

CONSUMO OU CONSUMISMO: UMA NECESSIDADE HUMANA?

CONSUMPTION OR CONSUMERISM: A HUMAN NEED?

Roldão Alves de Moura*

RESUMO: O capitalismo depende do consumo, e a sociedade capitalista é refém do consumismo. O consumo exagerado se transforma em consumismo, ou seja, as pessoas passam a adquirir produtos e serviços muito além daquilo que seria considerado essencial para a sua sobrevivência. A produção em grande escala, aliada à prática da obsolescência programada, tem agravado a situação do planeta graças à grande quantidade de lixo eletroeletrônico e à exploração indiscriminada dos recursos naturais. O ser humano tem o direito ao atendimento de suas necessidades humanas como condição para uma vida digna, mas não pode se tornar refém das “ofertas” e das “novidades”.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo e consumismo; necessidades humanas; degradação ambiental: obsolescência programada.

ABSTRACT: Capitalism depends on consumption and capitalist society is hostage to consumerism. Exaggerated consumption becomes consumerism, that is, people start to buy products and services far beyond what would be considered essential for their survival. Large-scale production, combined with the practice of programmed obsolescence, has aggravated the planet's situation thanks to the large amount of electronics and electronic waste and the indiscriminate exploitation of natural resources. The human being has the right to meet his human needs as a condition for a dignified life, but he cannot become a hostage of "supplies" and "novelties".

KEYWORDS: Consumption and consumerism; human needs; environmental degradation: programmed obsolescence.

SUBMETIDO EM 25/05/2018

APROVADO EM 30/07/2018

INTRODUÇÃO

Consumo e consumismo: duas palavras tão usadas hodiernamente e que traduzem uma prática do dia a dia das pessoas, quando buscam satisfazer seus anseios. Estes anseios correspondem às necessidades básicas indispensáveis para sua sobrevivência?

O artigo analisa os diversos níveis de necessidades das pessoas, separando-os numa gradação que vai da necessidade indispensável para sobreviver

* Universidade Nove de Julho, roldaomoura@uol.com.br

até aquelas que satisfazem as pessoas para atender simplesmente o ego, priorizando o “Ter” e não o “Ser”.

O consumo, indispensável para movimentar a economia capitalista, é reconhecido, mas desde que de forma consciente, responsável e sustentável. O consumismo, embora possa constituir num aparente estímulo à felicidade, é capaz de provocar patologias crônicas, uma vez que a felicidade é momentânea. Suas consequências são elencadas neste artigo, traduzidas em endividamentos, infelicidades e degradações ambientais.

O consumismo é uma prática exercida por pessoas, independentemente de situação econômica, raça, credo, gênero ou condição social. Entretanto, entre elas, é recorrente a rotulagem, principalmente econômica, sob forte influência da publicidade, de pessoas que estão “fora da moda” por não possuírem, por exemplo, um celular de última geração, vestuários de marca e até mesmo um carro do ano. Praticam-se o consumismo simplesmente para se comparar aos “Outros”, muitas vezes sem as condições financeiras exigidas para esse desiderato, sacrificando não só o seu dia a dia, mas toda uma existência, frustrando o sentido da própria vida.

1 NECESSIDADES HUMANAS

Desde os primórdios da humanidade, o ser humano teve que se adaptar ao meio ambiente no qual vivia para satisfazer suas necessidades básicas. Ao longo dos tempos foi, paulatinamente, desenvolvendo seus conhecimentos para ajustar as necessidades de sobrevivência. A história está repleta de acontecimentos que demonstram a evolução do ser humano na busca da satisfação de suas necessidades.

Chiavenato, ao analisar as mudanças ocorridas a partir do século XIX, destaca:

Na história da humanidade, a virtude quase sempre esteve associada ao comedimento e à renúncia. Desde a Idade Média, para os cristãos o homem virtuoso, honesto e digno era modesto, abominava o luxo e o conforto. Esse costume foi consolidado pelas religiões: os pobres acreditaram durante séculos que, padecendo na Terra, ganhariam o Paraíso. A partir do século XIX, quando a industrialização possibilitou mais conforto à sociedade, surgiu um choque, muitas vezes inconsciente, causado pelo consumo de produtos que ofereciam “prazer”. O “prazer” estava associado ao “pecado”. Simplificadamente, pode-se dizer que o conforto doméstico ou pessoal contribuiu para diminuir os condicionamentos ou preconceitos que consideravam a felicidade quase um pecado. Mudou a moral, e certos padrões de comportamento foram abandonados, superados ou substituídos por outros mais “modernos” que facilitavam o consumo. Depois de alguns milênios, ficou mais importante, para o grosso da humanidade, “ter” em lugar de “ser” (CHIAVENATO, 2004, p.13).

A evolução humana, no decorrer dos séculos, tornou possível a saída das cavernas para uma vida de forma mais organizada. Os povos se dispunham, por exemplo, em aldeias rurais, formadas por habitações rústicas feitas de barro e galhos de árvores. Começam a praticar o cultivo de alimentos, criam gado e dele extraem o couro, a carne e o leite. O estabelecimento ao lado de rios e de mares era

forma de garantia do sustento por meio da pesca e da agricultura. Nesse contexto ressalta Keynes (apud GALBRAITH 1963, p.18):

Desde os tempos mais remotos de que temos notícias – digamos dois milênios antes de Cristo – até o princípio do século XVIII, nenhuma alteração importante se produziu na Terra. Altos e baixos, certamente os houve. Investidas de pragas, fontes e guerras. Intervalos dourados. Mas nenhuma alteração evidente, nenhum progresso.

