alcançar sua felicidade instantaneamente, tão propagada pela mídia. É o que considera Zygmunt Bauman: “Com um cartão de crédito, é possível inverter a ordem dos fatores: desfrute agora e pague depois. Com o cartão de crédito você está livre para administrar sua satisfação, para obter as coisas quando desejar, não quando ganhar o suficiente para obtê-las.” (BAUMAN, 2010, p. 29).

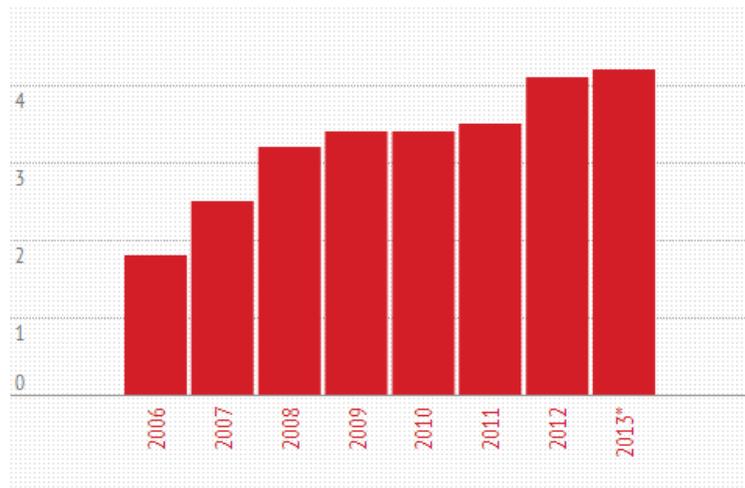
Na atualidade o uso dos cartões de crédito se tornou uma ferramenta fundamental e essencial para o aquecimento do mercado econômico e até mesmo para a sobrevivência de alguns comerciantes. Também conhecido como “dinheiro de plástico”, o emprego do cartão de crédito se generalizou para todos os segmentos, desde as grandes lojas de departamento até às microempresas. No que tange especificamente ao comércio eletrônico trata-se de um recurso primordial para o êxito das vendas, já que viabiliza as transações comerciais.

Além da facilidade, praticidade e comodidade, o cartão de crédito é visto pelos consumidores como um meio mais seguro no dia-a-dia, já que os índices de violência demonstram o crescimento dos furtos e roubos. O sucesso da criação de tal instrumento comercial comprova-se pelos dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), que informa a respeito do crescimento computado entre os anos de 2007 a 2013: “Desde 2007, quando a Abecs iniciou o monitoramento do mercado, o crescimento acumulado é de 127%. Segundo Mário Ferreira Neto, diretor da associação, a expansão se deve a três fatores, dentre eles, uma mudança cultural nos meios de pagamento.” (ABECS, 2014).

O gráfico abaixo, elaborado com os dados fornecidos pela Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), demonstra o crescimento em números, até o mês de junho de 2013, das máquinas que realizam as operações no mercado:

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Número de máquinas de cartão no Brasil, em milhões de unidades



* Até junho

Fonte: ABECS

Percebe-se, com os números demonstrados pela Abecs, que o consumidor brasileiro adotou o cartão de crédito como uma das formas preferidas para a aquisição de produtos das mais variadas espécies, como utensílios domésticos, material escolar, alimentos, automóveis, bem como para a contratação de serviços: cursos de línguas, estética, viagens a lazer e a trabalho, dentre tantos outros.

A facilitação do crédito induziu o indivíduo que antes se limitava à aquisição de produtos básicos, de primeira necessidade, a explorar o mercado, conforme reflete Júlio José Chiavenato: “(...)hoje é mais fácil o acesso aos bens de consumo. Automóveis, geladeiras e eletrodomésticos em geral deixaram de ser privilégios dos ricos e estão à disposição de “quase todos”.” (CHIAVENATO, 2004, p. 41).