Mais recentemente, a revolução industrial provocou grandes transformações na sociedade, proporcionando um leque de opções para consumo em massa, mudando os costumes das pessoas no tocante à aquisição de bens. O êxodo rural teve como consequência imediata o inchamento das cidades, com claras evidências da falta de infraestrutura básica para atender ao grande número de população urbana que se formava, mudando, com isso, as necessidades das pessoas, que antes eram restritas às condições próprias da área rural.

Diante de tudo isso, o que se classifica como necessidades humanas? São necessidades básicas ou mínimas? Essas necessidades são físicas, biológicas ou sociais? E as mínimas ou básicas, são fundamentais?

De acordo com Potyara Pereira (2000, p. 16-27), fazendo crítica às elites no poder diante da ausência de critérios de valores e princípios éticos, o mínimo de subsistência das forças laborais “podia ser uma parca ração alimentar para matar a fome dos necessitados, uma veste rústica para protegê-los do frio, um abrigo tosco contra as intempéries, uma renda mínima subsidiada ou um salário mínimo estipulado pelas elites do poder”. A autora de Necessidades Humanas esclarece que mínimo e básico são conceitos distintos, “pois enquanto o primeiro tem a conotação de menor, de menos [...], o básico expressa algo fundamental, principal, primordial”. Preconiza, ainda, que o básico requer investimentos sociais de qualidade para preparar o terreno a partir do qual maiores atendimentos podem ser prestados e otimizados, ou seja: “[...] enquanto o mínimo nega o ‘ótimo’ de atendimento, o básico é a mola mestra que impulsiona a satisfação básica de necessidades em direção ao ótimo”. Já direitos fundamentais, perante os quais todo cidadão é titular, esclarece Potyara, dizem respeito àqueles cuja concretização se dá por meio de políticas sociais correspondentes, pois “aqueles que não usufruem bens e serviços sociais básicos ou essenciais, sob a forma de direitos, não são capazes de se desenvolverem como cidadãos ativos”.

A Constituição brasileira em vários dispositivos assegura ao cidadão o que poderíamos classificar como necessidades humanas como, por exemplo, no artigo 5º, quando afirma que todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se dentre outros, o direito à vida; no artigo 6º, quando trata dos direitos sociais, e nos artigos 7º ao 11, onde estão os direitos e garantias dos trabalhadores.

O princípio da dignidade da pessoa humana está ligado a três premissas essenciais, elencadas por Marco Antonio Marques da Silva (2009, p. 224):

A primeira refere-se ao homem, individualmente considerado, sua personalidade e os direitos a ela inerentes, chamados de direitos da personalidade; a segunda, relacionada à inserção do homem na sociedade, atribuindo-lhe a condição de cidadão e seus desdobramentos; a terceira, ligada à questão econômica, reconhecendo a necessidade de promoção dos meios para a subsistência do indivíduo.

A vinculação ao sistema de direitos fundamentais se justifica na medida em que não é possível conceber dignidade sem o mínimo imprescindível ao pleno desenvolvimento da personalidade humana.

Todos os seres humanos em todos os tempos, em todos os países, independentemente de cultura, religião ou etnia, têm necessidades básicas comuns. Todavia, não significa que haja uniformidade em sua satisfação, havendo diversidade de métodos na sua efetivação.

Do ponto de vista biológico, há necessidades a serem atendidas, sob pena de ocorrer negação aos aspectos da vida e, no limite, fatalmente, ocorrerá a morte, alerta Ludwig (2006, p. 185), ou seja, necessidades como comer, respirar, vestir. Para este filósofo, a vida humana em comunidade é o modo de realidade do sujeito, é o elemento primeiro, é o critério-fonte, condição de possibilidade de todo o mais, referência de todos os campos, como ético, político, econômico, social, jurídico, dentre outros: “a vida não é um direito, mas fonte de todos os direitos”.

O direito ao mínimo existencial é condição para uma vida digna. A efetivação das necessidades básicas impede a ocorrência de dano grave ou sofrimento ao ser humano. Paulo Gilberto Cogo Leivas (2010, p.301) afirma que a mais completa definição sobre mínimo existencial é a formulada por Corinna Treisch:

O mínimo existencial é a parte do consumo corrente de cada ser humano, seja criança ou adulto, que é necessário para a conservação de uma vida humana digna, o que compreende a necessidade de vida física, como a alimentação, vestuário, moradia, assistência de saúde etc. (mínimo existencial físico) e a necessidade espiritual-cultural, como educação, sociabilidade etc. Compreende a definição do mínimo existencial tanto a necessidade física como também cultural-espiritual, então se fala de um mínimo existencial cultural.

A atuação do Estado deve estar voltada para atender às necessidades da pessoa humana. As políticas públicas de educação, moradia, saúde, segurança e transporte, independentemente de qualquer partido ou ideologia, devem ser aplicadas visando sempre a atender às necessidades básicas das pessoas. Sem essas condições, o ser humano se torna incapaz de ser livre e de desenvolver o seu próprio projeto de vida, privado que está de condições como, por exemplo, econômicas, sociais e culturais.

Como se vê, para viver, é preciso poder viver (HINKELAMMERT, 1988, p. 266), pois sem o atendimento das necessidades básicas o ser humano não vive. A satisfação dessas necessidades, além de tornar possível a vida, faz com que ela seja mais agradável. Para qualquer projeto de vida, a sua realização está condicionada à satisfação de necessidades como alimentos para viver, vestuário, habitação, entre outras. Uma vez satisfeitas as necessidades básicas, de acordo com a cultura, o país, a religião e o tempo espacial, surgem as preferências e desejos que poderão variar de pessoa para pessoa. Isso quer dizer que, à luz das necessidades humanas, algo mais do que simplesmente estar vivo faz parte de cada pessoa, buscando satisfazer outras necessidades para seu projeto de vida. Nesta linha de pensamento vale transcrever a lição de Hinkelammert (Ibid., p.267):

Por isso, o questionamento das relações capitalistas de produção aparece a partir da exigência da satisfação das necessidades. Se o problema fosse unicamente de preferências, não haveria necessidade de questionar nada. Mas, como o homem é um ser natural, que só pode realizar um projeto de vida a partir das necessidades, o questionamento de qualquer relação de produção

que exclui essa satisfação torna-se obrigatório. Para tanto, não é preciso saber como o homem consegue ser feliz. Basta saber que não se pode ser feliz sem realizar um projeto de vida e que isso é impossível se não se julga o conjunto de fins elegíveis a partir do ponto de vista da satisfação das necessidades. O que se sabe é que a orientação primária da escolha de fins pelas preferências torna muitos homens infelizes.

Segundo a teoria das necessidades de Abraham Maslow, em modelo batizado de Pirâmide de Maslow, as pessoas trabalham para garantir a sua sobrevivência e necessidade de segurança. Na base da pirâmide estão as necessidades fisiológicas (alimentação, sono, abrigo, água). Na sequência, necessidades de segurança (proteção contra a violência, proteção para a saúde e recursos financeiros), sociais (amizades, socialização), de estima (autoconfiança, reconhecimento, conquistas, respeito dos outros, confiança) e, no topo, a necessidade de autorrealização (moralidade, criatividade, autodesenvolvimento e prestígio).

Partindo da análise das necessidades básicas e das necessidades que tornam a vida mais agradável, podemos visualizar dois aspectos importantes na vida de cada pessoa: de um lado o que elas precisam, sob pena de não viverem; de outro, do que elas precisam para seu projeto de vida, tornando-a mais agradável.

O não atendimento das necessidades básicas pode levar o indivíduo à morte e, conseqüentemente, deixar de ter dignidade. Todavia, violando seus direitos fundamentais como integridade física e psíquica, liberdade, imagem, intimidade, mas permanecendo vivo o indivíduo, embora tenha dignidade como pessoa humana que é, não tem uma vida digna. Por outro lado, para atender suas necessidades, as pessoas dependem dos frutos de seu trabalho. Na concepção de Adam Smith (apud GALBRAITH, 1963, p. 21):

Um homem deve sempre poder viver do seu trabalho, de modo que o seu salário deve ser pelo menos suficiente para o manter em vida. Na maior parte das vezes deve até ser mais elevado, sem o que, tornando-se impossível a esse homem constituir família, a raça destes trabalhadores não ultrapassaria a primeira geração.

Ter emprego duplo é uma prática usual, que tem origem na busca do aumento da renda para fazer frente às necessidades das pessoas, priorizando os bens de consumo e relegando o lazer, o descanso e o convívio com a família, tornando o trabalho algo desagradável, difícil, fatigante e um fardo a ser carregado por décadas.

Pergunta-se se a necessidade vem antes da produção ou a produção vem antes da necessidade. Em se tratando de necessidades básicas, aquelas indispensáveis à sobrevivência do ser humano, pode-se afirmar que a necessidade vem antes da produção. Todavia, se nos referirmos aos produtos “supérfluos”, ou seja, bens de luxo, que excedem as necessidades de sobrevivência, aquelas que vão alimentar os nossos desejos, a produção virá antes. A explicação está na obstinação, no caráter compulsivo do consumismo. Não se trata de adquirir um bem para o lazer ou conforto que possa dignificar a vida do cidadão, mas em simplesmente adquiri-lo para atender ao seu ego de consumista, sem a preocupação da fruição do bem, o que caracterizaria o desperdício, aqueles bens que excedem as necessidades de sobrevivência. A economia consumista conta com o excesso e o descarte, ou seja, “os produtos surgem, e só então se buscam

aplicações para eles; muitos viajam para o depósito de lixo sem encontrar qualquer utilidade” (BAUMAN, 2011, p.165).

Em termos de produção, no tocante às necessidades da sociedade, verifica-se que hoje é diferente de algumas décadas atrás, quando a iniciativa da produção era da empresa, colocando os produtos à disposição do consumidor sem que ele tivesse a opção de escolha. Fabricava-se um veículo, por exemplo, ou um eletrodoméstico, sem consultar as preferências por cores, capacidades, designers. Hoje, a produção é efetuada consultando antes os gostos e as preferências dos consumidores. A indústria controla os comportamentos de mercado, observando as atitudes e as necessidades da sociedade. Sabem o perfil do consumidor e produzem de acordo com este perfil. O consumidor é avaliado o tempo todo nas redes sociais, reunindo em um infográfico o seu perfil, suas “necessidades” e seus hábitos. O consumidor, ao navegar pela internet à procura de um produto ou serviço, recebe, logo em seguida, uma “chuva” de publicidades e de ofertas.