Com o consumo imoderado e desordenado uma estratégia empresarial começou a se tornar aparente: a obsolescência programada. Tal prática significa que a própria indústria planeja uma menor durabilidade da vida útil do bem de consumo, o que fomenta a demanda contínua do mercado de oferta e procura. Isto porque com tal planejamento do setor produtivo o consumidor movimentava regularmente o comércio, seja porque o produto não tem mais funcionalidade, seja pelo fato de encontrar-se ultrapassado em função de outro com tecnologias mais avançadas ter sido lançado.

Diante de tantos métodos e artifícios utilizados para fomentar o consumo, a produção se torna cada vez maior para atender o mercado sedento por novos produtos, o que repercute diretamente no meio ambiente, como ocorre com o desmatamento, a poluição da água, do solo

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

e do ar, a extração desenfreada de recursos naturais, dentre outras práticas lesivas, o que compromete todo o bioma. A realidade do mercado consumerista tem sido vista de forma prejudicial, segundo retrata Fátima Portilho: “(...) esta abundância passou a receber uma conotação negativa sendo objeto de críticas que consideram o consumismo um dos principais problemas das sociedades industriais modernas”. (PORTILHO, 2015, p. 67).

Infere-se que o consumismo é nocivo, já que o próprio indivíduo cria os perigos que colocam toda a sociedade em risco. É o que Ulrich Beck denomina como “Sociedade de Risco”, tema que norteou e baseou os estudos e pesquisas durante toda a sua vida. A respeito elucidada:

Na modernidade tardia, a produção social de riqueza é acompanhada sistematicamente pela produção social de riscos. Consequentemente, aos problemas e conflitos distributivos da sociedade da escassez sobrepõem-se os problemas e conflitos surgidos a partir da produção, definição e distribuição de riscos científico-tecnologicamente produzidos.

Essa passagem da lógica da distribuição de riqueza na sociedade da escassez para a lógica da distribuição de riscos na modernidade tardia está ligada historicamente a (pelo menos) duas condições. Ela consoma-se, em primeiro lugar – como se pode reconhecer atualmente – quando e na medida em que, através do nível alcançado pelas forças produtivas humanas e tecnológicas, assim como pelas garantias e regras jurídicas e do Estado Social, é objetivamente reduzida e socialmente isolada a autêntica carência matéria. Em segundo lugar, essa mudança categorial deve-se simultaneamente ao fato de que, a reboque das forças produtivas exponencialmente crescentes no processo de modernização, são desencadeados riscos e potenciais de autoameaça numa medida até então desconhecida. (BECK, 2011, p. 23).

Para o sociólogo alemão a sociedade industrial, conhecida também como de produção, responsável pelo desenvolvimento científico-tecnológico, culminou na atual sociedade de risco, vez que as intervenções do homem na natureza com o objetivo de realizar uma produção ininterrupta e crescente, para atender um mercado cada vez mais consumista, trouxeram danos imensuráveis para toda a humanidade. Sob essa ótica, a interferência descomedida e imponderada no meio ambiente em decorrência do processo de modernização gerou efeitos negativos para a sociedade, com consequências políticas, sociais e culturais, como pobreza em massa, crescimento do nacionalismo, crises econômicas, desastres ambientais, dentre outros.

Destaca-se o fato de que os riscos causados pela ganância e ambição do homem na sociedade moderna, permanentemente em busca de mais desenvolvimento, nem sempre são passíveis de previsão e nem tampouco de controle e de tratamento, o que implica em incertezas e cria-se um cenário de medo e insegurança para todos. Na visão de Edna Raquel

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Hogemann e Marcelo Pereira dos Santos: “O crescente consumismo extravagante cegou a sociedade, que, ao tentar olhar para o horizonte, viu-se impotente e submissa aos riscos gerados por seu comportamento.” (HOGEMANN e SANTOS, 2015, p. 131).