2 O CONSUMO COMO ELEMENTO CATALISADOR DO CAPITALISMO

O consumo movimenta a economia de um país que, por sua vez, estimula o crescimento do Produto Interno Bruto – PIB e, por consequência, gera os tributos, devolvendo-os aos cidadãos em forma de serviços públicos (esta é a rota natural a ser seguida). O modelo de desenvolvimento capitalista está apoiado no consumo, com o aumento quantitativo da produção (crescimento). Daí a premissa de que a sociedade deve estar sempre insatisfeita com suas necessidades de produtos e serviços, o que faz alimentar, por outro lado, a crescente produção de um país. Isso se explica com o caráter ilimitado do consumo por meio da teoria das necessidades e satisfação (BAUDRILLARD, 1995a, p.60). A respeito, questiona Bauman (2011, p.152):

O PNB (Produto Nacional Bruto) não é justamente o índice oficial do bem-estar do país, medido pela quantidade de dinheiro que troca de mãos? O crescimento econômico não é impelido pela energia e atividade dos consumidores? Um “consumidor tradicional”, aquele que faz compras apenas para satisfazer suas “necessidades” e cessa de consumir quando elas estão satisfeitas, não é o maior perigo para o mercado de consumo? Não é o incremento de demanda, e não a satisfação de necessidades, o propósito primeiro e o parâmetro de prosperidade consumista? Numa sociedade de consumidores e na era das políticas de vida que substituem a Política com p maiúsculo, o ciclo econômico mais verdadeiro, o único que mantém de fato a economia de pé, é o ciclo de “compre e, use e jogue fora”.

Outro aspecto importante em relação ao consumo diz respeito à globalização, que permite uma intensa relação comercial entre os povos de forma ilimitada (espaço e tempo), influenciando diferentes culturas na satisfação de seus desejos por bens de consumo, além de promover a difusão mundial das tecnologias de máquina, afetando muitos aspectos da vida cotidiana e influenciando o caráter genérico da interação humana com o meio ambiente material (GIDDENS, 1991, p.81). Essa relação de troca de bens é resumida por Dias Filho (1996, p. 64):

A busca de uma identidade para cada recorte da sociedade através da satisfação dos desejos – como o de consumir um objeto –, dado pela Globalização, faz com que se amplie a desterritorialização das

relações sociais. Assim, um fato que tem origem em um determinado contexto sociocultural, pode influenciar a vida de pessoas que vivem a milhares de quilômetros de distância.

Já a publicidade, sem dúvida, é o instrumento fundamental de que se utiliza o capitalismo. Sua influência nas pessoas é observada constantemente como forma de estímulos e de imposição de padrões de comportamentos, “criando” novas necessidades e novos desejos nas pessoas. Publicidades que seduzem milhões de espectadores e incitam uns aos outros à prática de uma competição: quem pode consumir mais, quem pode ter determinado produto mais que o outro? Nas palavras de Bauman:

Vivemos hoje numa sociedade global de consumidores e os padrões de comportamento de consumo só podem afetar todos os outros aspectos de nossa vida, inclusive a vida de trabalhador e de família. Somos todos pressionados a consumir mais, e, nesse percurso, nós mesmos nos tornamos produtos nos mercados de consumo de trabalho (2011, p. 64).

A publicidade exerce uma influência forte na sociedade de consumo a ponto de manter nas pessoas, por tempo ilimitado, os seus desejos. Os nossos desejos são frutos da publicidade ostensiva, influência da qual não conseguiremos escapar se contra ela não reagirmos com muita força de vontade. A publicidade suscita desejos. Em outras palavras, “Um novo bem de consumo carece de apropriada campanha publicitária, sem o que não consegue despertar a atenção do público” (GALBRAITH, 1963, p. 131). Não resta dúvida de que os gastos com publicidade são repassados aos consumidores. Isso significa que o consumidor é quem paga o caro sistema que convence a ele próprio de que deve comprar (TECGLEN, 1979, p.46). Consumir é destruir, extinguir; é, ao mesmo tempo, utilizar mercadorias e serviços na razão direta das necessidades humanas (RENÉ DUMONT, 1979, p. 19).

Não podemos pensar que as pessoas têm liberdade para fazer suas escolhas. As condições a que ficam expostas tiram essa liberdade. A força da publicidade nas pessoas torna-as vulneráveis e elimina qualquer possibilidade de resistência frente às “novas necessidades”, às fontes de desejos e às tentações irrecusáveis. Consciente ou não, é uma situação que torna os consumidores dependentes das “ofertas”, das “novidades” e das “modas”. O consumo é inseparável da moda, diz Baudrillard, para quem “[...] a moda não reflete uma necessidade natural de mudança: o prazer de mudar de vestuário, de objetos, de carro, vem sancionar psicologicamente constrangimentos de outra ordem, que são constrangimentos de diferenciação social e de prestígio” (BAUDRILLARD, 1995b, p.33). O consumo desenfreado e inconsciente faz com que muitos sofram por falta de dignidade, passem por sofrimentos e atinjam a miséria. Na busca de satisfazer seus desejos imediatos, os consumidores não medem as consequências: qualquer controle foge nas tentativas de frear a prática consumista; tornam-se cegos diante das ofertas e das propostas que invadem seus lares. Pela teoria capitalista, a insatisfação permanente do consumidor é que faz a sociedade prosperar. O consumidor tradicional, guiado pelas necessidades familiares de ontem e imune à sedução, soaria (se lhe fosse permitido sobreviver) como uma sentença de morte para a sociedade, a indústria e um mercado de consumidores maduros (BAUMAN, 2011, p. 174).

Somos uma geração cujo sentido de vida gira em torno do “Ter” e não do “Ser”, uma sociedade adaptada aos preceitos da cultura consumista, uma geração influenciada pela publicidade ostensiva de inúmeros bens de consumo, que

estabelece metas para atingir padrões de vida, muitas vezes sabidamente além do nosso alcance. Compromete-se toda uma vida para satisfazer os desejos. A publicidade ostensiva de produtos e serviços leva as pessoas à dependência das compras, não reconhecendo diferenças de idade, raça, gênero ou classes. A sociedade que exagera no consumo constitui a sociedade do excesso e da extravagância. Não se pode perder de vista, todavia, que a produção representa a garantia da segurança econômica das pessoas e, como fonte de rendimento individual, adquire a sua importância no processo de consumo (GALBRAITH, 1963, p. 167). Todos precisam trabalhar para sobreviver. Daí a busca do pleno emprego, pois aos desempregados falta o rendimento, indispensável para a sustentação da cadeia de consumo e da segurança econômica da sociedade.

3 O CONSUMISMO E SUAS CONSEQUÊNCIAS

Consumismo é uma sequência de desejos e anseios humanos, de modo permanente, para adquirir bens que excedem as necessidades de sobrevivência, comprando coisas de que não se necessita, sem ter dinheiro, apenas para impressionar os outros, buscando, com isto, um status aparente de poder.

O ato de consumir nos faz superiores, nos eleva a uma posição social de destaque? Nos torna mais ricos e poderosos frente às demais pessoas? Não poder consumir provoca em nós algum ressentimento?

O consumismo ostensivo provoca ressentimentos naqueles que não têm condições de competir em pé de igualdade. Por outro lado, tem como efeito imediato a demonstração de poder, de prestígio. Exterioriza opulência. Vivemos num mundo de comparações: usamos como parâmetro o “Outro”. No tocante ao ressentimento, observa Nietzsche:

[...] é aquilo que o abatido, o desprovido, os discriminados e os humilhados sentem por seus “superiores” (os autoproclamados e autoestabelecidos superiores): o rico, o poderoso, o livre para a autoafirmação e capaz de se autoafirmar, aquele que reivindica o direito a ser respeitado com o direito de negar (ou refutar) aos inferiores o direito à dignidade (NIETZSCHE, apud BAUMAN, 2011, p. 42).

Diz, ainda, Bauman (BAUMAN, loc.cit.): “Para esses “inferiores”, (as “pessoas menores”, as “classes inferiores”, as massas, os plebeus, hoi polloi [a maioria]), reconhecer os direitos de seus “superiores” seria equivalente a aceitar sua própria inferioridade e sua menor ou inexistente dignidade”. Conclui o filósofo: “Ressentimento é, por essa lógica, uma mistura curiosa e inerentemente ambígua de genuflexão e acrimônia, mas também de inveja e despeito”.

A dependência ao consumismo provoca uma carga elevada de trabalho, reduzindo o tempo para o lazer, para a família e para as relações sociais. A obtenção de bens ou serviços para a satisfação das necessidades pessoais, e uma luta pelo lucro livre dos limites impostos por necessidades, são os fins que controlam a forma e a direção da atividade econômica, que Max Weber denomina “tradicionalismo econômico” (MAX WEBER, 1967, p.41).

Se observamos nossos pais, avós, enfim, as gerações anteriores às da década de 1950, constataremos que os móveis que compõem suas residências hoje são os mesmos da época de seu casamento: robustos, pesados, espaçosos, com durabilidade longa. Eram bens (ou ainda são, que resistiram aos ataques da

publicidade) resistentes e duráveis. A economia vive da rotatividade de mercadoria, utilizando-se, para isto, do processo de obsolescência ou “descartabilidade” programada. Ao reduzir a vida útil dos produtos, o consumidor irá trocá-lo com mais frequência. Veja o que ocorre com os aparelhos eletroeletrônicos, que se tornam obsoletos em curto prazo, quando novas funções, novos aplicativos e novos modelos são disponibilizados, exigindo, em muitos casos, maiores capacidades para funcionarem. O último modelo ou novos modelos estimulam as pessoas ao consumismo, configurando as novas facetas da obsolescência programada.

O surgimento do automóvel despertou nas pessoas um desejo irrefreável, tornando-se, poderia afirmar sem sombras de dúvida, um sonho de consumo mais democrático: atinge todas as classes econômicas, todos os gêneros de pessoas, sem distinção. O carro pode fazer alguém parecer rico ou pode fazer alguém parecer pobre. O jovem que ingressa em seu primeiro emprego começa a fazer suas economias com vistas à aquisição de seu automóvel. Como poupar para comprar não é a cultura da maioria das pessoas, ele busca em uma financeira o crédito necessário para realizar seu sonho. Daí o início de sua jornada rumo ao endividamento. Adquire um bem sabidamente passível de desvalorização já na retirada de uma concessionária. Em seguida vêm as despesas com a manutenção do veículo: seguro do bem, impostos, revisões, combustível, mecânica e as multas das quais dificilmente escapará. Não importa se boa parte da posse do veículo será para guardá-lo na garagem, juntamente com os outros carros da família (é comum que cada membro da família tenha o seu próprio carro). Os status conferidos pelo bem “justifica” todas as despesas. Aliás, os edifícios agora construídos são concebidos com várias vagas de garagem, exatamente para atender aos desejos dos proprietários, relegando a segundo plano a preservação do meio ambiente, já que cada prédio que tenha, por exemplo, cem famílias, com média de três carros cada, totalizará 300 carros, impactando a região com o trânsito.