Em face de tais considerações resta demonstrado que é o próprio ser humano o responsável por comprometer a sua sobrevivência, já que é sua criação a sociedade de risco e somente ele pode mudar o cenário em que se colocou. É o que configura a “modernidade reflexiva” para o Ulrich Beck:

Não se trata mais, portanto, ou não se trata mais exclusivamente de uma utilização econômica da natureza para libertar as pessoas de sujeições tradicionais, mas também e, sobretudo, de problemas decorrentes do próprio desenvolvimento técnico-econômico. O processo de modernização torna-se “reflexivo”, convertendo-se a si mesmo em tema e problema. Às questões do desenvolvimento e do emprego de tecnologias (no âmbito da natureza, da sociedade e da personalidade) sobrepõem-se questões de “manejo” político e científico – administração, descoberta, integração, prevenção, acobertamento – dos riscos de tecnologias efetiva ou potencialmente empregáveis, tem em vista horizontes de relevância a serem especificamente definidos. A promessa de segurança avança com os riscos e precisa ser, diante de um esfera pública alerta e crítica, continuamente reforçada por meio de intervenções cosméticas ou efetivas no desenvolvimento técnico-econômico. (BECK, 2011, p. 24).

Percebe-se a importância do reconhecimento das consequências trazidas pela intervenção desequilibrada e inconsequente do homem em todo o ambiente que lhe permeia. E deve-se atentar pelo fato de que a sociedade de risco, que se instalou na pós-modernidade, possui características muito semelhantes com as da globalização, vez que ambas são democráticas, afetam nações e classes sociais diversas, e não possuem fronteira.

Merecem relevância os impactos ambientais decorrentes da brusca interferência humana na natureza, posto que têm implicado em efeitos nefastos para toda a biodiversidade, o que demanda uma ação de toda sociedade para mitigar e até mesmo coibir tantos danos, uma vez que foi o próprio homem que criou tal cenário nocivo, o que foi chamado de “modernidade reflexiva”, por Ulrich Beck.

2.1. Os impactos ambientais

A respeito, especificamente, dos danos causados diretamente ao meio ambiente pela ingerência do homem, não é difícil constatar a dimensão internacional alcançada por inúmeros desastres ambientais, como a catástrofe nuclear em Chernobyl em 1986, Ucrânia, o

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

vazamento de petróleo no Golfo do México em 2010, Estados Unidos, o desastre de Fukushima em 2011, Japão e o rompimento da barragem de minério em Mariana em 2015, Brasil. Tal abrangência é uma das características da sociedade de risco, pois os danos e perigos por ela produzidos não têm fronteira, uma vez que são globalizados, podendo ser considerado difuso, porquanto são transindividuais e atingem um número indeterminado de pessoas, ligadas por uma situação fática, além de comprometer todo o bioma.

Nesse sentido, particularmente ao Brasil, merece ênfase a tragédia ambiental ocasionada pelo rompimento de uma barragem de rejeitos de extração minerária no Distrito de Bento Rodrigues, município mineiro de Mariana, em 05 de novembro de 2015, que atingiu milhares de pessoas e o ecossistema, se tornando o maior desastre no meio ambiente nacional.

O rompimento da barragem implicou no lançamento de muita lama em todo o biossistema, comprometendo um dos rios mais importantes do país, Rio Doce, bem como parte do litoral do Espírito Santo. Os danos são imensuráveis e incalculáveis, com a destruição do patrimônio material, representado pelas casas e todos os demais pertences da população local; plantações; perda da fauna e flora e vidas humanas; patrimônio cultural e histórico, referente à igreja fundada no Século XVIII; devastação do Parque Estadual do Rio Doce, dentre tantos outros que ainda não foram identificados.

A catástrofe de Mariana ganhou repercussão nas redes sociais, na imprensa nacional e internacional, em face do seu gigantismo e de suas consequências, que até o momento não foram definitivamente mensuradas. Sobre o assunto a jornalista Míriam Leitão, no dia 12 de novembro de 2015, se manifestou:

Nem todo mundo tem a noção da gravidade. O mar de lama que saiu das barragens da Samarco pode afetar de maneira permanente o meio ambiente em toda a bacia do Rio Doce. É uma tragédia. A existência do rio, que já precisava de recuperação, está sob ameaça. Os rejeitos podem se petrificar no seu leito. É um desastre continuado. Os efeitos vão persistir pelos próximos meses e anos. Tudo o que puder ser feito tem que ser tentado agora, rapidamente. Tem que haver uma noção de urgência. Nesta quinta-feira completa uma semana do desastre e só hoje a presidente Dilma foi ao local. A reação é muito lenta, das empresas inclusive. Uma outra barragem, três vezes maior, está sob ameaça.

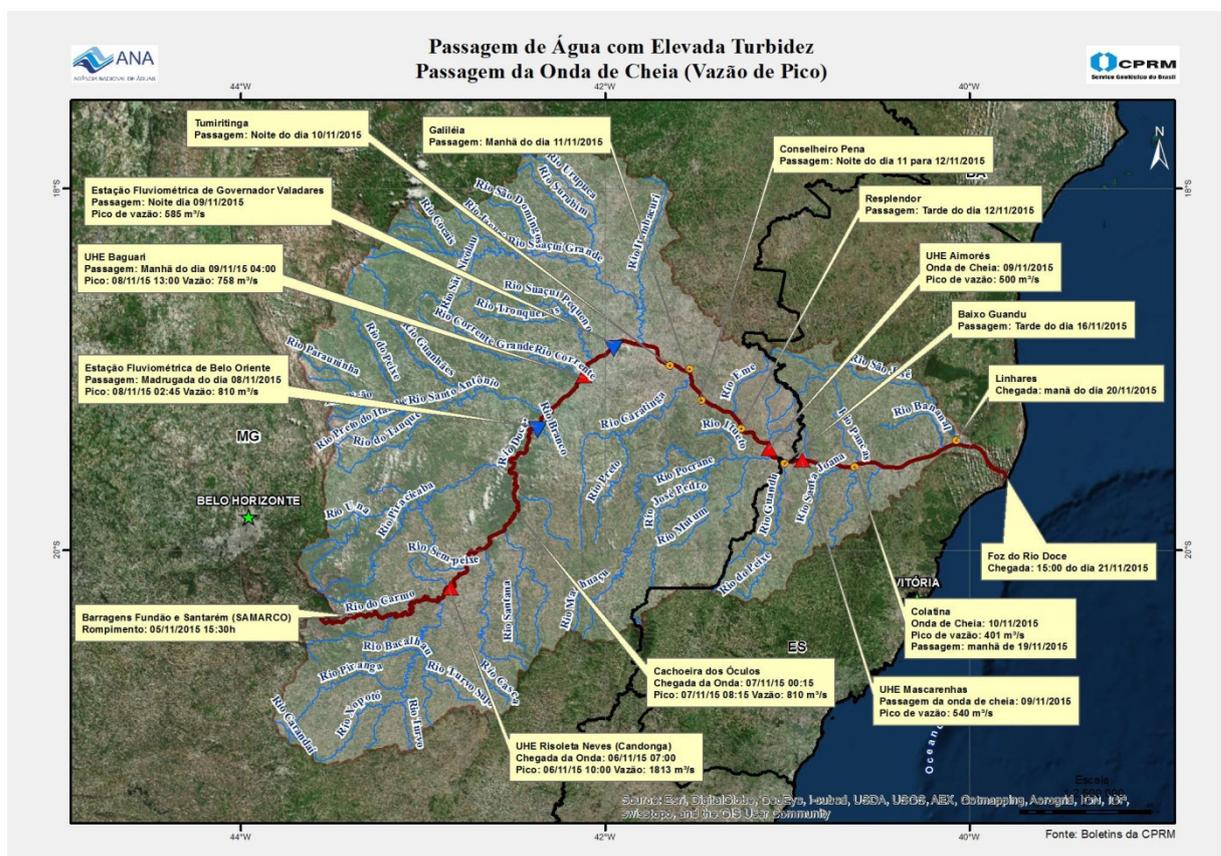
Esse comentário é mais um apelo para que as autoridades e as empresas responsáveis por esse crime ambiental façam tudo para socorrer o Rio Doce. Ele está morrendo. Passei minha infância no vale. A presidente Dilma foi a Governador Valadares, onde hoje o rio é lama pura. Ela vai se sedimentar. Isso vai matando a vida no rio e em seu entorno.