A insaciabilidade dos desejos faz com que o consumidor esteja sempre à procura de bens e produtos independentemente de utilizá-los ou não. Já disse Bauman que para um tipo de sociedade que proclama que a satisfação do consumidor é seu único motivo e seu maior propósito, um consumidor satisfeito não é motivo nem propósito – e sim a ameaça mais apavorante e prossegue:

O que se aplica à sociedade de consumidores também se aplica a seus membros individuais. A satisfação deve ser apenas uma experiência momentânea, algo que, se durar muito tempo, deve-se temer, e não ambicionar – a satisfação duradoura, de uma vez por todas, deve parecer aos consumidores uma perspectiva bem pouco agradável. Na verdade, uma catástrofe [...] ou talvez pudéssemos dizer: somos impulsionados e/ou atraídos a procurar incessantemente por satisfação, mas também a temer o tipo de satisfação que nos faria interromper essa procura. Conforme o tempo passa, não precisamos mais ser impulsionados ou atraídos para nos sentirmos assim e agirmos de acordo com tais sentimentos. Não resta nada a ser desejado? Nada a perseguir? Nada com que sonhar na esperança de que se concretize ao acordarmos? Será que alguém está inclinado a se conformar de uma vez por todas com o que tem (e assim por substituição, com o que é)? Nada mais de novo e extraordinário para abrir caminho até o palco da atenção, e nada nesse palco que se possa usar e depois descartar? Tal situação – de curta duração, pelo que se espera – só pode receber um nome: “tédio” (BAUMAN, 2008, p. 126).

O desenvolvimento de um país está atrelado ao que ele produz. Os progressos técnico-científicos são imprescindíveis para oferecer a qualidade de vida aos cidadãos.

A inovação tecnológica veio para transformar a vida das pessoas. Em todas as áreas, sua presença é sentida, fornecendo conforto material e possibilitando o crescimento econômico.

O ser humano é insaciável por natureza. Ambiciona sempre mais. Está eternamente à procura de meios que sejam capazes de dar satisfação às suas necessidades. Ou então, está à procura da felicidade. Mas o que seria a “felicidade”? Se é a satisfação de seus desejos, então ela é momentânea, pouco duradoura. Na expressão de Baudrillard (1995a, p.47), a felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo, revelando-se como o equivalente autêntico da salvação. Tão logo seus desejos sejam satisfeitos, o ser humano deixará de ser feliz, até surgirem novos desejos. Os momentos que alternam felicidades e infelicidades provocarão altos e baixos nas vidas das pessoas, causando, muitas vezes, patologias de difíceis soluções, como estresse e depressão. Para Galbraith (1963, p.297), a conquista da felicidade é, em si mesma, admirável como objetivo social. Mas ao conceito de felicidade falta rigor filosófico; não existe acordo nem sobre a sua substância nem sobre a sua fonte. Como diz Bauman (2008, p.58):

Os seres humanos sempre prefeririam a felicidade à infelicidade é uma observação banal, um pleonasma, já que o conceito de ‘felicidade’ em seu uso mais comum diz respeito a estados ou eventos que as pessoas desejam que aconteçam, enquanto a ‘infelicidade’ representa estados ou eventos que elas querem evitar.

Considerando que a felicidade é momentânea, dependente, portanto, da satisfação dos desejos, a não satisfação desses desejos, por tentativas frustradas, ensejaria o surgimento de uma sociedade de consumo melancólica, ponderando que a simples expectativa para se ter felicidade não seria suficiente para se atingir esse estado. Na visão de Tecglen, (1979, p.30) o financiamento, juntamente com a publicidade, promete a felicidade:

A poupança do passado, isto é, a pequena ou grande fortuna acumulada moeda a moeda esperando conseguir a aquisição do objeto duradouro ou a série de objetos perduráveis que poderiam garantir a segurança para o resto da vida, se converte na poupança sobre o futuro: o crédito ou a venda a prestações. O financiamento, juntamente com a publicidade, é o mais formidável invento da sociedade de consumo: permite adiantar a ideia da felicidade neste mundo – ideia típica da mentalidade surgida a partir da fase industrial – sem esperar pela hipotética velhice. Requer unicamente a venda do futuro. Tem como resultado uma modesta forma da antiga venda da alma ao diabo, que também encheu de ilusão parte dos séculos anteriores, com a mesma ideia: hipotecar o futuro, que é incerto, em troca do presente, graças a uma simples assinatura, rodeada, isso sim, de todas as garantias.

A felicidade está relacionada ao aspecto de bem-estar. Cada pessoa tem seu projeto de vida e este projeto deve ser passível de realização, pois só assim poderá tornar a vida prazerosa. Argumenta-se, ainda, se um povo é mais feliz do que outro. Os níveis de satisfação serão diferentes em função da cultura de cada povo. Os costumes orientais são diferentes dos ocidentais. Nem por isso se pode afirmar que as pessoas de um determinado país são mais ou menos felizes do que

as de outro, já que o parâmetro a ser utilizado não pode ser o mesmo, como sugere Bauman (2011, p.170): “Se as pessoas do povo A passam a vida num cenário sociocultural diferente da do povo B, torna-se vão dizer qual deles foi ‘mais feliz’; como o sentimento de felicidade ou sua ausência dependem de esperanças e expectativas, assim como dos hábitos aprendidos, reconhecidamente diversos em diferentes cenários”.

Por outro lado, as dívidas contraídas pelos consumidores são um dos perigos mais imediatos. Para satisfazer suas necessidades eles não medem as consequências. O crédito fácil disponibilizado às pessoas, torna-se uma armadilha da qual dificilmente se escapa e, “à medida que o endividamento vai subindo, graças ao sistema da criação de necessidades, as pessoas vão ficando cada vez mais sob a dependência deste sistema, pela simples razão de que reduzir o ritmo do acréscimo da dívida equivale a abrandar a procura de bens e serviços de consumo” (GALBRAITH, 1963, p. 171).

É sabido que a concessão de crédito deve ser precedida por uma análise acurada para se evitar eventual inadimplência por parte do tomador. Essa análise tem como base a tradição do tomador, sua capacidade de pagamento, bens passíveis de lastro, bem como os riscos que possam tornar impagável o crédito. O maior risco para o emprestador ao conceder crédito encontra-se no eventual colapso das finanças pessoais do consumidor, seja porque perdeu o emprego, ou devido a um processo de separação litigiosa, um acidente ou doença grave em família, seja porque simplesmente extrapolou o limite da prudência na satisfação de suas necessidades infinitas de bens e serviços, alerta Schrickel (1994, p. 143). O que se observa, no entanto, é a atração dos consumidores para a “armadilha” dos empréstimos: recebem os créditos, pré-aprovados, por mensagens via e-mail, WhatsApp e cartas, bastando apenas um clique em seu computador, terminal eletrônico ou pelo celular. O pesadelo se inicia quando ocorre o vencimento do crédito tomado. Surgem o estresse, a depressão, a infelicidade.

No caso específico do Brasil, com a estabilidade da moeda no período posterior ao Plano Real, na década de 1990, houve um considerável crescimento da demanda de crédito, quando boa parte das pessoas tiveram acesso a bens e serviços. As taxas de juros na estratosfera não assustam os consumidores. Atraídos pelo crédito fácil, caem na armadilha do sistema financeiro, assumindo dívidas além de suas capacidades de honrá-las, comprometendo seus orçamentos e sendo alijados da sociedade.

Pesquisas efetuadas pela Confederação Nacional do Comércio – CNC – (<http://goo.gl/somwS2>), em novembro de 2016, indicam que o percentual de inadimplência alcançou 57,3%. São dívidas oriundas de cheque especial, cheque pós-datado, cartão de crédito, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro. O tempo médio das contas atrasadas chegou a 63,3 dias, enquanto o tempo médio de comprometimento com essas dívidas foi de 7 meses, sendo que 26,9% estão comprometidas com dívidas de até três meses, e 33,5%, por mais de um ano. Entre as famílias endividadas, a parcela média de renda comprometida com dívidas chegou a 29,9%, e 21,3% das pessoas afirmaram ter mais da metade de sua renda mensal comprometida com o pagamento de dívidas.

Em períodos que antecedem datas comemorativas há uma concentração de esforços no sentido de “limpar” os nomes de consumidores incluídos nos órgãos de proteção de crédito. Esses consumidores, tão logo tenham seus nomes excluídos do sistema, voltam a consumir acima de suas possibilidades de pagamento, retornando ao cadastro de inadimplentes. A falta de planejamento e de educação financeira

constituem fatores preponderantes causadores da inadimplência. Algumas medidas para conter esses excessos são apresentadas, como o projeto de lei de iniciativa do Senado Federal (PL 283/2012) e que agora tramita na Câmara Federal (PL 3515/2015). Esse projeto, que altera o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), dispõe sobre a disciplina do crédito ao consumidor e a instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, com vistas a garantir o mínimo existencial e a dignidade humana. Estabelece, ainda, como direito básico do consumidor a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira, de prevenção e tratamento das situações de superendividamento, preservando o mínimo existencial, por meio da revisão e repactuação da dívida, entre outras medidas.

O Banco Central do Brasil, em sua página “Cidadania Financeira” (BRASIL, 2016), sugere os caminhos para sair do endividamento, como a eliminação por completo do desperdício, cortando despesas não essenciais, o aproveitamento do 13º salário para quitar dívidas, a troca de dívidas por outras mais vantajosas, com juros menores, como, por exemplo, liquidando dívidas oriundas de cheques especiais e do rotativo de cartão de crédito, que têm juros mais elevados. Orienta, ainda, a adquirir o hábito de comprar à vista, guardando o talão de cheques e o cartão de crédito em casa. Com relação a bens de consumo, como o carro, esclarece que se não for instrumento de trabalho ou essencial para a vida do consumidor, não deve hesitar em vendê-lo, utilizando o dinheiro para pagar as dívidas. Dentre outras dicas para evitar o endividamento, o Banco Central do Brasil orienta o consumidor a reservar parte de sua renda para imprevistos, cultivando o hábito de poupar dinheiro, priorizando gastos e definindo o que é essencial, desejável e o que é gasto inútil. Reduzir os supérfluos, controlar o orçamento doméstico, evitar financiamentos ou empréstimos muito longos, não gastar mais do que ganha e não assumir dívidas em nome de terceiros são outras dicas para fugir do endividamento.

Outra consequência do consumo exagerado diz respeito ao meio ambiente. Para atender às necessidades atuais de consumo, os recursos serão extraídos da própria natureza. É um grande desafio se pensarmos que o consumo desenfreado para atender as demandas sempre crescentes da população provocará a degradação do planeta. Daí o Princípio 8 da Declaração do Rio-ECO 92: “Para atingir o desenvolvimento sustentável e mais alta qualidade de vida para todos, os Estados devem reduzir e eliminar padrões insustentáveis de produção e consumo e promover políticas demográficas adequadas”.