Até hoje não há notícia de análise da água que diga se aqueles materiais não são tóxicos. Há suspeitas de que haja outros materiais além daqueles usados na mineração. Há muito trabalho a fazer e pouco sentimento de urgência no governo e na empresa. (LEITÃO, 2015).

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Pela leitura da declaração da jornalista mineira identificam-se, além do conteúdo passional, as características já mencionadas da sociedade de risco, quais sejam os perigos, a falta de controle, a imprecisão e a ameaça, especialmente em dois trechos: “O mar de lama que saiu das barragens da Samarco pode afetar de maneira permanente o meio ambiente em toda a bacia do Rio Doce” e “Os rejeitos podem se petrificar no seu leito. É um desastre continuado. Os efeitos vão persistir pelos próximos meses e anos.”

Sobre a abrangência do desastre, extrai-se do mapa abaixo sua dimensão, coletada mediante os dados da Agência Nacional de Águas – ANA, que fez o levantamento da passagem da lama, oriunda do rompimento das barragens do Distrito de Bento Rodrigues, e apontou as localidades atingidas no percurso superior a 600 quilômetros:



A tragédia em questão fora praticada pela Empresa Samarco, que atua no ramo do extrativismo mineral há mais de três décadas no Brasil. Em Mariana a empresa explora a extração do minério de ferro e foi o rejeito proveniente do seu processamento, representado por lama, que vazou no meio ambiente em função do rompimento de uma das barragens de armazenamento. A respeito dos impactos ambientais ocasionados pela exploração mineral discorre Paulo Affonso Leme Machado:

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

Há impactos ambientais significativos causados pelas atividades de mineração, entre as quais se acentuam: desmatamento nas áreas de operações, abrangendo núcleo de mineração constituído pela mina, bancadas de estéril, deposição de rejeitos, estradas e serviços, usinas e áreas de apoio social e infraestrutura; alteração do padrão topográfico consequente da deposição de estéril; alteração do padrão topográfico na abertura da cava de exaustão.

Em geral, são obras de solo, em que as atividades estão relacionadas com as ações de escavação, desmonte, rebaixamento de lençol, transporte e bota fora de materiais, construção de drenagens, estradas e praças de trabalho. (MACHADO, 2015, p. 810).

Perante os danos resultantes da tragédia do Distrito de Mariana, apontados por organizações de defesa do meio ambiente, redes sociais, imprensa nacional e internacional, órgãos do governo, como a Agência Nacional de Águas e o IBAMA, que apresentou laudo técnico preliminar decorrente do rompimento da barragem, e pelas considerações realizadas sobre as consequências provindas da intervenção inconsequente e imprudente do homem na natureza, constata-se a existência de uma íntima relação de causa e efeito entre o consumismo, impactos ambientais e sociedade de risco.

Tal relação se explica pelo fato de que o consumo desenfreado demanda mais produtividade de bens, duráveis ou não, bem como prestação de serviços de toda a espécie, e os insumos para que esses sejam viabilizados no mercado são extraídos da natureza, o que importa em interferências desproporcionais e insensatas, com o acarretamento de danos, riscos e perigos não só para o homem, mas para a todo o bioma.

Como se vê, a conexão dos três fatores: consumismo, sociedade de risco e impactos ambientais é extremamente lesiva e nociva, posto que viola, frontalmente, o direito fundamental ao meio ecologicamente equilibrado, o que promove o comprometimento de toda a vida planetária.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a pesquisa realizada, o trabalho demonstrou que os novos hábitos de consumo do homem, no sentido de atender o seu insaciável desejo de buscar a felicidade, propagada pela mídia, bem como pela necessidade de aprovação social, transformaram a sociedade, que passou a ser configurada como sociedade de consumo, já que se consolidou o consumismo.