A utilização desmedida dos recursos naturais põe em risco os ecossistemas, provocando desequilíbrios muitas vezes irreversíveis. O equilíbrio entre o consumo e a economia, preservando os recursos naturais para as presentes e futuras gerações (desenvolvimento sustentável), deve ser um objetivo a ser buscado.

CONCLUSÃO

A globalização, a inovação tecnológica e a internet transformaram o mundo, criando novos desejos, novas vontades, novos sonhos. O consumo é um caminho sem volta, instrumento que alimenta o capitalismo. O consumismo nos leva a outro caminho, transformando desejos em frustrações e sonhos em pesadelos.

O consumo é essencial para manter a máquina capitalista, que consiste em produzir mais e mais. Entretanto, este consumo deve ser consciente e responsável, de tal forma que possa visar a três aspectos essenciais: necessidades humanas, sustentabilidade e manutenção do modelo econômico. As necessidades humanas básicas são indispensáveis para tornar a vida digna. A sociedade do consumo é uma realidade no modelo econômico em que estamos inseridos. Todavia, é necessário desenvolver uma cultura de consumo sustentável com vistas às necessidades das gerações presentes e futuras, reconhecendo os limites de recursos naturais do planeta.

A inovação tecnológica deve ser explorada para se buscar o conforto material, sem a ansiedade de comprar por comprar, sem alimentar as fantasias do poder e sem a obrigação social do “Ter” em detrimento do “Ser”.

Consumo e consumismo são diametralmente opostos, referindo-se aquele a uma ideia de prática para a obtenção de bens e serviços para as necessidades básicas do ser humano e este a uma prática que transcende suas necessidades básicas, sujeitando-se aos apelos mercadológicos e servindo apenas para promover o desperdício. A obsolescência programada alimenta o consumismo, contrariando o consumo responsável e sustentável. Se os bens materiais nos satisfazem momentaneamente e logo perdem a graça, por que dedicarmos toda uma vida para tê-los? Portanto, não se deve ficar refém do materialismo para a busca da felicidade. Não se deve fazer do trabalho o suporte para garantir o consumismo, sob pena de torná-lo um fardo a ser carregado por toda a vida. O trabalho deve ser prazeroso, natural, como parte integrante do nosso projeto de vida com dignidade.

Aproveitar a vida por meio das mais variadas formas cotidianas, como o convívio com a família, a arte, os esportes e o lazer, sem se tornar refém do materialismo, é que trará o sentido de uma vida digna.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão.

Lisboa/Portugal: Edições 70 Ltda., 1995a.

_____, **Para uma crítica da economia política do signo**. Trad. Aníbal Alves. Rio de Janeiro: Elfos Editora/Ed. Lisboa, Edições 70, 1995b.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Jorge Zahar Editor Ltda., 2008.

_____. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Trad. Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2011.

BRASIL, Banco Central do Brasil. **Cidadania financeira**. Disponível em:

<<http://goo.gl/eUYq3K>>. Acesso em 15/12/2016.

CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada & sociedade de consumo**. 2 ed.reform. São Paulo: Editora Moderna Ltda., 2004.

DIAS FILHO, Antonio Jonas. **As mulatas que não estão no mapa**. Núcleo de Estudos de Gênero Pagu, Universidade Estadual de Campinas. Campinas: Cadernos Pagu, 1996. Disponível em: <<http://www.pagu.unicamp.br/en/raca-genero-1996-67>>. Acesso em 15/12/2016.

DUMONT, René. **A sociedade de consumo**. Entrevista por Eduardo Haro Tecglen. Trad. Costa Vieira e Irineu Garcia. Rio de Janeiro: Salvat Editora do Brasil S.A., 1979.

GALBRAITH, John Kenneth. **A sociedade da abundância**. Trad. Henrique de Barros. Lisboa/Portugal: Livraria Sá da Costa Editora, 1963.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Trad. Raul Fiker. São Paulo: Editora Universidade Estadual Paulista, 1991.

HINKELAMMERT, Franz Josef. **Crítica à razão utópica**. Trad. Álvaro Cunha. São Paulo: Editora Paulinas, 1988.

LEIVAS, Paulo Gilberto Cogo; NETO, Cláudio Pereira de Souza; SARMENTO, Daniel (coords.). **Estrutura normativa dos direitos fundamentais sociais e o direito fundamental ao mínimo existencial**. Direitos sociais: fundamentos, judicialização e direitos sociais em espécie. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2010.

LUDWIG, Celso Luiz. **Para uma filosofia jurídica da libertação: paradigmas da filosofia, filosofia da libertação e direito alternativo**. Florianópolis: Conceito Editorial, 2006.

MAX WEBER. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Trad. M. Irene de Q. F. Szmrecsányi e Tamás J. M. K. Szmrecsányi. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1967.

PEREIRA, Potyara A. P. **Necessidades humanas: subsídios à crítica dos mínimos sociais**. São Paulo: Cortez, 2000.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. São Paulo: Atlas, 1994.

MARQUES DA SILVA, Marco Antonio. **Cidadania e democracia: instrumentos para a efetivação da dignidade humana**. Tratado Luso-Brasileiro da Dignidade Humana. 2ª ed., São Paulo: Quartier Latin, 2009.

TECGLEN, Eduardo Haro. **A sociedade de consumo**. Trad. Costa Vieira e Irineu Garcia. Rio de Janeiro: Salvat Editora do Brasil S.A., 1979.