Analisou-se que o consumismo desenfreado, praticado na sociedade pós-moderna, é provocado e incitado pelas sedutoras e agressivas técnicas de *marketing*, que utilizam todos os

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

artifícios para convencer o indivíduo de que quanto mais se consome mais felicidade e bem-estar se alcança.

Contudo, constatou-se que quanto mais consumo, maior intervenção se faz no meio ambiente com vistas a extrair os insumos, necessários para a produção dos bens que se destinam ao atendimento do mercado, cada vez mais sedento por novas tecnologias e produtos de “última geração”.

Demonstrou-se que a busca incessante pela matéria-prima, para abastecer a sociedade de consumo, tem provocado riscos e perigos, muitas vezes incontroláveis, e que em muitos casos ocasiona desastres ambientais de proporção imensurável, que se perpetuam no tempo, com danos generalizados a um número ilimitado e impreciso de indivíduos, além de um impacto irreversível na natureza.

A gravidade de tais impactos fora exemplificada com o apontamento do recente caso do rompimento da barragem de rejeitos de minério de ferro, ocorrida em 05 de novembro de 2015, no Distrito de Bento Rodrigues, município mineiro de Mariana, considerado pela imprensa nacional e internacional e por especialistas ambientais como o maior desastre ambiental do Brasil. Os danos provocados pela Mineradora Samarco confirmam algumas das características da sociedade de risco, quais sejam o perigo, a nocividade, a democratização e sua globalização, que significa o atingimento coletivo, já que tem um viés difuso. Tais traços podem ser claramente identificados pelas efetivas consequências da referida tragédia ambiental como: perda de vidas humanas, fauna, flora, propriedades urbanas e rurais, plantações, comprometimento de fornecimento de energia elétrica e de água, uma vez que o Rio Doce, um dos mais importantes rios brasileiros que atendem a população mineira e capixaba, foi brutalmente atingido.

Diante da análise do formato da sociedade pós-moderna, caracterizada pelo consumismo, sociedade de risco e por desastrosos impactos ambientais, conclui-se que é preciso construir, de forma efetiva, um novo modelo comportamental, envolvendo atores que compõe a sociedade, com vistas a alterar a conduta irresponsável do homem, mediante a execução de políticas públicas para consolidar um consumo consciente, bem como a responsabilização concreta daqueles que causam os danos ao meio ambiente, o que demanda uma ação mais eficiente do Estado.

Dúvidas não restam que a responsabilidade é de todos e que seja efetivado o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e a sadia qualidade de vida, conforme prevê a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

**SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS
AMBIENTAIS**

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS – ANA: **Monitoramento do Rio Doce**. Disponível em: <http://www2.ana.gov.br/Paginas/Riodoce/default.aspx>. Acesso em: 09 mar. 2016.

ALBERGARIA, Bruno. **Direito ambiental e a responsabilidade civil das empresas**. 2 ed. Ver. e ampl. Belo Horizonte: Fórum, 2009.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BARRETO, Vicente de Paulo. **O fetiche dos direitos humanos e outros temas**. 2º ed. rev. e ampl. – Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiros – Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. **Capitalismo Parasitário e outros temas contemporâneos**. Tradução Eliana Aguiar – Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

_____. **Vida a Crédito**. Tradução Alexandre Werneck – Rio de Janeiro: Zahar, 2010b.

BECK, Ulrich. **La Sociedad Del Riesgo Global**. Traducción de Jesús Alborés Rey. Madrid: Siglo XXI de España Editores S.A, 2002.

_____. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade**. Tradução de Sebastião Nascimento. São Paulo: Editora 34, 2011.

BESSA, Sônia. **Do consumo ao consumismo: Análise dos hábitos e condutas de consumo e endividamento**. Curitiba: CRV, 2011.

BRAGA NETTO, Felipe Peixoto; FARIAS, Cristiano Chaves e ROSENVALD, Nelson. Curso de Direito Civil. **Responsabilidade Civil**. Salvador: Jus Podivm, 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Congresso Nacional. Brasília, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao compilado.htm Acesso em: 24 abr. 2015.

CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada e sociedade de consumo**. São Paulo: Moderna, 2014.

CORTEZ, Ana Tereza Caceres e ORTIGOZA, Sílvia Aparecida Guarneri. **Consumo Sustentável: Conflitos entre necessidade e desperdício**. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

COSTA, Beatriz Souza. **Meio Ambiente como direito à vida: Brasil, Portugal e Espanha**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2013.

SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

FERREIRA, Lennon Giovanni Gonçalves. O Ministério Público e o Licenciamento Ambiental. In: RIBEIRO, José Cláudio Junqueira (Coord). **Licenciamento Ambiental: Herói, Vilão ou Vítima?** Belo Horizonte: Arraes Editores, 2015, p. 149-164.

FERREIRA FILHO, Manuel Gonçalves. **Comentários à Constituição Brasileira de 1988**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1999, v. 2.

HIGA, Flávio da Costa. Publicidade Infantil e a Necessidade de Regulamentação Específica. In: LOPEZ, Teresa Ancona; LEMOS, Patrícia FagaIglecias; RODRIGUES JÚNIOR, Otávio Luiz (Coords). **Sociedade de Risco e Direito Privado: Desafios normativos, consumeristas e ambientais**. São Paulo: Atlas, 2013, p. 601-622.

HOGEMANN, Edna Raquel e SANTOS, Marcelo Pereira dos. Sociedade Risco, bioética e princípio da precaução. **Revista Veredas do Direito**. v. 12. n. 24. Belo Horizonte. Julho/Dezembro 2015. p. 125-145.

INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS – IBAMA: **Laudo técnico preliminar – impactos ambientais decorrentes do desastre envolvendo o rompimento da barragem de Fundão, em Mariana, Minas Gerais**. Disponível em: <https://am37.files.wordpress.com/2016/01/laudo-preliminar-do-ibama-sobre-mariana.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2016.

LEITÃO, Miriam. Tragédia em Mariana pode afetar o Rio Doce de maneira permanente. **Jornal o Globo**. Disponível em: <http://blogs.oglobo.globo.com/miriam-leitao/post/tragedia-em-mariana-pode-afetar-o-rio-doce-de-maneira-permanente.html>. Acesso em: 15 nov. 15.

LEITE, José Rubens Morato e AYALA, Patrick de Araújo. **Dano ambiental: do individual ao coletivo extrapatrimonial**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. **Consumo: uma perspectiva antropológica**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro**. 23. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Malheiros Editores, 2015.

_____. **Estudos de Direito Ambiental**. São Paulo: Malheiros Editores, 1994.

MANCUSO, Rodolfo de Camargo. **Ação Civil Pública: Em defesa do meio ambiente, do patrimônio cultural e consumidores – Lei 7.347/1985 e legislação complementar**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

MARX, Karl. **O Capital**. Crítica da Economia Política. Livro 2: O Processo de Circulação do Capital. Tradução: Reginaldo Sant’Anna – 8ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

PADILHA, Norma Sueli. **Fundamentos Constitucionais do Direito Ambiental Brasileiro**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

POPP, Carlyle. **Consumo e consumismo: uma análise crítica**. Curitiba: Juruá, 2013.

**SOCIEDADE DE RISCO: O CONSUMISMO DESENFREADO E OS IMPACTOS
AMBIENTAIS**

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2010.

ROCHA, Everardo. **A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2012.

ROSENVALD, Nelson. **As funções da Responsabilidade Civil: a reparação e a pena civil**. São Paulo: Atlas, 2013.

SÁNCHEZ, Luis Enrique. **Avaliação de Impacto Ambiental: conceitos e métodos**. São Paulo: Oficina de Textos, 2008.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Direito Constitucional ambiental: Constituição, direitos fundamentais e proteção do ambiente**. 2. ed. rev. e atual. – São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

VOLPI, Alexandre. **A história do consumo no Brasil: do mercantilismo à era do foco no cliente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.